НАО "Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева"

УДК 316.422.42 На правах рукописи

**АХМЕТОВА АЙГУЛЬ САПАРГАЛИЕВНА**

**Социальный потенциал развития предпринимательства**

**на примере МСП**

6D050100 ‒ Социология

Диссертация на соискание степени

доктора философии (PhD)

Научный консультант

доктор PhD,

и.о доцента

Э.С. Отар

Зарубежный научный консультант

профессор

H. Tufekcioglu

Республика Казахстан

Астана, 2025

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| **НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**……………………………………………. | 3 |
| **ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ**…………………………………… | 5 |
| **ВВЕДЕНИЕ**……………………………………………………………….. | 6 |
| **1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ**……………………………………………………………. | 15 |
| 1.1 Эволюция теоретических подходов к предпринимательству: от экономической к социальной функции…………………………………… | 15 |
| 1.2 Сравнительный анализ социальной составляющей в классических теориях и современных концептуальных подходах к понятию предпринимательской деятельности………………………………………. | 26 |
| 1.3 Социальный потенциал развития предпринимательства…………….. | 31 |
| **2 ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**…… | 42 |
| 2.1 Условия и предпосылки становления и развития МСБ в государственных программах страны: контент-анализ государственных инициатив……………………………………………………………………. | 42 |
| 2.2 Классификации и типологии предпринимательства в Казахстане: статистический анализ……………………………………………………… | 68 |
| 2.3 Перспективы развития социального потенциала в рамках бизнес-образования………………………………………………………………… | 78 |
| **3 СОЦИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МСБ: ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ И СТРУКТУРЫ, ПРОБЛЕМЫ, И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**……………………………………………………………….. | 86 |
| 3.1 Предпосылки развития студенческого предпринимательства: результаты опроса…………………………………………………………... | 86 |
| 3.2 Основные характеристики социального потенциала МСБ на примере выпускников «Бастау бизнес»…………………………………… | 126 |
| 3.3 Истории успеха казахстанских предпринимателей………………….. | 138 |
| **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**……………………………………………………………. | 151 |
| **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**………………...…. | 156 |
| **ПРИЛОЖЕНИЕ А** – Анализ авторских подходов к определению терминов «предпринимательство» и «предприниматель»……………… | 163 |
| **ПРИЛОЖЕНИЕ Б** – Категории анализа, которые встречались чаще всего в Посланиях…………………………………………………………. | 167 |

**НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ**

В настоящей диссертации использованы ссылки на следующие стандарты:

Предпринимательский кодекс Республики Казахстан: принят 29 октября 2015 года, №375-V ЗРК.

Президент Республики Казахстан К.-Ж. Токаев. Экономический курс справедливого Казахстана: послание народу Казахстана (1 сентября 2023 года).

Президент Республики Казахстан К.-Ж. Токаев. Новый Казахстан: путь обновления и модернизации: послание народу Казахстана (16 марта 2022 года).

Президент Республики Казахстан К.-Ж. Токаев. Справедливое государство. Единая нация. Благополучное общество: послание народу Казахстана (1 сентября 2022 года).

Президент Республики Казахстан. Единство народа и системные реформы - прочная основа процветания страны: послание народу Казахстана (1 сентября 2021 года).

Президент Республики Казахстан. Казахстан в новой реальности: время действий: послание народу Казахстана (1 сентября 2020 года).

Президент Республики Казахстан. Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни: послание народу Казахстана (5 октября 2018 года).

Президент Республики Казахстан. Новые возможности развития в условиях четвертой промышленной революции: послание народу Казахстана (10 января 2018 года).

Президент Республики Казахстанв. Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность: послание народу Казахстана (31 января 2017 года).

Президент Республики Казахстан. Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие: послание народу Казахстана (30 ноября 2015 года)

Президент Республики Казахстан. Казахстан. Нұрлы Жол - путь в будущее: послание народу Казахстана (11 ноября 2014 года).

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства: послание народу Казахстана (14 декабря 2012 года).

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев. Социально-экономическая модернизация - главный вектор развития Казахстана: послание народу Казахстана (27 января 2012 года).

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев. Построим будущее вместе!: послание народу Казахстана (28 января 2011 года).

Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев. Новое десятилетие - новый экономический подъем - новые возможности Казахстана: послание народу Казахстана (29 января 2010 года).

Президент Республики Казахстан. Через кризис к обновлению и развитию: послание народу Казахстана (6 марта 2009 года).

Президент Республики Казахстан. Повышение благосостояния граждан Казахстана - главная цель государственной политики: послание народу Казахстана (7 февраля 2008 года).

Президент Республики Казахстан. Новый Казахстан в новом мире: послание народу Казахстана (28 февраля 2007 года).

Президент Республики Казахстан. Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии: послание народу Казахстана (1 марта 2006 года).

Президент Республики Казахстан. Казахстан на пути ускоренной экономической, социальной и политической модернизации: послание народу Казахстана (18 февраля 2005 года).

Президент Республики Казахстан. К конкурентоспособному Казахстану, конкурентоспособной экономике, конкурентоспособной нации!: послание народу Казахстана (19 марта 2004 года).

Президент Республики Казахстан. Основные направления внутренней и внешней политики на 2004 год: послание народу Казахстана (4 апреля 2003 года).

Президент Республики Казахстан. Об основных направлениях внутренней и внешней политики на 2003 год: послание народу Казахстана (апрель 2002 года).

Президент Республики Казахстан. О положении в стране и об основных направлениях внутренней и внешней политики на 2002 год: послание народу Казахстана (2001 год).

Президент Республики Казахстан. К свободному, эффективному и безопасному обществу: послание народу Казахстана (24 октября 2000 года).

Президент Республики Казахстан. О положении в стране и основных направлениях внутренней и внешней политики: Демократизация общества, экономическая и политическая реформа в новом столетии: послание народу Казахстана (30 сентября 1998 года).

Президент Республики Казахстан. Казахстан - 2030 Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев: послание народу Казахстана (1997 год).

Закон Республики Казахстан. О государственных закупках: принят 4 декабря 2015 года.

Единая программа поддержки предпринимательства «Дорожная карта бизнеса ‒ 2020» от 25 августа 2018 года.

**ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ**

|  |  |
| --- | --- |
| МСП | – малое и среднее предпринимательство |
| МСБ | – малый и средний бизнес |
| СПК | – социально-предпринимательские корпорации |
| ЕЭП | – Единое экономическое пространство |
| ВТО | – Всемирная торговая организация |
| НПП | – Национальная палата предпринимателей |
| ЕНУ | – Евразийскийнациональный университет имени Л.Н. Гумилева |
| КазНУИ | – Казахский национальный университет искусств |
| КОКСНВО МНВО РК | – Комитет по обеспечению качества в сфере науки и высшего образования Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан |
| GEM | – GlobalEntrepreneurshipMonitor |

**ВВЕДЕНИЕ**

**Актуальность темы диссертационного исследования.** В условиях становления и совершенствования рыночных отношений в экономике Казахстана кардинально изменились все направления деятельности промышленности и предпринимательства.

На сегодняшний день проблема обеспечения высокого уровня конкурентоспособности предпринимательства является одним из основных направлений выхода страны из постпандемического периода, экономического и геополитического кризиса.

Все это требует выработки научно обоснованных новых подходов к формированию социального потенциала предпринимательства. Она должна быть нацелена на активизацию существующих и выявлению новых конкурентных преимуществ, стимулирование которых выведет отечественные предприятия уже в ближайшем будущем на новый технологический уровень, что создаст «локомотивы роста» экономики страны в целом. Именно пониманием этого вызваны предпринимаемые Президентом РК и Правительством шаги по активизации инвестиционной деятельности в республике. Так, одним из приоритетов Стратегии «Казахстан-2050» является выработка и реализация открытой и либеральной политики ведения бизнеса с ясными и строго соблюдаемыми законами, нацеленной на обеспечение высоких темпов экономического роста.

Послание Президента народу Казахстана, ставшее новой точкой отсчета в истории страны и определившее курс дальнейшей экономической, социальной и политической модернизации, с большим энтузиазмом поддержано многотысячным корпусом ученых и инженеров страны. Особого внимания заслуживают те положения Послания, в которых Касым-Жомарт Токаев развил принципиально новые подходы к экономическому и технологическому переустройству государства: стратегия индустриально-инновационного развития, создание производственно-экономических кластеров и уникальной в мировой практике национальной инновационной системы. Этими положениями закладываются базовые основы грядущего экономического и технологического могущества государства, фундамент развития конкурентоспособного предпринимательства.

Реальный уровень экономического развития страны определяет структуру развития предпринимательства. В странах с низкими показателями экономического развития предпринимательская активность населения в большей степени обусловлена невысокими доходами и отсутствием альтернативных возможностей трудоустройства, нежели стремлением реализовать инновационные бизнес-идеи. Очевидно, вынужденный характер предпринимательской деятельности не может выступать стимулом инновационных преобразований экономики и общества.

С позиций экономической социологии в контексте поиска неэкономических факторов инновационного развития важно раскрыть социальный потенциал как специфический ресурс социума, совокупность возможностей отдельных социальных групп и общества в целом, который может быть использован для решения этой задачи, то есть обеспечения высокого уровня конкурентноспособности предпринимательства. Само понятие «социальный потенциал» нуждается в социологическом осмыслении, уточнении его сущности и составляющих, выявление от общего и отличного от таких близких понятий как «социальные ресурсы», «социальный капитал», «человеческий капитал».

При этом и ресурсы, и потенциал могут быть явными и скрытыми, задействованными и незадействованными. Капитал отражает функциональный, целевой аспект применения ресурсов: это ресурсы с целью достижения определенной выгоды и прибыли. Другими словами, если потенциал представляет собой реальные возможности, то капитал реализуемые возможности для достижения конкретных результатов.

В словаре социально-экономической географии «ресурс» определено как «энергия, вещество, информация» вырабатываемые вне данной системы и служащие для нее исходным материалом функционирования, развития, существования. Если ресурсы рассматривать как наличие чего-то (функционально важных предметов, ценностей, знаний, качеств), то потенциал выступает оценочной характеристикой ресурсов, характеризует возможность их применения, использования. Аналитики определяют потенциал как (сила) реальные возможности.

Социальный потенциал предполагает наличие определенных социальных характеристик людей, составляющих трудовые ресурсы. От этого во многом зависит активность, поведение всех субъектов социально-трудовых отношений, интерес к инновациям, инновационная активность или творческое отношение к производству, готовность идти на риск и материальные потери ради получения более высоких прибылей и выгод в будущем.

Основными детерминантами социального потенциала являются моральные принципы общества в целом и установки его индивидов, состояние массового сознания (доверие к социальным институтам и власти, любовь к отчизне, чувство справедливости).

В научной литературе на сегодняшний день нет устоявшихся понятий потенциала, ресурсов, капитала. В одном контексте можно отождествлять, а в другом их следует различать.

Ввиду этого особую актуальность приобретает рассмотрение категории социальный потенциал развития предпринимательства и связанных с ней социальных рисков и путей их преодоления.

**Объектом диссертационного исследования** стал социальный потенциал развития предпринимательства в Республики Казахстан**.**

**Предметом диссертационного исследования** выступают малое и среднее предпринимательство в стране.

**Цель диссертационного исследования** – анализ социального потенциала развития предпринимательства на примере малого и среднего бизнеса.

Достижение поставленной цели предполагало решение следующих **задач**:

‒ рассмотреть эволюции теоретических подходов к предпринимательству от экономической к социальной функции;

‒ провести сравнительный анализ социальной составляющей в классических теориях и современных концептуальных подходах к понятию предпринимательской деятельности;

‒ определить социальный потенциал развития предпринимательства;

‒ изучить условия и предпосылки становления и развития МСБ в государственных программах страны через контент-анализ государственных инициатив;

‒ изучить классификации и типологии предпринимательства в Казахстане через статистический анализ;

‒ рассмотреть перспективы развития социального потенциала в рамках бизнес-образования;

‒ установить предпосылки развития студенческого предпринимательства;

‒ идентифицировать основные характеристики социального потенциала МСБ на примере выпускников «Бастау бизнес»;

‒ изучить истории успеха казахстанских предпринимателей.

**Основные гипотезы:**

* эффективное предпринимательское образование обеспечивает необходимые знания, навыки и ресурсы для успешной реализации предпринимательского социального потенциала и способствует развитию инновационной экономики в целом;
* установки молодежи благоприятны для развития у них предпринимательских навыков и социального потенциала предпринимательства;
* на сегодняшний день государственные программы и национальные проекты страны по развитию предпринимательства не достигли ожидаемых результатов и не привели к формированию полноценной предпринимательской среды и инновационного развития в стране;
* слушатели программы «Бастау-бизнес» не имели определенные социальные условия и навыки до поступления на программу и реализовали свои бизнес идеи и проекты после обучения, раскрыв собственный социальный потенциал;
* государствоиграетключевую роль в построении и развитииинновационнойэкономикипутемреализациисоциальногопотенциалапредпринимательствачерезсозданиенеобходимойэкосистемы, обеспечениедоступа к образованию и ресурсам, а такжеподдержкусоциальныхинициатив и инновациймолодежи.

**Степень научной разработанности проблемы.** Научные исследования предпринимательства как феномена, выполненные зарубежными и отечественными исследователями, составили теоретическую базу в анализе социального потенциала малого и среднего бизнеса Казахстана.

Бесспорно, что предпринимательство не новое явление в мировой практике. Еще во времена Платона, Аристотеля и Цицерона в теориях имеются упоминания о схожих с предпринимательством деятельности, однако данное явление больше интерпретировалось как негативный опыт для общества. Насаждались суждения о недопущении предпринимателей к управлению государством. В отдельных учениях о предпринимательстве высказываются как о «морально-неполноценной» деятельности.

Весомый вклад в понимание социальных корней предпринимательства внесли известные западные ученые Р. Кантильон [1], А. Смит [2], Д. Рикардо [3], Ж.-Б. Сей [4], К. Маркс [5], А. Маршалл [6], а в начале XX века – Т. Веблен [7], М. Вебер [8], В. Зомбарт [9], Й. Шумпетер [10], Ф. Хайек [11] и другие. Исследователи впервые задумываются о важности социальной составляющей экономической деятельности. Несение бремени риска и неопределенности на рынке - это главное отличие предпринимателей от людей с фиксированным социальным статусом и источниками дохода.

Основоположник классической школы экономической теории А. Смит считал,что характерной чертой экономической деятельности человека является соблюдение экономического интереса. Основным мотивом и стимулом экономической деятельности человека является его эгоистичный интерес, поэтому предпринимателю отводится особая роль в функционировании капиталистической системы хозяйства [2, с. 3-256].

Классик политической экономии Д. Рикардо вывел новый тип предпринимателя – «капиталист, ищущий прибыльного применения для своих средств» [3, с. 3-300]. Швейцарский экономист Ж. Сисмонди рассматривает оборотную сторону предпринимательской деятельности - наемный труд рабочего [12].

Наиболее широко и всесторонне данные идеи о предпринимательстве как виде капиталистической деятельности обоснованы в работе К. Маркса «Капитал». Маркс наметил различия между владением собственностью, присвоением прибыли и организацией производства [5, с. 3-1000], что стало основой к изменению подходов к классовому делению общества.

Наиболее полно учение о социальном потенциале предпринимательской деятельности представлено в учениях австралийского экономиста Й. Шумпетера, который поставил фигуру предпринимателя в центр теории экономического развития, экономического роста и научно-технического прогресса [13]. Предпринимательская функция рассматривается им как особая деятельность в социально-экономическом процессе, приравненная с функцией экономического лидерства и новаторства [10, с. 3-220].

Значительный научный и практический интерес имеют точки зрения о предпринимательстве и предпринимателях таких известных зарубежных ученых, как П. Друкер [14], Р. Хизрич [15], А. Хоскинг [16] и др.

В осмыслении индивидуальной судьбы в неразрывной связи с коллективной судьбой поколения и зарождался, начиная с XIX века, историко-культурный дискурс рассмотрения поколений (молодежи) и их особенностей в России. В рамках такого подхода описывали поколение почти все русские писатели и экономисты XIX и XX веков. Наиболее известен вклад в изучении социальной составляющей предпринимательства отводится российским теоретикам З.К. Кондратенко [17], Т.И. Заславская [18], О.Ю. Жуковская [19], Л.В. Яикова [20], В.Г. Федотова [21], С.В. Беспалов [22], А. Арсеенко [23], Е. Суименко [24], Ю. Пачковский [25], Е. Серый [26], В. Пилипенко [27], А. Бондаренко [28], изучавшие «социальный механизм развития экономики», под которым понималась устойчивая система экономического поведения социальных групп, регулируемого институтами и структурными позициями данных групп.

К отечественным исследователям, изучавшим предпринимательство в контексте социокультурного феномена, относятся М.С. Аженов [29], Ж. Естаев [30], Э. Отар [31], Мамыров Н.К., Ихданов Ж. [32], Аймешева Ж.С. [33], Булатов А.С. [34], Т.А. Ашимбаев [35].

Таким образом, как в зарубежной, российской, так и в отечественной социологии имеется значительный объем научных работ по различной тематике изучения предпринимателства. Вместе с тем, стоит подчеркнуть, что комплексный социологический анализ социального потенциала развития предпринимательства в связи экономическими и политическими особенностями Казахстана пока не предпринимался.

**Источниковой основой данной работы** послужили данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому развитию и реформам Республики Казахстан, государственные программные документы Казахстана и указы Президента страны, материалы СМИ и интернет-ресурсов, данные социологических исследований, выполненных казахстанскими учеными и институтами, а также собственные эмпирические исследования. В понимании процессов формирования социального потенциала предпринимательства опирались на материалы научных конференций, семинаров, летних школ, посвященных данной исследовательской теме.

**Методологическая и теоретическая основа диссертационного исследования.** В основу методологии диссертационного исследования положены принципы структурного функционализма и веберианского подхода изучения социального потенциала предпринимательства.

Идеи структурного функционализма могут быть применимы к анализу предпринимательской деятельности, особенно в контексте изучения роли предпринимателей в обществе и их взаимодействия с другими социальными институтами. Основная идея структурного функционализма - это анализ функций, которые выполняют различные аспекты общества для его стабильности и согласованности. Таким образом, в контексте предпринимательства, можно рассматривать функциональную роль предпринимателей в экономике и их взаимосвязь с другими социальными институтами. В рамках структурного функционализма предпринимательство рассматривается как важная структура, которая выполняет определенные функции в обществе: структурная интеграция – интегрирует различные элементы как социальные связи и сети; стабилизация; регуляция – регулировании экономической активности и распределение ресурсов в обществе.

Веберианский подход к социальному потенциалу в предпринимательстве опирается на идеи Макса Вебера, который известен своим влиянием на социологию, экономику и политическую теорию. Вебер рассматривал культурные и социальные факторы как ключевые составляющие экономического развития и предпринимательской деятельности. Веберианский подход к социальному потенциалу в предпринимательстве подчеркивает взаимосвязь между культурой, обществом и экономикой, а также важность анализа социальных и культурных факторов при изучении предпринимательской активности.

**Эмпирическая база диссертационной работы** проекта выступили собственные исследования, формализованные социологические опросы, контент-анализ государственных стратегических программ, нацеленных на развитие предпринимательства в Казахстане, глубинные структурированные и групповые интервью с 1000 представителями молодежи и бизнеса.

Также эмпирической базой диссертационной работы являются:

1. Результаты анкетирования по оценке реализации предпринимательского потенциала выпускников программы «Бастау-бизнес».

2. Результаты анкетирования по изучению предпринимательских наклонностей и намерений молодежи.

3. Статистические сведения состояния малого и среднего предпринимательства в Казахстане.

4. Результаты глубинного интервью с успешными бизнесменами.

Кроме того, важными методами исследования стали историко-сравнительный и факторный анализ концепций ряда социологов.

Анализ посланий и поручений Президента указывает на заинтересованность государства в развитии частного предпринимательства и понимании руководством страны особой роли и места МСБ в структуре казахстанского общества. Принимаемые в стране нормативные акты призваны обеспечить достойные условия и предпосылки становления и развития малого и среднего бизнеса.

Структура МСП с годами не меняется. В разрезе организационно-правовых форм казахстанские субъекты МСП подразделяются на крестьянские или фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, предприятия малого и среднего предпринимательства [36].

В целях повышения конкурентоспособности экономики страны в условиях глобализации развитие человеческого капитала должно являться важнейшим приоритетом стратегического развития. Для этого необходимо выстраивание конструктивных форм коммуникации и интеграции на всех уровнях общественной системы [37]. В свою очередь, для развития социального потенциала в рамках бизнес образования необходимо наладить сотрудничество между предпринимательством и государством.

**Научно-теоретическая и практическая значимость исследования.** Выявлены социальные закономерности ведения малого бизнеса и предпринимательства. Определен социальный потенциал предпринимательства, внутренние и внешние факторы его развития. Обоснована необходимость избирательного подхода к государственной политике в сфере малого и среднего бизнеса, включающей в себя меры по государственной защите, помощи и поддержке. Доказана важность роли малого и среднего предпринимательства в построении и укреплении социума. На основе полученных в ходе исследования социологических данных и концептуальных обоснований предпринята попытка формулирования авторской социальной концепции малого бизнеса и предпринимательства.

Диссертационная работа основана на концептуализации и разработке модели учета потенциала граждан и его совершенствования для успешного предпринимательства. Предлагаемые подходы в исследовании социальных ресурсов предпринимательства важны как для экономической социологии, так и для других смежных дисциплин социальной сферы.

Диссертационная работа предоставляет собой «ориентиры» для эффективной реализации социального потенциала населения в целях развития предпринимательства. Полученные данные могут быть использованы в курсе Высшей школы по экономической социологии, социологии управления, социологии предпринимательства и других дисциплинах. Кроме того, могут послужить основой для разработки государственных программ по развитию предпринимательства.

Также на основании анализа запросов бизнес-среды разработана МВА программа в НАО ЕНУ имени Л.Н. Гумилева по направлению «7M03088 Социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга», которая представляет с собой инновационную программу по подготовке менеджеров в сфере торговли, экономического планирования и маркетинга. Данная программа даст возможность укрепить устойчивость карьерного роста молодых специалистов в организации. МВА программа разработана с учетом требований рынка труда, рекомендаций бизнес-сообщества и в соответствии с Государственным образовательным стандартом послевузовского образования.

Для разработки МВА программы выполнен бенчмаркинг более 30 топовых ВУЗ-ов Казахстана, России и зарубежья, в том числе: Университет Чикаго, Массачусетский институт технологий, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа экономики, Университет КАЗГЮУ имени М.С. Нарикбаева, Университет КИМЭП, Университет имени Сулеймана Демиреля, Евразийский национальный университет и др. Также было проведено исследование потребностей и ожиданий среди работодателей и претендентов МВА программы по направлению «7M03088 Социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга».

Поддержка и развитие предпринимательского духа у молодого поколения – задача, стоящая перед всей системой образования, и в связи с этим была разработана учебная программа «Основы предпринимательства и бизнеса» и данный курс был введен в учебную программу страны. Вводя курс, мы предоставляем для обучающихся «безопасную среду», в которой они смогут освоить ключевые навыки. Это пространство, где ошибки допустимы и где через практический опыт можно узнать о себе, о бизнесе и о взаимодействии с окружающим миром.

**Научная новизна исследования заключается в следующем:**

1) проанализированы основные теоретические подходы в изучении социального аспекта феномена «предпринимательства», уточнено его место в структуре общества и рыночных отношениях; оценен социальный потенциал малого и среднего бизнеса; охарактеризованы социально-культурные особенности предпринимательства в развитых и развивающихся странах;

2) рассмотрена структура развивающегося в казахстанском обществе предпринимательского класса, проанализированы условия и предпосылки становления и развития МСБ, оценены перспективы развития социального потенциала в рамках бизнес-образования;

3) описано собственное эмпирическое исследование предпринимательского потенциала студенческой молодежи, обучающейся в вузах столичного мегаполиса, которое позволило раскрыть мотивационную составляющую предпринимательской деятельности;

4) выведены основные особенности социального потенциала предпринимательства на основе собственного эмпирического исследования целевой аудитории программы «Бизнес Бастау»;

5) изучен уровень удовлетворенности предпринимателей Казахстана своим положением, определены доходно-имущественные характеристики и стандарты малого и среднего предпринимательства, а также специфика взаимоотношений МСП с государством;

6) определен уровень самоидентификации представителей предпринимательства как движущей силы казахстанского общества; определены сформированные в результате рыночных реформ мировоззрения и ценности предпринимателей, что дало возможность сопоставить результаты, полученные при анализе с объективными параметрами.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Рассмотрены современные теории предпринимательства, акцентирующие внимание на социальной ответственности, устойчивом развитии и создании социальной ценности, что открывает новые перспективы для понимания предпринимательской деятельности в условиях актуальных социальных вызовов.

2. Исследовано предпринимательство в Казахстане, которое имеет как общие, так и уникальные особенности, что необходимо учитывать при разработке стратегий поддержки и развития экономики, с учётом специфики местных условий и потребностей предпринимателей. Также определены условия и предпосылки развития МСБ через анализ государственных инициатив и стратегий, что способствует эффективной поддержке предпринимательского сектора.

3. Социальный потенциал предпринимательства состоит не только в создании экономической ценности, но и в воздействии на социальные и культурные аспекты, улучшая качество жизни общества. Перспективы развития этого потенциала через бизнес-образование требуют комплексного подхода и вовлечения всех заинтересованных сторон для формирования квалифицированных специалистов, и создания социально ориентированных бизнесов.

4. Проведен статистический анализ типологии предпринимательства в Казахстане, что позволяет выявить ключевые тенденции для разработки целенаправленных стратегий поддержки различных типов бизнеса, а также оценена эффективность существующей системы формирования социального потенциала МСБ через опрос успешных предпринимателей, демонстрирующих инновационные подходы и предпринимательский дух.

5. Разработана модель социального потенциала МСБ на примере программы «Бастау бизнес», которая показывает её роль в формировании предпринимательской культуры и социального потенциала среди молодёжи, а также способствует стимулированию предпринимательской активности и инновационного развития общества.

**Апробация результатов исследования.**

Основное содержание и результаты диссертационного исследования нашли отражение в 8 опубликованных научных публикациях автора, в том числе 2 в журналах, которые входят в перечень журналов и изданий, рекомендуемых КОКСНВО МНВО РК, 5 статей опубликованных в сборниках международных конференции, 1 статья «Former Soviet Union middle class: how entrepreneurs are shaping new stratum and pattern of socio-economic behavior» в журнале «Journal of Innovation and Entrepreneurship» с квартилем Q1, который входит в базу Scopus.

Также на основании анализа запросов бизнес-среды разработана МВА программа по направлению «7M03088 Социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга». Для разработки МВА программы выполнен бенчмаркинг более 30 топовых ВУЗ-ов Казахстана, России и зарубежья. Было проведено исследование потребностей и ожиданий среди работодателей и претендентов МВА программы.

Нами разработана учебная программа «Основы предпринимательства и бизнеса», которая прошла экспертизу и была утверждена приказом Министра образования и науки Республики Казахстан в 2018 году. В 2019–2021 годах при поддержке МОН РК и НПП «Атамекен» проведены курсы повышения квалификации по этой дисциплине для учителей более 4500 общеобразовательных школ и преподавателей свыше 1 700 колледжей и университетов.

**Структура диссертации** состоит из введения, трех разделов, включает 66 рисунков, 2 таблицы, заключение, 125 использованных источников, 2 приложения.

**1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ**

**1.1 Эволюция теоретических подходов к предпринимательству: от экономической к социальной функции**

Любые изменения в развитии общества ведут к одновременному изменению социальных отношений – меняется структура социума, появляются новые социальные группы, трансформируется экономический̆ уклад жизни. Современные постсоветские государства до настоящего времени находятся в поиске собственных путей построения рыночной экономики. Переход от пост тоталитарной централизованной экономики к рынку свободного предпринимательства оказался очень болезненным процессом [38].

Несмотря на имеющиеся положительные примеры рыночных отношений Западной Европы и США, мы все еще в поиске своих «рецептов» развития предпринимательства. Одним из объяснений может выступать разность социальных характеристик общества: различия в ментальности, национальных установках, традициях, религии, а также других внешних и внутренних условий и факторов. В этой связи, представляет научный интерес исследование вопросов эволюции теории предпринимательства, в том числе определение социальных аспектов предпринимательской деятельности.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой доказал, что неотъемлемым условием развития предпринимательства и бизнеса является учет социально-психологических характеристик общества. В рамках разных национальных экономических систем существуют разнообразные модели предпринимательства. Отличия их друг от друга формируются с учетом национальной истории, уровня экономического развития, социальных и политических условий [39].

Наиболее известными моделями предпринимательства являются либеральная, социальная и азиатская. Главным составляющим любой модели предпринимательства выступает наличие предпринимательского духа.

К примеру, предпринимательские модели США и Западной Европы во многом схожи и функционируют за счет индивидуализма, высокой степени свободы, стремления к новшествам и совершенству. Напротив, же азиатские бизнес-модели основаны на инициативности вкупе с коллективизмом, традициями, культурой и семейными ценностями [40].

Экономическая социология рассматривает феномен предпринимательства на стыке экономической и социальной функции. Согласно В. Радаеву, проблема предпринимательства на первоначальном этапе рассматривалась в контексте объяснения источников экономического роста и природы прибыли. В процессе развития научных взглядов на экономическую деятельность сформировалось несколько различных подходов, пытавшихся объяснить суть предпринимательской деятельности в контексте экономики [41].

Первый подход классиков политической экономии заключался в представлении предпринимателя как своеобразного собственника капитала, в том числе отдельные последователи данного подхода утверждали, что у предпринимателя собственника имеется и личный вклад в трудовую деятельность.

Второй подход представлял предпринимателя как организатора производства, который мог и не быть как таковым собственником предприятия.

В третьем варианте видение предпринимательства неразрывно связывается с риском и неопределенностью в хозяйственной деятельности. Так, Ф. Найт считал, что те люди, которые брали на себя бремя риска и не просчитываемой неопределенности, но при этом гарантировали работникам заработную плату получали право управлять деятельностью большинства и присваивать часть заработка себе. Такие управленцы, по сути, и были предпринимателями.

Четвертый подход сложился в рамках институциональной экономической теории, где различали предпринимателя как субъекта, имеющего выбор осуществления деятельности в рамках контрактных отношений свободного рынка и организацией фирмы.

В пятом видении предпринимательства подчеркивается его инновационный характер деятельности, где предприниматель выступает в роли преобразователя и созидателя [42].

Так, феномен предпринимательства впервые был рассмотрен в теоретической концепции британского экономиста Р. Кантильона в 1725-1730 годах. В своей работе «Эссе о природе торговли в общем плане» он связывал предпринимательство с принятием индивидами на себя риска. При этом экономист разделил предпринимателей на две группы – одни только вкладывают капиталы, другие используют собственный труд и собственные ресурсы [1, с. 3-690].

Французский экономист Ж.-Б. Сэй (1767-1832) в работе «Трактат по политической экономии» впервые выделил важность социальной составляющей экономической деятельности, подчеркнув, что для выполнения предпринимательских функций необходимо постоянство, знание людей, понимание окружающих обстоятельств, умение объединить и привести в действие три фактора производства – природу, труд и капитал [43]. Принимая во внимание, что далеко не каждый способен обладать всеми этими качествами, он пришел к выводу, что «умелость ограничивает число людей, предлагающих свой труд в качестве предпринимателя» [4, с. 3-228].

Представитель немецкой географической школы в экономической науке И. фон Тюнен (1783-1850) попытался развить идеи и исследовательскую логику Р. Кантильона и Ж.-Б. Сэя. Так, к примеру, в качестве основной функции предпринимательства Тюнен рассматривал несение бремени риска и неопределенности на рынке [44]. Это по мнению экономиста главное отличие предпринимателей от людей с фиксированным социальным статусом и источниками дохода. Риск является для них результатом свободного и сознательного выбора, позволяющего получить вознаграждение в виде предпринимательского дохода. И. фон Тюнен выделил еще один источник дохода предпринимателей в виде преимуществ, извлекаемых из осуществления инноваций в сфере производства. Однако у него нет четкого анализа взаимосвязи производственного и рыночного предпринимательства, дохода и производственных инноваций [45].

Основоположник классической школы экономической теории А. Смит в своей работе «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776) характерной чертой экономической деятельности человека считал соблюдение экономического интереса. Экономический человек по Смиту обладает рядом характеристик:

‒ предприимчивостью в реализации хозяйственных замыслов;

‒ компетентностью в ведении дел;

‒ умению сохранять баланс между риском и осторожностью во избежание банкротства;

‒ стремлению к извлечению максимальной прибыли.

При этом Смит утверждает, что основным мотивом и стимулом экономической деятельности человека является его эгоистичный интерес, поэтому предпринимателю отводится особая роль в функционировании капиталистической системы хозяйства [46].

Последователь А. Смитаи его оппонент английский экономист, классик политической экономии Д. Рикардо (1772-1823) определил три основных класса и соответствующие им три вида дохода:

‒ владельцы земли (лендлорды) – рента;

‒ собственники денег и капитала, необходимого для производства – прибыль;

‒ рабочие, занятые в производстве – заработная плата.

По мнению Рикардо капиталистический способ производства в период промышленного переворота на первый план выводит новый тип предпринимателя – «капиталист, ищущий прибыльного применения для своих средств». С этой целью предпринимателю-капиталисту часто приходиться «оставлять менее прибыльное дело для более прибыльного», «извлекать свои фонды из менее прибыльного и помещать в более прибыльное дело». Вскрыв причины и последствия перемещения капитала в период промышленной революции в Англии, Д. Рикардо, однако, не сделал «предпринимательский дух» предметом своего научного анализа [47].

Один из основоположников политической экономии, швейцарский экономист Ж. Сисмонди (1773-1842) рассматривает оборотную сторону предпринимательской деятельности капиталистов, полагая, что источник прибыли и сверхприбыли ‒ это наемный труд рабочего, которому в итоге остается лишь прожиточный минимум. Рост капитала означает лишь рост нагрузки на рабочий класс, но не рост благосостояния населения [48]. По его мнению, предприниматели склонны бездумно вкладывать полученную сверхприбыль в расширение производства, тем самым ограничивая оплату рабочей силы, что в конечном итоге приводит к обнищанию масс.

Наиболее широко и всесторонне данные идеи были обоснованы в работе К. Маркса «Капитал». В частности, Маркс (1818-1883) первым обратился к исследованию феномена капиталистического предпринимательства, связанного с извлечением прибавочной стоимости и эксплуатацией наемных работников. Он отождествлял предпринимателя с собственником капитала, но при этом разграничивал эти две социальные роли, выполняемые в условиях расширенного товарного производства. Так, предприниматель рассматривался Марксом в роли собственника капитала, присваивающего прибыль, а также в роли организатора производства, получающего вознаграждение за труд [49].

Подтверждением данному тезису служит следующий отрывок из «Капитала»: «Тот, кто применяет капитал, даже если он работает с собственным капиталом, распадается на два лица: простого собственника капитала и лицо, применяющее капитал; сам его капитал по отношению к приносимым им категориям прибыли распадается на капитал-собственность, капитал вне процесса производства, сам по себе приносящий процент, и на капитал в процессе производства, который, как капитал, совершающий процесс, приносит предпринимательский доход» [50]. Уточняя различия между ролями капиталиста-инвестора, присваивающего прибыль, и собственно предпринимателя, получающего доход благодаря своему труду, К. Маркс отмечает, что функционирующий капиталист доход выводит не из своей собственности на капитал, а из функции капитала [51].

Предприниматель соединяет в себе функции собственника капитала, субъекта присвоения прибавочной стоимости и организатора производства, и в этой последней своей роли он близок к наемному работнику. Промышленный капиталист, по его мнению, в отличие от собственника капитала, выступает как простой носитель труда вообще, как работник, и притом наемный работник [52]. Таким образом, К. Маркс уже намечает различия между владением собственностью, присвоением прибыли и организацией производства, которые имели весьма важную роль в условиях преобладания акционерного и корпоративного капитала и «революции менеджеров» в середине XX в. [53].

Вслед за К. Марксом признание предпринимательского слоя как дисфункционального явления социума достигло своего апогея в трудах американского экономиста и социолога Т. Веблена (1857-1929) [54]. Предприниматели трактуются им как праздный класс общества. Буржуазия у него как современная форма праздного класса не только бесполезна, но и даже вредна для социума. Предприниматель у Веблена смотрит на доход не как на результат рациональной производственной деятельности, а как на добычу или трофей, которые показывают его предпринимательскую исключительность [55].

Наилучшее выражение праздности Т. Веблен видит в образе жизни предпринимателей:

1) предприниматели не могут действовать максимально рационально, так как скованы нормами социальной системы;

2) использование прислуги в домохозяйстве в большей степени вызвано не необходимостью, а соответствием социальному статусу;

3) доступ к высоким доходам приводит к образу жизни, граничащий с расточительством.

Итак, предприниматель в рамках экономических теорий – комбинатор, управленец и организатор, хозяйственная рисковая деятельность которого подчинена одной цели – максимизации капитала и увеличению прибыли.

Одной из ключевых теорий, активно используемой в социологии предпринимательства, является теория социального капитала, предложенная Пьером Бурдье (Bourdieu, 1986) и Робертом Путнамом (Putnam, 2000). Исследования, основанные на этой теории, фокусируются на том, как предприниматели используют свои социальные сети для доступа к ресурсам, информации, партнерствам и новым возможностям. Важные исследования в этой области ‒ работы Ричарда Сена (Sen, 1999) и Роберта Путнама (Putnam, 2000), которые показали, как наличие или отсутствие доверия и социальных связей между членами общества влияет на экономическое развитие и предпринимательскую активность.

Стоит отметить, что экономическая теория подходит к анализу предпринимательства безлично, рассматривая только деятельность, которая предопределяет экономическую успешность, а значит прибыль. Роль самого предпринимателя отходит на второй план. Между тем историки и социологи сходятся во мнении, что для успешности экономической деятельности важны социально-психологические мотивации и социальные основания предпринимательства [56].

Экономические теории не могли объяснить почему у одних предпринимательская деятельность давала высокий доход, а другие были не ликвидны. В данном аспекте важным оказывался психологический склад человека и его мотивы. Под типами характера предпринимателя понимается интеллект и нацеленность на новое знание, (И. Кирценер) воображение и изобретательность (Дж. Шэкл), личная энергия и воля к действию (Ф. Визер, Й.Шумпетер), сочетание ума и фантазии (В. Зомбарт) [57].

Под мотивами исследователи понимают не только извлечение денежного дохода, он обязателен как конечная цель любого предпринимателя, поэтому несет экономическую функцию. При этом узкий экономический мотив дополняется социальными мотивами, включающими в себя общественное признание и деловую репутацию (рисунок 1).

Деловая репутация

Социальное признание

Денежный доход

Личный вклад

Риски и неопределенности

Социальные

результаты

Экономические

результаты

Процесс

деятельности

Рисунок 1 – Структура предпринимательской мотивации

Примечание – Составлено по источнику [58]

В данном аспекте исследовательские возможности к анализу предпринимательства значительно расширяются в рамках социологического подхода. Понятие «предпринимательство» в социологии рассматривается как вид социальной группы, обладающий совершенно уникальными социально-обусловленными отношениями и связями, а также закономерностями своего функционирования и последующего развития.

В рамках обоснования социологических концепций рассмотрены теории классиков экономической социологии М. Вебера и В. Зомбарта.

Исследования, основанные на социологии неофункционализма, подчеркивают роль предпринимательства как социального института, который влияет на общественные нормы, ценности и поведение. Эти исследования акцентируют внимание на том, как предприниматели адаптируются к изменениям в социальной структуре и как культурные и социальные установки общества влияют на их деятельность (Giddens, 2006).

Немецкий социолог, философ и политический экономист М. Вебер(1864-1920) утверждает, что тенденцией исторического процесса является возрастающая рационализация социального действия. По Веберу социальное действие обязательно мотивировано, так как связано с ожиданием реакции со стороны окружения. В этом аспекте Вебер рассматривает поведенческие особенности индивида в экономической сфере, которое объясняется строгой ориентированностью на потребности окружения. «Дух капитализма» по Веберу – это определенный склад мышления и поведения, для которого характерно «систематическое и рациональное стремление к получению законной прибыли в рамках своей профессии» [59].

Для развития капитализма необходима перестройка сознания и образа жизни социальных групп. «Идеальный тип» капиталистического предпринимателя существует ради дела, а не наоборот. Мышление идеального предпринимателя по Веберу нацелено нисколько заработать больше денег, сколько получить ровно столько, сколько ему необходимо на жизнь. Следовательно, идеального капиталиста можно воспитать в соответствии с определенной этикой поведения. При этом этика поведения выстраивается в рамках религиозных канонов. М. Вебер четко прослеживал причинно-следственную связь между набожностью и предприимчивостью. Он видел источник происхождения «рационального промышленного капитализма» в протестантских религиозно-этических учениях, в частности в кальвинизме.

Вебер считал, что «идеальный тип» предпринимателя с «ярко выраженными этическими качествами» произошел благодаря реформации и сформировался в эпоху промышленного переворота и индустриального капитализма. При этом основой мотивацией предпринимательской деятельности выступает стремление личности к власти и почету, которые достигаются в первую очередь за счет материального достатка. В основе развития капиталистического рационализма Вебера лежит иррациональный момент – религия как основание психологии, образа мыслей и жизни человека [60]. В этом смысле Вебер один из первых предлагает рассматривать основы предпринимательской деятельности через социально-психологический набор компетентности индивида.

Так, предприниматель у Вебера, воспитанный в духе протестантской этики, является полной противоположностью спекулянтам и авантюристам, потому что он имеет набор необходимых для такой деятельности качеств:

* сдержанность и скромность;
* осмотрительность и решимость;
* умеренность и упорство;
* преданность делу;
* приверженность буржуазным воззрениям.

Высшим критерием признания для такого индивида является не богатство, а чувство хорошо исполненного долга. При этом предпринимательство в целом рассматривается М. Вебером как образ жизни, «при котором человек существует для дела, а не дело для человека». Огромная заслуга Вебера состоит в том, что, последовательно применяя свой метод понимающей социологии, он выделил универсальную роль протестантизма для развития капитализма в Европе [61].

Теорию «идеальных типов» М. Вебера в изучении предпринимательства развил немецкий социолог, экономист и историк В. Зомбарт (1863-1941), который пытался решить вопросы об источниках и факторах развития европейского капитализма и видел их в усилении и распространении рационализма. Заслуга Зомбарта состоит в том, что он не ограничился рассмотрением действия какого-то одного фактора, а попытался обобщить весь комплекс социально-экономических и социокультурных, психологических причин возникновения и развития капиталистического предпринимателя.

В своем историко-социологическом анализе Зомбарт подробнейшим образом раскрыл социальный портрет предпринимателя различных времен и народов [62]. В частности, он пришел к выводу о наличии духовных основ, на которых опирается капитализм. Это предпринимательский дух, который воплощает жажду денег, страсть к приключениям, изобретательность, и мещанский (гражданский) дух – склонность к счету и осмотрительность, благоразумие и хозяйственность.

По мнению Зомбарта, чтобы достичь успеха предприниматель должен быть завоевателем, организатором и торговцем одновременно. Находясь в каждой из этих ролей, предприниматель должен реализовывать набор соответствующих качеств. К примеру, являясь «завоевателем» ему потребуются такие качества, как способность к составлению, осуществлению и выполнению плана, упорство и постоянство, решимость и сила к преодолению препятствий, готовность к риску, духовная эластичность. Будучи «организатором», он должен правильно оценивать и подбирать людей, рационально налаживать их работу. Как «торговец» – уметь вести переговоры, убеждать покупателя (продавца) в выгодности заключаемой сделки, возбуждать интерес к своим товарам.

В. Зомбарту импонировала «схема добродетелей», сформированная американским ученым и общественным деятелем В. Франклином (1706-1790), которая состояла из 13 пунктов и включала: умеренность, молчание, порядок, решимость, невзыскательность, прилежание, откровенность, справедливость, обуздание, чистоплотность, спокойствие духа, целомудрие, кротость.

В понимании В. Зомбарта «быть хорошим деловым человеком» ‒ это не только содержать свое хозяйство в образцовом порядке, но и обладать соответствующей деловой моралью. Деловая мораль в свою очередь подразделяется на «мораль в деле» (относится к коммерческой солидности, верности договорам) и «мораль для дела» (мещанской благопристойности, нравственному образу жизни) [62, с. 51-63]. Таким образом, можно говорить о том, что предпринимательство в концепции Зомбарта представляет собой осуществление дальновидного плана, с целью процветания и роста прибыльного дела, для претворения которого в жизнь требуется длительное сотрудничество нескольких лиц под объединяющим их всех руководством.

Растет интерес к социологическому анализу инновационных процессов в предпринимательстве, в том числе в контексте стартапов и технологических компаний. Эти исследования фокусируются на том, как предприниматели создают новые идеи, какие социальные сети и культурные контексты способствуют инновациям, и как социальные изменения влияют на инновационные практики (Schumpeter, 1934; Lécuyer, 2011).

Продолжая традиции М. Вебера и В. Зомбарта в изучении «человеческого фактора» капитализма, австралийский экономист Й. Шумпетер(1883-1950) поставил фигуру предпринимателя в центр теории экономического развития, экономического роста и научно-технического прогресса. Шумпетер убедительно доказал, что быть предпринимателем – это «значит делать не то, что делают другие и делать не так, как делают другие» [63]. Предпринимательскую функцию он рассматривал как особую в социально-экономическом процессе, отождествляя ее с функцией экономического лидерства и новаторства [64].

Сущность предпринимательской деятельности Шумпетер видел в осуществлении любого из пяти типов «новых комбинаций»:

1) изготовление нового продукта;

2) внедрение нового метода производства;

3) освоение нового рынка сбыта;

4) привлечение новых ресурсов;

5) проведение реорганизации деятельности [65].

В своей работе «Теория экономического развития» Шумпетер подчеркивает важность введения новшеств, претворения в жизнь инноваций. Функцией предпринимателя Шумпетером видится в том, чтобы реформировать или революционизировать способ производства через новые изобретения или посредством реализации неиспытанных технологических возможностей для производства новых товаров [66]. Шумпетер справедливо признан родоначальником современного понимания предпринимательства в связи с социально-экономическим развитием общества. Его теорию предпринимательства следует отнести к социальным концепциям, прежде всего потому, что именно он выделил предпринимателя как ключевую фигуру социально-экономического развития, фактора социального прогресса.

В своем труде «Теория экономического развития» Шумпетер раскрывает ведущую роль предпринимателя в общественном развитии. Так, он считает, что предприниматель – это хозяйственный субъект, активный элемент капиталистической экономики, функцией которого является осуществление новых комбинаций имеющихся факторов производства, создание инновации. Предприятием тогда будет считаться процесс осуществления новых комбинаций и то, в чем эти комбинации воплощаются: в заводах, фабриках и тому подобное [67].

Предпринимателем у Шумпетера может стать человек любой профессии, до тех пор, пока он осуществляет нововведение. С другой стороны, предприниматели – отдельная группа людей-новаторов по своей сути, которые имеют свою систему ценностей и ведут своеобразный отличный от других стиль жизни. По мнению Й. Шумпетера, для развития предпринимательства необходимы два основных фактора: организационно-хозяйственное новаторство и экономическая свобода [68]. Главная цель его работы была в фундаментальном анализе сущности предпринимательской деятельности с точки зрения ее социальной значимости и прогрессивной роли в общественном развитии [69].

Таким образом, в рамках социологического подхода предприниматель выступает, не просто как субъект экономической системы в чистом виде, но и как субъект, испытывающий влияние со стороны социальной, культурной, этической, религиозной, правовой и других сфер общественной жизни.

Предприниматель по Шумпетеру – это прежде всего новатор, осуществляющий такую сложную комбинацию факторов производства, результатом которой становится товар или услуги, предназначенные для удовлетворения конкретной общественной потребности. Другими словами, вся экономическая деятельность ориентирована на определенную совокупность общественных потребностей. Чем богаче и разнообразнее потребности общества, тем разнообразнее предпринимательская деятельность, которая ими движима [70].

Теоретические взгляды М. Вебера, В. Зомбарта и Й. Шумпетера составляют основу большинства современных западных разработок о предпринимательстве с точки зрения влияния социальных факторов.

Значительный вклад в развитие теории предпринимательства внес известный американский ученый П. Друкер. В своих трудах он подчеркивает особую роль в развитии теории предпринимательства французского экономиста Ж.Б. Сэя, который утверждал, что предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и доходов в область более высокой производительности и прибыльности. Друкер поддерживает точку зрения Сэя о комбинировании факторов производства как важной функции предпринимателей, причем на основе всемерного использования инноваций. Друкер положительно относится также к основным положениям учения Шумпетера о предпринимательстве и предпринимателях.

По мнению П. Друкера, предприниматель ‒ это человек, который открывает свой собственный новый мелкий (малый) бизнес, но при этом не всякий мелкий бизнес является предпринимательским, а только тот, который создает новый рынок, формирует новых покупателей. Чтобы малое предприятие функционировало как предпринимательское, оно должно обладать особыми свойствами. Предпринимательским является предприятие если в основе его деятельности, согласно Друкеру, лежит осознание того факта, что выпускаемые изделия имеют индивидуальные характеристики, спрос на них вырос до такой степени, что образовался рыночный сегмент, а новая техника делает возможным превращение сложных операций в научный процесс [71].

П. Друкер считает, что предпринимательство нельзя отнести ни к науке, ни к искусству, так как это конкретная практическая деятельность [72]. Предпринимательство имеет свою базу знаний, которые и являются средством достижения цели. Друкер считает, что предпринимательству следует учить [73]. Согласно Друкеру, базой предпринимательства являются современные знания. Содержанием, функцией предпринимательства выступают нововведения во всех сферах деятельности, в том числе и в управлении, поэтому управление ‒ это новая технология (а не новая отрасль или изобретение), которая делает американскую экономику предпринимательской.

Мы согласны с утверждением П. Друкера о том, что нововведения являются особым инструментом предпринимателей, средством, при помощи которого они используют изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса и услуг. Поэтому в задачи предпринимателей входят целенаправленный поиск источников нововведений, а также изменение их признаков, указывающих на возможность достижения успеха.

По Друкеру, для предпринимательства изменения ‒ вполне нормальное и естественное явление. Новые идеи и составляют смысловую основу термина «предприниматель», поэтому предпринимательской задачей является «созидательное разрушение», как указывал Й. Шумпетер. Предпринимателей отличает инновационный тип мышления. Инновационность ‒ особый инструмент предпринимательства, который направлен на то, чтобы вдохнуть в имеющиеся ресурсы новые свойства с целью создания благ. Ресурс как таковой не существует до тех пор, пока человек не найдет в природе что-нибудь полезное и не наделит его экономической ценностью [74].

По мнению ученого, предприниматель ‒ это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой. Согласно П. Друкеру, в принципе предпринимательство не является рисковой деятельностью, за исключением осуществления бизнеса в отдельных отраслях. Отдельные предприятия разоряются, потому что предприниматели являются некомпетентными людьми в той сфере бизнеса, в которой функционировали их предприятия [75].

В целом, рассматривая различные теории изучения и осмысления понятия «предпринимательства» можно сделать общий вывод, что реализация человека в предпринимательстве неразрывно связана с развитием индивида в политических, экономических и социальных плоскостях. При этом успешность предпринимателя зависит от его активности, социальных навыков и готовности к инновациям [76].

На основе различных научных подходов предпринимательская деятельность сегодня подразделяется на несколько видов:

– производство товаров и услуг, включающие в себя инновационную и научно-техническую деятельность;

– посредническая деятельность;

– консультационная деятельность, аудит, оценочную деятельность.

В целом, сегодня мы можем говорить о предпринимателях как о большой̆ группе людей, которые составляют новую страту с характерными признаками и внутренней структурой. В советский период развития нашей страны предпринимательство отторгалось и было под запретом. В период перехода к рыночному развитию коммерция стала не привилегированным видом деятельности, а больше инструментом к выживанию. Современные же государственники, осознавая важность предпринимательской страты как одной из составляющей среднего класса, развитию предпринимательства уделяют ведущее значение. Правильная организация и управление экономической деятельностью может превратить любое государство в предпринимательское общество. Эта мысль очень важна для казахстанской экономики, которая фактически стала неуправляемой, так как командно-административная система разрушена, экономические законы рыночной экономики действуют слабо, а рыночная инфраструктура пока не создана. Между тем совершенный рынок в западных странах формировался веками и это был длительный и затратный процесс, включавший в себя множество экономических, социальных, политических и правовых изменений. Кроме того, немаловажную роль в формировании предпринимательского рынка в западных странах играет и религиозная составляющая, что подчеркивалось в теории М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма».

Вместе с тем это не означает, что развивающиеся страны не смогут сформировать свой уникальный успешный рынок. Важно понимать, что формирование совершенного предпринимательского рынка – это длительный процесс, который требует определенных усилий и ресурсов. Изучение классических теорий предпринимательства может оказать значительное влияние на формирование рынка в текущее время, поскольку эти теории содержать ключевые принципы и концепции, которые могут помочь предпринимателям эффективно вести свою деятельность в современных условиях.

**1.2 Сравнительный анализ социальной составляющей в классических теориях и современных концептуальных подходах к понятию предпринимательской деятельности**

В данном параграфе предлагаем разобрать трансформацию понятия «предприниматель» от классических теорий до отечественных концепций, отражающих социальный подход к изучению предпринимательской деятельности. Если в классических экономических теориях предприниматель ‒ это индивид, принимающий на себя риск надеждой̆ получить доход, и готовностью к потерям, то в современном видении предприниматель рассматривается как индивид, нуждающийся в реализации своих способностей. При этом предпринимательская деятельность подразумевает обязательное введение новшества.

В социологических теориях предприниматель рассматривается человеком, действующим в условиях умеренного риска и обладающим отличительными социальными чертами: инновационной восприимчивостью, толерантностью и индивидуализмом. В более поздних научных воззрениях предприниматель представляется человеком, идущим на риск при создании новой̆ организации или при внедрении новой̆ идеи, продукта или услуги. В российской социально-экономической науке предприниматели рассматриваются в первую очередь как социальный слой на который возлагается важная роль преобразователя общества, возникшее в результате микса организационно-хозяйственного новаторства и экономической̆ свободы [77].

Постсоветские исследователи считают предпринимательство особым творческим видом экономической деятельности и поведения человека, которое служит повышению социального уровня жизни общества. Казахстанские исследователи рассматривают предпринимателей как основу среднего класса с присущими им набором социальных качеств и характеристик. Ниже приведен подробный̆ анализ концепций зарубежных и отечественных теоретиков о природе предпринимательства (Приложение А).

Одной из ключевых тем современных социологических исследований предпринимательства является неформальная экономика (или «теневой сектор»). Социологи изучают, как и почему люди в различных странах участвуют в неформальном предпринимательстве, какие социальные и экономические условия способствуют этому, а также как неформальный сектор влияет на развитие формальных экономик (Polese, 2015) [38, р. 232-248].

В последние десятилетия социологи и экономисты начали активно исследовать процессы, связанные с предпринимательской активностью в Казахстане, особенно в контексте экономической трансформации 1990-х годов. Важным вкладом в понимание неформальной экономики является работа А. Полиза, который анализирует роль неформальных предпринимателей в развитии экономики, их взаимодействие с государственными структурами и влияние на социальную структуру общества (Polese, 2015). Исследования Полиза подтверждают, что в странах с переходной экономикой неформальный сектор играет ключевую роль в обеспечении занятости и экономической стабильности, что актуально и для Казахстана, где неформальные формы предпринимательства распространены в различных отраслях.

В странах с переходной экономикой (например, в странах Центральной и Восточной Европы, а также в Казахстане) неформальный сектор играет ключевую роль в обеспечении занятости и поддержании экономической активности. Неформальные предприниматели часто вынуждены действовать в «серых зонах» экономики, где их деятельность не полностью соответствует законодательным нормам, но это позволяет им обходить бюрократические препятствия и налоги. Такие предприниматели, несмотря на свою деятельность вне формальных рамок, зачастую оказываются основными двигателями экономической активности в условиях экономической нестабильности (Полиз, 2015).

А.Полиз отмечает, что причины распространенности неформальности могут быть различными, включая высокий уровень бюрократизации, коррумпированные госструктуры, недостаточность инфраструктуры для поддержки малого бизнеса и низкий уровень доверия к официальным экономическим институтам. В странах с переходной экономикой неформальные предприниматели часто сталкиваются с дискриминацией со стороны государственных органов, которые затрудняют их официальную регистрацию и ведение бизнеса в рамках формальной экономики. Это также подтверждается исследованиями других авторов, таких как Сандерс (2014), который выявил, что в постсоветских странах предприниматели сталкиваются с множеством административных барьеров и высокими налоговыми ставками.

Развитие предпринимательства в Казахстане тесно связано с особенностями социальной структуры и культурными факторами. Исследования показывают, что предприниматели в Казахстане часто сталкиваются с барьерами, связанными с доступом к финансам, бюрократическими препятствиями, а также с особенностями социальной мобильности и неформальными сетями. Например, многие предприниматели действуют в сером секторе экономики, что связано с неформальными практиками и ограничениями официального регулирования (Polese, 2015).

Также важным аспектом для понимания социальных факторов, влияющих на предпринимательство в Казахстане, является работа Азамата Жунисбая, который анализирует, как социальные и экономические изменения в переходный период (1990-е годы) способствовали адаптации казахстанцев к новым условиям жизни (Жунисбай, 2017). В частности, Жунисбай показывает, как экономическая трансформация повлияла на формирование нового типа предпринимателей, ориентированных на адаптацию к изменяющимся условиям рынка и социальной мобильности. Это исследование важно для понимания, как предпринимательская культура в Казахстане развивалась в условиях неопределенности и быстрых изменений.

Социальный капитал играет важную роль в развитии предпринимательства в Казахстане. Как отмечает Пьер Бурдье (Bourdieu, 1986), предприниматели строят свои успехи не только на экономическом капитале, но и на социальных связях, которые становятся ключевыми для решения проблем с доступом к ресурсам и информации. В Казахстане, в силу исторических и культурных особенностей, социальные сети предпринимателей становятся важным механизмом адаптации к экономическим и институциональным изменениям.

Сравнительный анализ имеющихся подходов в исследовании сущности предпринимательства указывает, что ключевыми терминами в описании данного феномена выступают в первую очередь экономические дефиниции:

‒ инновационный характер деятельности;

‒ несение бремени риска или неопределенности;

‒ получение прибыли или работа с капиталом.

Как показывает анализ концепций различных школ, каждая из них имеет свой подход к описанию феноменов «предприниматель» и «предпринимательская деятельность». Одна школа делает упор на личных качествах предпринимателя, другая связывает предпринимательскую деятельность с возможностью нововведений, третья предполагает получение новых знаний и лидерства. В рассмотренных работах сущность предпринимательства в большей степени исследуется в рамках экономической теории, в то время как мало внимания уделено исследованию собственно социальной составляющей предпринимательства.

Отечественный социологический подход отличается от зарубежных теорий тем, что сущность предпринимательства изучается только в рамках концепций исследования среднего класса. В данном аспекте стоит отметить, что иерархия такой страты может соответствовать понятиям малого и среднего предпринимательства (бизнеса). Развитие предпринимательства сталкивается со множеством проблем - информационные, финансовые, институциональные, образовательные и государственные (бюрократизм, коррупция). Образование предпринимательского класса необходимо для стабильности любого общества, ориентированного на рыночную экономику.

Развитое частное предпринимательство требует предоставление предпринимательского шанса каждому, создания равных для всех стартовых возможностей. Однако, к сожалению, социальные аспекты развития и функционирования предпринимательства не учитываются в казахстанской науке и нормотворчестве. Так, согласно Гражданскому кодексу РК «предпринимательством является самостоятельная, инициативная деятельность граждан, кандасов и юридических лиц, направленная на получение чистого дохода путем использования имущества, производства, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство) [78].

Предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя». В этих условиях возникают вопросы к проводимой государственной поддержке предпринимательства, так как в отсутствии научно-обоснованных методик изучения социальной основы бизнеса невозможно добиться эффективности рынка и прибыли. Между тем социокультурный аспект ментальности предпринимательства выступает как одно из объективных содержаний мировосприятия и поведения людей. Понимание данных аспектов может помочь апробировать существующие механизмы социальных характеристик развития ментальности предпринимательства на широкие слои общества.

Принятие *нового Социального кодекса Республики Казахстан* в 2023 году стало важным событием в области социальной политики страны. Кодекс значительно расширяет правовые и институциональные рамки, в которых функционирует социальное предпринимательство, и оказывает непосредственное влияние на развитие социального потенциала предпринимательства в Казахстане. Рассмотрим, как новый Социальный кодекс влияет на социальный потенциал развития предпринимательства в стране:

1. Институционализация социальной ответственности бизнеса:

Социальный кодекс предусматривает создание правовых и организационных механизмов для стимулирования социально ответственного бизнеса, что является основой для развития социального предпринимательства. В частности, кодекс вводит понятие социальной ответственности предпринимателей перед обществом и способствует внедрению корпоративной социальной ответственности (КСО) в практику бизнеса. Законодательное признание социальной ответственности предпринимательства стимулирует бизнес-структуры к более активному участию в решении социальных проблем, таких как экологические вопросы, поддержка уязвимых слоев населения, улучшение качества жизни и создание рабочих мест. Это расширяет социальный потенциал предпринимательства, в частности, малого и среднего бизнеса (МСБ), который имеет возможность влиять на социальную сферу на местах, создавая устойчивые и социально ориентированные бизнес-модели.

2. Развитие социальных услуг и бизнеса в социальной сфере:

Социальный кодекс активно регулирует и поддерживает сферу социальных услуг, что создает возможности для предпринимателей развивать бизнес в этой области. В частности, кодекс регулирует такие направления, как социальная защита, помощь людям с ограниченными возможностями, пенсионное обеспечение, поддержка многодетных и малоимущих семей. В этих областях создаются новые возможности для предпринимателей, которым предоставляется правовая база для создания предприятий, ориентированных на решение социальных проблем. Это открывает дополнительные перспективы для социального предпринимательства, которое может предлагать инновационные решения в сфере социальных услуг, таких как специализированные учреждения, реабилитационные центры, школы и медицинские учреждения.

3. Государственная поддержка социального предпринимательства:

Социальный кодекс также вводит новые механизмы государственной поддержки социального предпринимательства, такие как налоговые льготы, субсидии, гранты и другие формы финансовой поддержки для предпринимателей, работающих в социальной сфере. Это способствует созданию благоприятной среды для роста социальных инициатив и поддерживает развитие предпринимательства в таких областях, как здравоохранение, образование, культура, экологическая устойчивость и инклюзивный бизнес. Такие меры государственной поддержки активно способствуют созданию устойчивых социальных предприятий, которые ориентированы на решение местных социальных и экономических проблем, таких как безработица, бедность и неравенство.

4. Стимулирование инклюзивного предпринимательства:

Согласно положениям Социального кодекса, социальное предпринимательство также направлено на повышение инклюзивности, что открывает дополнительные возможности для предпринимателей, работающих с уязвимыми группами населения, включая инвалидов, пожилых людей, молодежь, женщин и другие социально уязвимые группы. Развитие инклюзивного предпринимательства способствует увеличению социального потенциала бизнеса, поскольку предприниматели начинают создавать продукты и услуги, ориентированные на потребности этих групп. Социальный кодекс способствует созданию платформ и институтов для обмена опытом и информацией, что помогает малому и среднему бизнесу развивать инклюзивные практики.

5. Развитие предпринимательской культуры в социальной сфере:

Социальный кодекс акцентирует внимание на необходимости развития предпринимательской культуры в социальной сфере, что способствует формированию нового типа предпринимателя, ориентированного не только на экономическую, но и на социальную отдачу. Такой подход формирует новые возможности для бизнеса, поскольку предприниматели становятся более заинтересованными в социальных результатах своей деятельности и могут вкладывать средства в проекты, которые направлены на улучшение социальных условий в их регионах. Это создает социальную ценность, повышая уровень жизни и обеспечивая устойчивое развитие общества в целом.

6. Роль в устойчивом развитии регионов:

Социальный кодекс также играет важную роль в поддержке устойчивого развития регионов, предоставляя местным предпринимателям правовые и экономические инструменты для создания бизнесов, которые решают социальные проблемы на локальном уровне. Это важный аспект, поскольку социальный предпринимательский потенциал в регионах способствует не только решению социальных вопросов, но и экономическому развитию. Малый и средний бизнес, ориентированный на социальные потребности, создает рабочие места, стимулирует инновации и помогает решать проблемы, такие как бедность, низкий уровень образования и доступность медицинских услуг.

Изучение различных подходов к предпринимательской деятельности показывает важность учета социальных характеристик общества при построении эффективной экономической модели. Согласно классическим и современным теориям, основные качества, которые должны быть присущи предпринимателю, это предприимчивый дух, стремление к новаторству и готовность к риску.

Стремительное изменение социально-экономической жизни нашей республики ставит на новый уровень задачи по научному осмыслению и комплексному анализу сложных и многоплановых вопросов роли социального контекста в становлении и развитии предпринимательства [79].

Таким образом, социальный контекст включает в себя то, как люди рассматривают возможности для создания бизнеса, какие ресурсы доступны для запуска новых предприятий и как они могут взаимодействовать с другими участниками рынка. Одним из ключевых аспектов социального контекста является культура предпринимательства, включающая в себя тот набор ценностей, который поощряет инновации и предпринимательство, формирует социальное чувство уверенности в своих бизнес-возможностях. Другой важный аспект социального контекста - доступность ресурсов для развития предпринимательства. Например, доступность кредитов или грантов для малых предприятий. Кроме того, наличие инфраструктуры, такой как предпринимательские инкубаторы или акселераторы, может обеспечить предпринимателям необходимые инструменты и знания для запуска и развития своих бизнесов. Также социальный контекст может способствовать взаимодействию между предпринимателями и другими участниками рынка, что формирует здоровую конкуренцию и развитие. Например, наличие кластеров предприятий в определенном регионе может создавать благоприятную среду для обмена опытом и знаниями. Указанное будет повышать шансы на бизнес-успех малых предпринимателей и укреплять предпринимательскую среду.

**1.3 Социальный потенциал развития предпринимательства**

Понятие предпринимательства многогранно, так как включает в себя различные социально-экономические и социокультурные аспекты и смыслы. В то же время, не всякая часть общества может нести в себе предпринимательские функции. В этой связи, приобретает важность исследование социального потенциала предпринимательства и ответить на вопрос какими чертами должно обладать общество чтобы его индивиды могли быть успешными в экономическом плане.

Социальный потенциал можно раскрыть через описание значений слов:

а) «социальный» - общественный, относящийся к жизни людей и их отношений в обществе;

б) «потенциал» - совокупность всех имеющихся возможностей, средств в какой-либо области, сфере [80].

Таким образом, под социальным потенциалом предпринимательства следует рассматривать совокупность социальных ресурсов и возможностей бизнеса, которые используются для достижения индивидуальных целей личности. Носителем социального потенциала предстает человек, выступающий в качестве и средства, и цели производства одновременно. Социальное пространство и социальный потенциал в научной литературе не имеет однозначного толкования.

Первое представление сущности и структуры социального потенциала можно проследить у К. Маркса в его теории рабочей силы. Маркс выдвинул гипотезу, что рабочей силой является совокупность физических и духовных способностей человека, что и лежит в основе потенциала личности. Достижение конечного результата в производстве можно лишь в кооперации с потенциалом других индивидов, то есть за счет контакта людей в процессе труда. В этой связи социальный потенциал коллектива раскрывается через социальные отношения в нем [81].

Украинский социолог Т.О. Петрушина представляет социальный потенциал как специфический ресурс социума, совокупности возможностей отдельных социальных групп и общества в целом. По ее мнению, социальный потенциал предполагает наличие определенных социальных характеристик людей, составляющие трудовые ресурсы.

Между тем, образовательной функции придается особый статус. Так, Петрушина Т. считает, что использование новых знаний и технологий в развитии общества, превращение интеллекта, творческого потенциала человека в ведущий фактор экономического роста является основой инновационного развития экономики.

Знания и способности будучи возобновляемым ресурсом, признаются в данном типе экономического развития общественной ценностью наравне с природными богатствами. Вместе с тем, для создания такого рода ресурса необходимы постоянные инвестиции в человеческое развитие. Согласно исследовательским выводам Петрушиной, результат такого инвестирования оправдан, так как руководство стран, демонстрирующих стабильный экономический рост и инновационные прорывы, проводит системную политику в области образования и развития человеческого потенциала.

В свою очередь, современные российские социологи дают различные интерпретации социального потенциала.

Наиболее существенные компоненты современного социального потенциала общества выделил российский социолог А.И. Турчинов. По его мнению, потенциал общества состоит из уровня культуры и образованности граждан, качества социальных условий и отношений, степени доверия граждан к властям и субъектам управления, благоприятной среде в социуме. Исследование такого рода социальных характеристик позволит получить примерную картину способности и готовности общества к переменам [69, с. 8-10].

Социальный потенциал в самом общем определении у Е.В. Павловой рассматривается как совокупность материальных и духовных ценностей общества, которые определяют потенциальную возможность развития или дезинтеграции социума. С этой точки зрения социальный потенциал представляет собой характеристику наличных способностей, не реализованных в деятельности.

Согласно выводам Э.Ф. Бургановой в общем смысле потенциал – это запас, незадействованные ресурсы, способности, таланты, энергия. В зависимости от критерия оценки различают экономический, социальный, политический, научный, культурный потенциал; потенциал общества, региона, района, коллектива, отдельного индивида. Можно говорить о потенциале какого-либо отдельного явления или процесса, например, потенциале малого бизнеса, предпринимательском потенциале.

При этом, как считает Бурганова Э., социальный потенциал общества раскрывается через социальные отношения.

С позиции системного подхода «социальный потенциал представляет собой системную совокупность возможностей и способностей индивидов, социальных групп и общества в целом, которые формируются их действиями, взаимодействиями и отношениями, обеспечивая общественное воспроизводство» [82]. При этом, социальному потенциалу характерны следующие взаимозависимости:

‒ изменения социального потенциала инициируют изменения структуры общества;

‒ структура и сущностные свойства полей социального пространства определяются реализуемыми в них функциями, характером и особенностями социальных взаимодействий;

‒ структура и сущностные характеристики социального потенциала обуславливаются и изменяются в зависимости от количественных и качественных показателей человеческого потенциала, определяющего способность к воспроизводству социального потенциала [83].

Исследователь М.А. Нугаев выделяет два элемента социального потенциала:

‒ наличный социальный потенциал – совокупность человеческих способностей, имеющихся в наличии;

‒ перспективный социальный потенциал – это возможности человека, которое отсутствует, но могут сформироваться при определенных условиях.

Первый элемент основан на том, в какой сфере человеческого бытия реализуется социальная активность и соответственно подразделятся на три вида: трудовой, общественно-политический и духовный потенциалы.

Второй учитывает специфику потенций (способности, таланты, качества) человека и, исходя из этого, определяет субпотенциалы:

‒ инновационно-творческий – определенный набор способностей человека к постановке и решению творческих задач, проявлению инициативы и предприимчивости;

‒ профессионально-квалификационный – совокупность умений и навыков человека, позволяющие выполнять трудовые и производственные функции;

‒ ценностный или духовно-нравственный – система ценностей, определяющая мотивацию и поведение человека;

‒ интеллектуальный – совокупность умственных способностей, талантов и знаний человека, которые могут быть применены им в какой-либо сфере деятельности;

‒ психосоматический или психофизиологический – это душевные (воля, характер и т.д.) и телесные (здоровье, сила) возможности человека, обеспечивающие удовлетворение его биологических и социальных потребностей [67, с. 144-153].

Реализованный социальный потенциал приводит к определенному социальному эффекту и находит отражение в изменении социума. Социальный потенциал малого бизнеса и предпринимательства – характеристика меры и качества совокупных способностей к предпринимательской деятельности. Он реализуется через механизм занятости в процессе малого производства и тесно связан с экономическим потенциалом малого бизнеса и предпринимательства [84]. Проблема полного задействования социального потенциала малого бизнеса поддается решению социологическими методами и инструментарием.

Свобода предпринимательства наравне с частной собственностью рассматривается как основа рыночной экономики, а предприниматель – как главная фигура рынка. В этом случае можно анализировать предпринимателя как объект социологического исследования в рамках структурного и функционального подхода.

Структурный подход определяет статусные характеристики, соответствующие понятию предпринимателя и выделение лиц, обладающих этими характеристиками: владельцы собственного бизнеса (с образованием юридического лица или без), руководители предприятий, обладатели статуса, соответствующего предпринимательскому, наличие предпринимательского дохода и его высокое место в совокупном доходе, и т.д. [85]. Такие характеристики будут формальными, что предполагает погрешности определения лиц, подходящих под описание предпринимателя. Трудности структурного определения предпринимателя в качестве объекта исследования описывают В.В. Радаев, А.В. Безгодов, и многие другие исследователи [86].

Функциональный подход (Р. Кантильон, А. Смит и Жан-Батист Сэй)выделяет предпринимателей как эмпирический объект на основе выполнения ими определенных функций: управление хозяйством с целью извлечения прибыли, осуществление хозяйственных инноваций, несение бремени хозяйственных рисков и неопределенности, и т.д. [87]. Эмпирические исследования предпринимательства, в зависимости от целей и назначения, используют оба подхода, или их комбинации и модификации [88]. В нашем исследовании мы идем по пути комбинации двух подходов и предлагаем изучить социальный потенциал предпринимательства на основе структурно-функционального анализа. Социальный потенциал предпринимательства можно рассматривать в качестве показателя социально-экономического развития общества [89]. При этом роль и значение предпринимательства в экономическом развитии страны заключается в том, что:

‒ предпринимательство влияет на структурную перестройку в экономике, увеличение объемов производства и предоставления услуг, инвестиционной деятельности и формирования инфраструктуры бизнеса;

‒ предпринимательство способствует развитию перспективных направлений хозяйственной деятельности, осуществлению инновационных процессов, более быстрому обновлению технико-технологической базы и номенклатуры продукции;

‒ развитие предпринимательства создает благоприятную среду для конкуренции;

‒ предпринимательство обеспечивает сильнодействующие стимулы к высокоэффективному труду, способствует экономии и рациональному использованию всех ресурсов. В большинстве случаев личности, которые имеют собственный бизнес и благодаря этому сильнее побудительные мотивы, больше заинтересованы в качественной и продуктивной работе, чем наемные работники;

‒ создает новые рабочие места, проводит благотворительную деятельность.

Качественную сторону социального потенциала предпринимательства составляют следующие характеристики:

‒ демографические характеристики работников;

‒ их физическое состояние и здоровье;

‒ образовательный и квалификационный уровень;

‒ социальная активность и инициативность;

‒ социальный статус [90].

Совокупность данных характеристик предопределяет социальный портрет предпринимателя. Подводя итоги, стоит подчеркнуть, что социальный потенциал – это система отношений, которое не ограничиваются рыночными и обеспечивают формирование новых стимулов и мотивов экономического развития, инноваций, обеспечивают новые формы соединения факторов производства и ресурсов производства [91].

Предпринимательство в сегодняшнем Казахстане, хотя и испытывает значительные трудности, уже свершившийся факт. В нашей стране интенсивно создаются все предпосылки развития предпринимательской деятельности, в частности, осуществлена большая работа по приватизации собственности, благодаря которой создается прочная экономическая основа для развития предпринимательства, значит и общества в целом.

Однако казахстанский бизнес – это тот сектор экономики, который в буквальном смысле порожден реформами, что не всегда дает положительные плоды. Образование предпринимательского класса необходимо для формирования стабильного и сильного среднего класса. Задача государства создать условия для предоставления предпринимательского шанса каждому, предоставив равные для всех стартовые возможности. Периодом зарождения в стране цивилизованного бизнеса можно смело назвать 1997 год, когда был принят Указ Президента страны от 07.07.1997 г. №3589 «О приоритетных и региональных программах поддержки и развития малого предпринимательства в Республике Казахстан».

Малый бизнес составляет значительную страту в современном казахстанском обществе, влияющим на социальные изменения в нем [92]. Сегодня в структуре МСБ наблюдается традиционное доминирование субъектов индивидуального предпринимательства, занятых в торговой деятельности и сферах, не требующих высокой квалификации. В то же время под предпринимательством, как мы уже подчеркивали, понимается та деятельность, которая предполагает новшество продукции или деятельности по производству. К сожалению, в данном случае стоит констатировать, что в нашей стране наблюдается нехватка так называемого «чистого предпринимательства».

Для формирования предпринимательского класса необходимо развитие соответствующих компетенций, желаний и стремлений у населения. В целях развития потенциала предпринимательства необходима соответствующая система образования, способная дать нынешним и будущим предпринимателям современные управленческие знания, усилить их моральные ценности, а также выработать новую предпринимательскую этику [93]. Стоит особо подчеркнуть, что за эффективностью экономической деятельности стоит человеческий капитал.

Именно человеческий капитал, а не оборудование и производственные запасы, является определяющим фактором повышения конкурентоспособности предприятий, экономического роста и эффективности экономики в целом. В условиях формирования инновационной экономики, постоянно находящейся в состоянии движения, модернизации и обновления, человеческий капитал становится не только фактором экономического роста, так как его уровень определяет конкурентоспособность и соответствующее место страны в мировой экономике [94].

Ключевая роль в развитии человеческого капитала в предпринимательском сегменте Казахстана отведена деятельности Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» (далее ‒ НПП «Атамекен»). Главная задача НПП «Атамекен» заключается в защите прав и интересов бизнеса и обеспечении широкого охвата и вовлеченности всех предпринимателей в процесс формирования законодательных и иных нормативных правил работы бизнеса [95].

Будучи национальным представителем бизнес-сообщества «Атамекен» через различные инструменты (бизнес-школы, экспертизы, рейтинги и т.д.) вносит свой вклад в повышение качества человеческого капитала страны. При этом следует отметить, что сегодня человеческий капитал в Казахстане в лице бизнеса имеет свои проблемы и барьеры для развития. Так, уровень и динамика развития бизнеса зависят от двух немаловажных факторов: от качества подготовки кадров в стране и от количества специалистов различных профессий, соответствующих потребностям экономики.

На сегодняшний день нехватка квалифицированных кадров в бизнесе – одна из основных проблем предпринимательского сообщества, прежде всего, предприятий обрабатывающей промышленности. По данным статистики, несмотря на положительные изменения, обеспеченность кадрами промышленного сектора страны все еще недостаточна для его полноценного развития. К примеру, в 2015 году наибольшая потребность промышленности в кадрах была зарегистрирована в Костанайской и Карагандинской областях. На 35-45% ежегодно растет дефицит человеческого капитала в сельском хозяйстве. В особенности этот дефицит затрагивает Алматинскую область [96]. В 2022 году наибольшая ожидаемая потребность в кадрах отмечена в сфере промышленности, в сфере оптовой и розничной торговли. Суммарная доля по данным видам экономической деятельности в общей ожидаемой потребности в работниках составила 66,2%.

По регионам наибольшая ожидаемая потребность в работниках отмечена в г. Алматы и составила – 4 776 человек, в г. Нур-Султан – 2 975 человек, в Алматинской области – 621 человек. Наибольшая потребность в кадрах по г.Алматы – в оптовой и розничной торговле; ремонте автомобилей и мотоциклов и в промышленности; по г. Нур-Султан – в сельском, лесном и рыбном хозяйстве и в сфере информации и связи; по Алматинской области – в сельском, лесном и рыбном хозяйстве, в сфере промышленности [96, c. 6-45].

Другой не менее важной проблемой относительно качества человеческого капитала страны является низкий процент трудоустройства выпускников по специальности. В 2018 г. НПП «Атамекен» инициировала проведение рейтинга образовательных программ ВУЗов. Рейтинг каждого вуза проводился по девяти критериям, среди которых - актуальность образовательных программ, трудоустройство выпускников и средняя зарплата выпускников. Как показало исследование, в среднем 60% выпускников казахстанских выпускников не находят работу по специальности.

К примеру, выпускники специальности «Нефтегазовое дело» не всегда находят применение своим профессиональным навыкам на рынке труда (таблица 1). Из 130 высших учебных заведений, имеющихся в стране, лишь 20 из них готовят специалистов для нефтяного сектора. При этом 7 из них имеют низкий процент трудоустройства выпускников по специальности (50% и менее). Обоснованность указанного примера связана с тем фактом, что экономика нашей страны в первую очередь имеет сырьевую зависимость. Государством оказывается всесторонняя поддержка крупного бизнеса, и в том числе в сфере добычи и переработки нефти и газа. Между тем представители этого крупного бизнеса не готовы к формированию внутрикорпоративного предпринимательства, а также к развитию и поддержанию предпринимательского духа малого и среднего бизнеса. По нашим оценкам, образовательные программы «Нефтегазовое дело» не дают современные знания по специальности, в связи с чем отмечается низкая квалификация выпускников данной образовательной программы, а также отсутствие инновационных прорывных идей в этой сфере. В итоге экономика нашей страны остается завязана на бизнес-проектах и отсутствии предпринимательского духа.

Главная причина не востребованности выпускников лежит в несоответствии, слабом взаимодействии и оторванности образовательных программ от производства. Другими словами, фундаментальное и теоретическое знание, полученное выпускниками во время обучения, не соответствует требованиям, которые предъявляют современные работодатели и рынок труда. Дополнительным фактором, влияющим на качество человеческого капитала, является миграция трудоспособной и перспективной части населения. Причем сальдо миграции человеческих ресурсов с высшим образованием является отрицательным: страну покидают значительно большее число лиц с высшим образованием, чем прибывают.

Таблица 1 – Рейтинг образовательных программ ВУЗов по специальности «Нефтегазовое дело»

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Место  в  рей  тинге | Наименование ВУЗа | Итого  по стат.  данным | Средняя заработная плата выпускников | | Процент трудоустроенных выпускников | | Эмпирические  данные | Итого  по экспер.  оценке | Итого общее |
| балл | з/п в тенге | балл | трудоуст ройство в % | результаты анкетирования выпускников |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Западно-Казахстанский инновационно-технологический университет | 0,40 | 1,00 | 966 814,14 | 0,87 | 87 | 0,29 | 1,52 | 4,07 |
| 2 | АО «Казахстанско-Британский технический университет» | 0,48 | 0,56 | 436 372,68 | 0,65 | 65 | 0,36 | 1,55 | 3,61 |
| 3 | Павлодарский государственный университет им. С.Торайгырова | 0,42 | 0,26 | 77 610, 46 | 0,73 | 73 | 0,25 | 1,76 | 3,43 |
| 4 | Атырауский институт нефти и газа | 0,39 | 0,45 | 305 321,44 | 0,82 | 82 | 0,29 | 1,39 | 3,34 |
| 5 | Казахский Национальный Исследовательский Университет им. К.Сатпаева | 0,19 | 0,31 | 127 197,55 | 0,62 | 62 | 0,30 | 1,80 | 3,22 |
| 6 | Южно-Казахстанский государственный университет им. М.Ауэзова | 0,43 | 0,25 | 65 906,34 | 0,49 | 49 | 0,29 | 1,75 | 3,21 |
| 7 | Западно-Казастанский агротехнический университет им.Жангир хана | 0,35 | 0,31 | 137 930,69 | 0,71 | 71 | 0,30 | 1,48 | 3,15 |
| 8 | Кызылординский государственный университет им.Коркытата | 0,32 | 0,37 | 208 787,04 | 0,79 | 79 | 0,23 | 1,41 | 3,12 |
| 9 | С.Бәйішев атындағы Ақтобе университеті | 0,19 | 0,38 | 223 202,09 | 0,87 | 87 | 0,28 | 1,39 | 3,11 |
| Продолжение таблицы 1 | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 10 | Атырауский инженерно-гуманитарный институт | 0,21 | 0,37 | 201 370,39 | 0,81 | 81 | 0,28 | 1,44 | 3,11 |
| 11 | Каспийский государственный университет технологий инжиниринга им, Ш,Есенова | 0,12 | 0,27 | 89 285,23 | 0,50 | 50 | 0,27 | 1,80 | 2,97 |
| 12 | Каспийский общественный университет | 0,36 | 0,26 | 70 096,67 | 0,33 | 33 | 0,22 | 1,78 | 2,95 |
| 13 | Актюбинский региональный государственный университет | 0,37 | 0,26 | 73 374,29 | 0,66 | 66 | 0,28 | 1,33 | 2,90 |
| 14 | Университет «Астана» | 0,11 | 0,38 | 219 388,63 | 0,62 | 62 | 0,34 | 1,39 | 2,85 |
| 15 | Университет «Болашак» | 0,33 | 0,29 | 111 771,05 | 0,67 | 67 | 0,27 | 1,17 | 2,72 |
| 16 | Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати | 0,34 | 0,25 | 65 770,96 | 0,39 | 39 | 0,25 | 1,43 | 2,66 |
| 17 | Гуманитарно-технический институт «Акмешит» | 0,12 | 0,32 | 144 533,96 | 0,69 | 69 | 0,30 | 1,05 | 2,48 |
| 18 | Центрально-азиатский университет | 0,12 | 0,31 | 138 874,26 | 0,44 | 44 | 0,09 | 1,40 | 2,36 |
| 19 | Мангистауский гуманитарный технический университет | 0,12 | 0,20 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,25 | 1,55 | 2,12 |
| 20 | Карагандинский государствен но-технический университет | 0,16 | 0,20 | 0,00 | 0,00 | 0 | 0,09 | 1,53 | 1,99 |
| Примечание – Составлено источнику [97] | | | | | | | | | |

Так, в 2017 г. лица с высшим образованием (11 290 человек) составили 29,9% из общего числа выехавших из Казахстана, то есть почти каждый третий эмигрант. Из общего числа въехавших в страну высшее образование имели 2 736 человек, или всего 17,5% (каждый шестой). Вполне очевидно, что проблема качества человеческого капитала остается важной на сегодняшний день.

Между тем, наблюдаются положительные подвижки в данном вопросе. Военные действия России в Украине привели к релокации бизнеса и представителей фриланса. Одним из территориальных направлений переезда россиян и украинцев выступает Казахстан. На переезд решаются достаточно высококвалифицированные граждане, которые смогут положительно повлиять на наш внутренний рынок и создать здоровую конкуренцию на рынке труда.

Развитие человеческого капитала зависит от множества факторов: государственной политики, образования и здравоохранения, поддержка аграрно-промышленного комплекса, повышение доходов населения, улучшение платежеспособного спроса в стране, решения демографических проблем, оптимизация миграционной политики, совершенствование социальной и экономической инфраструктуры, развитие социального партнерства и предпринимательских инициатив, поддержка развития гражданского общества [98].

Для раскрытия социального потенциала необходимо учитывать, что любые изменения социального потенциала влекут изменения структуры общества. Социальный потенциал представляет собой совокупность ресурсов и возможностей, которыми обладает общество для достижения своих целей и решения проблем. Состав социального потенциала можно определить, как синергетику следующих элементов:

1) культурное богатство и культурный потенциал, включающий этические и моральные принципы, общий язык как средство коммуникации, уровень образования и квалификацию, религиозную принадлежность, национальные традиции и некие устойчивые цивилизованные особенности социума;

2) природное богатство и природный потенциал, в том числе возраст и здоровье людей, составляющих социальное сообщество;

3) мера социальной защищенности общества, связанный с социальной справедливостью, безопасностью и благополучием граждан;

4) экономическая роль государства и экономическая роль гражданского общества.

Изменения социального потенциала могут произойти под влиянием различных причин и факторов, что, несомненно, будет ретранслироваться на структуре общества.

К примеру, развитие технологий и доступность интернета изменили способ общения и взаимодействия людей, а также обмен информацией, что отражается на структуре общества. Доступ или ограничение к информации расширяет либо сокращает средний класс. Демографические изменения, такие как увеличение числа старшего населения, влияет на структуру общества и способно в перспективе сказаться на экономическом, политическом и культурном развитии общества.

Таким образом, наличие человеческого капитала и уровень его развития являются важнейшими факторами стабильности и процветания любого государства.

В современном мире человеческий капитал все в большей степени становится источником жизненной силы и развития любого предприятия и общества в целом. В целях обеспечения высокого уровня человеческого капитала в предпринимательском секторе, необходима разработка и реализация комплексной программы, охватывающей все составляющие его элементы: экономический, культурно-нравственный, социальный, образовательный и другие потенциалы. Приоритетом должен являться экономический ресурс, предполагающий повышение статуса предпринимателя в обществе и его производительности труда за счет увеличения мотиваций и стимулов [99].

В этой связи научный интерес представляет изучение институциональных механизмов формирования предпринимательства в нашей стране. При этом, под институциональными механизмами формирования предпринимательства следует понимать систему правил, процедур и организационных структур, которые создают условия для развития предпринимательской деятельности.

Эти институциональные механизмы могут работать вместе для создания благоприятной среды для развития предпринимательской деятельности. Однако, важным остается развитие социального контекста предпринимательства, что в значительной степени зависит от культурных и социальных условий страны.

**2 ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

**2.1** **Условия и предпосылки становления и развития МСБ в государственных программах страны: контент-анализ государственных инициатив**

За 30 лет независимости Казахстан находится в постоянном поиске своего собственного пути экономического развития, который мог бы соответствовать геополитическим и внутренним социально-политическим изменениям, новым вызовам и угрозам в различных сферах общественных отношений. В быстроменяющемся глобальном мире и, в первую очередь, в условиях нестабильности мировой политики жизненно важно найти такие основные экономические инструменты, которые смогли бы дать толчок в развитии нашей страны как экономического гиганта.

Сегодня можно наблюдать торгово-экономические тяжбы Китая и США, санкционные ультиматумы одних стран по отношению к другим государствам, которые на их взгляд не подпадают под определенные демократические критерии. Все эти процессы непосредственно влияют на экономику так называемых «государств-аутсайдеров». Дополнительным дестабилизирующим фактором, своего рода «черным лебедем», стал коронавирус и связанные с ним последствия.

Пандемия COVID-19 отразились на экономиках даже сильных стран – простои производств, повсеместные ограничения на передвижения, закрытие границ привели к разрыву цепочек производств. Казахстан так же столкнулся со всеми негативными последствиями кризиса COVID-19. Связанные с пандемией ограничения ослабили внутреннюю экономическую активность, что в 2020 году привело страну к росту бедности до 14% [99, с. 3-156], инфляционным процессам в продовольственном и строительном секторах, увеличению социального неравенства.

Еще одной проблемой нынешнего времени, препятствующим экономическому развитию государств, выступают современные военные конфликты. Крупным за последние десятилетия конфликтом в Европе является конфликт между Россией и Украиной, который изменил не только геополитический расклад в мировой системе, но и повлиял на кардинальную трансформацию экономической миросистемы, где Россия сегодня выдавлена из мировых цепочек поставок. Указанное влияет на изменение экономической структуры, условий ведения бизнеса, развития предпринимательства. С учетом геополитического противостояния крупных экономик мира, перманентных изменений условий ведения бизнеса, наложения многочисленных экономических ограничений, участники рынка вынуждены оперативно подстраиваться к нынешних экономическим реалиям и соответствующе трансформироваться.

В этих условиях, для сохранения своей независимости государству необходима самодостаточная сильная экономическая система, которая может обеспечить не только внутренние запросы, но и в перспективе и внешние экономические амбиции. Для достижения стратегических целей, руководством страны на протяжении всего периода независимости, ведется активный поиск самых оптимальных путей решения. В процессе поиска и подбора экономических стратегий, Казахстан опирается, в первую очередь, на опыт других мировых экономических гигантов с учетом своих национальных ресурсов, человеческого потенциала и конкурентных преимуществ.

История социально-экономической мысли демонстрирует нам целый ряд наглядных примеров экономических «рывков», когда развивающимся государствам с низким, на первый взгляд, потенциалом удалось за в короткие промежутки времени не только решить свои внутриэкономические проблемы, но и выйти по ряду отраслей в мировые лидеры. Список этих государств довольно-таки обширен – Италия, Германия, Китай, Малайзия, Сингапур, Южная Корея [100]. К примеру, Южную Корею, Сингапур, Гонконг и Тайвань за высокие темпы экономического развития называют «Четыре азиатских тигра» [101].

Вышеперечисленные страны за достаточно короткий период времени превратились в развитые государства с эффективной экономикой и благоприятным инвестиционным климатом. При этом, экономические реформы и новшества этих стран уникальны и не похожи, поэтому не могут стать единым шаблоном для других государств. Однако отдельные инструменты и процессы берутся во внимание экономистов для формирования своего уникального рецепта экономического развития. Казахстан с самого обретения независимости наибольший уклон делал на развитие среднего и малого бизнеса как основу среднего класса, от роста благосостояния которого непосредственно зависит экономическое благополучие страны.

Как показывает мировой опыт, развитие среднего и малого бизнеса может стать надёжным драйвером экономической стабильности общества и обеспечить его стремительное развитие и рост [100, с. 3-121]. Так, к примеру, после второй мировой войны Германия имела огромные экономические проблемы, фактически разделенной на два государства без перспектив на мировое первенство.

Одним из главных архитекторов «чуда на Рейне» стал Людвиг Эрхард, который сформулировал основные, и как оказалось верные, принципы немецкой государственной политики в области экономики. Так, Эрхард предложил обеспечивать свободные условия для всех игроков рынка (либерализация), устранять картельные сговоры, поддерживать предпринимательство и инициативность на всех уровнях, сочетать свободу предпринимательства вместе с сильной социальной политикой.

Позитивную роль в процессе либерализации немецкой экономики сыграл и «план Маршалла» Программа по восстановлению разорённых военными действиями Европейских стран. Успехи страны были впечатляющими на тот момент мирового развития. К примеру, за 1948-1964 года рост объёмов промышленного производства увеличилось на 700%, объёмы производства сельскохозяйственной продукции – на 350%.

Сегодня в Германии насчитывается почти 3,5 миллионов малых предприятий, что составляет 80% всех предприятий страны. На таких предприятиях трудится 70% трудоспособного населения, которые обеспечивают тем самым 41% всех налоговых отчислений, то есть половину всего ВВП страны. Объем инвестиций в развитие малого бизнеса в Германии составляет 51,5% от всех финансовых вложений страны. Малые предприятия же ежегодно берут кредиты у государства в размере 50 млрд. евро [102].

В один из периодов своего исторического развития Казахстан в качестве ориентира выбрал сингапурскую модель развития. В основе сингапурского экономического чуда изначально лежала успешная административная реформа. Казахстану же необходимо было провести административную реформу, так как, по логике экономистов в тот момент истории, ее отсутствие тормозило развитие экономики в целом, снижая ее конкурентоспособность.

Конкурентоспособная экономика не может быть без конкурентоспособного государственного аппарата и прозрачных национальных компаний. Мировой опыт показывает, что любой «административной реформе» предшествует ряд причинно-следственных связей. Это может быть, как финансовый кризис внутри страны, либо осознание обществом неэффективности имеющейся государственной системы управления. Еще одной причиной может быть осознание государственными руководителями неэффективность бюрократического аппарата, который не успевает реагировать на потребности экономического и политического развития. Нередко основанием к реформированию является нарушение экологического баланса, при котором, количество чиновников превышает количество других занятых людей. Так, к примеру, в начале 2021 года фактическая численность госслужащих по стране составляла выше 88,4 тыс. человек, к середине 2021 года их было около 90 тыс. В то время как число трудоспособного населения страны на конец 2021 года составило 8,8 млн. человек [103].

Рассматривая стартовые условия Сингапура, следует в первую очередь отметить выгодное географическое положение страны. Сингапур является единственным ключом к Малаккскому проливу - основному морскому пути из Индийского океана в Тихий, что предопределило основную отрасль экономики – реэкспорт. Также Сингапур имеет дешевую и относительно многочисленную рабочую силу. В 1964 году уровень безработицы достигал почти 14%. У государства были минимальные социальные обязательства перед наемными рабочими.

Немаловажным является тот факт, что Сингапуру в наследство от Британии досталась рыночная экономика. Кроме того, Сингапур один из важных союзниковв Азиатском регионе для США, которые вливают инвестиции в эту страну. Были и негативные моменты для развития Сингапура – пред конфликтное состояние в межэтнической сфере (с китайцами и малайцами), напряженные отношения с соседними государствами (Индонезия, Малайзия), почти полное отсутствие природных ресурсов [104].

При таких стартовых условиях Сингапур сделал ставку в первую очередь на крупномасштабную индустриализацию за счет массированного привлечения иностранного капитала, используя налоговые льготы и преференции: освобождение от подоходного налога и импортных пошлин на пять лет в приоритетных отраслях экономики, право на беспошлинный перевод прибылей и репатриацию капитала для иностранных инвесторов, гарантии капиталовложений, освобождение от налога на проценты по банковским вкладам для иностранных граждан и так далее.

Однако в отличие от немецкой модели ориентированный на средний класс Сингапур сделал ставку накорпорации. У нашей страны стартовые условия существенно отличались от стартовых условий Сингапура, возможно поэтому казахстанской экономике не удалось добиться подобного стремительного взлета и развития. Руководство страны понимает, что необходимо создать основу для развития предпринимательства, поэтому вопросам развития бизнеса и предпринимательства, поддержке малого и среднего бизнеса в Казахстане уделяется особое значение.

В Казахстане разработаны и реализуются государственные программы, которые направлены на поддержание развития малого и среднего бизнеса. Руководством страны уделяется особое значение формированию предпринимательского духа казахстанцев. В то же время до сих пор мы не можем сказать о МСП как о сформированной устойчивой страте, которая бы стала движущей силой среднего класса.

Для наглядной демонстрации государственного участия и усилий в развитии казахстанского предпринимательства проведен количественный и качественный контент-анализ государственных программ.

Цель контент-анализа – оценить государственные инициативы в области предпринимательства.

Задачи контент-анализа:

‒ определения частоты и характера официальных документов, затрагивающих вопросы предпринимательства;

‒ установления субъектов, инициировавших данные нормативные акты;

‒ выявление сфер правоотношений;

‒ определения формы принимаемых в рамках предпринимательской деятельности актов.

Эмпирической базой выступили сведения информационно-правовой системы «Әділет», содержащий полный электронный свод нормативно-правовых актов Казахстана на государственном, русском и английских языках. На портале сохраняются и предыдущие редакции нормативных правовых актов, а также библиотеки утративших силу документов. Обновление данных проводится ежедневно по мере поступления документов [105].

Временной период для анализа количественных данных взят с 1990 по 2021 года. Выборочная совокупность 312 711 документов. Основной единицей анализа выступили «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство».

Анализ данных «Әділет» показывает, что количество официальных документов с упоминанием предпринимательской деятельности либо вопросов бизнеса в базе данных с каждым годом меняется и идет на увеличение. При этом с 1990 года по 2009 год число официальных документов, содержащих в себе выделенный для анализа контент, не значительно и не превышает 1 020 документов в год по одному из указанных категорий (рисунок 2).

Рисунок 2 ‒ Динамика официальных документов по вопросам предпринимательской деятельности и бизнеса с 1990 по 2009 года

Примечание – Составлено по источнику [98]

Однако с 2010 года количество официальных документов с аналогичным выделенным контентом «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство» стремительно растет. Так мы можем наблюдать самый пик интереса властей к предпринимательской деятельности в 2015 году, когда частота употребления слова «предприниматель» достигла 3853 раз. В целом за этот год принято 6 346 документов, имеющих в своем названии или содержании слова «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство», а также связанные с ними производные контенты.

Если подробно останавливаться на анализе временных периодов, то можно выделить ряд годов после 2010 года, которые указывают на интерес либо на заботу государства к предпринимателям и бизнесменам, а также на желании власти урегулировать вопросы предпринимательской деятельности в стране, в том числе во время преодоления экономических кризисов и упадков. В частности, в 2014 году опубликовано 4 681 подобных официальных документов, в 2016 году – 4522, в 2019 году – 4501, в 2020 году – 4497, в 2017 году – 3771, а в 2011 году – 3505 (рисунок 3).

Рисунок 3 ‒ Динамика официальных документов по вопросам предпринимательской деятельности и бизнеса с 2010 по 2021 года

Примечание – Составлено по источнику [98]

В 2022 году после так называемых «январских событий» казахстанская власть столкнулось с общественным запросом на справедливость, в том числе в предпринимательской деятельности. Это четко видно и в нормотворчестве. С 1 января 2022 года по 1 марта 2024 года в системе «Әділет» зафиксировано 8117 различных действующих документов, содержащих контент «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство» (рисунок 4).



Рисунок 4 ‒ Динамика официальных документов по вопросам предпринимательской деятельности и бизнеса с 2022 по март 2024 года

Примечание – Составлено по источнику [98]

По действующему на 1 марта2024годстатусув системе «Әділет» действительных и утративших силу нормативных актов практически равное количество – 32 264 и 34 147 документов соответственно (рисунок 5).

Рисунок 5 ‒ Количество действующих законодательных актов касается вопросов регулирования деятельности предпринимателей

Примечание – Составлено по источнику [98]

Как видно из рисунка 6 самое значимое количество действующих законодательных актов касается вопросов регулирования деятельности предпринимателей. Количество материалов со словом «предприниматель» в системе равно 40 115 документов. При этом производные слова «предпринимательство» имеет низкое значение и составляет в совокупности действующих/утративших силу 564 документа.

Нормативных актов, содержащих слово «бизнес» намного меньше по сравнению с «предпринимателем» (на 36% меньше) в базе данных и составляет 25634 документов. Между тем, материалов с контентом «бизнесмен» всего 98.

Распределение по органам, принявшим нормативный акт, демонстрирует вовлеченность в регулирование предпринимательской деятельности и бизнеса именно территориальных государственных органов. Также активными инициаторами подобных документов являются Правительство, международные организации, Парламент, Национальный Банк и Президент.

Кроме того, субъектами, влияющими на предпринимательскую деятельностью, являются Генеральная прокуратура, Агентство по регулированию и надзору финансового рынка и финансовых организаций, Агентство по регулированию и развитию финансового рынка, Агентство по статистике, Агентство по регулированию естественных монополий, Счетный комитет по контролю за исполнением республиканского бюджета, Комитет национальной безопасности, Верховный Суд и Конституционный Совет (рисунок 6).

Рисунок 6 ‒ Органы, принявшие нормативный акт

Примечание – Составлено по источнику [98]

Основными сферами правоотношений нормативных актов, содержащих в своем названии или содержании слова «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство» выступают в первую очередь конституционный строй и основы государственного управления, финансы и хозяйственная деятельность. Также предпринимательская деятельность описывается в законодательных актах, регулирующих сферы труда, сельского хозяйства, образования, социального обеспечения, международных отношений, промышленности, здравоохранения и много другого (рисунок 7).

Рисунок 7 ‒ Сферы правоотношений нормативных актов

Примечание – Составлено по источнику [98]

Если подробнее рассматривать наиболее частые сферы социальных отношений, то стоит отметить, что чаще всего сферах государственного управления финансов и хозяйственной деятельности упоминаются слова «бизнес» и «предприниматель» (рисунок 8).

Рисунок 8 ‒ Сферы правоотношений нормативных актов по контексту

Примечание – Составлено по источнику [98]

Результаты контент-анализа данных нормативных документов, представленных в БД «Әділет» указывают на особый интерес государства к сфере регулирования предпринимательской деятельности и вопросам малого и среднего бизнеса. Для более глубокого анализа места и роли предпринимательства в экономики Казахстана проведен качественный контент-анализ посланий Президента Казахстана к народу страны.

Эмпирическойбазойтакжевыступила БД «Әділет». Период анализа с 1997 по 2024года. Выборочнаясовокупность: 30 Посланий Главы государства народу Казахстана. Единицей анализа выступили «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство».

Анализ Посланий Президента показал наличие устойчивых ассоциативных рядов с выбранными нами единицами контента.

Наиболее часто «бизнес», «бизнесмен», «предприниматель» и «предпринимательство» упоминается в контексте конкурентоспособности экономики и снятия административных барьеров. Государственная власть понимает, что сильную экономику можно выстроить только благодаря конкурентоспособному предпринимательству вкупе с искоренением бюрократических проволочек для бизнеса.

На втором месте ассоциаций государственному регулированию экономического рынка выделяются тезисы об изменениях в налогообложении МСП.

Третье место ассоциативных рядов заняли вопросы поощрения инноваций в предпринимательстве и выделения кредитов представителям МСП (Приложение Б).

Изучение и оценка текстов Посланий Президента РК к народу Казахстана демонстрирует «открытость» отдельных тематик, которые освещаются годами, однако не достигают положительного эффекта. Так, в послании Президента страны народу Казахстана от 1997 года «Казахстан - 2030 Процветание, безопасность и улучшение благосостояния всех казахстанцев» предпринимательская деятельность увязана с борьбой с безработицей. Стратегия борьбы с бедностью и безработицей в эти годы связывалась в числе прочих с развитием малого и среднего бизнеса, а также снятии всех ненужных административных барьеров на пути развития частного предпринимательства.

Также развитие бизнеса в послании 1997 года связывалось с совершенствованием телекоммуникаций. Президент отмечал, что «Телефоны, факсы и электронная почта являются жизненно важными и объективно необходимыми условиями для развития современного бизнеса». Решение проблем села также рассматривалось в контексте развития малого и среднего бизнеса на селе за счет займов у Азиатского и Европейского банков реконструкции и развития, помощи других организаций и стран-доноров. Кроме того, планировалось раздать микрокредиты объемом 25-30 тысяч тенге не менее 150 тысяч селян, оказавшихся в наиболее отчаянном положении, чтобы они могли приобрести скот и инвентарь, завести любой не запрещенный законом бизнес, позволяющий им продержаться на плаву и развить свои деловые навыки.

В выделенных восьми конкретных заданий Правительству на 1998 год третьем пункте Президент указал обеспечить [106], начиная с 1997 года, выдачу кредитов на развитие малого и среднего бизнеса, фермерских хозяйств, создание рабочих мест на сумму не менее чем в 100 млн. долларов США.

В послании Президента страны народу Казахстана от 1998 года «О положении в стране и основных направлениях внутренней и внешней политики: Демократизация общества, экономическая и политическая реформа в новом столетии» Н. Назарбаев отметил, что Правительством разработаны новые подходы к разграничению бюджетной сферы и предпринимательского сектора [107]. Президент в своем выступлении подчеркнул, что программа реформирования демонстрирует внутренним предпринимательским кругам, внешнеторговым партнерам и мировым финансовым структурам решимость казахстанской власти и умение принимать активные и действенные меры в период экономического кризиса.

Под мерами, которые дадут толчок развитию рыночной экономики страны, сложившейся за последние семь лет, сняв структурные преграды, сдерживающие восстановление существующих предприятий и создание новых из малого и среднего бизнеса, понималось следующее:

‒ расширение возможностей получения банковских ссуд хозяйствующими субъектами;

‒ проведение комплекса мер по поэтапной ликвидации задолженности со стороны государства, а также создании целевой группы для решения проблемы задолженностей в экономике;

‒ направление средств государства на программы, стимулирующие экономический рост.

Программа реформирования на тот период также содержала вопросы борьбы с коррупцией на всех уровнях, которая, как считалось властями, сдерживает предпринимательство, отпугивает инвесторов и культивирует недоверие среди граждан. Также в послании 1998 года отмечалось, что Правительство должно поощрять создание банка для предоставления кредитов женщинам, желающим открыть бизнес.

В своем Послании страны народу Казахстана 24 октября 2000 года «К свободному, эффективному и безопасному обществу» Президент выделил процесс формирования предпринимательства в качестве первоочередных мер в развитии экономики. При этом Н. Назарбаев отметил, что пришло время задействовать все накопления бизнесменов, которые хранятся за рубежом и кормят чужую, а не свою экономику, или «хранятся в чулках». Необходимо их амнистировать и запустить на нужды нашей экономики. Также отмечено о необходимости формирования мощного частного сектора в экономике, понятный для банков и инвесторов. Одним из важных шагов на тот момент виделось в недопущении инфляции, расширении малым и средним бизнесом производств.

Ежегодное послание Президента республики народу Казахстана 2001 год «О положении в стране и об основных направлениях внутренней и внешней политики на 2002 год» указывает, что благодаря усилиям государства в Казахстане образовалась прослойка самозанятых, т.е. людей, которые сами обеспечивают себя и свою семью. На 2002 год эта группа составляла почти 3 млн. человек. Глава государства считал, что отечественный бизнес должен показать свое умение и способность к объединению в интересах страны, консолидировать свои ресурсы для решения крупных проблем инвестирования. В целях увеличения объемов экономики, поддержки бизнеса государство планировало увеличить объем программы государственных инвестиций во все важные инфраструктурные объекты, выделив на эти цели из республиканского бюджета на 2002 год около 90 миллиардов тенге, или на 30% больше, чем по утвержденному бюджету текущего года.

Послание Президента народу Казахстана «Об основных направлениях внутренней и внешней политики на 2003 год», озвученное в апреле 2002 года, демонстрирует нахождение Казахстана в транзитной зоне экономического развития. По мнению Президент на тот момент, от 25 до 35% активов и ресурсов экономического роста, включая малый и средний бизнес, находятся в нелегальном обороте. Их включение в рыночный оборот должен был дать огромный эффект для всей экономики страны. Исходя из чего, главным обозначено ‒ всемерное укрепление малого и среднего бизнеса, с поэтапным решением следующих задач:

‒ снижение налогового бремени;

‒ легализация собственности и активов;

‒ облегчение доступа к кредитным ресурсам;

‒ упрощение административных процедур и разрешений;

‒ защита от бюрократического произвола и контрольно-проверяющих органов;

‒ создание региональных центров поддержки малого и среднего бизнеса, оказание помощи в проведении маркетинговых исследований, повышении квалификации, создании централизованной бухгалтерии.

В целях укрепления внешнеэкономической политики предложено добиться слияния усилий государства и частного бизнеса в обретении прочных позиций на внешних рынках.

4 апреля 2003 года Глава государства озвучил Послание Президента народу Казахстана. Астана «Основные направления внутренней и внешней политики на 2004 год», одной из целью которого определено - создание предпринимательского климата, конкурентной среды, системы общественных институтов, которые будут стимулировать частный сектор к созданию производств с высокой добавленной стоимостью. В целях обеспечения постоянного взаимодействия научно-технической и предпринимательской сферы создан Инновационный фонд с закреплением за ним более широких полномочий по развитию и внедрению инноваций, венчурного предпринимательства. Правительству поручено, учитывая положительный опыт деятельности субъектов малого бизнеса в условиях упрощенного налогообложения, изучить возможность расширения сферы специальных налоговых режимов.

Послание Президента народу Казахстана 19 марта 2004 года «К конкурентоспособному Казахстану, конкурентоспособной экономике, конкурентоспособной нации!» стало основой для разработки Стратегии достижения европейских стандартов как в экономической, так и в социальной сфере. Н. Назарбаев в своей речи к казахстанцам отметил, что условия для работы бизнесменов в Казахстане действительно улучшаются и уже являются если не лучшими, то далеко не худшими. В этой связи государство ожидает от бизнеса не только просьбы по облегчению условий их деятельности, но и энергичной работы по повышению собственной конкурентоспособности.

В Послании 2004 года Глава государства объявил о завершении процесса становления казахстанского бизнеса. Государство посчитало, что отечественный бизнес вполне «созрел» для борьбы не только на внутренних, но и на внешних рынках. Следующим этапом определено подготовка крестьян к конкурентной борьбе не только на казахстанском, но и на мировых рынках. Отдельно сказано о необходимости приветствовать и поощрять движение казахстанского капитала за рубеж, освоение им внешних рынков. Это элемент глобальной конкуренции, а также возможность получения важных знаний о мировой экономике. Всем государственным структурам за рубежом поручено оказывать отечественному бизнесу помощь и поддержку [108].

18 февраля 2005 года Президент представил Послание на тему «Казахстан на пути ускоренной экономической, социальной и политической модернизации», где отдельным параграфом (§3.2.) выделены предложения в развитии малого и среднего бизнеса. Н.А. Назарбаев сказал, что в таких странах, как Япония, Германия, Бельгия, Италия, малый и средний бизнес составляют более 90 процентов от количества всех их предприятий, во многих развитых странах он дает больше 50 процентов ВВП. В этой связи Казахстан должен выстроить принципиально новую идеологию развития малого и среднего предпринимательства.

Государство со своей стороны обязалось создать благоприятные условия для реализации инициатив предпринимательской среды. При этом, каждый предприимчивый казахстанец должен влиться в эту среду, найти себя в инновационной экономике. По мнению главы государства условия для раскрепощения инициативы казахстанцев созданы, предпринимателям осталось их только реализовать! В послании также прозвучал призыв к регионам стать экономически амбициозными.

Кроме того, Президент посчитал, что наступила наконец пора, перейти от слов к делу и закончить работу по передаче непрофильных функций госпредприятий и мегахолдингов прежде всего крупных государственных компаний и монополий малому и среднему бизнесу. Этим предполагалось открыть бизнесу новое дыхание. Власть понимала, что не всем предпринимателям доступны Банк развития и Инвестиционный фонд. Поэтому Фонд развития малого предпринимательства должен стать своего рода «финансовым супермаркетом». Фонду планировалось из республиканского бюджета дополнительно выделить 10 млрд. тенге для повышения возможностей кредитования субъектов малого бизнеса до 25 млрд. тенге.

С 2005 года в рамках государственной поддержки начато гарантирование банковских кредитов и осуществление страхования. Как полагал Н. Назарбаев предприниматели должны знать, что для них создаются нормальные условия и преференции, а также что бизнес в Казахстане безопасен и перспективен.

В параграфе 2.6 «Реализация широкомасштабной государственной поддержки предпринимательства, расширение и укрепление позиций малого и среднего бизнеса» Послания Президента народу Казахстана от 1 марта 2006 года «Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии» отмечены следующие положения [109]:

‒ Фонд развития малого предпринимательства должен стать реальным источником финансовых ресурсов и экспертизы для различных слоев населения, желающих реализовать предпринимательский потенциал и инициативу. Необходимо расширить представительскую сеть Фонда, усилить работу в регионах, направленную на поддержку предпринимательства;

‒ надо также разрушить «скрытые» монополии, существующие в металлургии, в банковской сфере, в страховании, в химической промышленности и в других отраслях. Это нужно сделать через реформу антимонопольного законодательства, а также через создание привлекательных и прозрачных условий для вхождения в эти секторы экономики новых компаний ‒ как отечественных, так и иностранных, то есть через повышение конкуренции в этих секторах;

‒ необходимо пресекать попытки бюрократии установить контроль над производственными активами.

В параграфе 2.7. представлено видение по созданию региональных «локомотивов» экономического развития за счет формирования региональных корпораций социального развития и предпринимательства. Социально-предпринимательские корпорации – это устойчивые бизнес-структуры, осуществляющие свою деятельность с целью получения прибыли от производства и продажи товаров и услуг. Основным отличием СПК от коммерческих корпораций является то, что полученная прибыль реинвестируется для реализации социальных, экономических или культурных целей населения того региона, в интересах которого СПК создавались.

По мнению Президента, в Казахстане можно сформировать СПК в разных регионах, передав им при этом коммунальную собственность, землю, нерентабельные, но работающие предприятия, которые можно использовать для создания нового бизнеса. Каждая СПК должна стать своего рода региональным институтом развития и может представлять собой холдинговую компанию, управляющую государственными активами в соответствующем регионе страны. В дальнейшем, по мере накопления управленческого опыта и повышения уровня капитализации СПК, речь может идти о расширении и диверсификации их «сферы ответственности», включая выход на региональные и международные рынки.

Предполагалось, что деятельность этих корпораций будет направлена на привлечение новых проектов, развитие малого и среднего бизнеса, усилении кооперации. В результате СПК превратятся в крупных работодателей и локомотивы развития страны, не обременяя при этом государство увеличением числа государственных служащих. Правительству поручено принять конкретные программы поддержки конкурентоспособности национальных товаров и услуг. Для этого необходимым выделено иметь специализированные структуры поддержки частного бизнеса и продвижения его товаров и услуг на мировые рынки, изучить мировой опыт работы таких организаций и адаптировать его к условиям нашей страны.

В Послании от 28 февраля 2007 года «Новый Казахстан в новом мире» Президент заявил о необходимости подготовки специальной Программы, содержащей рекомендации для крупного, среднего и малого бизнеса, информацию о необходимых изменениях законодательства и реальных мерах государственного содействия конкретным отраслям, подготовленные совместно с Национальным союзом предпринимателей «Атамекен». Все эти действия должны были поспособствовать реструктуризации нашей экономики. Координирующим и рабочим органом определен вновь созданный Национальный совет по конкурентоспособности и экспорту.

При этом Фонду «Казына» поручено обеспечить предоставление современных услуг для развития конкурентоспособности и поддержки экспорта самых перспективных предпринимателей и производств - от финансирования прикладных исследований до продвижения казахстанских товаров на зарубежные и внутренние рынки. Фонд должен стать оператором государства по вопросам сервисной поддержки экспорта. Правительству совместно с Союзом «Атамекен» даны указания за короткое время подготовить для казахстанских промышленников и предпринимателей из всех секторов экономики соответствующие рекомендации. Актуальным определен вопрос о социально-предпринимательских корпорациях.

Президент указал, что в рамках достижения цели добиться пространственной интеграции Казахстана необходимо обеспечить развитие инфраструктуры, мобильности трудовых ресурсов и роста конкурентоспособности регионов, и на их основе сформировать «точки роста». Эту задачу предлагалось реализовать с учетом преобразования Казахстана в региональный «экономический локомотив» и центр современных услуг и высокотехнологичной индустрии. Используя процесс консолидации государственного и частного секторов запланировано создание конкретных «центров роста» на основе целевых региональных планов развития - например, города Астаны, Акмолинской и Карагандинской областей с учетом уже созданной СПК «Сарыарка».

Дополнительно в послании заявлено о необходимости создания «полюсов роста» на основе развития сети социально-предпринимательских корпораций. Их деятельность предполагало реализацию инвестиционных и инновационных проектов в аграрном, транспортно-логистическом и других секторах. В этих целях Правительству объявлено передать в СПК необходимую государственную собственность и активы, решать вопросы развития корпораций с участием предпринимателей. Отдельно Президент озвучил последовательные действия по поддержке малого и среднего бизнеса:

1. Правительству поручено проанализировать, где и почему появляются законодательные, административные и бюрократические преграды на пути деловой инициативы, максимально сократить их, а также исключить необоснованную отчетность малых и средних бизнес-структур перед государством. Нужно также совершенствовать налоговое законодательство, чтобы оно в полной мере стимулировало развитие предпринимательства, а также способствовало выходу бизнеса «из тени»;
2. объявлено о необходимости завершения работы по созданию справедливой конкурентной среды и равных условий всем экономическим игрокам. Правительству заявлено о целесообразности провести комплексную ревизию антимонопольного законодательства и создать четкие механизмы выявления фактов ограничения конкуренции и сговора между участниками рынка, предотвращения «скрытой» монополизации базовых отраслей нашей экономики, а также соответствующие рекомендации о применении штрафных санкций;
3. планируется максимально сократить сферы естественных монополий, обновив действующие и разработав новые программы реструктуризации и развития конкурентных отношений в соответствующих отраслях. В целях регулирования и контроля секторов экономики с сохранившимися естественными монополиями отмечено о необходимости создания независимых отраслевых регуляторов;
4. заявлено совершенствовать процесс создания новых предприятий и компаний. В рамках системы «одного окна» предлагалось создать такие условия, чтобы предприниматель мог зарегистрировать фирму в течение двух-трех дней;
5. для устойчивого и динамичного экономического роста объявлено о необходимости активнее использовать ресурсы государства и госкомпаний как катализатора создания спроса на продукты и услуги высокого качества малого и среднего бизнеса Казахстана на публичной и конкурсной основе;
6. разработать специальные программы для развития новых производств на прозрачной и публичной конкурсной основе, где лучшие бизнес-идеи получат финансовую и техническую поддержку для формирования нового бизнеса, например, для покрытия юридических и консультационных затрат [110].

В Послании Президента народу Казахстана от 7 февраля 2008 года «Повышение благосостояния граждан Казахстана - главная цель государственной политики» заявлено о необходимости инициирования нового закона о конкуренции, который послужит серьезным толчком для роста предпринимательской активности в стране. Президент в Послании отметил, что развитый предпринимательский сектор – это основа экономики любой страны. В этой связи, в рамках административной реформы поручено Правительству решительно снизить административную нагрузку на бизнес, провести дальнейшее упрощение разрешительной системы, прежде всего лицензирования, сертификации, аккредитации [111].

Глава государства отметил, что по последнему отчету Всемирного банка «Ведение бизнеса», чтобы пройти все экспортные процедуры в Казахстане необходимо затратить 89 дней, а, к примеру, в Эстонии для этого надо только 5 дней. Этот пример демонстрирует, что настоящим бедствием для предпринимателя становятся различного рода проверки, которые предусмотрены свыше 50 законами. В целом Программа «30 корпоративных лидеров» должна вывести взаимодействие государства и бизнеса на принципиально новый уровень. Степень доверия населения и бизнеса, в том числе зарубежного, должна стать основным критерием эффективности финансовых органов страны.

В своем выступлении Президент заявил, что действующий Налоговый кодекс сыграл позитивную роль в экономическом росте, однако его потенциал практически исчерпан. Кодекс насчитывает свыше 170 видов льгот и преференций, которые постоянно и бессистемно растут. Правительству даны указания разработать новый Налоговый кодекс, который бы способствовал модернизации и диверсификации экономики, выходу бизнеса из «тени» [112].

Новый Кодекс должен предусматривать снижение общей налоговой нагрузки для не сырьевых секторов экономики, особенно для малого и среднего бизнеса. Ожидаемые потери бюджета должны быть компенсированы за счет повышения экономической отдачи от добывающего сектора. Особую миссию в обеспечении эффективности и конкурентоспособности экономики призвано выполнить вновь созданное Агентство по защите конкуренции.

Расширенные полномочия Агентства должны обеспечить успех в «борьбе» с ценовыми сговорами, недобросовестной конкуренцией, злоупотреблениями субъектов рынка своим доминирующим и монопольным положением, укреплять позиции казахстанского бизнеса в мире. Правительство поручено продолжить последовательную работу по стимулированию конкурентоспособности малого и среднего бизнеса. Особо Президент в своей речи отметил, что бизнес активно откликнулся на обращение об усилении его социальной ответственности.

В Послании «Через кризис к обновлению и развитию» от 6 марта 2009 года заявлено, что налоговые преференции стали важнейшими стимулами развития не сырьевого сектора экономики, малого и среднего предпринимательства. В целях сохранения стабильности финансовой системы государство предоставило банкам дополнительную ликвидность. Это было сделано для обеспечения экономической активности малого и среднего бизнеса, крупных предприятий.

Была увеличена сумма гарантированного возмещения по вкладам физических лиц с 700 тысяч до 5 миллионов тенге. Государство помогло снизить риски банковского сектора, связанные с внешним заимствованием и достаточностью собственного капитала. На поддержку жилищного строительства и решение проблем дольщиков было направлено 545 миллиардов тенге. Для сохранения деловой активности в стране оказана беспрецедентная финансовая поддержка субъектам малого и среднего бизнеса в объеме 275 миллиардов тенге. Продолжена работа по решительному сокращению административных барьеров.

Дополнительно «Закон о государственных закупках» дал преимущество отечественным производителям, что также направлено на поддержку малого и среднего бизнеса. Для реализации всех проектов власть запланировала максимально использовать потенциал местных производителей. Как посчитал Глава государства, если необходимых производств сегодня нет, их надо создать, и это открывает новые возможности для бизнеса.

В Послании Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 29 января 2010 года «Новое десятилетие - Новый экономический подъем - Новые возможности Казахстана» предпринимательство названо движущей силой новой экономики. Ядром диверсификации объявлено предпринимательство. Президент заявил, что хочет видеть мощный предпринимательский класс, готовый брать на себя риски, осваивать новые рынки, внедрять инновации, так как именно предприниматели, являются движущей силой модернизации экономики [113].

В этой связи Правительству с 2010 года поручено обеспечить введение единой бюджетной программы по развитию предпринимательства в регионах, которую предложено назвать «Дорожная карта бизнеса - 2020». Целью программы станет создание постоянных рабочих мест за счет развития нового слоя предпринимательства в регионах, прежде всего, малого и среднего бизнеса [114]. Использование средств этой программы должно осуществляться по следующим направлениям:

‒ субсидирование процентной ставки по кредитам;

‒ частичное гарантирование кредитов малому и среднему бизнесу;

‒ сервисная поддержка ведения бизнеса;

‒ переподготовка кадров и повышение квалификации, молодежная практика и социальные рабочие места.

«Дорожная карта бизнеса - 2020» призвано открыть новые возможности, как для предпринимательства, так и для банков и инвесторов по финансированию не сырьевых проектов.

В Послание от 28 января 2011 года «Построим будущее вместе!» Президент заявил, что доля малого и среднего бизнеса в ВВП составит 40 процентов. Как посчитал Н. Назарбаев сильный бизнес равно сильное государство. Президент подвел некоторые итоги работы по поддержанию МСБ. Так, в Казахстане впервые принят Закон «О государственном контроле и надзоре». Установлены единые для всех государственных органов принципы и порядок проведения контроля, что сделано для того, чтобы еще больше снизить административное давление на бизнес.

Для тех граждан, которые связывают жизнь с селом, Правительство совместно с местными органами власти проработало комплекс мер по развитию сельского предпринимательства. В населенных пунктах с высоким потенциалом развития организовано обучение навыкам предпринимательства. В докладе Всемирного банка в 2010 году Казахстан признан лидером по проведению реформ в интересах бизнеса.

В Послании от 14 декабря 2012 года «Стратегия Казахстан-2050: новый политический курс состоявшегося государства» сказано, что всесторонняя поддержка предпринимательства является ведущей силой национальной экономики. Отечественное предпринимательство объявлено также движущей силой нового экономического курса. В этой связи доля малого и среднего бизнеса в экономике должна к 2030 году вырасти по крайней мере вдвое. Для этого государство создаст условия, чтобы человек смог попробовать себя в бизнесе, стать полноценным участником проводимых в стране экономических преобразований, а не ждать, что государство решит за него все проблемы.

Важно поднять общий уровень деловой культуры и стимулировать предпринимательскую инициативу. В целях достижения всех запланированных задач предложено:

1) поощрять стремление малого и среднего бизнеса к объединению и кооперации и создать систему их поддержки и поощрения;

2) развивать внутренний рынок за счет поощрения местных бизнес-инициатив и минимального, но жесткого регулирования;

3) предусмотреть введение новой, более жесткой, системы ответственности для госчиновников, которые создают искусственные препоны для бизнеса;

4) с учетом новых реалий, в том числе участия в ЕЭП, предстоящего вступления в ВТО, усовершенствовать механизмы поддержки отечественных производителей и принимать все необходимые меры для защиты и продвижения их интересов.

Как сказал Президент в своей речи, задача сегодняшнего дня – создание необходимых условий и предпосылок для перехода мелких предприятий и индивидуальных предпринимателей в разряд средних. В настоящее время существующие перекосы в системе налогообложения малого и среднего бизнеса препятствуют их развитию и росту. Поэтому Правительству поручено до конца 2013 года внести изменения в законодательство, направленные на четкое разграничение понятий микро, малого, среднего и крупного бизнеса. При этом нагрузка на малый и средний деловые сегменты не должна быть увеличена.

Правительству до конца первого полугодия 2013 года поручено отменить все разрешения и лицензии, которые напрямую не влияют на безопасность жизнедеятельности граждан Казахстана, и заменить их на уведомления. На законодательной основе в Послании предлагалось создать условия, при которых бизнес будет сам регулировать вопросы контроля качества предоставляемых товаров, работ и услуг. В этих целях запланирована разработка новой системы защиты прав потребителей, исключив для них многоуровневую систему принятия судебных решений [115].

Для построения надежного диалога на принципах государственно-частного партнерства необходимо продолжить консолидацию бизнеса, что решает задачу широкого охвата и вовлеченности всех предпринимателей в реализацию этой новой стратегии. Анализ международного опыта показывает, что консолидация предпринимателей в палатах – один из важных факторов эффективности экономики, там, где это сделано, на деле воплотился принцип «сильный бизнес – сильное государство». Правительством совместно с союзом «Атамекен» проработана концептуальная модель обязательного членства в Национальной палате предпринимателей.

Данная модель обеспечит делегирование создаваемой Национальной палате предпринимателей широких полномочий и функций государственных органов в сфере профессионально-технического образования, комплексной сервисной поддержки малого бизнеса, особенно в сельской местности и моногородах, внешнеэкономической деятельности. Национальная палата предпринимателей станет надежным и компетентным партнером Правительства. Государство должно изменить свою роль, поэтому предложено провести вторую волну широкомасштабной приватизации.

Частный бизнес всегда и повсюду действует эффективнее государства. Поэтому власть предлагает передать в частные руки предприятия и услуги нестратегического характера. Это принципиально важный шаг для укрепления отечественного предпринимательства. Первым шагом на этом пути стал успешный старт программы «Народное IPO». Это в первую очередь распределение национального богатства в руки народа. Компанией АО «КазТрансОйл» было объявлено о размещении акций на 28 миллиардов тенге, при этом уже сейчас заявки практически вдвое превысили предложение.

Глава государствав Послании от 11 ноября 2014 года «НұрлыЖол - путь в будущее» заявил о необходимости дополнительного выделения 100 миллиардов тенге на льготное кредитование малого и среднего бизнеса, а также крупного предпринимательства. Это обеспечит реализацию проектов в пищевой и химической промышленности, машиностроении, а также в сфере услуг. Также Н. Назарбаев отметил, что необходимо продолжить работу по поддержке малого и среднего бизнеса и деловой активности.

На сегодня полностью освоены 100 миллиардов тенге из Нацфонда, направленные на поддержку и кредитование МСБ. Это позволило создать 4,5 тысячи рабочих мест. Спрос на эти средства превысил предложение на 23 миллиарда тенге. Созданы беспрецедентные условия кредитования бизнеса - всего под 6 процентов на 10 лет. Таких условий в стране ранее не было. Следует продолжить работу по развитию МСБ как драйвера экономического роста и увеличению его доли до 50 процентов ВВП к 2050 году. Поэтому необходимо эффективно использовать кредитные линии для малого и среднего бизнеса за счет АБР, ЕБРР, Всемирного банка на общую сумму 155 миллиардов тенге в 2015-2017 годах [116].

Послание Президента Республики Казахстан от 30 ноября 2015 года «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие» объявило о «Плане Нации. Сто конкретных шагов по реализации 5-ти институциональных реформ». Плана Нации включает 80 законов. Они начнут работать с 1 января 2016 года. Устраняются административные барьеры для малого и среднего предпринимательства, совершенствуются государственное управление, образование и здравоохранение. Все эти меры также придадут запас прочности государству, обществу, экономике.

Необходимым отмечено пересмотр всей системы государственных доходов и расходов. Предложено оптимизировать налоговые режимы и оставить только три уровня. Это – общий, патент для индивидуальных предпринимателей и специальный налоговый режим для малого и среднего бизнеса, а также аграрного сектора. Такой механизм будет выводить «теневую экономику» на свет. Также Президент в Послании обратился к предпринимательскому классу, всем состоятельным казахстанцам, всем бизнесменам и деловым людям с призывом активно участвовать в легализации капиталов, приватизационных тендерах.

Одновременно запланировано микрокредитование для развития предпринимательства. По словам Главы государства, в мировом рейтинге стран, создающих самые благоприятные условия для бизнеса, Казахстан занял 41 позицию. В целом, все выдвигаемые в Послании меры носят реальный характер и, как всегда, обеспечены надежным финансированием. В 2014-2015 годах на развитие малого и среднего бизнеса уже выделен 1 триллион тенге.

В Послании от 31 января 2017 года «Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность» объявлено о создании на базе одного из объектов ЭКСПО-2017 международный технопарк IT-стартапов. Он должен стать платформой для привлечения предпринимателей и инвесторов со всего мира. Для этого необходима соответствующая инфраструктура и благоприятные условия, включая налоговые льготы, упрощенные визовый и трудовой режимы. По поручению Президента Правительство приступило к реализации Программы продуктивной занятости и развития массового предпринимательства. Теперь граждане Казахстана на селе или в городе могут получить микрокредит до 16 миллионов тенге для своего бизнеса.

Важным объявлено расширять географию микрокредитования, активно использовать инструменты гарантирования и сервисной поддержки предпринимателей. Эти меры необходимо сопровождать организацией обучения бизнесу и финансовой грамотности. Нужно дальше совершенствовать инструменты поддержки массового предпринимательства. Каждый регион Казахстана должен предложить комплекс мер по развитию массового, в том числе семейного предпринимательства. Количество созданных новых рабочих мест, как и ранее, - один из ключевых критериев оценки эффективности деятельности Правительства и акимов.

Правительству совместно с Национальной палатой предпринимателей «Атамекен» предложено принять меры по фронтальному снижению всех видов издержек для бизнеса. Особенно это касается стоимости услуг в энергетике, транспорте и логистике, а также в ЖКХ. Большой потенциал для развития предпринимательства дает расширение государственно-частного партнерства. Намечена дальнейшая работа по снижению санкций за правонарушения в предпринимательской сфере.

Правительству поручено совместно с бизнесом разработать комплекс мер технологического перевооружения базовых отраслей до 2025 года, а также создать при Правительстве Совет по экспортной политике, в который войдут представители бизнес-сообщества. Одним из приоритетов выделено кардинальное улучшение и расширение бизнес-среды. Перед Правительством и акимами поставлена задача - разработать к 1 июля текущего года системные меры по дерегулированию бизнеса.

Акимам совместно с Правительством необходимым отмечено разработать детальные планы по улучшению условий для ведения бизнеса в регионах на основе рейтинга Всемирного банка. Предложено ввести в стране рейтинг регионов и городов по легкости ведения бизнеса. Для лучших запланировано учреждение специальной премии [117].

В Послании Президента от 5 октября 2018 года «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» Н. Назарбаев отметил, что нужно выстроить систему массового обучения сельских предпринимателей новым навыкам ведения хозяйства. Как объявил Глава государства в стране развивается малый и средний бизнес, составляющий основу процветания экономики. В рейтинге ведения бизнеса Всемирного банка Казахстан поднялся на 36-е место среди 190 стран Дополнительно Н. Назарбаев посчитал, что нужно формировать стабильные источники роста бизнеса, стимулировать частные инвестиции и способствовать свободе рынка, потому как именно бизнес создает новые рабочие места и обеспечивает большую часть казахстанцев доходами.

Программа «Дорожная карта бизнеса-2020», по мнению Президента, показала свою эффективность, в связи с чем объявлено о целесообразности ее продления до 2025 года. На ее реализацию заложено дополнительно не менее 30 миллиардов тенге ежегодно. Это позволит за 3 года дополнительно создать не менее 22 тысяч новых рабочих мест, обеспечит поступление 224 миллиардов тенге налогов и производство продукции на 3 триллиона тенге. Правительству в трехмесячный срок поручено реформировать работу антимонопольного ведомства, значительно усилив функции по защите конкуренции. Это важно, поскольку приводит к росту издержек для бизнеса, снижению реальных доходов людей.

Необходимым Президент отметил повысить защиту бизнеса от неправомерного административного давления и угроз уголовного преследования. Чтобы бизнес мог начать работу с чистого листа поручено с 1 января 2019 года приступить к проведению налоговой амнистии для МСБ, списав пени и штрафы при условии уплаты основной суммы налога. Важную роль в обеспечении бизнеса иностранными инвестициями, доступом к капиталу должен сыграть Международный финансовый центр «Астана», а также специально созданные отдельный суд, финансовый регулятор, биржу.

К.-Ж. Токаев в своем Послании от 1 сентября 2020 года «Казахстан в новой реальности: время действий» отметил, что новый экономический курс страны должен базироваться на семи основных принципах, два из которых касаются бизнеса – «Ведущая роль частного предпринимательства» и «Честная конкуренция, открытие рынков для нового поколения предпринимателей». Президент отметил, что закупки национальных компаний все еще остаются непрозрачными и малодоступными для рядовых предпринимателей [118].

Для преодоления негативных экономических последствий были предоставлены налоговые послабления более 700 тысячам предпринимателей. Отсрочены платежи, дана возможность рефинансирования кредитов на льготных условиях. Однако ситуация все еще сложная. Поэтому любое незаконное вмешательство государственных структур в предпринимательскую деятельность, воспрепятствование работе бизнесменов должны восприниматься как тягчайшее преступление против государства. Предприниматели в случае неправомерного нажима на них чиновников должны смело обращаться в органы прокуратуры.

Поддержка предпринимательства означает и особое внимание среднему бизнесу, который содержит в себе ключевые компоненты рыночного успеха. Такие компании должны быть ориентированы не только на внутренний, но и на внешние рынки. Следует усилить их экспортную поддержку. В секторе МСБ Президент посчитал возможным дать право предпринимателям, работающим в наиболее пострадавших от пандемии секторах, уплачивать розничный налог с оборота. Отдельного внимания требуют нормы международного налогообложения. Они должны максимально стимулировать приток иностранных инвестиций и реинвестирование прибыли в Казахстан.

Важнейшее значение приобретает конкурентная политика. Необходимо серьезно разнообразить конкурентное поле, создать действительно равные возможности для каждого предпринимателя, прекратить монополизацию рынков. К.-Ж. Токаев заявил, что он в курсе, что многие рыночные ниши плотно "забетонированы" далеко не рыночными методами. Предприниматели не могут войти в рынок, а если и сумели войти, то вынуждены подчиняться частным монополистам. В этой связи ставка будет сделана на подготовку новой волны предпринимателей. Поэтому предложено на всех уровнях образования – от школ до вузов предмет «Основы предпринимательства» должен изучаться.

В нынешних условиях сохранение занятости и доходов населения – абсолютный приоритет. В этой связи важным является на это время снизить нагрузку на фонд оплаты труда для МСБ в наиболее пострадавших отраслях. По данной категории бизнеса поручено отменить отчисления с оплаты труда во внебюджетные фонды на срок до конца года. Следующий вопрос – бизнес-климат. Эта сфера нуждается в реформах, поскольку регуляторная система по-прежнему остается громоздкой, даже карательной. По словам Токаева базовые принципы регуляторной политики должны быть изменены. Госрегулирование может быть оправдано только защитой здоровья граждан и экологии.

Трехлетний мораторий на проверки предоставляет хорошую возможность внедрить регулирование бизнеса с чистого листа. Параллельно поручено в течение 2021 года разработать новую нормативно-правовую базу деятельности МСБ. Поддержка предпринимательства означает и особое внимание среднему бизнесу, который содержит в себе ключевые компоненты рыночного успеха. Такие компании должны быть ориентированы не только на внутренний, но и на внешние рынки. Следует усилить их экспортную поддержку.

Негативным фактором в финансовом секторе Президент назвал дисбаланс между кредитованием потребительского сегмента и бизнеса. В этой сфере запланировано нормативно сдерживать безудержное, порой безответственное кредитование потребителей, что чревато серьезными социальными последствиями.

Недостаточная финансовая грамотность граждан не должна быть поводом для навязывания им кредитных продуктов. Правительству и Парламенту поручено законодательно оградить бизнес от чрезмерного вмешательства силовых структур. Требуют пересмотра действующие пороги привлечения бизнеса к уголовной ответственности за налоговые правонарушения. Любые следственные действия в отношении зарегистрированных предпринимателей могут осуществляться только с санкции суда или прокурора [119].

Анализ посланий и поручений Президента указывает на заинтересованность государства в развитии частного предпринимательства и понимании руководством страны особой роли и места МСБ в структуре казахстанского общества. Принимаемые в стране нормативные акты призваны обеспечить достойные условия и предпосылки становления и развития малого и среднего бизнеса. В рамках Единой программы поддержки предпринимательства «Дорожная карта бизнеса ‒ 2020» [120], образованы специальные структуры и фонды, например, фонд «Даму», который поддерживает МСБ из средств Национального фонда, НПП «Атамекен» [53].

В Послание Главы государства народу Казахстана от 1 сентября 2021 года «Единство народа и системные реформы - прочная основа процветания страны» принято решение продлить на 2022 год срок действия программ «Экономика простых вещей» и «Дорожная карта бизнеса».

Правительству дано поручение разработать «мягкие» меры стимулирования бизнеса к увеличению заработных плат своих работников.

Отдельного внимания заслуживают тезисы выступлений Главы государства К.-Ж. Токаева после трагических событий января 2022 года и объявлении о кардинальной политической модернизации «Новый Казахстан».

Так, в Послании народу Казахстана от 16 марта 2022 года «Новый Казахстан: путь обновления и модернизации» Президент заявил, что фундамент Нового Казахстана должен базироваться на гармоничном сочетании политических и экономических реформ.

Важным выделено условие по обеспечению честной и открытой конкуренции, которая призвана навсегда искоренить все искусственные монополии как в экономике, так и в политике. Также объявлено, что рост благосостояния народа возможен только в условиях подлинной конкуренции. Заявлено, что для построения «Нового Казахстана» необходимо полностью мобилизоваться. Решения должны приниматься быстро, на основе реальных запросов бизнеса и граждан.

В сентябрьском Послании 2022 года «Справедливое государство. Единая нация. Благополучное общество» Президент подчеркнул о сырьевой зависимости, низкой производительности труда, недостаточном уровне инноваций, неравномерном распределении доходов. В этих условиях объявлено о новой экономической политике, включающей в себя макроэкономическую стабильность, диверсификацию экономики, цифровизацию, развитие малого и среднего бизнеса, человеческому капиталу, обеспечению верховенства закона. Базовой целью новой экономической политики остается качественный и инклюзивный рост благосостояния наших граждан. При этом приоритетами нового экономического курса выступили:

– стимулирование частной предпринимательской инициативы, то есть отход от госкапитализма и чрезмерного вмешательства государства в экономику;

– развитие конкуренции, то есть обеспечение равных возможностей для всех;

– справедливое распределение национального дохода.

В данном послании отдельно освещены меры по системной поддержке предпринимательства. В первую очередь, необходимым для государства видится запуск полноценного «регулирования с чистого листа». Вместо бесконечных корректировок сотен и тысяч подзаконных документов и инструкций предложено утвердить новые компактные и понятные правила работы. При оказании финансовой поддержки государство будет отдавать приоритет конкурентоспособным малым и средним предприятиям. Базовыми критериями для такой помощи станут рост фонда оплаты труда и увеличение налоговых отчислений. Параллельно планируется внедрение автоматизированной системы определения получателей мер господдержки. Также предполагается выстроить качественно новую систему государственных закупок.

Заявлено о переходе на новую модель государственно-частного партнерства, так как по словам Главы государства многие проекты ГЧП стали «кормушкой» для недобросовестных предпринимателей и чиновников. Серьезной проблемой для отечественного бизнеса названа нехватка кредитных ресурсов. Недофинансирование малого и среднего бизнеса в Казахстане составляет около 42 миллиардов долларов. При этом в банках накоплена многотриллионная ликвидность, которая фактически не работает на экономику. Земля объявлена базовым фактором производства. Правительству поручено в каждом регионе и крупном населенном пункте провести оценку наличия незанятых или не используемых по назначению земель. По результатам доступ к таким сведениям предполагается открыть бизнесу.

Для поддержки молодежного предпринимательства объявлено о запуске отдельного механизма льготного микрокредитования под 2,5% годовых. Одним из важных тезисов Президента в контексте рассматриваемой нами диссертационной проблематики является тезис о необходимости развития человеческого потенциала в том числе предпринимательской среды. Так, К.К. Токаев заявил, что для развития человеческого капитала необходимо привлекать в страну талантливых специалистов из-за рубежа, особенно тех, кто добился успеха в сферах творчества и предпринимательства.

В Послании 2023 года «Экономический курс справедливого Казахстана» Глава государства подчеркнул, что поручал Правительству внедрить качественно новую систему государственных закупок, чтобы устранить проблемы текущей системы: длительные сроки, бесконечные обжалования, недостаточная прозрачность.

Новая система должна обеспечивать дальнейшую поддержку отечественного предпринимательства и, самое главное, – оперативно решать насущные проблемы с помощью бюджетного финансирования.

Президент также подчеркивает важность инновационных подходов в предпринимательстве. Так, Токаев К.К. считает, что руководство страны должно создать все условия для масштабного развития креативной экономики. В том числе защитить интеллектуальную собственность. При этом, президент отмечает, что на сегодняшний день центры креативной индустрии сосредоточены в трех крупных городах (Астана, Алматы, Шымкент), тогда как регионы остаются без должного внимания. Для того чтобы исправить сложившуюся ситуацию предложено открыть так называемые точки притяжения талантов – Центры креативной индустрии, где будут помогать участникам с вопросами коммерциализации своих продуктов.

Между тем, Глава нашей страны констатировал тот факт, что особенности производственного процесса субъектов креативной индустрии не позволяют им полноценно участвовать в программах поддержки предпринимательства, получать финансирование. В этом аспекте поручено разработать отдельный пакет мер поддержки «креативщиков».

Далее Токаев К.К. в Послании остановился на вопросе развития среднего предпринимательства, темпы которого недостаточны. Для успешного перехода на новую экономическую модель Президент предлагает устранить перекосы, сдерживающие средний бизнес. Правительству поручено внести изменения в законодательство, стимулирующее укрупнение субъектов малого предпринимательства.

По мнению Главы государства, следует объединить программы «Дорожная карта бизнеса» и «Экономика простых вещей» в комплексную программу поддержки малого и среднего предпринимательства. При этом государственную поддержку предлагается дифференцировать по уровню технологической сложности производств и категориям бизнеса.

Как считает Президент, успешное развитие предпринимательства невозможно без развития конкуренции. Сегодня в целом ряде базовых отраслей доминируют несколько крупных игроков. Это ведет к искажениям рынка.

Еще один важный вопрос, который был поднят в рамках Послания, состояние предпринимательского климата в стране.

Как считают в Акорде, между властью и бизнесом должен быть конструктивный диалог. В данном контексте подчеркивается необходимость дальнейшей декриминализации экономических преступлений. Речь говорится о делах в отношении предпринимателей и именно об экономических проступках. Также Президент полагает, что следует положить конец преследованиям предпринимателей правоохранительными органами.

Предлагается также мотивировать банки активно участвовать в корпоративном кредитовании, помогать именно предпринимателям. Кредитование бизнеса должно иметь более выгодное пруденциальное и фискальное регулирование в сравнении с другими видами банковской деятельности.

Для расширения доступа реального сектора к «длинным деньгам», по мнению Токаева К.-Ж., необходимо активнее применять механизмы совместного и синдицированного кредитования. В то же время промышленники и предприниматели не должны выступать в качестве «кредитного пылесоса», от них требуются качественные проекты, которые обеспечат реальную диверсификацию нашей экономики.

Как считает Глава государства, предприниматели справедливо жалуются на сложную процедуру возврата НДС, что серьезно ухудшает инвестиционный климат в стране. Правительству даны рекомендации оперативно устранить эту застарелую проблему, в том числе путем упорядочивания налоговых льгот.

Результаты контент-анализа показывают, что подходы к предпринимательской деятельности со стороны государства меняются из года в год, однако круг проблем с 1997 года остается прежним. В частности, для развития в стране конкурентоспособного малого и среднего бизнеса в числе первоочередных государственных мер выступают снятие административных барьеров, борьба с коррупцией, снижение налогообложения, а также построение доверительных отношений государства и бизнеса.

Для государства стабильное и эффективное малое и среднее предпринимательство неразрывно связно с решением социально-значимых задач, таких как создание рабочих мест, решение проблем села, интегрирование женщин в экономику и т.д.

Стоит отметить, что хронологическая оценка Посланий демонстрирует расширение государственного участия в рынке от решения частных задач до более глубинных вопросов, связанных с построением открытого государственно-частного партнерства, устранения условий к формированию «теневой экономики», легализации вывезенного за рубеж капитала и других факторов. При этом, несмотря на отход государства, в разные годы своего развития, от экономических реформ и переключения на политическую модернизацию в конечном итоге власти признают, что для сильного независимого государства необходима экономическая основа из малого и среднего предпринимательства. А для этого необходим соответствующий человеческий капитал и условия культурные, социальные, правовые, финансовые и т.д.

На наш взгляд со стороны государства отмечается направленность по институционализации и разделении понятий предпринимательства, а также малого и среднего бизнеса. Государственная власть, в лице Президента   
и Правительства, понимает важность социального стимула предпринимательства.

При этом, на первоначальном этапе государственной поддержки организация предпринимательской деятельности увязывалась с борьбой с безработицей. В научной литературе такой вид государственной деятельности называется вынужденным предпринимательством. В то же время для создания инновационной экономики нужно добровольное предпринимательство, в котором человек реализует весь свой личностный потенциал. Данный подход казахстанской властью стал предприниматься в дальнейшем.

Между тем, в стратегических документах и государственном видении оговорены условия и факторы, способствующие успешному развитию предпринимательства, которые затрагивают экономическую составляющую национального подхода. В то же время подчеркивается значимость развития предпринимательства через человеческий капитал, его образования и стимулирования.

**2.2 Классификации и типологии предпринимательства в Казахстане: статистический анализ**

Предпринимательская деятельность – это прежде всего интеллектуальная деятельность индивида, организовывающего бизнес как с выгодой для себя, так во благо общества. Предпринимательство в разных экономических отраслях различается по форме и содержанию операций и их осуществления. В зависимости от содержания и направленности предпринимательской деятельности, объекта приложения капитала и получения конкретных результатов различают следующие виды предпринимательства:

‒ производственное;

‒ коммерческое-торговое;

‒ финансово-кредитное;

‒ посредническое;

‒ страховое.

Согласно официальным сведениям с сайта Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан Бюро национальной статистикик субъектам малого и среднего предпринимательства относятся юридические лица, индивидуальные предприниматели и крестьянские или фермерские хозяйства, деятельность которых регламентируется Предпринимательским кодексом Республики Казахстан.

Субъектами малого предпринимательства являются индивидуальные предприниматели без образования юридического лица и юридические лица, осуществляющие предпринимательство, со среднегодовой численностью работников не более ста человек и среднегодовым доходом не свыше трех сот тысячекратного месячного расчетного показателя, установленного законом о республиканском бюджете и действующего на 1 января соответствующего финансового года.

Субъектами среднего предпринимательства являются индивидуальные предприниматели и юридические лица, осуществляющие предпринимательство, не относящиеся к субъектам малого и крупного предпринимательства. Индивидуальным предпринимательством является самостоятельная, инициативная деятельность граждан Республики Казахстан, кандасы, направленная на получение чистого дохода, основанная на собственности самих физических лиц и осуществляемая от имени физических лиц, за их риск и под их имущественную ответственность.

Крестьянским или фермерским хозяйством признается трудовое объединение лиц, в котором осуществление индивидуального предпринимательства неразрывно связано с использованием земель сельскохозяйственного назначения для производства сельскохозяйственной продукции, а также переработкой и сбытом этой продукции.

Все основные индикаторы социально-экономического развития республики вы можете найти на Интернет-ресурсе Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz) [98]. Статистический сборник «Малое и среднее предпринимательство в Республике Казахстан» в динамике за 2016-2020гг. будет сформирован в ноябре 2021 г. и размещен на Интернет-ресурсе Бюро, в разделе «Официальная статистика»/«Публикации»/ «Статистические сборники» [98].

В сборнике представлены материалы об основных показателях малого и среднего предпринимательства. Также в рубрике «Официальная статистика» / «По отраслям» / «Малое и среднее предпринимательство» выпускается на ежеквартальной основе экспресс-информация «Мониторинг субъектов малого и среднего предпринимательства», где вы можете найти информацию в разрезе субъектов малого и среднего предпринимательства.

По состоянию на 1 января 2021г. количество действующих субъектов малого и среднего предпринимательства, составило 1357,3 тыс. единиц. Численность занятых в МСП на 1 января 2021г. составила 3472,6 тыс. человек. Выпуск продукции (товаров и услуг) субъектами МСП за 2020г. составил 33627 млрд. тенге.

Исходя из официальных данных статистики малое и среднее предпринимательство Казахстана подразделяется на следующие виды экономической деятельности:

* сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство;
* рыболовство, рыбоводство;
* промышленность – горнодобывающая, обрабатывающая, производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
* строительство;
* торговля, в том числе ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования;
* гостиницы и рестораны;
* финансовая деятельность;
* операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг потребителям;
* государственное управление
* образование;
* здравоохранение и предоставление социальных услуг;
* предоставление коммунальных, социальных и персональных услуг;
* деятельность домашних хозяйств, нанимающих домашнюю прислугу и производящих товары и услуги для собственного потребления;
* деятельность экстерриториальных организаций (рисунок 9).



Рисунок 9 – Структура количества действующих субъектов МСП по видам экономической деятельности

Примечание – Составлено по источнику [98]

В разрезе организационно-правовых форм казахстанские субъекты МСП подразделяются на крестьянские или фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, предприятия малого и среднего предпринимательства (рисунок 10).



Рисунок 10 – Количество действующих субъектов МСП в разрезе организационно-правовых форм

Примечание – Составлено по источнику [98]

Благодаря государственной поддержк~~е~~ основные показатели деятельности субъектов МСП с каждым годом растут. Так, если на 2018 год было зарегистрировано 1 241 300 субъектов МСП, то к концу 2020 года в стране действовало уже 1 357 300. Как видно из статистических данных с увеличением количества предприятий наблюдается перманентный рост числа занятых казахстанцев (рисунок 11).



Рисунок 11 ‒ Основные показатели деятельности субъектов МСП

Примечание – Составлено по источнику [98]

В разрезе регионов численность занятых в деятельности МСП за 3 года выросла практически во всех областях, кроме Западно-Казахстанской и Павлодарской областей, где наблюдалось в конце 2020 года небольшое снижение занятых в структуре МСП (рисунок 12).

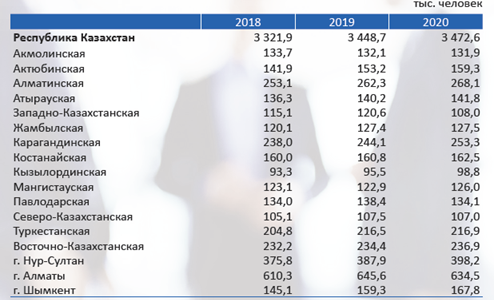


Рисунок 12 – Численность занятых в МСП

Примечание – Составлено по источнику [98]

Пиком положительных изменений деятельности субъектов МСП стал 2019 год, когда количество действующих субъектов МСП, численность занятых в МСП и выпуск продукции всеми субъектами МСП вырос по сравнению с другими годами. В 2020 году в условиях пандемии и карантинных ограничений по объективным причинам все показатели пошли на убыль (рисунок 13).

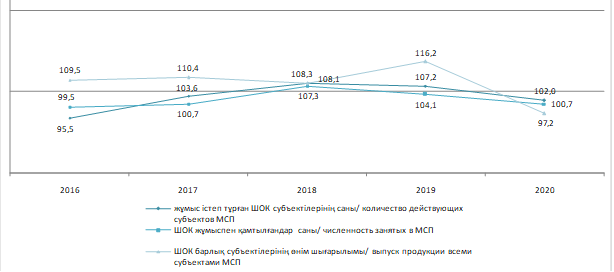


Рисунок 13 ‒ Динамика изменения основных показателей деятельности субъектов МСП в процентах к предыдущему году

Примечание – Составлено по источнику [98]

Однако «коронакризис» не повлиял на вклад субъектов малого и среднего предпринимательствав валовой внутренний продукт страны. Как видно из полученных статистических данных вклад в ВВП вырос почти в 3 раза с 2005 года и составил 32,8% в 2020 году (рисунок 14).

Рисунок 14 – Оценка вклада малого и среднего предпринимательствав валовой внутренний продукт, в %

Примечание – Составлено по источнику [98]

С 2016 по 2020 года фиксируется рост продукции субъектов малого и среднего предпринимательства. Так, за5 лет разница в сумме составила 14 017 982. При этом индивидуальные предприниматели немного снизили свои темпы производства в 2020 году и выпустили на 172 912 тенге меньше продукции (таблица 2).

Таблица 2 – Выпуск продукции всеми субъектами МСП, млн. тенге

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Годы | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
| Предприятия малого предпринимательства | 13 568 530 | 16 488 047 | 18 272 335 | 22 947 233 | 23 401 108 |
| Предприятия среднего предпринимательства | 3 484 992 | 4 045 875 | 5 118 377 | 5 929 183 | 6 462 457 |
| Индивидуальные предприниматели | 1 511 733 | 1 554 704 | 1 764 985 | 1 902 754 | 1 729 842 |
| Крестьянские или фермерские хозяйства | 1 043 755 | 1 152 499 | 1 317 352 | 1 607 790 | 2 033 585 |
| ВСЕГО по стране | 19 609 010 | 23 241 125 | 26 473 049 | 32 386 960 | 33 626 992 |
| Примечание – Составлено по источнику [98] | | | | | |

Наиболее пострадали от ограничительных мер во время пандемии бизнесмены Атырауской, Западно-Казахстанской, Кызылординской и Павлодарской областей, а также городов Нур-Султан и Шымкент. В то время как очень хорошие показатели продемонстрировали предприниматели Жамбылской области (рисунок 15).

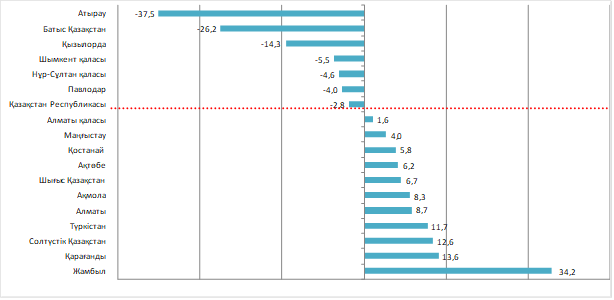


Рисунок 15 Снижение (увеличение) выпуска продукции всеми субъектами МСП

Примечание – Составлено по источнику [98]

Несмотря на некоторые отрицательные отклонения в деятельности МСП за 2020 год социально значимые показатели по регионам показывают хороший рост, что отражается в целом на благосостояние граждан РК (рисунок 16).



Рисунок 16 ‒ Социально значимые показатели деятельности субъектов МСП

Примечание – Составлено по источнику [98]

Ежеквартальный рейтинг малого бизнеса, проводимый Агентством Республики Казахстан по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и поддержке малого бизнеса, позволил выявить определенную дифференциацию в уровнях развития малого предпринимательства по регионам Казахстана.

Так, к категории регионов с относительно высоким уровнем развития малого бизнеса можно отнести города Алматы и Астана, Костанайскую область. К категории регионов со средним уровнем развития малого предпринимательства входят Южно-Казахстанская, Алматинская, Восточно-Казахстанская, Карагандинская, Северо-Казахстанская, Атырауская, Жамбылская, Кызылординская и Мангистауская области. Регионом с относительно низким уровнем развития этого сектора экономики можно считать Павлодарскую, Актюбинскую, Западно-Казахстанскую и Акмолинскую области.

Мониторинг развития малого бизнеса по регионам второй группы (со средним уровнем) показал, что ведущие позиции по развитию предпринимательской деятельности в отраслях промышленности занимают Атырауская и Алматинская области. Очевидно, что вклад малого предпринимательства в экономику республики возрастает. Однако подъем происходит волнообразно, периоды роста сменяются спадом, затем вновь некоторое оживление, имеются существенные неиспользованные резервы.

Кроме экспресс-анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятий, в ходе мониторинга большое значение уделяется обработке статистической информации о малых и средних фирмах.

Так, основные направления развития малых предприятий строительного профиля: выполнение государственных и местных заказов в качестве подрядчиков и субподрядчиков на строительстве социальных объектов: школ, больниц, спортивных, бытовых учреждений, а также при выполнении капитального и текущего ремонта жилищного фонда, объектов внешнего благоустройства.

Для малого предпринимательства торговли и общественного питания наиболее важными направлениями развития являются: организация на территории муниципальных образований широкой сети небольших магазинов местного значения, а в отдаленных и труднодоступных сельских местностях – павильонов, киосков и «магазинов на дому». Малое предпринимательство на селе будет развиваться в рамках формирования многоукладного сельского хозяйства. Усилится тенденция укрупнения фермерских хозяйств и увеличения объемов производства в расчете на одно фермерское хозяйство.

Рассматривая опыт предпринимательства на конкретных примерах, остановимся на анализе малого инновационного предпринимательства в Актюбинской области. Так в области МСБ имеет потенциал для развития в приоритетных направлениях экономики, как: энерго- и ресурсосбережение, увеличение доли продукции высокой степени переработки, информационные технологии, радиотехника, приборостроение.

В настоящее время роль малого бизнеса заключается в развитии социальной составляющей. Уже сейчас в здравоохранении, спорте, социальном обеспечении, образовании, культуре и искусстве функционируют свыше 800 малых предприятий, на которых занято более 4,5 тыс. человек. В основных направлениях развития малого предпринимательства предусмотрен территориальный аспект, учтены потенциальные возможности управленческих округов и местных образований, их социальные, природно-географические и демографические особенности.

Важную роль в развитии малого бизнеса имеет государственная политика по поддержке малого предпринимательства. Концепция базируется на признании предпринимательской способности населения как важнейшего ресурса социально-экономического развития области и, соответственно, изменении приоритетов экономической политики исполнительных органов государственной власти области на всемирную поддержку хозяйственной самостоятельности граждан и инновационной энергии предпринимателей. В Концепции для достижения целей и решения поставленных задач, предусмотрен комплекс организационных, институциональных, нормативных, финансовых и имущественных мер и механизмов по государственной поддержке малого предпринимательства [121].

В Концепции намечены меры по вовлечению безработных и незанятых граждан в предпринимательскую деятельность путем обучения, предоставления бесплатных консультационных и информационных услуг по вопросам организации своего дела, содействия в подготовке и экспертизе бизнес-планов, компенсации части затрат за счет средств областного бюджета по участию предпринимателей в областных выставках продукции и др.

В результате этой работы к 2015 году количество субъектов малого предпринимательства в Актюбинской области возросло на 185 тыс. единиц, а общая численность занятых в сфере малого предпринимательства за эти годы увеличилось в 1,8-1,9 раза и достигнет более 400 тыс. человек.

В рамках Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2013-2015 годы предполагалось проведение активной государственной научной и инновационной политики, направленной на стимулирование науки и инновационной деятельности в стране. Для достижения поставленных целей усилия были направлены дальнейшее развитие финансового рынка и совершенствование фискальной, образовательной, антимонопольной, инфраструктурной политики. В рамках политики стандартизации предусматривался переход на мировые стандарты во всех отраслях экономики и управления.

Успешная реализация Стратегии должна была способствовать проведению качественных изменений в структуре экономики, которые привели бы к ее устойчивому росту, основанному на эффективном использовании человеческого, произведенного и природного капитала, выходу Казахстана на новый уровень социального развития и устройства общества.

Для обоснования отдельных предложений по совершенствованию методов и механизмов государственного регулирования экономики в соответствующих разделах Стратегии приводится опыт зарубежных стран по реализации импортозамещающей и экспортоориентированной политики, включая различные виды и стадии экспортной политики, а также факторы, которые способствуют достижению конкурентного преимущества на мировых рынках. Приоритетами индустриально-инновационной политики являются развитие и создание потенциально конкурентоспособных, в том числе экспортоориентированных, производств, работающих в отраслях экономики не сырьевой направленности. В целях решения долгосрочных стратегических задач особое внимание необходимо уделять созданию условий для развития наукоемких и высокотехнологичных производств.

Проведенный анализ состояния и тенденций в развитии бизнеса в Казахстане свидетельствует, что предпринимательство - важнейшее направление развития экономики, и в настоящий момент его вклад в экономику республики становится все более весомым. Однако несмотря на то, что в целом, по республике, количество занятых в сфере предпринимательства из года в год повышается, удельный вес к экономически активному населению остаётся ещё низким по сравнению с государствами с развитыми рыночными отношениями.

Одним из основных направлений государственной поддержки предпринимательства является реализация его механизма через созданные инфраструктуры малого предпринимательства (фонды, кредитные и страховые учреждения, технологические парки, бизнес-инкубаторы и т.д.). Анализ инфраструктуры показал, что отсутствуют страховые компании; лизинговые, аудиторские и консалтинговые фирмы. Предприниматели, в основном, ориентированы на мощную рыночную инфраструктуру таких городов, как Алматы, Астана и др.

Одной из ключевых форм совершенствования механизма государственной поддержки предпринимательства является внедрение в экономику новых форм организации производства и услуг, способных эффективно заменить прежние и которые должны стать основой для формирования среднего класса.

Поддержку субъектов предпринимательства, особенно в производственной сфере, лучше обеспечивать за счет механизма государственного заказа. Данный механизм может значительно расширить спектр стимулирующего воздействия государства.

Среди мер государственной поддержки предпринимательства ключевое значение имеет помощь и содействие государства в закреплении малого предпринимательства за определенным рынком. Реализацию данного предложения можно обеспечить путем регулярной публикации перечня приоритетных видов производств, в развитии которых государство заинтересовано, и перечня регионов, которые оно хотело бы развивать.

Действенной мерой государственной поддержки в одном направлении было бы предоставление преференций при размещении госзаказа на производство определенных видов товаров, работ и услуг из опубликованного списка [122].

Задачами программы поддержки предпринимательства в республике являются:

‒ определение приоритетных направлений развития бизнеса в отраслевом и региональном разрезе;

‒ в данном случае речь идет о создании частных и коллективных структур рыночной экономики в сфере производства и переработки сельскохозяйственной продукции, производства товаров народного потребления, развития инновационной деятельности;

‒ формирование всех компонентов рыночной инфраструктуры в Казахстане как суверенном государстве (товарных, фондовых бирж, холдинговых, маклерских, брокерских, лизинговых, страховых, аудиторских компаний);

‒ создание и активная деятельность государственных и негосударственных органов и организаций по поддержке новых экономических структур;

‒ образование республиканских и местных фондов поддержки предпринимательства.

Все перечисленные меры по совершенствованию государственной поддержки предпринимательства позволят в результате расширить сферы его деятельности и увеличить объемы, а также окажут позитивное влияние на каждое конкретное предприятие.

В целом, по результатам статистического анализа можно сделать вывод о том, что структура МСП с годами не изменяется. В разрезе организационно-правовых форм казахстанские субъекты МСП подразделяются на крестьянские или фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, предприятия малого и среднего предпринимательства. Благодаря государственной поддержке основные показатели деятельности субъектов МСП с каждым годом растут.

Пиком положительных изменений деятельности субъектов МСП стал 2019 год. В 2020 году в условиях пандемии и карантинных ограничений по объективным причинам все показатели пошли на убыль. Однако «коронакризис» не повлиял на вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в валовой внутренний продукт страны. Несмотря на некоторые отрицательные отклонения в деятельности МСП за 2020 год социально значимые показатели по регионам показывают хороший рост, что отражается в целом на благосостояние граждан РК.

**2.3 Перспективы развития социального потенциала в рамках бизнес-образования**

Как мы уже отмечали, наиболее важным условием для эффективности и процветания бизнеса является качественный человеческий капитал, который можно сформировать только благодаря грамотному и системному бизнес-образованию. В Казахстане активно развиваются и действуют программы взаимовыгодного сотрудничества с другими странами по передаче опыта эффективного экономического развития и стимулирования предпринимательской деятельности. Так, палата предпринимателей «Атамекен» проводит активную работу по обмену организационным и практическим опытом в сфере развития среднего и малого бизнеса между руководителями-предпринимателями малого и среднего бизнеса, а также инженерными работниками в Германии.

С 2004 года при координации Палаты предпринимателей «Атамекен» реализуется программа «Деловые связи» - («Дорожная карта бизнеса 2020»). За годы реализации программы свыше 3 тысяч человек - руководителей предприятий малого и среднего бизнеса прошли бизнес-тренинги и повысили свои управленческие компетенции, на зарубежную стажировку по обмену опытом были направлены более 500 бизнесменов.

В течение четырёх недель казахстанские предприниматели имели возможность пройти тематическую бизнес-стажировку в Германии ‒ это обучение и ознакомительные экскурсии на иностранные предприятия аналогичной деятельности казахстанских бизнесменов профиля и установление деловых связей с иностранными партнёрами. Приём на программу осуществляется по системе многоуровневого отбора – для участия необходимо было иметь сертификат об окончании бизнес-тренингов первого этапа проекта «Деловые связи» или по компоненту «Обучение топ-менеджмента МСБ» в Назарбаев университете, что гарантирует вовлеченность и заинтересованность участников в программе и в достижении ими долгосрочных целей развития.

Эффективность реализации программы отметил Посол Германии в Казахстане Рольф Мафаэль, который не раз отмечал в своих выступлениях, что быстрый рост экономики Германии, в своё время, был во многом обусловлен ростом малых и средних предприятий в Германии «Я хочу сказать, что перед вами стоит задача превратить «Чудо Рейна» в «Чудо Есиля». Это сложная задача. Но я за это время успел познакомиться со многими казахстанцами, и нахожу их очень энергичными и амбициозными. Я думаю, что они прекрасно справятся с задачей создания конкурентоспособных предприятий».

Руководить программы подготовки управленческих кадров в Центральной Азии А. Леке рассказала о результатах анкетирования участников программы прошлого года. Участники программы, как показал социологический опрос после завершения, программы получили реальные результаты как для себя лично – индивидуальный и профессиональный рост, так и для целей развития своего предприятия. Так 14% участников опроса получили повышение в должности, 9% создали собственные предприятия, 5% стали выполнять функцию представителя немецкой экономики в Республике Казахстан, 45 участников, которые приняли участие в анкетировании, заявили, что они уже полностью реализовали 12 контрактов с немецкими предприятиями (25% от всех участников программы), ещё 7 контрактов на стадии реализации, 58% участников программы приобрели новое оборудование. Участники Программы отметили, что после стажировки у них изменился подход к менеджменту – на первое место встали вопросы качества выпускаемой продукции, 56% участников говорит о том, что они стали привлекать работников к процессу принятия решений. Многих заинтересовал «немецкий стиль управления предприятием».

Таким образом, в Казахстане осуществляется планомерная работа по ознакомлению широкого круга предпринимателей с опытом работы других стран, создаются условия для их профессионального роста.

Однако, стоит отметить, что на начальном этапе начинающие бизнесмены сталкиваются с целым спектром проблем, которые в результате приводят к банкротству. Указанное обстоятельство негативно сказывается на казахстанской бизнес среде и приводит к снижению экономических показателей.

Главная причина лежит в отсутствии, несоответствии, слабом взаимодействии или оторванности имеющихся образовательных программ от производства. Решение данной проблемы видится в масштабировании методики дуального образования, основная цель которого заключена в содействии устойчивого повышения уровня профессиональной подготовки студентов по запросам малого и среднего бизнеса на предприятиях и в средне специальных, профессиональных учебных заведениях Казахстана. Отметим, что сегодня в рамках дуального обучения обучается порядка 30 тыс. человек, что составляет всего 5,5% от всего количества обучающихся [123].

Также образовательные программы ВУЗов Казахстана нуждаются в доработках и обновлении. Так как при проведении экспертного анализа было выявлено, что в некоторых образовательных программах почти нет зарубежной литературы, монографий штатных преподавателей и научной литературы. Знания и навыки, получаемые студентами, является не актуальными и устаревшими. Поэтому **для наиболее рациональной подготовки кадров** крайне необходимой мерой является интегрированность **академического мира и рынка труда** [124].

Особую тревогу вызывает тот факт, что увеличивается число покидающих страну граждан с высшим образованием. Причем сальдо миграции человеческих ресурсов с высшим образованием является отрицательным: страну покидают значительно большее число лиц с высшим образованием, чем прибывают. Так, в 2017 г. лица с высшим образованием (11 290 человек) составили 29,9% из общего числа выехавших из Казахстана, то есть почти каждый третий эмигрант. Из общего числа въехавших в страну высшее образование имели 2 736 человек, или всего 17,5% (каждый шестой).

Помимо этого, из Казахстана ежегодно уезжают в среднем 2 400 технических специалистов, что отрицательно сказывается на темпах индустриализации страны. При этом утечка технических кадров наиболее болезненно ударяет по самым индустриально развитым регионам страны: более 50% оттока технических кадров приходится на Восточно-Казахстанскую, Павлодарскую и Карагандинскую области. Таким образом, для предпринимательского сектора, так же, как и для экономики в целом, дефицит человеческих ресурсов является одним из основных. При этом следует признать, что низкая квалификация и слабая производительность имеющихся в стране специалистов усиливают негативный эффект. Затраты на образование в Казахстане составляют всего 3,7% от ВВП.

При этом производительность труда составляет 25,6 долларов в час. В то же время в странах Международной организации экономического сотрудничества и развития бюджетные расходы на образование на уровне 5,1% от ВВП, а производительность труда превышает казахстанский уровень почти в 2 раза ‒ 46,5 долларов в час. Приведенные данные подтверждаются результатами опросов. Так, предприниматели часто испытывают сложности в поиске нужных специалистов – на эту проблему обращают внимание 50% опрошенных. 41% предпринимателей указали на то, что в их регионе не готовят нужных специалистов. В итоге 59% среди всех опрошенных отметили необходимость самостоятельно обучать нанятых сотрудников [98].

Среди неотложных задач ‒ ориентация бюджетной, административной, налоговой политики на достижение социально-гуманитарных целей, на действительно приоритетное финансирование науки, образования, здравоохранения, культуры, охраны материнства и детства. Необходимо активно задействовать налоговые механизмы для стимулирования инвестиций в развитие человеческого капитала. Для этого требуется в максимальной степени освободить от налогов расходы компаний и граждан на развитие человеческого капитала. Немаловажным аспектом в развитии человеческого капитала является становление сильного социально ответственного государства, а также создание национальной модели общественного благополучия.

Также необходима новая действенная инфраструктура для отечественного предпринимательства, это могут быть: бизнес-инкубаторы, технопарки, кредитные союзы и страховые компании и т.д. Здесь следует добавить, что в данных программах поддержки приоритеты должны отдаваться малым предприятиям в оказании им помощи, например, в приобретении лицензий, новых технологий, товарных знаков, а также сдачи в аренду им оборудования и площадей на предприятиях отрасли.

В целях обеспечения высокого уровня человеческого капитала в предпринимательском секторе, необходима разработка и реализация комплексной программы, охватывающей все составляющие его элементы: экономический, культурно-нравственный, социальный, образовательный и другие потенциалы. Приоритетом должен являться экономический ресурс, предполагающий повышение статуса предпринимателя в обществе и его производительности труда за счет увеличения мотиваций и стимулов.

Как показывает практика экономически продвинутых стран, развитие человеческого капитала Казахстана должно интегрироваться в общегосударственную стратегию развития регионов страны с учетом формирования крупных агломераций, транспортной инфраструктуры и процессов глобализации.

Необходимо также отметить, что человеческий капитал в слаборазвитых странах имеет значительно более низкую производительность, чем в странах развитых. Следовательно, Республика Казахстан может иметь не только меньшее количество человеческого капитала, чем развитые страны, но и в значительной степени менее конкурентоспособное. В этом отношении становится крайне необходимым внедрение наиболее эффективных образовательных бизнес-программ и подготовка узких специалистов бизнес-администрирования.

На основании анализа запросов бизнес среды нами разработана МВА программа по направлению «7M03088 Социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга», которая представляет с собой инновационную программу по подготовке менеджеров в сфере торговли, экономического планирования и маркетинга. Данная программа даст возможность укрепить устойчивость карьерного роста молодых специалистов в организации. МВА программа разработана с учетом требований рынка труда, рекомендаций бизнес-сообщества и в соответствии с Государственным образовательным стандартом послевузовского образования.

Уникальность данной программы заключается в том, что это единственная и уникальная на сегодняшний день обучающая программа по направлению социолог-аналитик, которой нет аналогов в нашей стране. В частности, как отечественные высшие учебные заведения, так и топовые-мировые, до сегодняшнего момента обучали по единому определенному направлению, что не дает достаточную гибкость и навыки для адаптации выпускников к текущим реалиям рынка и требованиям работодателей в сфере маркетинга с учетом социологии и использования ее технических инструментов.

Разработанная нами МВА программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса и включает в себя: рабочий учебный план, описание дисциплин и ключевые компетенции, которые магистранты будут иметь по завершению программы.

Для разработки МВА программы выполнен бенчмаркинг более 30 топовых ВУЗ-ов Казахстана, России и зарубежья, в том числе: Университет Чикаго, Массачусетский институт технологий, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа экономики, Университет КАЗГЮУ имени М.С. Нарикбаева, Университет КИМЭП, Университет имени Сулеймана Демиреля, Евразийский национальный университет и др. Также было проведено исследование потребностей и ожиданий среди работодателей и претендентов МВА программы по направлению «7M03088 Социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга».

На основании системного анализа определен типичный срок обучения будущего социолога-аналитика в сфере экономики и маркетинга в 1-1,5 года. Длительность обучения по программе MBA на очной форме с применением дистанционных образовательных технологий (до 80% занятий будут проводиться в дистанционном формате) составляет 12 месяцев на изучение 4 модулей из 7 дисциплин учебного плана, подготовку и защиту проекта.

Миссия МВА программы заключается в том, чтобы привносить лучшие мировые практики в высшее образование Казахстана, для формирования конкурентной академической среды и создания актуальных социологических знаний, которые применимы в сфере экономики и маркетинга.

Целью МВА программы выступает создание площадок для реализации исследовательских интересов и подготовка высококвалифицированных менеджеров, обладающих практическими навыками социологического исследования для разработки стратегии и политики бизнеса как на повседневной, так и долгосрочной основе, также включает в себя управление человеческими, финансовыми и материальными ресурсами для достижения целей организации.

Ключевыми особенностями программы являются бизнес-стратегия, управление бизнес-процессами, командная работа, эффективная коммуникация, клиентоориентированность, ориентация на результат, BigData, Problemsolving, лидерство, маркетинг.

МВА программа охватывает основные функциональные области менеджмента и бизнес-исследования (Бизнес исследование, Стратегический менеджмент, Методы статистического анализа в социальных науках и бизнес-администрировании (SPSS/Excel/R/Stata), BI-аналитика данных (BigData, Экономическая социология, Навыки эффективного общения: презентации, переговоры, деловая переписка и т.д.), а также обеспечивают высокую интеграцию отдельных дисциплин с позиций общего менеджмента и включают темы по стратегии бизнеса, задания, направленные на решение комплексных проблем организаций, способствуют индивидуальному развитию магистрантов посредством формирования таких умений, как анализ проблем (в том числе количественными методами), принятие решений, командная работа, лидерство, предприимчивость, ведение переговоров, коммуникации и презентации.

Целевая аудиторияданной программы:

‒ руководители и менеджеры отдела продаж;

‒ директоры по продажам;

‒ директоры по сбыту;

‒ коммерческие директора;

‒ маркетологи;

‒ социологи в сфере бизнеса.

Требования к слушателям курса следующие: высшее образование (диплом бакалавра, специалиста или магистра любого профиля), опыт работы не менее 3-х лет, успешное прохождение вступительных испытаний (собеседование на английском языке).

Основными видами внеаудиторной работы являются:

* индивидуальная самостоятельная исследовательская работа, в том числе изучение учебной литературы; поиск и изучение дополнительных источников, вспомогательных материалов; выполнение заданий для участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме; выполнение проектных работ; выполнение командной работы и др.;
* командная работа над заданиями, выполнение которых предусматривает: командное (групповое) взаимодействие магистрантов на внеаудиторных занятиях (подготовка групповых проектов, выполнение расчетных заданий группой, взаимодействие в компьютерных сетях, проведение экспериментов, участие в форумах, др.);
* консультации-вебинары, обратная связь по системе «вопрос-ответ» с применением социальных сетей и др.

Дисциплины программы MBA группируются по модулям, отражающим взаимосвязанные стороны освоения научно-практического материала и выработки умений и навыков. Трудоемкость каждого модуля определяется программой MBA в зависимости от ее особенностей. В программах MBA устанавливаются обязательные перечни модулей научно-теоретических дисциплин, каждые из которых могут складываться из нескольких самостоятельных дисциплин.

Завершающий модуль содержит набор дисциплин по выбору для предоставления магистрантам возможности выбрать определенную специализацию в рамках программы MBA. Освоение программ MBA завершается обязательной итоговой аттестацией. Итоговая аттестация осуществляется после завершения освоения программы MBA в целом и предназначена для определения уровня практической и теоретической подготовки магистрантов к выполнению профессиональных и исследовательских задач.

Итоговая аттестация включает в себя защиту магистерской диссертации. Магистерская диссертация должна предусматривать комплексное межфункциональное рассмотрение проблем управления бизнесом и отражать результаты самостоятельного исследования магистранта или в группе магистрантов, которое проводится в течение всего периода обучения. Структурные подразделения Университета, реализующие программы MBA, самостоятельно определяют требования к магистерской диссертации, при этом тематика работы не может быть узкоспециализированной.

Результатами обучения по программам MBA должно быть приобретение глубоких знаний, умений и практических навыков, необходимых для эффективного управления человеческими ресурсами.

Будущий социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга должен иметь следующие компетенции:

Инструментальные компетенции– способность к анализу и синтезу; к организации и планированию; подготовка по основам профессиональных знаний, письменная и устная коммуникация; навыки управления информацией, умение находить и анализировать информацию из различных источников; решение проблем; принятие решений.

Межличностные компетенции - способность к критике и самокритике; умение работать в команде; навыки межличностных отношений; способность общаться со специалистами из других областей; способность работать в международной среде; приверженность этическим принципам.

Профессиональные компетенции - способность применять знания, генерировать идеи (креативность), учиться адаптироваться к новым ситуациям; навыки лидерства; исследовательские навыки; разработка и управление проектами в сфере экономики и маркетинга; инициативность и предпринимательский дух; забота о качестве; стремление к успеху.

Конкретное соотношение перечисленных аспектов знаний, квалификации, навыков менеджеров, приобретаемых в рамках программы MBA, определяется контингентом магистрантов, особенностями миссии и целями программы.

В ходе обучения выпускники программы MBA овладеют рядом навыков:

* организовывать социологические и бизнес-исследования на практике, направленные на решения среднесрочных и долгосрочных задач бизнеса;
* применять инструменты влияния на поведение подчиненных в целях достижения стратегических задач, управлять командой, работать вместе и помогать другим участникам, проявлять лидерские качества;
* управлять деловой коммуникационной средой предприятий с заинтересованными сторонами (стейкхолдерами), определять основные принципы работы в условиях внешнего контекста в долгосрочной перспективе;
* применять социологические методы, для анализа данных в бизнес-администрировании;
* выбирать различные решения проблем и выход из сложных ситуаций при управлении бизнес-процессами;
* выбирать эффективные коммуникации при оформлении результатов исследования с помощью визуализации и презентации, а также используя различные инструменты и средства массовой информации;
* выбирать стратегии и инструментарии для анализа социально-управленческих и бизнес-процессов, связанных с управленческой деятельностью и социальных проблем, возникающих в процессе функционирования и развития общества;
* организовывать эффективное взаимодействие с деловыми партнерами, реализуя комфортно – психологическое общение и разнообразные стратегии, и тактики, ориентированные на достижение компромисса и сотрудничества.

В целях повышения конкурентоспособности экономики страны в условиях глобализации развитие человеческого капитала должно являться важнейшим приоритетом стратегического развития. Для этого необходимо выстраивание конструктивных форм коммуникации и интеграции на всех уровнях общественной системы. В свою очередь, для развития социального потенциала в рамках бизнес-образования необходимо наладить сотрудничество между предпринимательством и государством по следующим направлениям:

‒ исследование качества человеческого капитала, в том числе предпринимательского сектора в Казахстане;

‒ разработка и реализация национальной модели развития человеческого капитала;

‒ разработка и реализация комплексной программы по расширению инфраструктуры для отечественного предпринимательства;

‒ масштабирование проекта о дуальном образовании в образовательных учреждениях различного уровня и профиля.

**3 СОЦИАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ МСБ: ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ И СТРУКТУРЫ, ПРОБЛЕМЫ, И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН**

**3.1 Предпосылки развития студенческого предпринимательства: результаты опроса**

В условиях сложной и непредсказуемой геополитической обстановки, когда космополитность или глобализм сменяется национализацией экономик перед мировыми правительствами стоит задача по экономическому самообеспечению, достижению устойчивого внутреннего социально-экономического развития. В данном вопросе немаловажное значение играет стимулирование предпринимательской деятельности. Одним из перспективных направлений в развитии предпринимательского потенциала в нашей стране является создание условий для молодежной предпринимательской активности.

Молодежному предпринимательству в современном мире отводится важная роль как в экономическом плане, так и в социальном. Причинами такого подхода стало следующее:

* молодежное предпринимательство содействует экономическому росту страны. Молодые предприниматели создают новые рабочие места и генерируют экономический рост. Молодые люди с предпринимательским опытом могут предложить новые идеи и инновации, которые могут привести к новым рынкам и возможностям;
* способствование созданию культуры предпринимательства. Молодежное предпринимательство может помочь создать культуру предпринимательства, где люди ощущают, что они могут вести свой бизнес и преуспеть в этом. Это может повысить уровень инноваций и эффективности в экономике;
* развитие локальных сообществ. Молодежные предприниматели могут помочь развивать локальные сообщества, создавая рабочие места, предлагая новые продукты и услуги, а также повышая уровень жизни в регионах страны;
* способствование изменению сложившихся социальных норм. Молодежное предпринимательство может стать основой для изменения социальных норм и ожиданий;
* развитие навыков и опыта среди молодежной среды. Молодежное предпринимательство может помочь молодым людям развивать навыки и опыт, которые могут пригодиться им в будущей карьере;
* решение социальных проблем. Молодые предприниматели могут использовать свой бизнес для решения социальных проблем и поддержания устойчивого развития, что положительно повлияет на общество и будет способствовать оздоровлению.

В целом, молодежное предпринимательство может иметь значительный положительный вклад в экономику и общество. Поддержка и поощрение данного вида предпринимательства могут быть важными факторами для достижения устойчивого экономического роста и социального развития, а также для развития инноваций.

Развитие молодежного предпринимательства – «не предмет выбора, а эволюционная необходимость». В стране, да и в мире, который год идут перемены. И поколение перемен (нынешнее студенчество) – такая же заинтересованная сторона, как государство, бизнес-корпорации, вузы, некоммерческие структуры, население в целом, имеющая законный интерес в их участии. Соответственно молодежь должна обладать правом непосредственно участвовать и влиять на происходящие перемены. Пора перестать смотреть на нее лишь как на опекаемый объект воспитания, обучения, социализации.

Инновационный потенциал молодежи, ее мобильность, готовность к переменам, адаптивность обусловливают необходимость выделения особой категории предпринимательства – молодежного предпринимательства. Признавая молодежь заинтересованной стороной, создавая комфортные условия, можно инициировать массовое привлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность. От того, каким будет их сегодня, зависит наше завтра. Это особенно актуально, учитывая сформированное под влиянием советских идеологем предвзятое отношение к предпринимательству у многих представителей старшего поколения.

С конца прошлого века в мире наблюдается тенденция роста популярности концепции «заинтересованных сторон». Европейская система высшего образования перешла на режим функционирования заинтересованных сторон, рассматривая студентов в качестве одной из них. Наша система образования делает только первые шаги на этом пути.

Надо сказать, что среди научных концепций, связанных с тематикой бизнеса, особо выделяется концепция «заинтересованных сторон» («stakeholderconcept») профессора Дарденской Школы бизнеса университета Вирджинии (США) Эдварда Фримена. Не случайно Фримена называют «гуру» мировой академической общественности, учитывая, что его работы служат практическим ориентиром для исследователей и разработчиков в области теории и практики современного бизнес-менеджмента.

Запущенный с его легкой руки термин «стейкхолдер» получил широкое применение в научной и деловой практике. Под термином «стейкхолдер» понимается широко трактуемое участие всех групп и индивидов, «играющих жизненно важную роль в успехе делового предприятия в современных условиях» [125]. Эта трактовка Фримена сегодня уже не требует доказательств. Сегодня она звучит как аксиома: эффективность взаимодействия заинтересованных сторон – важнейший атрибут успеха любого бизнес-начинания.

Собственно, задача данного раздела – показать с позиции процесса развития молодежного предпринимательства возможности применения концепции «заинтересованных сторон». Главный посыл заключается в том, что процесс развития молодежного предпринимательства необходимо рассматривать в системе отношений основных групп стейкхолдеров – органов власти, предпринимательских структур, вузов и самой молодежи.

Собственную эмпирическую основу представляемого раздела составляют результаты социологического исследования предпринимательского потенциала студенческой молодежи, обучающейся в вузах столичного мегаполиса.

Потребность в исследовании обусловлена не только этим обстоятельством, но и малоизученностью самого феномена молодежного предпринимательства. Несмотря на то, что его роль и значение активно обсуждаются в правительственных, предпринимательских и научных кругах в отечественной социологии до сих пор отсутствует четкое выделение отличительных социально-экономических признаков этого сегмента населения. Вообще социологические работы, основывающиеся на специальных обследованиях, посвященных изучению предпринимательства, в том числе молодежного, в нашей стране – дефицитная ценность. Возможно, это связано с тем, что до сих пор нет четкого законодательного определения понятия «молодежное предпринимательство». Как следствие, достаточно проблематично выделить его субъектов для целей учета и анализа.

Развитие массового молодежного предпринимательства – это своего рода сверхзадача государства на среднесрочную перспективу. Его численный рост, социальная и экономическая активность – необходимые условия появления постиндустриальной экономики в Казахстане. В настоящее время массовое молодежное предпринимательство – пока не свершившийся факт, а скорее ориентир, к которому надо двигаться, добиваясь одновременного прогресса по всем направлениям – от реструктуризации системы образования и рынка труда до оптимизации стратегических приоритетов и преференций на уровне государственной молодежной политики.

О проблемах молодежного предпринимательства часто говорят в СМИ. Социальные программы поддержки проводятся на государственном, региональном и местном уровнях. Реализуются различные бизнес-планы и бизнес-проекты для стимулирования инновационной предпринимательской активности. Однако успешное осуществление политики невозможно без глубокого и детального изучения объекта, на который она направлена. И эту задачу должна решать социология.

Сегодняшние студенты в потенциале – это поколение завтрашних предпринимателей, способных войти в ядро новой экономики и открыть общество притоку внутренних инвестиций. По сути речь идет о наиболее перспективном сегменте социального потенциала развития предпринимательства и не только в среднесрочной, но уже и в ближайшей перспективе.

Исследование по замеру предпринимательского потенциала студенческой молодежи проведено в октябре-ноябре 2019 года сразу после введения в учебную программу вузов спецкурса «Основы предпринимательской деятельности» с применением метода социологического опроса. Объектами опроса были студенты-очники неэкономических специальностей, 3-4 курсов обучения двух ведущих вузов города Нур-Султан – Евразийского Национального Университета им. Л.Н. Гумилева и Казахстанского Национального Университета Искусств. Учитывая, что предпринимательство не ограничивается только экономической сферой, а соотносится со всеми социальными сферами предпочтения выбора были отданы неэкономическим специальностям.

Цель исследования заключалась в изучении и анализе предпринимательского потенциала студенческой молодежи. Была выдвинута гипотеза, согласно которой для определенной части студенческой молодежи предпринимательство – привлекательная перспектива профессиональной карьеры. В качестве возможных причин рассматривались:

‒ ожидания высоких личностных «дивидендов»;

‒ внутренняя потребность (наличие личностных качеств, отвечающих выбору профессии);

‒ жизненные проблемы.

Понимая, что основная гипотеза может быть нейтральной по отношению к факторам, мотивирующим выбор профессии, сформулированы дополнительные гипотезы:

1. Мотивация выбора предпринимательской деятельности обусловлена стремлением молодежи к самостоятельности (независимости, автономности) в своей работе, стремлением получить больший контроль за своим будущим, стремлением самореализоваться – распространить свои лидерские качества на сферу деловой активности, стремлением к хорошим заработкам.

2. Мотивация ориентирована на достижение успеха как личностно значимого результата. В таком контексте «достиженческая планка» студенческой молодежи – не только и не столько получение прибыли, сколько реализация личностных целей, психологическое удовлетворение.

3. Наличие невысокого «порога» психологических барьеров, препятствующих этому виду занятия.

В соответствии с целью и гипотезами в ходе исследования решались следующие задачи:

* определить количественные параметры предпринимательского потенциала в структуре студенческой молодежи;
* проанализировать группы мотивов и факторов, влияющих на выбор предпринимательской деятельности;
* выявить группы факторов и психологических барьеров, препятствующих занятию предпринимательством;
* установить доминантные признаки предпринимательского потенциала на основе самооценок студентов собственных личностных качеств и возможностей для бизнес-старта.

Использовался такой вид исследования, как аудиторный групповой опрос студентов по стандартизированной раздаточной анкете на казахском и русском языках. Применялась кластерная выборка. В данном случае мы исходили из предположения о достаточно высокой однородности студенческого контингента в целом, в связи с чем были опрошены студенты различных курсов и специальностей. Так, единицами исследования были не отдельные респонденты, а группы с последующим сплошным опросом в отобранных группах. В качестве отбираемых выступали студенты гуманитарных, технических и творческих специальностей старших курсов обучения, представлявшие собой целостные объекты с точки зрения социологического изучения. Выборочную совокупность составили 1000 студентов гуманитарных, технических и творческих специальностей старших курсов обучения.

Основной контингент участников опроса составили студенты 4-ого курса (63,9%), технических и гуманитарных специальностей (соответственно 49% и 36,5%). Среди опрошенных студентов наиболее активно представлены девушки (57,3%); возрастная группа 20-26 лет (85%); средний возраст – 22,4 года; казахи (80,2%), горожане (74,3%). По показателям самооценки доминантное большинство – представители низкодоходных семей (79,6%); с занятостью родителей (в прошлом или настоящем) наемным трудом (50,2%) (рисунок 17).

Рисунок 17 ‒ Отношение к предпринимательству

Примечание ‒ Составлено автором

По данным самооценок опрошенных студентов, в среднем 52,9% в большей или меньшей степени имеют достаточные представления о предпринимательстве. В составе этой категории респондентов наиболее активно представлены студенты, чьи родители заняты в собственном бизнесе (58,1%); из низкодоходных семей (54%). Наличие достаточных представлений о предпринимательстве в 1,2 раза чаще характеризует городскую молодежь по сравнению с сельской (соответственно 55,5 и 45,5%). В более частых случаях - девушек (54,8%), 20-26 летних (54,5%); студентов творческих и технических специальностей (соответственно 64,8 и 55,7%).

Эмпирически зафиксирована высокая привлекательность предпринимательства в среде студенческой молодежи. Средний совокупный показатель по массиву - 61,5%. Величина среднего показателя отклоняется в сторону увеличения – в группах студентов, чьи родители не работают (66,7%) и заняты в собственном бизнесе (66,5%); девушек (62,3%); 20-26 летних (62,9%); горожан (62%); четверокурсников (62,3%); творческих специальностей (75,2%). В целом отношение к предпринимательству не имеет резко выраженного дифференцированного характера в зависимости от социально-демографических, доходных и иных спецификаций. Большинство показателей соотносится в сопоставимых пределах.

В массе опрошенных в среднем 54,5% в той или иной степени декларируют готовность сделать все, чтобы стать предпринимателями. В первую очередь это касается студентов, родители которых либо не работают (66,7%), либо заняты в собственном бизнесе (55,6%); из низкодоходных семей (55,3%). Подобное намерение несколько чаще характеризует юношей (55%); городских жителей (55,2%); обучающихся по программам творческих (60,7%) и технических (55,9%) специальностей (рисунок 18).

Рисунок 18 ‒ Предпринимательский индекс

Примечание ‒ Составлено автором

В материале исследования находит существенную конкретизацию намерение опрошенных студентов стать предпринимателями. Так, в 1,1 раз больше студентов (62,1%) указали, что готовы (полностью и скорее) приложить необходимые усилия для открытия своего дела и управления собственной фирмой (предпринимательский индекс – 3,8 баллов). Показатели готовности превышают среднее значение по массиву в группах студентов, имеющих неработающих родителей (77,8%), родителей, занятых в собственном бизнесе (66,8%), и не имеющих одного из родителей или обоих (66%); преимущественно из низкодоходных семей (62,8%). О своей готовности чаще говорят девушки (63,7%); 20-26 летние (63,4%); горожане (64,3%); разных специальностей (гуманитарных, технических, творческих).

Постоянно ищут выгодные возможности для бизнеса – в среднем 59,3% (предпринимательский индекс – 3,7 баллов). В составе этой категории респондентов наиболее широко представлены студенты, чьи родители – бизнесмены и не имеющие одного или обоих родителей (соответственно 64,3 и 61,7%); юноши (63,2%); 20-26 летние (63,4%); студенты 4 курса (60,4%); творческих и технических специальностей (соответственно 69 и 60%).

Всегда думают о новых бизнес-идеях – в среднем 52,8% (предпринимательский индекс – 3,5 баллов). Озадаченность бизнес-идеями присуща прежде всего студентам из неполных семей или без родительской опеки (56,5%), а также студентам, чьи родители не работают (66,7%) либо заняты в собственном бизнесе (65,1%); третьекурсникам (54%); технических (55,9%) и творческих (62,4%) специальностей. Показатели других характеристик студенческих групп соотносятся со средним значением по массиву в сопоставимых пределах.

В целом тенденция достаточно неоднозначная. С одной стороны, поддаются фиксации высокие совокупные показатели согласия с приведенными утверждениями; с другой – значения предпринимательского индекса немногим выше средней позиции шкалы измерения (средняя позиция на шкале измерения – 3 балла – «сомневаюсь»). Вполне очевидно, что готовность присутствует как желание, пока не имеющее под собой твердого основания (рисунок 19).

Рисунок 19 ‒ Характер бизнес-установок

Примечание ‒ Составлено автором

Результаты исследования показывают, что студенческая молодежь – это достаточно контрастная социальная среда, где разных по характеру бизнес-установок придерживаются молодые люди одного поколения, занимающие одинаковые доходные позиции. Эмпирически выявлены три бизнес-установки, имеющие широкую поддержку среди опрошенных студентов: одна – на уровне предпочтения (предпочитают иметь свой бизнес), другая – на уровне планов (планируют начать свой бизнес в будущем), третья – на уровне серьезных намерений (имеют серьезные намерения начать свое дело в ближайшем будущем). Значения предпринимательского индекса всех трех бизнес-установок колеблются выше и в пределах средней шкальной позиции: соответственно 4-3,9-3,8 баллов.

В большей или меньшей степени предпочитают иметь свой бизнес – в среднем 75% опрошенных студентов. Наиболее высокие показатели наличия бизнес-установки на уровне предпочтения – в группах студентов, чьи родители заняты в собственном бизнесе (75,8%), и не имеющих одного или обоих родителей (75,9%); четверокурсников (75,9%); творческих специальностей (83,4%); чаще всего юношей (76,1%); 19-летних (76%); горожан и сельчан (75-75,1%); из низкодоходных семей (77,8%).

В той или иной степени, планируют начать свой бизнес в будущем – в среднем 70,7% респондентов. В составе носителей бизнес-установки на уровне планов наиболее активно представлены студенты, родители которых - бизнесмены (71,7%) либо не работают (77,8%); обучающиеся по программам творческих специальностей (81,4%); юноши (71,9%); 19-летние (73,3%); низкодоходные категории (71,6%).

Полностью и скорее имеют серьезные намерения начать свое дело в ближайшем будущем – в среднем 60,5% участников опроса. Показатели поддержки бизнес-установки на уровне серьезных намерений выше средней величины по массиву – в группах студентов, чьи родители – бизнесмены (64,1%) и не работают (77,8%); творческих специальностей (71,7%); 20-26 летних (62%); горожан (62,6%); представителей низкодоходных семей (62,6%) (рисунок 20).

Рисунок 20 ‒ Мотивы свободы деятельности

Примечание ‒ Составлено автором

Анализ результатов студенческого опроса свидетельствует, что в основе указанных мотивов лежат такие личностные факторы, как важность независимости (75,3%) и ориентация на собственные идеалы (65,5%).

Личностную независимость как приоритетную ценность чаще, чем в среднем по массиву, признают отпрыски неполных семей, либо оставшиеся без родительской опеки (78,7%), а также семей, где родители не работают (77,8%) или заняты в собственном бизнесе (76,1%); четверокурсники (76,2%); студенты творческих специальностей (82,8%); прежде всего девушки (75,9%); 19-летние (78,7%); уроженцы сельской местности и городские жители (75,5-75,2%); низкодоходные категории (76%).

Ориентированы на собственные идеалы (без оглядки на чужие) – главным образом студенты, родители которых не работают (100%), заняты в собственном бизнесе (66,3%) и не имеющие одного или обоих родителей (68,4%); творческих специальностей (75,2%). Как правило, это девушки (66,1%); 20-26 летние (66,9%); горожане (67,2%); из низкодоходных семей (66,1%).

Мотивационные установки:

1. Желание иметь работу, неподотчетную начальству, характеризует в среднем 64% участников опроса. Превышение среднего совокупного показателя по массиву – в группах студентов, не имеющих одного или обоих родителей (68%), имеющих родителей, занятых в собственном бизнесе (64,3%) и в найме (64,5%); 3 курса (65,4%); творческих и гуманитарных специальностей (соответственно 74,5 и 65,8%); юношей (66,3%); 19-летних (68,7%); горожан (64,7%); с низким доходом (65,3%).
2. Нежелание работать на других людей. Величина среднего совокупного показателя – 63,1%. Она отклоняется в сторону повышения – в группах студентов, не имеющих одного или обоих родителей (64%), имеющих неработающих родителей (74,8%), родителей – бизнесменов (64,3%); 4 курса (63,8%);творческих и технических специальностей (соответственно 70,3% и 64,3%); юношей и девушек (в пределах 63% в обеих группах); 19-летних (65,3%); горожан (63,4%); из низкодоходных семей (64,4%) (рисунок 21).

Рисунок 21 ‒ Мотивы самореализации

Примечание ‒ Составлено автором

Студентам был предоставлен перечень суждений, составленных от первого лица (т.е. от лица респондента, заполняющего анкету) с просьбой указать, с каким из них они согласны (полностью и скорее) /не согласны (полностью и скорее) /сомневаются. По всему перечню зафиксированы высокие совокупные показатели согласия. Анализ полученных данных позволил выявить разные грани понимания студентами открывающихся перед ними возможностей для самореализации. Каждое утверждение отражает определенную мотивационную установку, побуждающую к самоактуализации/самореализации:

* мир полон возможностей для умных людей. Масштаб установки имеет охватом в среднем 71,5% участников опроса. Показатели выше среднего совокупного значения по массиву – в группах студентов, имеющих неработающих родителей (88,9%); 4 курса (73,4%); творческих специальностей (85,5%); девушек (73,5%); 20-26 летних (72,6%); горожан (72,7%); низкодоходных категорий (71,9%);
* люди сами определяют свою судьбу. Удельный вес носителей этой установки – в среднем 70,4% в составе выборки. Среди них несколько активнее представлены студенты, чьи родители не работают и заняты в найме (соответственно 88,9 и 71,8%); четверокурсники (71,7%); творческих специальностей (81,4%); девушек (71%); 20-26 летних (71,1%); горожан (71,7%); из низкодоходных семей (71,6%);
* нет ничего невозможного для того, кто много работает. Средний совокупный показатель по массиву – 65,1%. Наиболее часто эта установка встречается в составе студентов, родители которых не работают и заняты в найме (соответственно 88,9 и 71,9%); технических и творческих специальностей (соответственно 66,6 и 69,7%); девушек (67,4%); 20-26 летних (65,2%); горожан (66,4%); из низкодоходных семей (66,6%);
* уверены, что могут преодолеть все, что угодно. Данную установку в той или иной степени разделяют 61% опрошенных студентов. Масштаб установки превышает средний показатель по массиву среди девушек (63%). Показатели других характеристик соотносятся в сопоставимых пределах со средним значением (рисунок 22).

Рисунок 22 ‒ Мотивы хорошего заработка

Примечание ‒ Составлено автором

Сильным маркером, очерчивающим границы между опрошенными студентами, является мотив хорошего заработка.

Эмпирически выявлены две контрастные группы участников опроса, различающиеся по направленности мотивационных установок. Первую группу составляют студенты, для которых зарабатывать большие деньги – их основная цель (средний совокупный показатель - 44,3%). Вторую группу – студенты, для которых деньги – не самоценны сами по себе, они служат важным показателем достижения личностного результата (в среднем 52,9%).

«Ядро» первой группы – студенты 3 курса (44,6%), технических специальностей (46,9%), юноши (45,7%), 20-26 лет (45,1%), городские жители (46,3%), из низкодоходных семей (45%), с одним родителем или вообще без родительской опеки (49,8%), а также с родителями, занятыми в собственном бизнесе (47,8%). Основной «костяк» второй группы – четверокурсники (54,1%), творческих и технических специальностей (соответственно 57,9 и 54,5%), чьи родители заняты либо в найме (55%), либо в собственном бизнесе (53,9%) (рисунок 23).

Рисунок 23 ‒ Склонность к риску как личностная черта

Примечание ‒ Составлено автором

В среднем практически каждый второй опрошенный студент в большей или меньшей степени склонен к риску (44,7%). При этом размах уверенности в своей способности преодолеть любые риски в 1,3 раза превышает эту цифру. Уверены (полностью и скорее), что смогут преодолеть всевозможные риски – в среднем 57%. Главным образом юноши (59,3%); студенты 4 курса (57,3%); творческих специальностей (68,3%); 20-26 летние (58,4%); горожане (57,3%); из низкодоходных семей с неработающими родителями (88,9%) и родителями – бизнесменами (61,1%). Более или менее умеренно рискуют – в среднем 48,7%. К этой категории рисковых молодых людей чаще других относят себя четверокурсники (50,9%); будущие технические специалисты (49,4%) и творческие работники (56,6%); 20-26 летние (50,9%); имеющие неработающих родителей (66,7%) и родителей, занятых в собственном бизнесе (51,2%). Склонны рисковать больше, чем другие – в среднем 46,2%. Преимущественно дети бизнесменов (50,3%); юноши (50,8%); горожане (47,6%); специализирующиеся в области технических дисциплин (50,8%), среднедоходные категории (47,1%).

В среднем 44,3% участников опроса считают (полностью и скорее) риск полезным занятием. По их мнению, чем больше они рискуют, тем больше получают пользы в жизни. Главным образом это относится к студентам из неполных семей и без родительской опеки (48,6%), а также к студентам, чьи родители не работают (55,6%); третьекурсникам (48,5%); технических специальностей (46,9%); юношам (46,8%); горожанам (44,7%); со средним доходом (49%). Так или иначе рискуют, не слишком беспокоясь о последствиях – в среднем 37,2%. Эта категория «экстремалов» наиболее активно представлена девушками (39,3%); третьекурсниками (38,5%); технических и гуманитарных специальностей (в пределах 38%); 20-26 летними (38%); уроженцами сел (40,9%); студентами из неполных семей или без родительской опеки (45,5%), а также имеющими неработающих родителей (66,7%), и родителей – бизнесменов (38,2%); среднедоходной категории (40,9%).

В среднем 34,6% имеют репутацию сильно рискующих в кругу друзей. «Ядро» этой группы респондентов составляют юноши (39,8%); третьекурсники (37,4%); технических специальностей (39,2%); 19-летние (38,7%); русские (44,2%); горожане (36,2%); дети бизнесменов (36,9%) и студенты, не имеющие одного или обоих родителей (35,6%) (рисунок 24).

Рисунок 24 ‒ Склонность к риску

Примечание ‒ Составлено автором

В ходе исследования была предпринята попытка выявить в студенческой среде наиболее предпочтительную модель потенциального делового поведения, связанного с готовностью к риску как мотивационным фактором и получением прибыли. Студентам были предложены на выбор две полярные модели делового поведения. Результаты распределились следующим образом:

1. Готовность рисковать при возможности получения высокой прибыли: чем выше прибыль, тем больше риск – в той или иной степени характеризует в среднем 54,8% опрошенных студентов. Готовность к «оправданному риску» чаще всего изъявляют четверокурсники (56,7%); технических и творческих специальностей (соответственно 55,7 и 62,1%); юношей (56,7%); 20-26 летних (55,1%); горожан (55%); не имеющих одного или обоих родителей (56,1%), и тех, чьи родители заняты в собственном бизнесе (55,9%); из низкодоходных семей (55,2%).

2. Отказ от инвестирования в бизнес, граничащий с рисками и неопределенностью в бизнес-возможности – более или менее приемлемая модель потенциального делового поведения для 43,1% участников опроса. Среди них чаще всего встречаются четверокурсники (45,1%); технических специальностей (45,5%); девушки (45,2%); 20-26 летние (44,1%); горожане (46%); из неполных семей или без родительской опеки (48,6%) и с родителями, занятыми в найме (44,6%) (рисунок 25).

Рисунок 25 ‒ Факторы направленности установок на бизнес

Примечание ‒ Составлено автором

Рассматривались два фактора: Наличие родственников – бизнесменов и хотя бы разовый опыт занятия предпринимательством. Эмпирически установлено, что более двух третей опрошенных студентов имеют родственников – бизнесменов (66,2%). В основном это отпрыски семей, в которых родители заняты в собственном бизнесе (69,5%). Это студенты 4 курса обучения (67,3%); творческих специальностей (80%); мужского пола (67,5%); 20-26 лет (67,2%); городские жители (67,4%); относящие свои семьи к низкодоходным категориям. В массе опрошенных студентов каждый 3-й пробовал открывать свой бизнес (32,3%). В более частых случаях подобный опыт имеют девушки (36,1%); 20-26 лет (32,8%); горожане (33,1%); из неполных семей или без родительской опеки (37,2%), а также те, у кого родители – бизнесмены (35,2%) (рисунок 26).

Рисунок 26 ‒ Факторы, влияющие на нежелание заниматься предпринимательством

Примечание ‒ Составлено автором

В качестве таковых рассматривались: предпочтительность оплачиваемой должности в крупной компании и, хотя бы разовый опыт работы в найме. По данным исследования, более половины опрошенных студентов отдают предпочтение оплачиваемой должности в крупной компании (средний совокупный показатель -58,5%). В основном это касается девушек (60,9%); студентов творческих специальностей (68,3%); 20-26 летних (62,7%); из среднедоходных семей с одним родителем или без родителей (62,8%). В составе выборочной совокупности студентов практически каждый 2-й из них работал/работает в найме (45,1%). Это дети бизнесменов (47,5%) и наемных работников (46,9%); четверокурсники (48,4%); технических и творческих специальностей (соответственно 46,1 и 55,2%); чаще всего юноши (46,1%); 20-26 лет (46,7%); горожане (47,2%) (рисунок 27).

Рисунок 27 ‒ Психологические барьеры на пути к предпринимательству

Примечание ‒ Составлено автором

Среди барьеров риска центральное место занимает безопасность как безусловная ценность. Ее важность в большей или меньшей степени признают для себя в среднем 72,4%. Наиболее высокие показатели частоты упоминаний зафиксированы в группах студентов 3 курса (73,4%); творческих специальностей (82,8%); девушек (73,1%); горожан (73,1%); из неполных семей или без родительской опеки (77,9%), а также родители которых не работают (77,8%).

Другим психологическим барьером является поведенческая ориентация, связанная с выбором наиболее безопасного варианта в жизни (инстинкт самосохранения). Им так или иначе руководствуются в среднем 52,5% опрошенных студентов. Главным образом из неполных семей или без родительской опеки (58,5%).

Еще одним барьером является психологическое неприятие риска, страх перед ним, стремление избежать его (средний совокупный показатель – 45,6%). Эта особенность больше характерна для девушек (46,4%); из неполных семей или без родительской опеки (52,6%), а также из семей, где родители не работают (88,9%); уроженцев сельской местности (46,3%); низкодоходных категорий (46,1%) (рисунок 28).

Рисунок 28 ‒ Барьеры «внешнего локуса контроля»

Примечание ‒ Составлено автором

Синдром зависимости» (от меня в этой жизни ничего не зависит) имеет охватом 30,4% опрошенных студентов, т.е. каждого 3-его в составе выборки. «Ядро» этой группы – юноши (34,4%); 19-летние (31,3%); из среднедоходных семей (35,3%). У 44,4% родители не работают. 31,3% не имеют одного из родителей или остались без родительской опеки. У 31,3% родители заняты в собственном бизнесе.

Пессимизм как жизненная позиция характеризует в среднем каждого 5-ого участника опроса (по их собственному признанию) – 20,1%. В составе этой категории студентов активно представлены юноши (23,7%); третьекурсники (22,2%); технических, творческих и гуманитарных специальностей (соответственно 42,4-37,9-35,6%); горожане (21,1%); из среднедоходных семей (25%); имеющие родителей бизнесменов (22,1%).

Мнение дружеского окружения как средовой фактор влияния. По признанию 25,2% респондентов в кругу друзей за ними закрепился образ ленивых. Трудно сказать, насколько этот образ соответствует действительности, но прямо или косвенно его влияние сказывается. Эти откровения сделаны в основном юношами (29,5%); третьекурсниками (26%); из низкодоходных семей (26,1%) (рисунок 29).

Рисунок 29 ‒ Установка на успех

Примечание ‒ Составлено автором

Быть успешными в жизни – очень важно для абсолютного большинства участников опроса (81%). Превышение среднего показателя отмечается в группах студентов 4 курса (82,2%); творческих специальностей (95,2%); девушек (82,4%); уроженцев сельской местности (82,9%); из низкодоходных семей (81,5%); с неработающими родителями (88,9%).

Верят, что усердным трудом добьются успеха в жизни – в среднем 80,1%. Среди них наиболее активно представлены студенты 3 курса (81,4%); творческих специальностей (85,5%); и вновь девушки (81,3%); 19-летние (81,3%); имеющие неработающих родителей (88,9%).

Считают важным тайм менеджмент для успеха в деловой жизни – в среднем 70,9%. Главным образом студенты 4 курса (74%); творческих и технических специальностей (соответственно 80,7 и 71,6%); девушки (71,2%); 20-26 летние (71,8%); горожане (71,3%); из низкодоходных семей (71,6%); чьи родители не работают (77,8%); а также у кого нет одного из родителей или обоих (71,5%).

При том, что абсолютное большинство признает важность быть успешными в жизни, в 1,2 раза меньше студентов указывают, что ориентированы на успех (66,1%). В числе ориентированных на успех чаще всего встречаются девушки (67,4%); из среднедоходных семей (68,6%); с занятостью родителей в собственном бизнесе (67,2%).

Готовность пожертвовать комфортом ради успеха в будущем декларируют 66% студентов. В основном это третьекурсники (68,1%); творческих специальностей (72,4%). Другие показатели ответов в разрезе групп соотносятся со средним значением по массиву в сопоставимых пределах.

Убеждены в успешности своих начинаний – в среднем 63%. Главным образом четверокурсники (64%); творческих специальностей (69%); из низкодоходных семей (64,1%); родители по характеру занятости – бизнесмены (66%) и неработающие (88,9%) (рисунок 30).

Рисунок 30 ‒ Личностные качества – целеустремленность

Примечание ‒ Составлено автором

Для выявления этого качества использовались 3 индикатора:

* наличие планов/целей на будущее;
* сосредоточенность на достижении цели/целей;
* может ли неопределенность заставить отступить от цели/целей.

Наличие планов/целей на будущеехарактеризует 62,3%. Среди них активно представлены третьекурсники (65,9%); творческих специальностей (64,1%); 19-летние (68%); представители другой национальности (72,5%); горожане (69%); из среднедоходных семей (67,6%); с одним родителем или без родительской опеки (67,9%), а также с неработающими родителями (88,9%).

Сосредоточены на достижении цели во всем, что делают – 65,9% (в 1,1 раз больше имеющих цели). «Ядро» указанной категории респондентов – студенты творческих и гуманитарных специальностей (соответственно 75,2% и 67,1%); девушки (67%); 19-летние (66%); уроженцы сел (69,3%); из низкодоходных семей (67%); с неработающими родителями (88,9%) и родителями, занятыми в найме (67,9%).

По мнению 50,1% опрошенных студентов, неопределенность не заставит их отступить от своих целей. Показатели этого мнения выше среднего значения по массиву - в группах студентов 3-его курса (51,5%); творческих и технических специальностей (соответственно 69,3 и 51,6%); городских жителей (51,7%); имеющих родителей – бизнесменов (51,9%), неработающих родителей (77,8%), без родителя/родителей (55,7%).

С помощью индикаторов установлено, что целеустремленность как личностная черта в большей или меньшей степени характеризует в среднем 61,3% опрошенных студентов (рисунок 31).

Рисунок 31 ‒ Лидерские качества

Примечание ‒ Составлено автором

Группа ценностей, определяющих лидерские качества:

Стараются быть лидерами в делах – в среднем 79,2% респондентов. Превышение среднего показателя – в группах студентов 4 курса (80,1%); творческих специальностей (89%); сельчан (80,5%); с неработающими родителями (88,9%) и родителями, занятыми в собственном бизнесе (80,5%). В других группах показатели ответов соотносятся со средним значением в сопоставимых пределах.

Лидерство в любой работе делает счастливыми – мнение 64,6% участников опроса, отражающее их психологическое удовлетворение. В более частых случаях так характеризуют свое состояние студенты творческих специальностей (68,3%); девушки (66,7%); 20-26 летние (65,3%); горожане (65,8%); низкодоходные категории (66,1%); чьи родители не работают (66,7%) и заняты в собственном бизнесе (65,7%).

Хотят работу с большей личной ответственностью – 58,7%. Показатели выше, чем в среднем по массиву – в группах студентов творческих специальностей (67,6%); третьекурсников (59,6%); 20-26 летних (59,3%); горожан (59%); с родителями, не имеющими работу (66,7%) и занятыми в собственном бизнесе (63,3%).

Нравится руководить другими людьми – 57%. Наиболее высокие показатели частоты упоминаний – среди студентов творческих специальностей (84,1%); четверокурсников (67,8%); 20-26 летних (58,1%); среднедоходных категорий, имеющих родителей бизнесменов (62,5%) и неработающих родителей (66,7%).

Рисунок 32 ‒ Конкурентоспособность

Примечание ‒ Составлено автором

В соответствии с рисунком 32, наличие лидерских качеств в той или иной степени характеризует в среднем около 64,9% опрошенных студентов.

Доминантный тренд в среде опрошенных студентов – признание собственной конкурентоспособности (средний совокупный показатель - 75,2%). Это признание имеет эмоционально окрашенный характер – студентам нравится быть конкурентоспособными. В разрезе обследованных групп показатели указанного утверждения соотносятся со средним значением по массиву в сопоставимых пределах. Исключение – несколько групп, в которых показатели превышают среднее значение: в группе студентов из неполных семей и без родительской опеки – 76,7%; в группе с неработающими родителями – 77,8%; в группе с родителями-бизнесменами -77,3%; творческих специальностей – 84,1%.

Соревновательный дух присутствует в среднем у 58,4% - им нравится соревноваться с другими. «Костяк» этой группы – четверокурсники (60,3%); творческих и гуманитарных специальностей (соответственно 67,6 и 59,2%); 20-26 летние (60,1%); родители – не работают и бизнесмены (соответственно 66,7 и 61,1%).

56,3% определяют свою конкурентоспособность наличием отличного от других уникального подхода к проблемам. Главным образом студенты творческих специальностей (62,1%); 20-26 летние (57,1%); горожане (59%).

Рисунок 33 ‒ Склонность к инновациям

Примечание ‒ Составлено автором

В соответствии с рисунком 33, судя по данным самооценок, конкурентоспособность – личностная черта в среднем у около 63,3% опрошенных студентов.

В рейтинге инновационных качеств опрошенных студентов по показателю частоты упоминаний верхнюю строчку занимает желание жизни, полной новизны (66,3%). Преимущественно его высказывают молодые люди из неполных семей и/или без родительской опеки (72,7%); у кого родители не работают (88,9%) и заняты в собственном бизнесе (68%); чаще всего девушки (69,1%); четверокурсники (67,9%); творческих специальностей (83,4%); горожане (67%); низкодоходные категории (67,2%).

На второй строчке – желание работать с инновационными людьми (65,5%). Наличие этого желания чаще всего отмечают отпрыски указанных выше семей (соответственно 66,4-66,7-68,9%); девушки (66,1%); четверокурсники (67,2%); творческих специальностей (75,2%); горожане (66,8%); низкодоходные категории (67,5%).

На третьей строчке – любовь к инновациям (64,9%). Наличие этого чувства чаще упоминают студенты уже указанных семей (соответственно 67,6-88,9-67,7%); четверокурсники (67,3%); творческих специальностей (81,4%); юноши (65,3%); 20-26 летние (66,4%); горожане (65,7%); низкодоходные категории (65,5%).

На четвертой строчке – захваченность новыми идеями (64,2%). Состав «ядерной» группы практически сохраняется, посменно меняются лишь отдельные категории респондентов: студенты из тех же семей (соответственно 70-88,9-65,3%); четверокурсники (67,8%); творческих специальностей (84,1%); девушки (65,8%); 20-26 летние (65,4%); горожане (65,4%).

На пятой строчке – неудовлетворенность статус-кво, постоянные поиски новых способов делать то, что обычно делают (62,5%). Превышение среднего показателя частоты упоминаний - среди студентов из все тех же семей (соответственно 67,6-77,8-65,3%); на этот раз среди третьекурсников (64%); горожан (63,4%).

На шестой строчке – всегда в наличии оригинальные идеи (56,7%). По этому показателю выделяются из общего массива опрошенных студенты из неполных семей и/или без родительской опеки, а также из семей бизнесменов (соответственно 58,1 и 60,1%); четверокурсники (57,1%); творческих специальностей (66,9%); 20-26 летние (57,6%); горожане (57,2%); низкодоходные категории (57,8%).

На седьмой строчке – всегда стараются создавать новые вещи (55,3%). Данное признание чаще встречается у студентов из выше указанных семей (соответственно 56,5 и 59,3%); четверокурсников (56,7%); творческих специальностей (64,1%); 20-26 летних (55,9%); горожан (56,5%).

На восьмой строчке – полны новых планов и проектов (51,8%). Как правило, это студенты из неполных семей и/или без родительской опеки, из семей с неработающими родителями и родителями – бизнесменами (соответственно 59,7-55,6-55,6%); четверокурсники (53,7%); творческих и технических специальностей (соответственно 62,1 и 52,4%); 20-26 летние (53,2%); горожане (52,8%); низкодоходные категории (52,1%).

На девятой строчке – имеют репутацию инноваторов в кругу друзей (49,4%). В основном это касается студентов из неполных семей и/или без родительской опеки и из семей бизнесменов (соответственно 50,2 и 53,2%); творческих и технических специальностей (соответственно 54,5 и 52,7%); юношей (50,8%); горожан (51,1%); низкодоходных категорий (51,1%).

Склонность к инновациям характеризует в среднем около 59,6% опрошенных студентов (рисунок 34).

Рисунок 34 ‒ Коммуникабельность

Примечание ‒ Составлено автором

В командной работе предпочтение отдают грамотным людям (74,3). Такая коммуникационная избирательность, основанная на деловом подходе, имеет универсальный характер в обследованной студенческой аудитории. В практическом большинстве случаев показатели указанного подхода соотносятся в сопоставимых пределах со средним значением. К числу так называемых перфекционистов, в группах которых показатели выше, чем в среднем по массиву, относятся в первую очередь четверокурсники (61%); творческих специальностей (73,1%); девушки (61,8%); горожане (61,5%); из низкодоходных семей (60,6%); чьи родители не работают (88,9%) и заняты в собственном бизнесе (60,9%).

Нравятся советы опытных людей (71,4%). По этому показателю выделяются группы студентов творческих специальностей (80%); девушек (72,9%); 19-летних (74,7%); уроженцев сельской местности (72,4%); из среднедоходных семей (74,5%); с неработающими родителями (88,9%).

Не ставят коммуникации в прямую зависимость от своего отношения к людям - 54%. Превышение среднего показателя – в группах студентов творческих специальностей (55,2%); 19-летних (58%); горожан (54,4%); низкодоходных категорий (55%); из неполных семей и/или без родительской опеки (57,3%) и из семей с неработающими родителями (88,9%).

Доверительное отношение к людям (49,5%). Преобладает у четверокурсников (50,5%); творческих специальностей (57,9%); 19-летних (53,3%); уроженцев сел (51%); из семей выше указанных (соответственно 51,4% и 66,7%). С помощью четырехзначного индикатора установлено, что коммуникабельность в большей или меньшей степени характеризует в среднем около 62,3% опрошенных студентов (рисунок 35).

Рисунок 35‒ Личностная активность и ответственность

Примечание ‒ Составлено автором

Несут ответственность за происходящее в их жизни - 75,6%. Об этом чаще всего сообщают четверокурсники (77%); творческих специальностей (84,8%); девушки (78%); 20-26 летние (76,1%); горожане (76,6%); из низкодоходных семей (77,5%); с неработающими родителями (100%) и отсутствием одного или обоих родителей (79,1%).

Имеют репутацию энергичных людей - 55,9%. Наиболее активно ссылаются на мнение окружающих людей четверокурсники (56,3%); творческих специальностей (64,1%); девушки (56,9%); 20-26 лет (56,2%); горожане (57,5%); низкодоходные категории (57,3%); из неполных семей и/или без родительской опеки (61,3%) и из семей бизнесменов (56,4%).

Всегда чем-то заняты - 51,8%. Активная занятость в более частых случаях присуща уже указанным категориям респондентов в несколько дополненном составе: четверокурсникам (52,1%); творческих и технических специальностей (соответственно 58,6 и 53,3%); девушкам (53,1%); 20-26 летним (53,4%); горожанам (53%); низкодоходным (52,4%); с неработающими родителями (66,7%) и с родителями, занятыми в найме (52,9%) (рисунок 36).

Рисунок 36 ‒ Социальная активность и ответственность

Примечание ‒ Составлено автором

Нравится быть частью социальных групп/сетей/ассоциаций - 47,9%. Главным образом студентам, чьи родители заняты в собственном бизнесе (51,5%); четверокурсникам(49%); творческих специальностей (55,2%); девушкам (48,2%); 20-26 летним (48%); горожанам (53%); низкодоходным (48,6%).

Нравится брать на себя ответственность в социальной деятельности - 47,6%. Прежде всего студентам творческих специальностей (60,7%); юношам (49,4%); 20-26 летним (49,3%); из среднедоходных семей (48%); с занятостью родителей в найме и собственном бизнесе (соответственно 48 и 50,5%).

Активные участники общественных организаций, групп - 43%. В статистическом плане более показательно представлена социальная активность студентов творческих и гуманитарных специальностей (соответственно 49,7% и 42,5%); 20-26 летних (44,2%); горожан (44,5%); среднедоходных категорий (44,6%); из неполных семей и/или без родительской опеки (44,7%) и из семей бизнесменов (44,8%) (рисунок 37).

Рисунок 37 ‒ Оптимизм как жизненная позиция

Примечание ‒ Составлено автором

Уверены, что возникнут лучшие возможности в будущем - 68,4%. Уверенность, что лучшее впереди, наиболее выражена среди опять же четверокурсников (69,2%); творческих специальностей (84,8%); девушек (70,7%); 20-26 летних (70%); горожан (70%); низкодоходных категорий (69,7%); имеющих неработающих родителей (88,9%) и родителей – бизнесменов (71,4%).

Считают себя оптимистами- 63,6%. В большей степени третьекурсники (64%); творческих специальностей (75,9%); девушки (64%); 19-летние (67,3%); родители – наемные работники (64,3%).

Всегда видят положительную сторону вещей- 59,6%. В практическом большинстве обследованных групп показатели этого личностного качества соотносятся в сопоставимых пределах со средним значением. На общем фоне повышенными показателями выделяются четверокурсники (61%); творческих специальностей (73,1%); девушки (61,8%); горожане (61,5%); низкодоходные категории (60,6%); из семей, где родители – бизнесмены и не работают (соответственно 60,9 и 88,9%). В составе выборочной совокупности студентов удельный вес оптимистов – около 69,3% (рисунок 38).

Рисунок 38 ‒ Любопытство

Примечание ‒ Составлено автором

Считают себя любопытными - в среднем 66,9%. Среди них наиболее активно представлены четверокурсники (68,4%); гуманитарных и творческих специальностей (соответственно 68,2 и 68,4%); девушки (67,4%); уроженцы сел (68,9%); низкодоходные категории (68,5%); из неполных семей и/или без родительской опеки, из семей с неработающими родителями и родителями – бизнесменами (соответственно 68-88,9-67%). Более любопытны по сравнению с другими - 58,9%. Таковыми себя считают в основном юноши (60,2%); 19-летние (61,3%); студенты технических специальностей (59,6%); горожане (59,1%); низкодоходные (60,1%); из тех же семей и с той же занятостью родителей, что указаны выше (соответственно 61,3-66,7-61,3%) (рисунок 39).

Рисунок 39 ‒ Волевые качества

Примечание ‒ Составлено автором

Решительность. В среднем 65,1% опрошенных студентов характеризуют себя как решительных людей. В первых рядах, как всегда, студенты творческих специальностей (75,2%); 20-26 летние (66,6%); уроженцы сел (66,7%); из семей с неработающими родителями и занятыми в собственном бизнесе (соответственно 88,9 и 70,2%).

Упорство. По самооценкам 64,6% участников опроса, если они решили что-то сделать, то никогда не сдаются. Наиболее высокие показатели самооценок – в группах студентов творческих специальностей (73,1%); девушек (65,6%); 20-26 летних (64,1%); горожан (64,5%); из неполных семей и/или без родительской опеки (67,2%); из семей с неработающими родителями (100%) и с родителями – бизнесменами (65,2%).

Настойчивость. В среднем 63% опрошенных считают себя настойчивыми людьми. Главным образом студенты творческих специальностей (72,4%); девушки (65,6%); 20-26 летние (64,1%); горожане (64,5%); из тех же семей, что и указанные выше (соответственно 68,4-66,7-64,5%).

Судя по данным самооценок, решительность, упорство, настойчивость характеризуют около 67,9% потенциальных предпринимателей и около 68,9% потенциальных наемных работников (рисунок 40).

Рисунок 40 ‒ Личностные характеристики стрессоустойчивости

Примечание ‒ Составлено автором

Верят, что могут справиться с неопределенностью - 55,4%. Показатели выше среднего значения зафиксированы в группах четверокурсников (57,3%); творческих специальностей (73,1%); 20-26 летних (56,9%); горожан (57,1%); родители – бизнесмены (58,6%). Сохраняют спокойствие при стрессовых ситуациях - 53%. В основном студенты, чьи родители заняты в собственном бизнесе и не работают (соответственно 55,4 и 66,7%); технических и творческих специальностей (соответственно 54,9 и 56,6%).

Ничто не мешает работать в условиях неопределенности – мнение 47,6%. Показатели этого мнения выше, чем в среднем по массиву – в группах четверокурсников (48%); технических и творческих специальностей (соответственно 48,4 и 48,3%); юношей (48,5%); 20-26 летних (48,4%); горожан (49,1%); низкодоходных (49,2%); с занятостью родителей в собственном бизнесе (51,3%).

По признанию 41,9% респондентов, неопределенность создает им меньше стресса по сравнению с другими людьми. Данное признание статистически более показательно представлено среди третьекурсников (44,6%); технических и творческих специальностей (соответственно 43,9 и 44,1%); юношей (44%); 19-летних (44%); горожан (42,5%); низкодоходных (42,6%); из неполных семей и/или без родительской опеки (45,1%) (рисунок 41).

Рисунок 41 ‒ Самоуверенность, самодостаточность

Примечание ‒ Составлено автором

Считают себя счастливыми ‒ 78,1%. Чаще всего третьекурсники (79,2%); творческих специальностей (85,5%); 19-летние (79,3%); горожане (79,3%); низкодоходные (79%); из семей с неработающими родителями и родителями – бизнесменами (соответственно 100 и 79,6%).

Уверены в своих талантах ‒ 66%. В большинстве своем студенты творческих специальностей (74,5%); девушки (67%); уроженцы сельской местности (69,3%); из таких же семей, которые указаны выше (соответственно 88,9 и 67,3%). Уверены в себе ‒ 65,9%. Преимущественно третьекурсники (66,2%); гуманитарных и творческих специальностей (67,1 и 73,8%); юноши (68,8%); 20-26 летние (66,4%); уроженцы сел (66,9%); из низкодоходных семей (66,2%); с неработающими родителями и родителями – наемными работниками (соответственно 88,9 и 66,6%).

Считают себя умными (65,3%). В более частых случаях четверокурсники (68,2%); творческих специальностей (84,8%); юноши (66,1%); из неполных семей и/или без родительской опеки и из семей бизнесменов (соответственно 66 и 67,2%). Гордятся своими талантами и способностями - 64,5%. В большей степени четверокурсники (60,1%); творческих специальностей (77,9%); из семей аналогичных указанным выше (соответственно 67,2 и 65,8%). Считают себя креативными (58%). Также в основном четверокурсники (60,1%); творческих специальностей (77,9%); из неполных семей и/или без родительской опеки (60,5%) (рисунок 42).

Рисунок 42 ‒ Деловые качества

Примечание ‒ Составлено автором

Предприимчивость. В среднем 62,7% респондентов, по их собственному признанию, не упускают любую возможность получения прибыли, обязательно ее используют. Такая предприимчивость в большей степени характеризует четверокурсников (64,6%); технических и творческих специальностей (соответственно 63,1 и 69,7%); девушек (63,5%); 20-26 летних (63,6%); из семей, где родители не работают (100%) и заняты в собственном бизнесе (65%).

Умение торговаться. Трудно сказать, обладают ли участники опроса искусством вести торг. Но поскольку, как отмечают 51,8% из них, им нравится сам процесс, можно в осторожной форме предположить, что каким-то умением торговаться они все же владеют. В основном это касается студентов технических и творческих специальностей (соответственно 54,1 и 55,2%); юношей (54,6%); 20-26 летних (52,6%); казахской и русской национальности (соответственно 52 и 52,4%); горожан (52,9%); родители которых заняты в собственном бизнесе и в найме (соответственно 52,4 и 52%) (рисунок 43).

Рисунок 43 ‒ Модели потенциального инвестиционного поведения

Примечание ‒ Составлено автором

Анкетой предусматривался вопрос, как респонденты распорядились бы денежными средствами в случае получения наследства в размере $500.000. Были предложены на выбор три модели потенциального инвестиционного поведения:

* бизнес-модель (вложение в бизнес);
* накопительная модель (открытие счета в банке);
* потребительская модель (покупка недвижимости, автомобилей и т.д.)

Судя по полученным данным, респонденты отметили все три модели. Их суммарный итог превышает 100%. В среднем одним респондентом отмечено более одной модели (1,5). Наиболее предпочтительной оказалась бизнес-модель. В среднем 67,8% опрошенных студентов вложили бы деньги в бизнес. «Ядром» этой группы являются четверокурсники (68,7%); технических и творческих специальностей (соответственно 68,2 и 79,3%); юноши (71,7%); 20-26 летние (68,7%); казахи (68,5%); уроженцы сел (68,9%) из среднедоходных семей (68,6%); с занятостью родителей в собственном бизнесе (69,5%). Накопительная модель оказалась менее популярной. В 1,2 раза меньше студентов (54,9%) открыли бы счет в банке. Главным образом это третьекурсники (55,1%); творческих специальностей (69%); девушки (58,3%); 20-26 летние (56,4%); русские (57,8%); уроженцы сел (57,2%); среднедоходные категории (57,4%); из неполных семей и/или без родительской опеки и из семей с неработающими родителями (соответственно 59,7 и 88,9%). Потребительская модель оказалась предпочтительной для 30% участников опроса. Потратили бы деньги на недвижимость, автомобили и т.д. в основном третьекурсники (34,1%); технических специальностей (31,8%) девушки (33,2%); из среднедоходных семей (33,35%); с занятостью родителей в собственном бизнесе (32%) (рисунок 44).

Рисунок 44 ‒ Достиженческая планка

Примечание ‒ Составлено автором

Хотят стать уважаемыми людьми в обществе - 74,1% респондентов. В их составе наиболее активно представлены третьекурсники (75,1%); творческих специальностей (85,5%); 19-летние (79,3%); русской и другой национальности (соответственно 76,2 и 80,4%); уроженцы сел (75,9%); из среднедоходных семей (75%). Хотят стать влиятельными людьми в обществе - 66,9%. В основном третьекурсники (68,4%); творческих специальностей (77,9%); юноши (67,7%); 20-26 летние (76,1%); казахи (67,3%); горожане (67,7%); из неполных семей и/или без родительской опеки (70,4%).

Студенты двух выборочных вузов – не сильно различающаяся социальная среда. Не представляется возможным четкое выделение отличительных социально-экономических признаков потенциальных предпринимателей и потенциальных наемных работников. Однако в неявно выраженном виде отдельные из них все-таки поддаются фиксации.

Потенциальные предприниматели – главным образом отпрыски семей с занятостью родителей в собственном бизнесе (78,5%). Потенциальные наемные работники – в основном молодые люди из неполных семей и/или без родительской опеки (62,8%), а также из семей с занятостью родителей в найме (58,9%). Среди первых небольшое численное преимущество принадлежит молодым людям мужского пола (76,1%), 19-летним (76%), низкодоходным категориям студентов (75,9%), одинаково представлены уроженцы городов и сел (в пределах 75%): среди вторых – девушек в 1,1 раз больше, чем юношей (60,9% против 55,3% соответственно), численно преобладают 20-26 летние (59,3%), среднедоходные категории студентов (62,7%), городские жители (58,8%). И тех, и других объединяет ценностная значимость личностных факторов, схожесть мотивов, моделей потенциального делового и инвестиционного поведения, отношение к предпринимательству и готовность заниматься им в будущем (рисунок 45).

Рисунок 45 ‒ Мотивы свободы деятельности

Примечание ‒ Составлено автором

Результаты сравнительного анализа потенциальных предпринимателей и потенциальных наемных работников:

Общее:

* в обеих группах критически высокие показатели важности личной независимости (соответственно 82,7 и 81%);
* в целом показатели обеих групп по большинству параметров соотносятся в сопоставимых пределах;
* в обеих группах движущей мотивацией является свобода деятельности как желание неподотчетной начальству работы и как нежелание работать на других людей.

Различия:

* в группе потенциальных предпринимателей оба структурных элемента мотивации свободы деятельности имеют паритетное значение (показатели желания неподотчетной работы и нежелания работать на других полностью идентичны – по 70,5%);
* в группе потенциальных наемных работников значимость желания неподотчетной работы в 1,1 раз превышает значимость нежелания работать на других – 71,1 против 67,5% соответственно;.
* в группе потенциальных предпринимателей прямо или косвенно ориентированы на самореализацию в среднем около 70,7%; в группе потенциальных наемных работников – около 70,1%;
* показатели признаков ориентации на самореализацию обеих групп соотносятся в сопоставимых пределах (рисунок 46).

Рисунок 46 ‒ Мотивы хорошего заработка

Примечание ‒ Составлено автором

В группах потенциальных предпринимателей и наемных работников доминантная мотивационная установка – высокий заработок как основная цель (показатели полностью идентичны – 57,7 и 57,6% соответственно).

В группе потенциальных предпринимателей показатель установки на деньги как на важную составляющую достиженческого результата в 1,2 раза ниже доминантной (47,2%); в группе потенциальных наемных работников – в 1,3 раза ниже (44,8%) (рисунок 47).

Рисунок 47 ‒ Склонность к риску

Примечание ‒ Составлено автором

По степени готовности к риску в определенной ситуации группы потенциальных предпринимателей и наемных работников похожи друг друга: в обеих группах большинство готово больше рисковать при возможности получения большей прибыли (показатели соотносятся в сопоставимых пределах - 59,3 и 57,1% соответственно). Меньшинство не будет инвестировать в бизнес при наличии рисков и неопределенности в бизнес-возможности (соответственно 42,8 и 46%). Здесь поддается фиксации небольшая разница в параметрах меньшинства. Среди потенциальных предпринимателей меньшинство уступает по объему большинству в 1,4 раза; среди потенциальных наемных работников – в 1,2 раза. Среди первых в 1,1 раз меньше готовых к безоглядному риску, чреватому для бизнеса, чем среди вторых (рисунок 48).

Рисунок 48 ‒ Склонность к риску как личностная черта

Примечание ‒ Составлено автором

В группе потенциальных предпринимателей готовность к риску как личностная черта характеризует в среднем около 47,1%, в группе потенциальных наемных работников – около 46,6% (рисунок 49).

Рисунок 49 ‒ Психологические барьеры на пути к предпринимательству

Примечание ‒ Составлено автором

Приоритетность безопасности как психологическая установка. Масштаб охвата – три четверти потенциальных предпринимателей и более 80% потенциальных наемных работников. Не разделяют установку – 24,6 и 19,2% соответственно.

Приоритетность безопасности как жизненный выбор. Масштаб охвата – 53,9% потенциальных предпринимателей и 56,1% наемных работников.

Приоритетность безопасности как избежание риска. Масштаб охвата – 46,9% потенциальных предпринимателей и 50,9% потенциальных наемных работников (рисунок 50).

Рисунок 50 ‒ Барьеры «внешнего локуса контроля»

Примечание ‒ Составлено автором

«Синдром зависимости» - у 32,4% потенциальных предпринимателей и 32,1% наемных работников. Свободны от него – 67,6 и 67,9% соответственно.

Мнение дружеского окружения как средовой фактор влияния – у 24,4% потенциальных предпринимателей и 23,9% наемных работников. Отсутствие такового – у 75,6 и 76,1% соответственно (рисунок 51).

Рисунок 51 ‒ Совокупные показатели отношения к предпринимательству

Примечание ‒ Составлено автором

В более половины случаев (по данным самооценок) потенциальные предприниматели и потенциальные наемные работники имеют достаточные представления о предпринимательстве (соответственно 56,3 и 54%).

Показатели готовности стать предпринимателями колеблются в пределах двух третей (60,9%) - в группе потенциальных предпринимателей и более половины (53%) - в группе потенциальных наемных работников. Разрыв в показателях указанных групп – 1,1 раз. Не готовых быть предпринимателями в первой группе – 39,1%; во второй – 47%. Значения предпринимательского индекса составляют соответственно 3,7 и 3,6 баллов – немногим выше средней позиции шкалы измерения.

Показатель привлекательности предпринимательства в группе потенциальных предпринимателей в 1,1 раз выше, чем в группе потенциальных наемных работников (соответственно 70 против 61,5%). Для репрезентативной части потенциальных предпринимателей (30%) предпринимательство не является привлекательным занятием. В группе потенциальных наемных работников удельный вес этой категории респондентов в 1,1 раз выше – 38,5% (рисунок 52).

Рисунок 52 ‒ Совокупные показатели готовности к предпринимательской деятельности

Примечание ‒ Составлено автором

Показатели готовности приложить необходимые усилия для открытия своего бизнеса варьируют в пределах двух третей – в группе потенциальных наемных работников до более двух третей – в группе потенциальных предпринимателей; неготовности соответственно – от 37,1 до 31,1%. Предпринимательский индекс, отражающий уровень готовности, по первой группе – 3,8 баллов, по второй группе – 3,9 баллов (немногим выше среднего значения шкалы измерения).

Доли респондентов, постоянно ищущих выгодные возможности для бизнеса, составляют: в группе потенциальных наемных работников – менее двух третей ее состава, в группе потенциальных предпринимателей – более двух третей; не занимающихся поиском – соответственно 39,5 и 33,9%. Предпринимательский индекс по этой позиции – 3,7 баллов в первой группе, 3,8 баллов – во второй. Постоянные мысли о новых бизнес-идеях отмечают от более половины потенциальных наемных работников до менее двух третей потенциальных предпринимателей; не думают об этом среди первых – 46,3%, среди вторых – 39,6%. Значения предпринимательского индекса соответственно – 3,6 и 3,7 баллов (рисунок 53).

Рисунок 53 ‒ Характер бизнес-установок

Примечание ‒ Составлено автором

В группах потенциальных предпринимателей и наемных работников установка на собственный бизнес как на предпочтительный вид занятости имеет общераспространенный, массовый характер (соответственно 100 и 78,8%). Значение предпринимательского индекса в первой группе составляет 5 баллов, во второй – 4,1 балл.

Бизнес-установка на уровне планов на будущее также имеет критически высокие показатели поддержки в обеих группах (соответственно 84,7 и 74,4%). Значение индекса в группе потенциальных предпринимателей – 4,2 балла, в группе потенциальных наемных работников – 4 балла.

Бизнес-установка на уровне серьезных намерений – начать свой бизнес в ближайшей перспективе (соответственно 69,1 и 59,7%) – имеет скорее декларативный характер (значения предпринимательского индекса в рассматриваемых группах соответственно – 3,9 баллов и 3,7 баллов). Не поддерживают эту установку в группе потенциальных предпринимателей – 30,9%, в группе потенциальных наемных работников – 40,3% (рисунок 54).

Рисунок 54 ‒ Личностные характеристики целеустремленности

Примечание ‒ Составлено автором

Целеустремленность – общая черта, объединяющая потенциальных предпринимателей и наемных работников. Она характеризует в среднем 68,6 и 69% соответственно респондентов указанных групп. По всему перечню альтернатив показатели соотносятся в сопоставимых пределах (рисунок 55).

Рисунок 55 ‒ Совокупные показатели лидерских качеств

Примечание ‒ Составлено автором

Лидерские качества характеризуют в среднем около 68,6% потенциальных предпринимателей и около 67,8% потенциальных наемных работников. Судя по данным самооценок, приоритетным качеством указанных категорий респондентов является стремление быть лучшими в делах (соответственно 83,2 и 84,4%). В рейтинге личностных качеств потенциальных предпринимателей и наемных работников последнюю строчку занимает желание работы с большей личной ответственностью (61,1 и 59,1%). Обеим группам респондентов практически в одинаковой степени присущи лидерские качества. Показатели последних соотносятся в сопоставимых пределах (рисунок 56).

Рисунок 56 ‒ Личностные характеристики конкурентоспособности

Примечание ‒ Составлено автором

Конкурентоспособность присуща в среднем около 67,6% потенциальных предпринимателей и 69,1% потенциальных наемных работников. Последние в 1,1 раз чаще, чем первые, отмечают, что им нравится быть конкурентоспособными (соответственно 79,5 и 85%). Совокупные доли отрицающих или сомневающихся в собственной конкурентоспособности составляют в среднем около 32,4% в группе потенциальных предпринимателей и около 30,9% в группе потенциальных наемных работников (рисунок 57).

Рисунок 57 ‒ Личностные склонности к инновациям

Примечание ‒ Составлено автором

Желание жизни, полной новизны – 70,4% потенциальных предпринимателей и 71,6% наемных работников.

Желание работать с инновационными людьми – 70 и 71,1% соответственно.

Любовь к инновациям – 69,1 и 67,9% соответственно.

Неудовлетворенность статус-кво, постоянные поиски новых способов делать дела – 66,9% потенциальных предпринимателей и 66,3% наемных работников.

Захваченность новыми идеями – 69,3 и 67,5% респондентов указанных категорий.

Инноваторы, по определению друзей – более половины участников обеих групп.

Полны новых планов и проектов – показатели превышают половину состава групп.

Стараются создавать новые вещи – 60,3% потенциальных предпринимателей и 57,8% потенциальных наемных работников.

Постоянно заняты разработкой новых планов и проектов – менее половины обеих групп (рисунок 58).

Рисунок 58 ‒ Личностные характеристики коммуникабельности

Примечание ‒ Составлено автором

Коммуникационная избирательность: В командной работе предпочтение отдают грамотным людям. Такой деловой подход характеризует 78,7% потенциальных предпринимателей и 80,2% потенциальных наемных работников. Нравятся советы опытных людей более трем четвертям указанных категорий респондентов (соответственно 76,9 и 79,8%). Не ставят коммуникации в прямую зависимость от своего отношения к людям более половины участников групп (соответственно 56 и 55,4%). Доверительное отношение к людям у половины потенциальных предпринимателей и наемных работников (рисунок 59).

Рисунок 59 ‒ Совокупные показатели личностной активности и ответственности

Примечание ‒ Составлено автором

Личностная активность и ответственность: несут ответственность за происходящее в их жизни, имеют репутацию энергичных людей, всегда чем-то заняты – около 65% потенциальных предпринимателей и наемных работников (рисунок 60).

Рисунок 60 ‒ Совокупные показатели социальной активности и ответственности

Примечание ‒ Составлено автором

Социальная активность и ответственность: нравится быть частью социальных групп/сетей/ассоциаций, нравится брать на себя ответственность в социальной деятельности, активные участники общественных организаций, групп – около 48,6-48,3% потенциальных предпринимателей и наемных работников (показатели в 1,3 раза ниже личностной активности и ответственности).

Оптимисты – более двух третей потенциальных предпринимателей и наемных работников. Пессимисты – каждый 5-й из них.

Потенциальные предприниматели и наемные работники – любопытны и по большей части более любопытны, чем другие.

Любопытство характеризует в среднем около 65,2-66,4% участников указанных групп соответственно.

Предприимчивость – умение использовать возможности получения прибыли – деловое качество, характеризующее (по данным самооценок) более двух третей потенциальных предпринимателей и в пределах двух третей потенциальных наемных работников.

Нравится сам процесс торга более половины участников обеих групп.

Предпочтительные модели потенциального инвестиционного поведения в группах потенциальных предпринимателей и наемных работников:

Вложение денег в бизнес – показатель частоты упоминаний среди первых в 1,2 раза выше аналогичного показателя среди вторых (соответственно 76,5 и 62,6%).

Открытие банковского счета – показатель частоты упоминаний среди потенциальных предпринимателей в 1,1 раз ниже соответствующего показателя в группе потенциальных наемных работников (56,8 и 69,6% соответственно).

Каждые 3-4-й в аудитории потенциальных предпринимателей (28,7%) и каждый 3-й в аудитории потенциальных наемных работников (32,5%) предпочитают потребительскую модель потенциального инвестиционного поведения (покупка недвижимости и дорогостоящих предметов длительного пользования).

Судя по данным самооценок, решительность, упорство, настойчивость характеризуют около 67,9% потенциальных предпринимателей и около 68,9% потенциальных наемных работников.

Стрессоустойчивость характеризует в среднем около 52,8% потенциальных предпринимателей и около 50,9% потенциальных наемных работников.

Верят, что могут справиться с неопределенностью и сохраняют спокойствие в стрессовых ситуациях более половины участников обеих групп.

Неопределенность не мешает работать и создает меньше стресса по сравнению с другими людьми - указали менее половины участников обеих групп.

Самоуверенность и самодостаточность (считают себя счастливыми, умными, креативными, уверены в себе, в своих талантах, гордятся своими способностями и талантами) – около 70% потенциальных предпринимателей и наемных работников.

Постулаты успеха:

Очень важно быть успешными в жизни - для абсолютного большинства потенциальных предпринимателей и наемных работников (соответственно 86,1 и 85,3%).

Верит, что усердным трудом можно добиться успеха – абсолютное большинство в обеих группах. Не верят – 15 и 14% соответственно.

Важен тайм-менеджмент для успеха в деловой жизни – мнение превалирующего большинства в обеих группах. Не разделяют это мнение – 24,7 и 22,6% соответственно.

Нужно делать все возможное для успеха – постулат более двух третей состава групп. Не поддерживают его – 23,3 и 23,4% соответственно.

Успех как достиженческий результат:

* ориентированы на успех – в пределах трех четвертей потенциальных предпринимателей и наемных работников. Не ориентированы – 29 и 27,6% соответственно;
* готовы пожертвовать комфортом ради будущего успеха – более 70% в составе групп. Не готовы – 29,2 и 29,6% соответственно;
* начинают любое новое дело с убеждением в его успешном завершении – более двух третей респондентов указанных категорий. Не делают этого – 33,7 и 33,5% соответственно;
* успех зависит от удачи – мнение менее половины состава обеих групп. Не разделяют это мнение – 51,2 и 51,1% соответственно;
* уверены в своем выигрыше – менее половины указанных категорий. Не уверены – 52,2 и 53% соответственно.

Превалирующее большинство участников фокусных групп в большей или меньшей степени хотят стать уважаемыми (более 80% потенциальных предпринимателей и потенциальных наемных работников) и влиятельными (более 73%) людьми в обществе.

Основные выводы: Среди опрошенных студентов достаточно высок уровень заинтересованности в организации собственного бизнеса. Причем, речь ведь идет о студентах неэкономических специальностей. И при этом каждый 3-й из них имеет хотя бы разовый опыт открытия собственного дела, что указывает на наличие потенциала массового молодежного предпринимательства. Поддающееся фиксации стремление студентов к независимости, самореализации, свободе деятельности, высоким заработкам – это достаточно убедительная предпосылка его реализации в перспективе.

Анализ результатов исследования показывает, что мотивационные и личностные характеристики студентов отвечают признакам-идентификаторам предпринимательства. Нет стартового капитала, опыта и знаний. Но это дело наживное, было бы желание. И в этом деле последнее слово за стейкхолдерами. С их стороны требуется максимальная поддержка предпринимательских интенций студенчества. На основании проведенного исследования напрашивается вывод, что развитию молодежного предпринимательства может способствовать эффективное взаимодействие стейкхолдеров в лице государственных органов, предпринимательских структур, образовательных учреждений, вернее синергетический эффект их совместных усилий.

Предпринимательский дух в обследованной студенческой среде достаточно ярко выражен. Большинство отдает предпочтение риску предпринимательства, а не стабильности работы по найму. Однако в Казахстане не сформирована предпринимательская культура и не сформируется пока, поэтому инновационный потенциал молодежи остается невостребованным.

Перемены идут на холостом ходу, а их драйвер находится на «запасном пути». Нет ни площадок, где бы активная молодежь могла обмениваться информацией, обсуждать бизнес-идеи, решать бизнес-кейсы. Нет ни благотворительных фондов, которые могли бы финансировать молодежные стартап-проекты. Нет ни бизнес-клубов, ни бизнес-инкубаторов на базе университетов, которые могли бы стать площадками для инвесторов. Нет и бизнес-кампусов для проведения академических курсов с расширенной практической частью для разработки и реализации бизнес-проектов.

Как формировать предпринимательскую культуру при отсутствии таких форматов? Откуда взяться новому мировоззрению, способному наполнить инновационным контентом происходящие перемены? Очевидно, что нужна системная организация и партнерское взаимодействие студенческой молодежи с успешными предпринимателями, нужна реальная предпринимательская среда, где бы молодежь могла получить актуальные знания, овладеть соответствующими навыками и методиками успеха. Необходимо создавать механизм, обеспечивающий эффективные коммуникации между молодежью и всеми стейкхолдерами.

**3.2 Основные характеристики социального потенциала МСБ на примере выпускников «Бастау бизнес»**

В рамках программы «Бастау бизнес» граждане получают первичные навыки предпринимательской деятельности. Одновременно решается государственная задача по проблеме занятости. Однако не всегда выпускники программы реализовывают свой предпринимательский потенциал в полной мере и имеют успешный бизнес. В этой связи встает вопрос об эффективности программы и ее практической значимости для государства.

Объектом социологического исследования выступают выпускники программы «Бастау бизнес».

Предмет исследования предпринимательский потенциал выпускников программы «Бастау бизнес».

Цель исследования – оценить степень реализации предпринимательского потенциала выпускников программы «Бастау бизнес».

Задачи исследования:

‒ оценить уровень удовлетворенности выпускников программы результатами предпринимательской деятельности;

‒ выявить наиболее значимые, с точки зрения респондентов, проблемы, возникающие у граждан, желающих организовать собственное дело и начинающих предпринимателей;

‒ оценить предоставление услуг, связанных с предпринимательской деятельностью, органами государственной власти и местного самоуправления;

‒ изучить эффективность оказания государственной поддержки субъектам предпринимательства;

‒ выделить связь между видом предпринимательской деятельности и социально-психологическим настроем выпускников программы;

‒ установить степень влияния «возраста» бизнеса на оценку перспектив выпускников;

‒ определить наиболее популярные меры по повышению эффективности бизнеса;

‒ идентифицировать социальные барьеры, препятствующие гражданам проявить свой предпринимательский потенциал.

В опросе участвовали 539 действующих предпринимателей из когорты обучающей программы «Бастау Бизнес», где география опроса составила 14 областей и 3 города республиканского значения.

Программа «Бастау Бизнес» ориентирована на проекты для безработных, проживающих в основном в сельской местности с дешевым залоговым имуществом. В этой связи проекты Программы являются малобюджетными и не позволяют запускать крупные производственные проекты, поэтому за мелкие проекты в сфере торговли и услуг берутся в основном женщины.

Люди приходят в бизнес осознанно. Как оказалось, 80% респондентов хотели иметь собственное дело, при этом отсутствие работы, низкая заработная плата не являются причинами участия в Программе.

В целом в казахстанском обществе роль предпринимательства оценивается позитивно и по мнению половины опрошенных быть предпринимателем – это значит способствовать развитию общества и экономики.

Всего 11,2% из респондентов не удовлетворены своим трудом. Данный факт отражается на фоне «национальной скромности».

75% из бизнеса представителей хотят, чтобы их дети продолжали начатый ими бизнес, что говорит о развитии семейного предпринимательства в стране.

Более 60% выпускников отмечают, что положение их дел улучшилось, таким образом Программа выполняет поставленные цели – трудоустройство и занятость населения бизнесом.

Для каждого четвертого выпускника проблема с неблагоприятными условиями бизнеса является актуальной. Считается, что на юге страны люди более предприимчивые. Однако, как показывает опрос эффективность реализации Программы от региона к региону напрямую зависит от работы команды бизнес-тренеров и степени вовлеченности местных исполнительных органов. На начальном этапе для выпускников требуется полноценное сопровождение в целях адаптации к условиям ведения бизнеса. Чем старше бизнес, тем более устойчивее становиться положение дел.

73% респондентов инвестируют прибыль в дальнейшее развитие бизнеса, при этом большая часть инвестирует менее 15% от прибыли, что является достаточно низким уровнем. Практически каждый четвертый из тех, кто вынужденно участвовали в Программе, из-за материальных или других проблем, сейчас работают с убытком.Порядка66% респондентов отметили, что планируют расширять свое дело.

У выпускников имеется достаточно верный подход к мерам, позволяющий обойти их конкурентов. 40% респондентов считают, что для успешного развития бизнеса необходимо повышать качество производимой продукции и предоставляемых услуг, а 17% утверждают эффективность маркетинга.

Одной из основных проблем является перенасыщение рынка и высокий уровень конкуренции, так отметили 60% респондентов. Это связано с отсутствием глубокого анализа по поиску потенциальных бизнес-ниш, так как при выборе вида бизнеса участники Программы зачастую выбирают наиболее популярные виды бизнеса в регионе.

В рамках работы был проведен социологический опрос с репрезентативной выборочной совокупностью. В опросе участвовали действующие бизнесмены из когорты обучающей программы «Бастау Бизнес». Количество участников и целевая аудитория сформировалась в зависимости от активности самих выпускников Программы.

Более активными оказались представители возрастной категории от 29 до 39 лет, чьи показатели набрали 43,2%. Данная картина имеет прямую корреляцию с демографической пирамидой возрастной структуры страны.

Тенденция также отражается в региональном разрезе показателя, более половины респондентов из данной категории в Алматинской, Атырауской, Павлодарской, Жамбылской, Восточно-Казахстанкой, Туркестанской областях и в городах Нур-Султан, Шымкент.

Гендерное соотношение участвовавших в опросе женщин превышает, за исключением регионов Кызылорда и Северо-Казахстан. Средне-казахстанская доля женщин проявившие желание отвечать на вопросы 66,5%. Женское предпринимательство в Казахстане хорошо развито среди МПС и широко распространено в видах экономической деятельности, как торговля и услуги.

Важно отметить, что программа «Бастау Бизнес» ориентирована на малобюджетные бизнес-проекты и становление институциональных предпринимателей. В то же время стоит отметить, что безработные лица в прошлом не способны открывать крупные производственные проекты и для таких проектов в основном подходят женщины.

У представителей казахстанского бизнеса высокий уровень образования и более 80% выбрали ответ «Хотелось иметь собственное дело», это значит, что люди идут осознанно, не от того, что не могут найти работу или там мало платят. Контингент, который имеет среднее и средне-профессиональное образование в основном жители сельских местностей.

Из всего опрошенных 80% отмечают о желании открытия собственного бизнеса, 8,2% отметили о вынужденном ситуации из-за материальных проблем и 3% из выпускников поступили предложения партнерства в бизнесе (рисунок 61).

Люди пришли для осуществления разных целей в разных отраслях экономики. По сгруппированному переходнику видов деятельности уровень охвата показал 7 отраслей. В опросе участвовали 28,4% представители сельскохозяйственной отрасли, 26,5% - сфера услуг, 21% - сфера торговли и 18,9% владельцы производства. Также встречаются отрасли как промышленность, строительство и переработка от 1-3% долей от общей выборки.

Рисунок 61 ‒ Становление предпринимателем

Примечание ‒ Составлено автором

Широкий охват государственной поддержки в части обучения и финансирования помогает диверсифицировать экономику страны. Казалось, Программа «Бастау Бизнес» была направлена для снижения уровня безработицы в основном в сельских местностях, но по факту видим, что программа не ограничивает желания кандидатов. Безработные могут заниматься разными видами бизнеса, не ориентируясь своим локальным кругозором, могут открывать объекты торговли и даже производственные компании (рисунок 62).

Рисунок 62 ‒ Сфера деятельности

Примечание ‒ Составлено автором

Среди бизнесменов в основном владельцы молодого бизнеса: 47,7% один год, 37% шесть месяцев функционируют на рынке, остальные ведут деятельность +- 3 года.

В разрезе регионов самыми устоявшимися можно отметить предпринимателей Северо-Казахстанской и Акмолинской областей 57 и 45% соответственно. Во всех остальных регионах преобладают представители молодого бизнеса.

Теоретически, в современном обществе на фоне мобильных изменений,бизнес, вне зависимости от его возраста, несет риски и возможности в одинаковом размере. В производственном секторе, если говорить по мощностям, объемам производства и по узнаваемости продукции преобладает опытный бизнес. Но все же конъюнктура рынка меняется ежедневно, что может поменяться потребительский вкус, которая мог бы привести переносу производственной линии.

В сфера услуг аналогичная ситуация, которая меняется на основе мировых тенденций за короткий срок. Единственное, торговля как традиционный вид бизнеса несет минимальные колебания в бизнес среде.

Важно отметить тот факт, какой бы не был бизнес, в части прогресса он зависит от его владельца, который способен шагать в ногу со временем, где ожидает глобальные перемены и процессы модернизации.

Опрашиваемым задавался вопрос касательно удовлетворенности своим выбором, где около 70% респондентов указывают на положительные ответы. Только около 4,4% из действующих предпринимателей не удовлетворены своим выбором предпринимательской деятельности. При оценке уровня удовлетворенности замечается некая связь с региональным валовым продуктом и развитием бизнеса в регионе. Если средний показатель показывает на уровне 70%, в региональном разрезе этот показатель имеет максимальное значение 93% - Атырауская область и минимальное значение 48% - Кызылординскаяобласть. Между данными показателями двух регионов распределены остальные регионы, но более 10 регионов показывают уровень удовлетворенности более 70%. На основе обработанных данных можно сказать, что общий потенциал развития бизнеса на перспективу - высокое.

Предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение прибыли или какого-либо личного дохода, осуществляемая от своего имени, под свою ответственность. Поэтому важность нахождения в этой среде самовольно играет большую роль для дальнейшего развития собственного бизнеса и личностной характеристики (рисунок 63).

В то же время, с уверенностью можно сказать, что за счет предпринимательской деятельности происходит также обогащение общества и ее отдельных слоев. Люди обеспечивают свои жизни и тем самым повышают социальное положение. Если говорить о потребителях, то они получают доступ к новым товарам и услугам, могут выбирать между более качественным или более дешевым товаром, в зависимости от доходов и расходов.

Рисунок 63 ‒ Удовлетворенность выбором предпринимательской деятельности

Примечание ‒ Составлено автором

Для предпринимательской деятельности годен не любой человек. Для ее осуществления предполагается наличие творческого мышления у людей, инициативности, склонности к инновациям и нестандартным методам решения проблем, способности к новым видам деятельности, постоянной готовности к риску и неопределенности. Да, предпринимательская деятельность, уже по определению, предполагает риск. Его не избежать.

Так же предпринимательство играет важную роль в экономике страны. Оно влияет на наличие или отсутствие конкуренции. Предпринимательство охватывает большую сферу жизни. С помощью нее обогащается страна, появляются новые технологии, развиваются различные отрасли экономики.

Предпринимательство позволяет самой стране выйти на мировой уровень и, если не превосходить другие страны, то, по крайней мере, стоять на том же уровне. Государство с развитым предпринимательством может играть производственно-сбытовую роль, тем самым повышается доход страны, ее статус на мировом рынке.

Для определения роли предпринимательства в казахстанском обществе выпускникам Программы в процессе социологического опроса задавали вопросы с пятиуровневым измерительным ответом. Считают предпринимательство основным драйвером общества 55,8% респондентов, 39,3% отметили, как способствующую силу для прогресса. Про нейтральную позицию отметили 3,7%, оставшиеся доля респондентов (0,6%) указали на препятствие по развитию и на тормоз по прогрессивному развитию. На региональном уровне ответ как «Предприниматели тормозят прогрессивное развитие нашего общества» был выбран только в Кызылординском регионе – 3,8%. В среднем в казахстанском обществе роль предпринимательства оценивается позитивно, то есть жителей Казахстана привлекает предпринимательская деятельность. В нашей стране быть предпринимателем это значит способствовать развитию общества и экономики, по крайней мере более половине жителей бизнес-среды (рисунок 64).

Рисунок 64 ‒ Роль предпринимателя в обществе

Примечание ‒ Составлено автором

Предпринимательство, без сомнения, занимает центральное место в современном обществе. Ведь именно предприниматель является опорой и гарантом стабильности и устойчивого развития, как государства, так и гражданского общества, как экономической, так и политической жизни его граждан.

В развитом обществе экономика показывает высокие показатели доли МСП в ВВП. И здесь возникает вопрос, это общество пробуждает бизнесменов или же правильная экономическая политика сама притягивает людей в бизнес? Скорее ответ будет в правильной работе целостной системы, чтобы и в обществе пропагандировалась высокая позиция предпринимателя и экономические мероприятия также были направлены на привлечения деловых людей заниматься этим делом.

Если у нас в обществе предпринимательство воспринимается с высокой симпатией, то путь к нему также должен быть приятным и легким. Программа «Бизнес Бастау» частично выполняет роль данной «страховочной подушки», что позволяет некоторым слоям населения начать предпринимательскую карьеру.

В Казахстане намерены довести долю МСП в ВВП республики к 2025 году - до 35%, а к 2050 году - до 50%. Это будет соответствовать уровню развитых стран. В 2019 году доля МСБ в ВВП составила 31,7%. В 2015 году данный показатель составлял 24,9%.

Рост МСБ является показателем положительных изменений в экономике страны. МСБ является ключевым элементом устойчивого роста экономики и занятости, существует устойчивая зависимость между долей МСБ в ВВП и благосостоянием населения. Чем выше доля МСБ в ВВП, тем выше уровень и качество жизни населения.

Сегодня малый и средний бизнес, выполняя функции экономического стимула, вносит значительный вклад в развитие страны. В странах Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) вклад МСБ в экономику находится на уровне 45-65%. Численность занятых в бизнесе в Казахстане ежегодно увеличивается. На сегодня она составляет 3,5 млн. человек. Все ли из этого числа удовлетворены своим трудом? При опросе 50,7% оценивает высокую и 31,2% среднюю удовлетворенность своим трудом. Зафиксированы и ответы с негативным характером 11,2% оценили свой труд неудовлетворительным. Данный факт скорее это национальная скромность или же действительно люди недовольны своим трудом (рисунок 65).

Рисунок 65 ‒ Уровень удовлетворенности своим трудом

Примечание ‒ Составлено автором

Фактор латентно может срывать диалог Бизнеса с Государством. Это перенесенные планы от безысходности, это сложные процедуры получения государственной поддержки или это высокие тарифные показатели, а возможно сам сложный бизнес-процесс.

Удовлетворенность трудом является интегративным показателем, отражающим благополучие-неблагополучие положения в трудовом коллективе. Показатель содержит оценки интереса к выполняемой работе, удовлетворенности взаимоотношениями с коллегами, руководством, уровня притязаний в профессиональной деятельности и другие факторы измерения, поэтому на фоне одного вопроса сложно узнать точный ответ на вопрос макроуровня.

Как оценщиков со стороны радует тот факт, что около 75% из бизнес-представителей, которые прошли через Программу, занимаются не временной работой, а хотят, чтобы их дети продолжали действующий бизнес. Всего 5,7% оставляют выбор за наследниками, оставшиеся часть не готовы предвидеть ситуацию в будущем.

В части национальной идеологии, принимая во внимание особенности казахского менталитета и связи между поколениями можно оценить долголетие казахстанского бизнеса. 75% факт может играть особую роль в фундаментальном формировании национального бизнеса. Также в этом направлении в учебных заведениях страны внедрили дисциплину «Основы предпринимательства».

Как показывает международный опыт, для школьников старших классов целесообразно вводить изучение основ экономики через практикоориентированный подход, кейсы и другие методы, которые используются при изучении предпринимательства в целом.

В рамках предмета «основы предпринимательства и бизнеса» предусмотрено приобретение базовых знаний по основам предпринимательства, экономики, менеджмента, маркетинга и формирование у учащихся предпринимательского мышления, активной жизненной позиции, а также навыков, необходимых для организации дальнейшей самостоятельной деятельности в современных рыночных условиях.

Согласно результатам опроса, 73% респондентов инвестируют прибыль в дальнейшее развитие бизнеса. При этом доля прибыли в инвестициях является не значительной. Так, 43% выпускников инвестирует менее 15 прибыли, что является достаточно низким уровнем инвестиций. Это может привести к стагнации практически половины бизнеса в части дальнейшего развития, а в случае возникновения шоковых для бизнеса ситуаций (падеж скота, снижение рынка сбыта в связи с переселением, и прочее) могут и вовсе уйти в банкрот.

В этой связи, важно для выпускников инвестировать более значимую долю от прибыли в дальнейшее развитие бизнеса, так как положенный старт бизнеса за счет государственной поддержки лишь позволит начать бизнес на достаточно низком уровне прибыльности в связи с низким объемом займа.

Вместе с тем, учитывая, что 8% респондентов отметили, что уже работают в убытке, принятие мер по сопровождению дальнейшего развития бизнеса выпускников Бастау Бизнес приобретает свою актуальность.

Касательно планов выпускников по расширению бизнеса наблюдается более положительная картина. Так, около 66% респондентов отметили, что планируют расширять свое дело. При этом каждый пятый отмечает, что не планирует расширять свой бизнес, а 4% говорят, что и вовсе будут сокращаться (рисунок 66).

Рисунок 66 ‒ Планы выпускников по расширению бизнеса

Примечание - Составлено автором

Опрос показал уровень уникальности проектов «Бастау Бизнес» на местах. Так согласно опросу выпускников, 12% отметили, что на их рынке нет конкурентов. Таким образом можно заключить, что каждый десятый проект является по своему уникальным. В целом это происходит из-за того, что основная часть проектов расположены в сельских местностях, где малый бизнес развит в незначительной степени, особенно это относится к услугам.

Вместе с тем, согласно опросным данным, более 60% респондентов отмечают высокий уровень конкуренции, что в последствии может стать значительным барьером для развития их бизнеса. В этой связи, в концепции программы необходимо отметить, что основной упор по выбору бизнес-проектов должен сделан на то, что проект должен быть достаточно уникальным и не иметь большой уровень конкуренции.

Стоит отметить, что у выпускников имеется достаточно верный подход к мерам, позволяющим обойти их конкурентов. Так, основная часть респондентов отмечает, что для повышения конкуренции на рынке необходимо повысить качество производимых товаров и предоставляемых услуг. Вместе с тем, выпускники отмечают, что снижение цен и инструменты маркетинга также могут помочь. Наличие подобных идей вселяет надежду на правильное мышление. Единственно необходимо помочь им с эффективным применением данных мер.

Актуальность вопросов рынка сбыта и наличие конкуренции для выпускников «Бастау Бизнес» подтверждается результатами опроса в вопросе о главных трудностях при ведении бизнеса. Практически каждый третий отмечает проблему с перенасыщением рынка и высокой конкуренции. Вместе с тем, выпускники отмечают проблему с высокими процентами кредитования.

Примечательно, что в разрезе регионов ситуация с инвестированием на развитие бизнеса, планов по расширению и конкуренции отличается в значительной степени, что может происходить в связи с менталитетом населения либо разным подходом к обучению команды бизнес-тренеров в регионах.

К примеру, в Туркестанской, Западно-Казахстанской, Алматинской, Актюбинской областях и в городе Нур-Султан, практически каждый третий выпускник откладывает более 15% от полученной прибыли для дальнейшего развития бизнеса. Значительно тревожная ситуация наблюдается в Восточно-Казахстанской и Северо-Казахстанской областях, где практически каждый четвертый выпускник работает с убытком.

Достаточно значимо выделяются Кызылординская и Северо-Казахстанская области, где практически каждый четвертый планирует сократить свой бизнес, открывшийся в рамках программы «Бизнес Бастау». В Атырауской и Павлодарской областях 82 и 77% соответственно респондентов отмечают о значительной конкуренции на рынке (сумма ответов 4 и более конкурентов). Сравнительно низкий уровень конкуренции для выпускников отмечается в Актюбинской, Жамбылской, Туркестанской областях и городе Нур-Султан.

Стоит отметить, что возраст предприятия является одним из значимых положительных факторов среди выпускников «Бастау Бизнес» относительно расширения бизнеса и инвестиционных планов.

Опрос показал, что чем старше предприятий, тем больше оно инвестирует из прибыли в развитие. К примеру, 41% предприятий старше трех лет инвестируют более 15% своей прибыли в развитие. На против лишь четверть предприятий кому около 6 месяце или одного года инвестирует данный объем прибыли в развитие.

Данное наблюдение свидетельствует о том, что со временем предприятия осознают важность инвестиций в развитие и готовы инвестировать большую долю от прибыли чем на начальных этапах. Вопросом остается лишь то, что продержаться ли на рынке вновь открывшиеся предприятия до момента, когда они поймут важность инвестиций. В этой связи государству необходимо поддерживать и сопровождать выпускников «Бастау Бизнес» оценочно до 3 лет после получения займа.

В целом учитывая, что, «Бастау Бизнес» ориентирован на безработную часть населения, в данном вопросе отношение бизнеса к помощи государства остается положительной, так отметили 64% респондентов. Однако среди респондентов есть те, кто отозвался отрицательно, но их доля составила всего 3%, однако это скорее всего те предприниматели, у которых возникли трудности при ведении бизнеса. Затруднились ответить или заняли нейтральную позицию 23% респондентов.

Если рассматривать отношение бизнеса к помощи государства в разрезе мужчин и женщин, то отношение к помощи государства субъектам МСБ, то в целом мнения совпадают, 60% мужчин и 61% женщин относятся положительно, по 14% относятся скорее положительно, чем положительно. Мнения расходятся в отношении помощи государства субъектам МСБ в отрицательном русле, среди женщин нет респондентов имеющие отрицательное отношение, среди мужчин это порядка 3% респондентов. Женщины больше затрудняются ответить в два раза чем мужчины 14 и 7% соответственно. Лишь 1% женщин выпускников программы «Бастау Бизнес» имеют скорее отрицательное отношение к помощи государства субъектам МСБ, мужчин на 1% больше.

Отношение бизнеса к помощи государства субъектам МСБ в разрезе по возрастам компаний довольно разный. Так, к примеру компании, которые на рынке уже около одного года положительно относятся 67%, меньше всего положительное отношение отметили предприятия, которым около 6 месяцев, что на 14% ниже. Отрицательно и скорее отрицательно относятся к помощи государства субъектам МСБ отмечают бизнес, которым более трех лет (5%)предприятия которым около шести месяцев (4%), около одного года (2%) и компании которым не более трех лет (3%).

Исходя из ответов вопроса какие формы государственной поддержки МСБ используют непосредственно выпускники программы был задан вопрос касательно этой темы. Каждый третий выпускник отметил, что не пользовался никакой формой государственной поддержки МСБ, то есть каждый третий выпускник на рынке с тем багажом и финансовыми ресурсами, которые получил при реализации себя в программе.

Наиболее популярной мерой является получение льготного финансирования 27% - столько респондентов использовали данную меру, 19% выпускников отметили субсидии, 16% отметили государственные гранты и льготную аренду – 5%. Так же среди выпускников 0,2% отметили использование помощи центра занятости.

Субсидии используют больше мужчины - 21% нежели женщины - 17%, никакими формами государственной поддержки не пользуются больше женщины это 34%, мужчин 31%. Льготное кредитование используют больше мужчины чем женщины на 10%, льготное кредитование выбрали 34% мужчин и 24% женщин. Государственные гранты популярнее среди женского населения, их отметили 19% женщин, тогда как среди мужчин гранты использовали лишь 9%. Льготную аренду используют поровну, по 5% процентов как среди мужчин, так и среди женщин и данная форма государственной поддержки является менее популярной.

Наиболее популярной мерой использования государственной поддержки МСБ у предприятий которым не более 6 месяцев являются льготной кредитование 23%, государственные гранты 14% и субсидии 21%, при этом в компаниях до 6 месяцев высокая доля тех, кто ничем не пользуются, таких 38%. Предприятия, которым около одного года чаще пользуются льготным кредитованием 25% и субсидиями 25%, следом идет государственные гранты 16%, не пользуются формами государственной поддержки 28%, это самый низкий показатель среди сравниваемых групп.

Среди компаний, которым не более трех лет наиболее популярной формой государственной поддержки МСБ является льготное кредитование 34%, государственный грант 18% и субсидии 13%, ничем не пользуются 31%предпринимателей. Из числа, предприятий которым свыше трех лет пользуются льготным кредитованием 28% респондент, государственными грантами и субсидиями по 16% соответственно, высокий показатель того, что ничем не пользуются 36%.

Что касается мнения самих выпускников, то они настроены положительно и оценивают будущее как перспективное, что доказывает опрос. Так 32% респондентов из числа выпускников отметили, что у МСБ отличные перспективы, 31% респондентов что хорошие перспективы. Отметили отсутствие перспектив лишь 7% респондентов, это говорит, что политика, направленная по развитие МСБ эффективная и большие финансовые и нефинансовые меры, получают сами предприниматели. 17% респондентов затруднились ответить, тогда как 14% респондентов отметили, что, наличие перспектив имеются при определенных изменений и помощи государства.

Что касается мнения МСБ о перспективах по возрасту компаний, то компании от полгода и свыше трех лет, отмечают хорошие и отличные перспективы. Так согласно результатам опроса перспектив развития МСБ в Казахстане компании, которым около шести месяцев отмечают высокие перспективы 67% респондентов, при этом лишь 7% отметили отсутствие перспектив и 15% затруднились ответить. Компании, которым около одного года отмечают высокие перспективы 65% выпускников, от общего количества опрошенных лишь 4% отметили отсутствие перспектив — это самый низкий показатель среди сравниваемых возрастов, затруднились ответить 19% респондентов.

Исходя из диаграммы ниже, можно сделать вывод, что компании до одного года смотрят в будущее более позитивно нежели компании до трех лет и старше, так как еще не столкнулись с рядом проблем и имеют меньше опыта чем их коллеги. Так, компании которым не более трех лет отмечают положительные перспективы 61% выпускников, отсутствие перспектив отмечают 11% респондентов – это самый высокие показатель среди сравниваемых возрастов и затруднились ответить 13%, 16% отмечают, что перспективы будут положительными в том случае, когда увеличат меры государственной поддержки. Среди компаний, которые на рынке уже более трех лет отметили положительные перспективы лишь 53% респондентов, то есть половина смотрит позитивно, при этом каждый 4 предприниматель затрудняется ответить на данный вопрос, отмечают об отсутствии перспектив 8% респондентов.

В целом, в казахстанском обществе роль предпринимательства оценивается позитивно, так как воспринимается общественностью как деятельность, способствующая развитию общества и экономики. На этом фоне развивается семейное предпринимательство. Основными проблемами начинающего предпринимателя являются неблагоприятные условия бизнеса, перенасыщение рынка и высокий уровень конкуренции, в связи с чем многие на начальном этапе работают с убытком. Это связано в первую очередь с отсутствием глубокого анализа по поиску потенциальных бизнес-ниш.

**3.3 Истории успеха казахстанских предпринимателей**

Учитывая и беря во внимание то, что на развитие малого и среднего бизнеса в стране пристально следят высоко на правительственном уровне, а также данная повестка касается всех государственных органов всех уровней, некоммерческих организаций и в том числе населения страны. Есть четкие планы по увеличению доли МСБ в ВВП страны до 35%. Для этого в стране проводиться активная политика поддержки предпринимательства, даже в момент пандемии COVID-19, МСБ была оказана поддержка.

В данном разделе диссертационной работы проведен индивидуальный опрос экспертного сообщества и бизнеса на предмет истории успеха казахстанских предпринимателей. Так, экспертами представлены мнения о текущей ситуации бизнес-климата в стране, а также то, что необходимо для развития предпринимательства. Предпринимателям во время интервью были заданы вопросы о виде бизнеса, как они пришли в предпринимательство, сколько лет работают на рынке, как начинали свой путь, текущую ситуацию делового климата, кадровую политику, а также влияние пандемии и что нужно для ведения успешного бизнеса.

В рамках изучения факторов и условий для успешного предпринимательства в Казахстане использовался такой метод социологического опроса как полуструктурированное интервью со сформированным гайдом интервью, однако структура интервью достаточно гибкая и допускала отступления, если они оказывались в момент беседы необходимыми и полезными для исследования. Объектами опроса выступили казахстанские предприниматели. Отбор респондентов производился неслучайной стихийной выборкой (в исследовании участвовали все доступные (давшие свое согласие на интервью) респонденты из интересующей группы).

Цель исследования заключалась в изучении и анализе социальных аспектов предпринимательства и их влияние на успешность бизнеса. Была выдвинута гипотеза, согласно которой успешность предпринимательства заключается в человеческом капитале, а не в усилиях государства. В ходе исследования решались следующие задачи:

* определить роль предпринимательского класса в социальной структуре казахстанского общества;
* проанализировать группы мотивов и факторов, влияющих на успешность предпринимательской деятельности;
* выявить ниши предпринимательской деятельности, не освоенных до настоящего времени в нашей стране, причины такого положения;
* определить проблемы, препятствующие развитию предпринимательства в Казахстане.

Так, по результатам глубинного интервью с представителями бизнеса получен ряд оценок и мнений, который частично подтверждает гипотезы диссертационного исследования.

Экспертная оценка №1: Алтынбек Акпанов, заместитель генерального директора Национального центра аккредитации (НЦА) Комитета технического регулирования и метрологии Министерства торговли и интеграции Республики Казахстан.

НЦА – единственный национальный орган по аккредитации в области оценки соответствия, определенным Правительством Республики Казахстан (постановление Правительства РК «Об определении органа по аккредитации» от 27августа 2008 года №773).

НЦА осуществляет свою деятельность в соответствии с Законом Республики Казахстан от 5 июля 2008 года «Об аккредитации в области оценки соответствия», стандартом ИСО/МЭК 17011 «Органы, осуществляющие оценку и аккредитацию органов, по оценке соответствия. Основные требования», нормативными правовыми актами РК в области аккредитации оценки соответствия и также требованиями международных организаций по аккредитации.

В целях определения необходимых мер и предложений по развитию предпринимательства проведено интервью с экспертом в сфере развития предпринимательства Акпановым Алтынбеком, который имеет непосредственный опыт работы в данном направлении. А. Акпанов проработал более трех лет в центре развития предпринимательства АО «Институт экономических исследований» при Министерстве национальной экономики (последняя должность – заместитель директора центра), также имеет опыт работы в банковской сфере в работе с юридическими лицами, то есть с предпринимателями, в сфере развития внутренней торговли, а также консалтинге бизнеса.

По мнению Акпанова, для развития предпринимательства необходимо учитывать ряд факторов: финансовая поддержка бизнеса, обучение, повышение квалификации и навыков предпринимателей, опыт работы самого предпринимателя в выбранном направлении бизнеса, а также «жилка» самого предпринимателя.

Касательно финансовой поддержки, по мнению эксперта на сегодняшний день государством уже реализуются ряд достаточных мер в виде программ развития и поддержки предпринимателей, грантов и субсидий, причем для всех сегментов (от микро до крупного бизнеса).

Как и принято в финансовом мире, основная часть поддержки предпринимателей от государства основывается на имеющихся активах предпринимательства. То есть поддержке есть место, если у бизнеса достаточно залогового имущества. Данный принцип является главным ограничителем для многих бизнес-проектов. Для преодоления указанного барьера государство также частично предоставляет гарантирование, но данный инструмент поддержки не является достаточным, так как не применяется ко всем видам финансовой поддержки.

В этой связи, эксперт считает необходимым обеспечить поддержку в виде гарантирования по всем имеющимся программам поддержки. Однако предусмотреть определенные критерии для участников инструмента гарантирования, такие как инновационность, наличие твердого сбыта и опыт самого предпринимателя в выбранной сфере бизнеса [50]72.

Одним из немаловажных факторов, влияющих на развитие предпринимательства, эксперт выделил обучение и компетентность начинающих предпринимателей. Начинающих и даже действующих предпринимателей необходимо обучать и поддерживать их компетентность. Обучение помимо основ административно-процедурных вещей, таких как ведение налоговой отчетности, сдача статистической информации, открытие бизнеса, необходимо также обучать проводить качественные маркетинговые исследования. По мнению эксперта, маркетинговый анализ является наиболее важным в успехе любого предпринимателя.

Основой маркетингового анализа должно быть исследование рынка, возможности сбыта, и обеспечение сырьем. На своем опыте эксперт часто сталкивался с тем, что предприниматели открывают бизнес не изучая рынок сбыта. Данная проблема особо ощутима для массово распространенного бизнеса (торговля, услуги), где начинающие предприниматели, видя, что у соседа хорошо идет бизнес открывает такой же.

Таким образом, по мнению эксперта наиболее реальной помощью для бизнеса является помощь со сбытом, хотя бы обеспечить методологическую часть в поиске и анализе рынка сбыта.

Вместе с тем, эксперт отмечает, что данной работой должны заниматься местные исполнители органы в лице курирующего управления (чаще это управления развития предпринимательства) и другие организации по развитию предпринимательства на местах (НПП РК “Атамекен”, СПК, и другие). При этом, центральные органы должны координировать данные направления и держать на контроле их исполнение с учетом достижения определенных KPI. Указанным организациям на местах необходимо ежегодно проводить маркетинговые исследования, выявлять ниши для бизнеса, анализировать потребительский рынок, учитывать тренды и цели развития регионов, основанные на экономическом взаимоотношении с другими регионами Казахстана и странами зарубежья.

Основами в проведении подобных маркетинговых исследований должны быть мнение потребителей и анализ рынка с учетом возможностей импортозамещения.

По сути, для любого бизнеса важен сбыт, если будет сбыт, то и необходимость в получении государственной поддержки в течении определенного времени исчезнет. Так как при наличии оффтейк контрактов, банки второго уровня уже смогут выдавать кредиты без необходимости предоставления дополнительных гарантий.

В этой связи, государству необходимо вплотную заняться над работой по данному направлению, обеспечить соответствующее финансирование для выделенных целей (проведение маркетинговых исследований каждого региона страны). В среднесрочной перспективе это позволит избавится от иждивенчества действующего бизнеса и увеличить доходность предприятий, что соответственно благоприятно повлияет на налоговую загруженность.

Также эксперт отмечает, что бизнесу важна инфраструктура. Для производственного предпринимательства важно формирование индустриальных зон, а для услуг обеспечение офисного помещения – «дома быта».

На сегодняшний день в регионах уже созданы индустриальные зоны, однако их наполняемость не на высоком уровне. Это связано с отсутствием достаточной инфраструктуры и их требованиям к участникам. Необходимо в каждом регионе, вплоть до районных уровней, обеспечить индустриальные зоны для всех сегментов бизнеса, от микро до крупного. Индустриальные зоны должны стать хабом для производственного бизнеса. Это в дальнейшем положительно затронет другие отрасли экономики. В данных зонах начнутся появляться обслуживающие субъекты бизнеса, как центры логистики, кейтеринга и другие.

Таким образом, предоставив доступную и удобную площадку для производственного бизнеса государство через развитие бизнеса в целом получит больше выгод, начиная от создания рабочих мест до повышения налоговых поступлений.

Подводя итоги интервьюирования, эксперт отмечает, что бизнес Казахстана еще совсем молод и недостаточно конкурентоспособен по сравнению с бизнесом из дальнего и ближнего зарубежья. Государству необходимо менять подход по оказанию помощи для бизнеса - путем обучения и предоставления информации по сбыту. Сначала нужно показать, как проводить маркетинговые исследования, их плюсы, затем оказываться содействие в проведении данных исследований и в долгосрочной перспективе бизнес уже сам поймет важность данных работ и самостоятельно будет изучать рынок и его возможности.

Экспертная оценка №2: ШынгысТорез, директор Департамента аналитики и консалтинга Акционерного общества «Центр развития торговой политики «QazTrade».

АО QazTrade создано в соответствии с постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2006 года №616 «О некоторых вопросах создания акционерного общества «Центр развития торговой политики» и постановлением Правительства Республики Казахстан от 6 сентября 2019 года №663 «О переименовании акционерного общества «Центр развития торговой политики» в акционерное общество «Центр развития торговой политики «QazTrade».

Организация изучает и выявляет актуальные проблемные вопросы общенациональной системы торговли и принимает активное участие в реализации торговой политики страны. Имеет историю своего функционирования с 2006 года, институциональную память и зарекомендовало себя как ключевая исследовательская компания Казахстана в сфере торгово-экономических отношений Единственным акционером акционерного общества «Центр развития торговой политики «QazTrade» является Министерство торговли и интеграции Республики Казахстан

Шынгыс Торез уже на протяжении многих лет связывает свою деятельность с казахстанским частным сектором. Начинал работать с АО «Институт экономических исследований» при Министерстве национальной экономики РК в блоке развития предпринимательства. Координировал вопросы рейтинга Всемирного Банка DoingBusiness, который с 2021 года перестал функционировать. Участвовал во всех мероприятиях внутри страны, на верификационных сессиях группы Всемирного Банка и на зарубежных защитах в вашингтонском офисе. Данный рейтинг далее был детализирован на региональный уровень SubnationalDoingBusiness, где также определялись уровни ведения бизнеса в регионах страны, между собой сравнивались и сопоставлялись с центром.

В рамках исследовательских целей диссертационной работы эксперт отмечает важность и объективность данного проекта, так как со стороны Правительства Казахстана никакого давления к группе экспертов Всемирного Банка не было, они показывали то, что видели своими глазами и то, что слышали от настоящего бизнеса. «Надо дать должное рейтингу» - говорит эксперт, описывая большие изменения в части оформления документации по всем направлениям, снижение временных и материальных затрат, сокращение количества запрашиваемых документов и количества обязательных процедур. Акцентируя на оптимизированные процессы оформления документов как для юридических лиц, так и для физических лиц, эксперт утверждает, что этому всему привел проект DoingBusiness.

В действительности, онлайн оформление и скорость оформление каких-либо документов и получение государственных услуг в Казахстане сейчас находится на высоком уровне и набирает обороты совершенствуясь ежегодно.

Шынгыс также участвовал в формировании ежегодного странового рейтинга «Деловой климат Казахстан», где на основе множественных факторов определяется уровень привлекательности инвесторов регионами и уровень легкости ведения бизнеса.

Факторы охватывают разные области взаимодействия бизнеса с другими институтами: доступность финансовых и нефинансовых инструментов, теневая экономика и коррупция, качество и доступность человеческого капитала, доступность государственной поддержки, удовлетворенность инфраструктурой, развитость административных операции. Как один из ключевых экспертов данного исследования, Шынгыс отмечает об ежегодном изменении делового климата в стране в лучшую сторону. В исследовании участвовали около 10 тысяч бизнес респондентов, которые субъективно могли дать оценку на основе собственного бизнеса. По словам эксперта, многие по началу как проблему отмечали плохое информирование о государственных инструментах поддержки, сложность доступа к финансированию, низкий уровень инфраструктурных составляющих. Но со временем, даже другие респонденты в своих ответах начали показывать меняющуюся картину в лучшую сторону.

Следующее место работы Шынгыса отдаляется от государственного сектора с переходом на руководящую должность в Центр исследования развития предпринимательства при НПП «Атамекен». В рамках деятельности эксперт участвовал в реализации проекта Модернизация 2.0, где были сформированы сотни рекомендации от именитых экспертов касательно развития предпринимательской деятельности. На основе всех проведенных работ, изменения положения в лучшую сторону эксперт обосновывает с изменением показателя вклада МСП в ВВП страны.

В течении следующих двух лет Шынгыс работал в частном секторе по профилю консалтинг и аналитика, где основной задачей стояло проведение диагностики и скрининга представителей малого и среднего предпринимательства. В течении всего этого времени эксперту удалось познакомиться со многими бизнесменами разного уровня, от руководителя корпорации до простого фермера и научился разговаривать с бизнесом на одном языке.

Отмечает разного уровня и разного вида проблемы бизнеса, но в итоге даже сами предприниматели подтверждают улучшение ситуации для ведения бизнеса в стране. Эксперт основным выводом для себя сделал, что проблемы безграничны и они появляются по мере поступления и решаются также. Главное для развития ‒ это выстроить правильную диалоговую площадку между государством и бизнесом, где могли бы обсуждаться основные проблемы и вопросы развития.

Последние два года Шынгыс руководил проектами внешнеэкономической деятельности в АО «Центр развития торговой политики «QazTrade» при Министерстве торговли и интеграции РК, где для него также был важен голос бизнеса и всегда с ним взаимодействовал. Помогая бизнесу в процессе экспортной деятельности, от производственного цикла до отгрузки товаров за границей иностранному покупателю, он заметил, как за два года смогла измениться экспортная экосистема страны в лучшую сторону.

Указывает на разного рода слабые стороны отечественного бизнеса по сравнению с импортерами из других стран и отмечает, что тут не только экспортная дисциплина самой компании важна, но и инфраструктура и меры поддержки государства также важны для развития. В Казахстане производятся товары, которые в легкую готовы конкурировать и по цене, и по качеству с иностранными аналогами, только остается создать условия для производства и сбыта. Аналогичная ситуация в сфере услуг.

По словам эксперта, на сегодняшний день для развития экспорта со стороны государства реализовываются много полезных инструментов поддержки. Программа экспортная акселерация - полностью диагностирует предприятие и на той стороне границы помогает найти потенциальных покупателей. На ряду с этим есть экспортное страхование, финансирование и гарантирование экспортных контрактов. Одним из основных инструментов является возмещение части затрат экспортеров, которое снижает издержки почти на 30%, возмещая транспортные затраты до 80% от общего расхода на логистику. Консультационная и аналитическая поддержка ведется 24 на 7 в самой упрощенной форме через телеграмм бот.

На макроуровне разрабатывается B2G платформы для построения правильного моста между государством и бизнесом. Многие процедуры получения госуслуг и поддержки были упрощены и автоматизированы через электронные платформы в рамках Цифровой Казахстан.

Ежегодно в стране проводятся реформы по приватизации объектов, МСП это основная сила любого государства. Резюмируя свои слова, эксперт приходит к тому, что инновация и развитие будет продолжаться, поэтому чтобы сохранить бизнес среду на таком высоком уровне и дальше развиваться в ногу со временем государству важно общаться и советоваться с бизнесом на регулярной основе и всегда.

Успешный кейс №1: Консалтинговая компания ТОО «DATAmetrics» (Нур-Султан).

Для того, чтобы понять, как развивать бизнес в Казахстане, проведены интервью с предпринимателями, которые поделились своими успехами и рассказали, какие факторы повлияли на это.

ТОО «DATAmetrics» ‒ это молодая консалтинговая казахстанская компания, которая специализируется на проведении социологических исследований. Несмотря на свой «юный» возраст, компания уже успела зарекомендовать себя во внутреннем рынке. Только за прошедший год компания участвовала в проектах как республиканского уровня (ПРООН, проекты с ЕНУ им. Гумилева, AllurAuto, и др.), так и международного (проекты Всемирного Банка, BabsonCollege - GlobalEntrepreneurshipMonitor).

Руководство компании отметили, что успехом в развитии являются человеческий капитал. Партнеры и эксперты ТОО «DATAmetrics» имеют значительный опыт работы в сфере консалтинга. Участвовали в более 20 исследовательских работ. При этом данные проекты были разнотипными – бюджетные проекты от центральных государственных органов, частные проекты от крупных предприятий, а также проекты НПП РК «Атамекен» и других компаний.

Казахстанский бизнес, как минимум в сфере консалтинга, может развиваться и иметь проекты в основном за счет наличия опытного экспертного состава и опыта самой компании.

История формирования ТОО «DATAmetrics2 достаточно интересная. Компании всего год с лишним, но она уже амбициозно заявляет себя на внутреннем рынке и имеет доверие со стороны потенциальных заказчиков. Так в чем же заключается данный успех?

ТОО «DATAmetrics» была создана опытными социологами-экспертами, которые имеют багаж опыта в работе в квазигосударственном секторе, частных консалтинговых предприятиях и банковской сфере.

Партнеры компании набравшись опыта в проведении социологических исследовании и применении лучших практик по составлению аналитических материалов решили выйти на частный рынок и уже самим «выбивать» проекты и работать над ними. Опыт работы, а также налаженные связи и положительные отзывы о партнерах позволили войти в рынок консалтинга уже с готовыми проектами. То есть, успех компании заключается в наличие компетентных кадров и желании работать и принимать участие реальных проектах, которые в действительности принесут пользу для общества.

Партнеры ТОО «DATAmetrics» отмечают, что для развития любого бизнеса, именно в долгосрочной перспективе, самым важным фактором являются люди, их опыт работы, навыки и образование.

Сегодня в стране есть много компаний, которые выигрывают разные тендера и конкурсы, не имея в «обойме» качественного кадрового состава. Данные компании передают основную часть работы субподряду, которые также могут делегировать работу другим. В итоге проигрывает Заказчик, который получает некачественную услугу. Таким образом данные компании получают негативный отзыв и теряют свою конкурентоспособность на рынке. Причиной этому является отсутствие достаточной компетентности кадрового состава.

Стоит отметить, что кадры играют ключевую роль в любом бизнесе, будь то консалтинг, предоставление других услуг или даже производство.

В этой связи, государству необходимо усилить фокус на обучение путем повышения уровня образования и контроля деятельности ВУЗов.

Также государству необходимо на постоянной основе проводить исследования по потребностям в кадрах по каждой отрасли. На основе результатов данных исследований направлять государственные ВУЗы для внедрения необходимых специальностей. Кроме того, для более эффективной работы в данном направлении государству следует выдавать квоты по грантам именно по востребованным специальностям. Чаще всего это инженерно-технические специальности, а также специальности в сельском хозяйстве.

К примеру, на сегодняшний день наблюдается острая нехватка кадров в строительной отрасли. Согласно проведенному исследованию проектного офиса при МОН РК, из 144 тысяч выпускников 8700 – это строительные специальности. То есть только 6 из 100% составляют выпускники строительной отрасли. При этом, текущая потребность составляет 242 тысячи специалистов.

На основании проведенного интервью с компанией ТОО «DATAmetrics», можно сделать вывод, что для успеха в предпринимательстве важным фактором является человеческий капитал, как самих бизнесменов, так и их подчиненных. В этой связи, если государство хочет эффективно помочь бизнесу развиваться, то помимо созданий условий ведения бизнеса, государству необходимо создавать и наращивать компетенцию бизнеса путем повышения уровня образования и акцентировать свой ракурс поддержки в специальностях, которые реально необходимы для бизнеса путем проведения аналитических исследований.

Успешный кейс №2: Стоматологическая клиника «Дента Люкс» (Павлодарская область, город Павлодар).

Стоматологическая клиника «Дента Люкс» оказывает широкий спектр стоматологических услуг высокого качества в области диагностики, лечения зубов и протезирования. С 1996 годастоматология объединила опытных специалистов-стоматологов, которые с радостью окажут необходимую и безболезненную помощь в восстановлении красивой улыбки.

Стоматологической клинике «Дента Люкс» Павлодара вот уже более 25 лет доверяют пациенты здоровье своих зубов. И это действительно серьезный срок, чтобы уверенно говорить об успехе и высоком уровне профессионализма.

Все началось с двух стоматологических кабинетов в городе Павлодаре. С тех пор, задавшись целью стать лучшими, компания развивалась и стремилась вперед и сегодня с уверенностью можно сказать, что стоматологии «Дента Люкс» удалось установить в Казахстане совершенно новые, международные стандарты стоматологического лечения. Вскоре стоматология начала оказывать бесплатную медицинскую помощь по государственной программе и начала расширяться, открылись кабинеты в 10 школах города Павлодара.

В 2017 году рассмотрев заявку, Фонд Даму одобрил и состоялось открытие второго филиала уже в г. Нур-Султан. На данный момент там работают лучшие высококвалифицированные стоматологи города Нур-Султан.

Стоматологическая клиника оказывает все виды стоматологических услуг, для этого имеется современное оборудование. Основными видами услуг является: протезирование, лечение кариеса, голливудская улыбка, лечение десен, имплантация, 3Д диагностика зубов, рентген зубов, удаление зубов, чистка зубов, отбеливание зубов, эстетическая реставрация зубов, элайнеры и брекеты и т.д.

Клиника шагает вровень с государственными программами и инициативами Правительства. Одним из примеров можно считать протезирование зубов за счет пенсионных отчислений. Менеджеры клиники на своем опыте отмечают о высоком уровне климата ведения бизнеса в Казахстане и наличие возможностей развития, обучая своих сотрудников на профессиональные навыки в области медицины.

Есть проблемы в части кадровой политики, что не все готовы послевузовского образования сразу начать работать, а действующие профессионалы рынка очень сильно востребованы и требуют высокий уровень оплаты труда. В рамках этого менеджеры компании от лица медицинских учреждении просят уделять больше внимание на человеческий капитал. Именно на качественный человеческий капитал, которому можно было направлять высокий ФОТ и не беспокоится касательно его качественной работы.

Успешный кейс №3: Пекарня «Лиза» (Актюбинская область, город Актобе).

В рамках данного раздела проведено интервью с предпринимателем из города Актобе. Интервьюеру 30 лет, парень, женат, владеет несколькими бизнесами в разных сферах. На его примере можно провести анализ истории успешного бизнеса, который приносит стабильный доход и дает возможность для расширения.

Интервьюер в студенческие годы уже открыл для себя способности к предпринимательству, занимался перепродажей техники и одежды, но однако все таки потребность в деньгах подталкивала его на занятие данным видом деятельности что и заложило начало его бизнес карьеры.

Анализируя то, как интервьюер пришел в предпринимательство, можно отметить, что, одним из основных факторов почему люди идут в бизнес или открывают бизнес ‒ это стремление зарабатывать деньги, то есть из потребности в деньгах.

В бизнесе респондент с 2011 года, уже на третьем курсе имея накопленный опыт целом пишет свой первый бизнес-план по открытию магазина брендовой спортивной одежды и становится в своем городе официальном представителем бренда «Nike». Успешно находит инвесторов, где половину необходимой суммы привлекает за счет родственных связей. С этого момента начинается и профессиональный рост предпринимателя. С открытием данного магазина респондент усиливает свои навыки ведения переговоров, юридическую и финансовую грамотность, подбора персонала, выбора ассортимента и сегмента товаров для высокой продажи. Со временем предприниматель уже перебрался в другие сферы бизнеса, от импортирования товаров до сельского хозяйства.

Возвращаясь к самому предпринимателю, он рассказал о своем виде бизнеса - пекарня «Лиза», название досталось от прежних хозяев, данная пекарня функционирует уже 3 года, однако респондент владеет данным бизнесом полтора года. В этот бизнес хоть и пришел недавно, но уже несколько лет задумывался о такого рода бизнесе, так как все-таки обеспечивать свой район свежим хлебом по утрам имеет социальный эффект или можно сказать социальный вклад, ведь данный бизнес не приносит высоких доходов.

Пекарня как вид бизнеса, имеет свои трудности, начиная от подбора персонала, заканчивая закупками сырья для выпечки хлеба. Так же необходимо оперативно вносить корректировки в стоимость производимой продукции, так как поставщики основного сырья часто меняют цены (мука, яйца). Первые полгода были трудности с персоналом, высокая текучка кадров, особенно это касается курьеров-операторов по доставке продукции, кто-то из них мог просто не выйти на работу, сложно было найти грузчика и администратора. Пришлось пересмотреть заработные платы, сделать их выше и установить требования в соответствии с новыми заработными платами. Сегодня уже вопрос с кадрами практически решился, если в первые полгода, сотрудники могли уйти, поработав две недели, то сейчас пекарня укомплектована и все сотрудники довольны. Так же в самом начале возникли сложности с ростом цен на сырье, при этом важно было сохранить стоимость булки хлеба, не снижая качество продукции.

При этом, владея несколькими видами бизнеса, респондент не считает себя успешным, и акцентирует внимание на том, что еще предстоит много работы и его ждет долгий путь к успешности. Но по мнению бизнесмена, быть успешным бизнесом имеет разные критерии, в первую очередь это стабильные доходы, налаженный бизнес процессы, то есть даже микробизнес может быть вполне успешным, тогда как может быть и крупный бизнес который сложно будет ставить в пример населению и считать его успешным.

Однако успешные бизнесмены сегодня должны больше передавать опыт населению, развивать малый и средний бизнес, в особенности переработку. Ведь в стране для открытия бизнеса созданы все условия, это упрощенная процедура регистрации, кредитных линий и мер государственной поддержки бизнеса.

Стоит отметить и тот факт, что, создав теплый деловой климат нельзя гарантировать успех, развитию бизнеса также должно способствовать бизнес-мышление у населения, по его словам, необходимо параллельно с бизнес инфраструктурой развивать предпринимательскую грамотность среди населения. То есть, нужно со школы уже закладывать основы предпринимательства, больше проводить агитационной работы. По его словам, в стране страдает и информационно-агитационная работа по оказанию мер поддержки государства для начинающих или тех, кто хочет открыть собственное дело. Зачастую люди имеют свою идею, но бояться ее реализовать, а это все исходит от отсутствия знаний и информированности. Но в целом респондент охарактеризовывает текущую ситуацию делового климата в стране положительной.

Отдельно респондент выделяет проблему с кадровым дефицитом в сферах услуг и сервиса, сельского хозяйства. Ведь если в компании имеются профессионалы своего дела, то это напрямую влияет на успех компании. Однако респондент затронул тему дефицита как высококвалифицированных кадров, но также и рабочие специальности, и работников сферы обслуживания. Так он подчеркнул, что в сельском хозяйстве сложно найти механизаторов, пастухов, в сфере услуг сложно найти официантов, автомойщиков. Причиной, по его мнению, такого дефицита, это низкая престижность данных работ и сельского хозяйства как такового в целом. Ведь сегодня студенты идут на программистов, экономистов и маркетологов, все реже идут на механизаторов, инженеров, селекционеров и так далее.

Пандемия сильно ударила по бизнесу и населению, упали доходы, снизилась покупательская способность. Что повлекло к приостановке или закрытию большинства сфер, где сложно было применять IT технологии. Что касается пекарни, то респондент отмечает что, пандемия не сильно отразилась на его бизнесе, так как на хлеб спрос есть всегда, и производство не останавливалось, потому что соблюдались все меры предосторожности и давались рекомендации сотрудникам максимально сократить контакты с посторонними людьми, не посещать места массового скопления и мероприятия. Это позволило компании снизить риски заболевания сотрудников, что, собственно, и произошло, за все время пандемии, лишь 1 сотрудник переболел, и на сегодняшний день сотрудники нашей компании одни из первых в городе добровольно были вакцинированы.

Что касается вопроса, как стать успешным бизнесменом или что нужно для ведения успешного бизнеса в Казахстане, респондент отметил, что нужно уметь анализировать текущую ситуацию на рынке, опережать конкурентов и быть готовым к трудностям. Так как многие начинают дело, но при первых трудностях бросают это дело, а это является ошибкой. Необходимо искать пути решения проблем, находить новые методы ведения бизнеса, перенимать опыт успешного бизнеса, который сталкивался с аналогичными проблемами. Но также респондент отмечает, что у нас в стране очень мало инновационных и новых видов бизнеса, зачастую у нас весь бизнес ‒ это копирование либо ведение аналогичного бизнеса, особенно это заметно в сельской местности и малых городах. В конце интервью респондент отметил, что необходимо уметь рисковать и не бояться внедрять новшества в бизнесе.

Анализ полученных в результате интервью мнений и оценок свидетельствует о том, что успешное предпринимательство зависит как от человеческого капитала, готовности к риску и внедрения новшеств в бизнес, так и от усилий государства, правового обеспечения.

При этом, эксперты считают, что бизнес Казахстана молод и недостаточно конкурентоспособен по сравнению с бизнесом зарубежных стран, в том числе ближнего зарубежья.

Представители крупного бизнеса уверены, что малое и среднее предпринимательство ‒ это основная сила любого государства. Между тем в стране очень мало инновационных и новых видов бизнеса.

Для улучшения бизнес-климата государству необходимо менять подход по оказанию помощи для бизнеса. Государство должно содействовать развитию бизнеса путем обучения начинающих предпринимателей и предоставления информации по сбыту.

Для эффективности бизнеса необходимо наладить анализ бизнес среды, проводить маркетинговые исследования. Государству необходимо наладить регулярное партнерство с бизнесом чтобы сохранить бизнес среду на высоком уровне. В свою очередь бизнес должен научится самостоятельно изучать рынок и его возможности.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

В казахстанском обществе важна роль государства для того, чтобы МСБ мог осуществлять свою деятельность и иметь прибыль самостоятельно. Правительство инициирует соответствующие программы поддержки и содействия бизнеса, организовывает всевозможные площадки. Вместе с тем население остается в большей степени пассивной в данной сфере, только малая часть участвует в грантовых проектах. Такое положение вещей связано с низкой информационной поддержкой государственных инициатив, слабой работой местных исполнительных органов, а также с коррупционной составляющей. Последний фактор в большей степени отталкивает представителей МСБ и ведет к недоверию предпринимателей к государству.

*Оценка полноты решения поставленных задач.*По диссертационной работе сделаны следующие **выводы:**

1. Сегодня мы можем говорить о предпринимателях как о большой̆ группе людей, которые составляют новую страту с характерными признаками и внутренней структурой. В советский период развития нашей страны предпринимательство отторгалось и было под запретом. В период перехода к рыночному развитию коммерция стала не привилегированным видом деятельности, а больше инструментом к выживанию. Современные же государственники, осознавая важность предпринимательской страты как одной из составляющей среднего класса, развитию предпринимательства уделяют ведущее значение. Правильная организация и управление экономической деятельностью может превратить любое государство в предпринимательское общество. Эта мысль очень важна для казахстанской экономики, которая фактически стала неуправляемой, так как командно-административная система разрушена, экономические законы рыночной экономики действуют слабо, а рыночная инфраструктура пока не создана. Между тем совершенный рынок в западных странах формировался веками и это был длительный и затратный процесс, включавший в себя множество экономических, социальных, политических и правовых изменений. Кроме того, немаловажную роль в формировании предпринимательского рынка в западных странах играет и религиозная составляющая, что подчеркивалось в теории М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма».

2. Социальный контекст включает в себя то, как люди рассматривают возможности для создания бизнеса, какие ресурсы доступны для запуска новых предприятий и как они могут взаимодействовать с другими участниками рынка. Одним из ключевых аспектов социального контекста является культура предпринимательства, включающая в себя тот набор ценностей, который поощряет инновации и предпринимательство, формирует социальное чувство уверенности в своих бизнес-возможностях.

Другой важный аспект социального контекста - доступность ресурсов для развития предпринимательства. Например, доступность кредитов или грантов для малых предприятий. Кроме того, наличие инфраструктуры, такой как предпринимательские инкубаторы или акселераторы, может обеспечить предпринимателям необходимые инструменты и знания для запуска и развития своих бизнесов. Также социальный контекст может способствовать взаимодействию между предпринимателями и другими участниками рынка, что формирует здоровую конкуренцию и развитие. Например, наличие кластеров предприятий в определенном регионе может создавать благоприятную среду для обмена опытом и знаниями. Указанное будет повышать шансы на бизнес-успех малых предпринимателей и укреплять предпринимательскую среду. Социальный контекст оказывает важное влияние на развитие предпринимательства и создает благоприятную среду для развития предпринимательства.

3. В целях обеспечения высокого уровня человеческого капитала в предпринимательском секторе, необходима разработка и реализация комплексной программы, охватывающей все составляющие его элементы: экономический, культурно-нравственный, социальный, образовательный и другие потенциалы. Приоритетом должен являться экономический ресурс, предполагающий повышение статуса предпринимателя в обществе и его производительности труда за счет увеличения мотиваций и стимулов. В этой связи научный интерес представляет изучение институциональных механизмов формирования предпринимательства в нашей стране. При этом, под институциональными механизмами формирования предпринимательства следует понимать систему правил, процедур и организационных структур, которые создают условия для развития предпринимательской деятельности.

Эти институциональные механизмы могут работать вместе для создания благоприятной среды для развития предпринимательской деятельности. Однако, важным остается развитие социального контекста предпринимательства, что в значительной степени зависит от культурных и социальных условий страны.

4. На наш взгляд со стороны государства отмечается направленность по институционализации и разделении понятий предпринимательства, а также малого и среднего бизнеса. Государственная власть, в лице Президента и Правительства, понимает важность социального стимула предпринимательства.

Между тем, в стратегических документах и государственном видении оговорены условия и факторы, способствующие успешному развитию предпринимательства, которые затрагивают экономическую составляющую национального подхода. В то же время подчеркивается значимость развития предпринимательства через человеческий капитал, его образования и стимулирования.

5. Все перечисленные меры по совершенствованию государственной поддержки предпринимательства позволят в результате расширить сферы его деятельности и увеличить объемы, а также окажут позитивное влияние на каждое конкретное предприятие.

В целом, по результатам статистического анализа можно сделать вывод о том, что структура МСП с годами не изменяется. В разрезе организационно-правовых форм казахстанские субъекты МСП подразделяются на крестьянские или фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, предприятия малого и среднего предпринимательства. Благодаря государственной поддержке основные показатели деятельности субъектов МСП с каждым годом растут.

Пиком положительных изменений деятельности субъектов МСП стал 2019 год. В 2020 году в условиях пандемии и карантинных ограничений по объективным причинам все показатели пошли на убыль. Однако «коронакризис» не повлиял на вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в валовой внутренний продукт страны. Несмотря на некоторые отрицательные отклонения в деятельности МСП за 2020 год социально значимые показатели по регионам показывают хороший рост, что отражается в целом на благосостояние граждан РК.

6. В целях повышения конкурентоспособности экономики страны в условиях глобализации развитие человеческого капитала должно являться важнейшим приоритетом стратегического развития. Для этого необходимо выстраивание конструктивных форм коммуникации и интеграции на всех уровнях общественной системы. В свою очередь, для развития социального потенциала в рамках бизнес-образования необходимо наладить сотрудничество между предпринимательством и государством по следующим направлениям:

‒ исследование качества человеческого капитала, в том числе предпринимательского сектора в Казахстане;

‒ разработка и реализация национальной модели развития человеческого капитала;

‒ разработка и реализация комплексной программы по расширению инфраструктуры для отечественного предпринимательства;

‒ масштабирование проекта о дуальном образовании в образовательных учреждениях различного уровня и профиля.

7. Предпринимательский дух в обследованной студенческой среде достаточно ярко выражен. Большинство отдает предпочтение риску предпринимательства, а не стабильности работы по найму. Однако в Казахстане не сформирована предпринимательская культура и поэтому инновационный потенциал молодежи остается невостребованным.

Перемены идут на холостом ходу, а их драйвер находится на «запасном пути». Нет ни площадок, где бы активная молодежь могла обмениваться информацией, обсуждать бизнес-идеи, решать бизнес-кейсы. Нет ни благотворительных фондов, которые могли бы финансировать молодежные стартап-проекты. Нет ни бизнес-клубов, ни бизнес-инкубаторов на базе университетов, которые могли бы стать площадками для инвесторов. Нет и бизнес-кампусов для проведения академических курсов с расширенной практической частью для разработки и реализации бизнес-проектов.

8. Приоритетное развитие казахстанского бизнеса является неотъемлемой частью государственной политики и с ним же связано большинство кардинальных изменений в обществе. Как показал опрос выпускников программы «Бастау Бизнес», люди приходят в бизнес осознанно.

В целом, в казахстанском обществе роль предпринимательства оценивается позитивно, так как воспринимается общественностью как деятельность, способствующая развитию общества и экономики. На этом фоне развивается семейное предпринимательство. Основными проблемами начинающего предпринимателя являются неблагоприятные условия бизнеса, перенасыщение рынка и высокий уровень конкуренции, в связи с чем многие на начальном этапе работают с убытком. Это связано в первую очередь с отсутствием глубокого анализа по поиску потенциальных бизнес-ниш.

9. Анализ полученных в результате интервью мнений и оценок свидетельствует о том, что успешное предпринимательство зависит как от человеческого капитала, готовности к риску и внедрения новшеств в бизнес, так и от усилий государства, правового обеспечения.

При этом, эксперты считают, что бизнес Казахстана молод и недостаточно конкурентоспособен по сравнению с бизнесом зарубежных стран, в том числе ближнего зарубежья. Представители крупного бизнеса уверены, что малое и среднее предпринимательство ‒ это основная сила любого государства. Между тем в стране очень мало инновационных и новых видов бизнеса. Для улучшения бизнес-климата государству необходимо менять подход по оказанию помощи для бизнеса. Государство должно содействовать развитию бизнеса путем обучения начинающих предпринимателей и предоставления информации по сбыту. Для эффективности бизнеса необходимо наладить анализ бизнес среды, проводить маркетинговые исследования. Государству необходимо наладить регулярное партнерство с бизнесом чтобы сохранить бизнес среду на высоком уровне. В свою очередь бизнес должен научится самостоятельно изучать рынок и его возможности.

*Оценка эффективности внедрения.*В материалах проведенных социологических исследований получено существенное эмпирическое подтверждение оправданности ожиданий, связанных с прогнозными оценками роли молодежного предпринимательства как драйвера развития инновационной экономики. Студенческую молодежь характеризуют высокая инновационная открытость, амбициозность в хорошем смысле, способность принимать неоднозначные высокорисковые решения для достижения поставленных целей. Параллельно с указанными тенденциями поддаются фиксации высокие привлекательность и готовность к занятию предпринимательством со стороны опрошенных студентов, выраженная направленность мотивационных установок на свободу деятельности, самореализацию, хороший заработок, низкие «пороги» психологических барьеров, препятствующих предпринимательству.

Результаты исследования дают благоприятную социологическую перспективу развития молодежного предпринимательства в республике при условии государственной поддержки и превентивного регулирования социально значимых процессов, оказывающих влияние на жизненную среду молодежи. Эмпирически установлено наличие в составе выборочной совокупности студентов весомого сегмента, представляющего социальный потенциал предпринимательства. Масштаб предпринимательского потенциала имеет охватом три четверти участников опроса (75%) – это совокупность физических лиц, предпочтительным выбором которых является занятость в собственном бизнесе. В целом обращает на себя внимание активная динамика показателей интереса к теме предпринимательства со стороны превалирующего большинства опрошенных студентов.

*Разработка рекомендации и исходных данных по практическому использованию результатов.*Разработанная нами МВА программа регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса и включает в себя: рабочий учебный план, описание дисциплин и ключевые компетенции, которые магистранты будут иметь по завершению программы.

Для разработки МВА программы выполнен бенчмаркинг более 30 топовых ВУЗ-ов Казахстана, России и зарубежья, в том числе: Университет Чикаго, Массачусетский институт технологий, Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Санкт-Петербургский государственный университет, Высшая школа экономики, Университет КАЗГЮУ имени М.С. Нарикбаева, Университет КИМЭП, Университет имени Сулеймана Демиреля, Евразийский национальный университет и др. Также было проведено исследование потребностей и ожиданий среди работодателей и претендентов МВА программы по направлению «7M03088 Социолог-аналитик в сфере экономики и маркетинга».

На основании системного анализа определен типичный срок обучения будущего социолога-аналитика в сфере экономики и маркетинга в 1-1,5 года. Длительность обучения по программе MBA на очной форме с применением дистанционных образовательных технологий (до 80% занятий будут проводиться в дистанционном формате) составляет 12 месяцев на изучение 4 модулей из 7 дисциплин учебного плана, подготовку и защиту проекта.

*Оценка научного уровня выполненной работы в сравнении с лучшими достижениями в данной области.* Данные исследования свидетельствуют, что не существует резкого разрыва между мотивационными установками и уровнем готовности к предпринимательской деятельности студентов, предпочитающих занятость в бизнесе или работу в найме. По этим показателям первые ненамного опережают последних. Опрошенные студенты не представляют собой разные «ментальные страны». Речь идет об одних и тех же молодых людях, которые занимают в чем-то более определенную и последовательную позицию, а в чем-то противоречивую позицию. Возможно поэтому социальная характеристика потенциальных предпринимателей не слишком отличается от социального портрета студенческой молодежи в целом. Вполне вероятно, что одной из объяснительных причин этого является не только общность поколенческих целей, ценностей и установок, а также социальная однородность основного контингента респондентов по признаку доходности семей, но и высокая привлекательность предпринимательства в глазах студенческой молодежи.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1 Италия-Кваркуш // В кн.: [Большая советская энциклопедия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%8F#%D0%A2%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%8C%D0%B5_%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5): в 30 т. / под ред. [А.М. Прохоров](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%85%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2,_%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80_%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87)а. – М., 1970. – Т. 11. – 695 с.

2 Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. – М., 2019. – 1072 с.

3 Рикардо Д. Сочинения / пер. с англ. – М., 1955. – Т. 1. – 360 с.

4 Сей Ж.-Б. Трактат по политической экономии. – М., 2000. – 229 с.

5 Маркс К. Капитал: критика политической экономии. – М., 2017. – Т. 1. – 1200 с.

6 Маршалл А. Принципы экономической науки. – М., 2007. – 993 с.

7 Veblen T. The Theory of the Leisure Class // In book: Social Stratification. Class, Race, and Gender in Sociological Perspective. – Boulder, 2008. – P. 862-870.

8 Вебер М. Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии / пер. с нем. – М., 2016. – 446 с.

9 Зомбарт В. Современный капитализм / пер. с нем. – М., 1931. – 584 с.

10 Шумпетер Й. Теория экономического развития / пер. с нем. – М., 1992. – 230 с.

11 [Хайек Ф.А. Использование знания в обществе // American Economic Review. – 1945. – Vol. 35, Issue 4. – P. 519-530.](http://www.libertarium.ru/10062)

12 Сафлор-Соан // В кн.: [Большая советская энциклопедия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D1%88%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F_%D1%8D%D0%BD%D1%86%D0%B8%D0%BA%D0%BB%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%8F#%D0%A2%D1%80%D0%B5%D1%82%D1%8C%D0%B5_%D0%B8%D0%B7%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5): в 30 т. / под ред. [А.М. Прохоров](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D1%85%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B2,_%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D1%80_%D0%9C%D0%B8%D1%85%D0%B0%D0%B9%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87)а. – М., 1976. – Т. 23. – 713 с.

13 Ермолаев Е.Е., Фролов А.М., Афанасьев А.М., Гилева О.Я. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пос. – Самара, 2012. – 242 с.

14 Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке / пер. с англ. – М., 2007. – 276 с.

15 [Хизрич Р. Предпринимательство или Как завести собственное дело и добиться успеха / пер. с англ. – М., 1992. – Вып. 5. – 192 с.](http://e-lib.dulaty.kz/lib/document/RETROTARGU/4FE86BC4-8C3F-4365-A090-38869293C5B6/)

16 Хоскинг Д. Доверие: деньги, рынок и общество / пер. с англ. – М., 2012. – 79 с.

17 Кондратенко З.К. Понятие предпринимательской деятельности: проблемы теории и правоприменительной практики // Молодой ученый. – 2019. – №4. – С. 299-302.

18 Заславская Т.И., Ядов В.А. Социальные трансформации в России в эпоху глобальных изменений // Социологический журнал. – 2008. – №4. – С. 8-22.

19 Жуковская О.Ю. Социальный капитал в инновационном развитии европейских стран с малой экономикой: автореф. … канд. эконом. наук: 08.00.14. – Минск, 2017. – 27 с.

20 Яикова Л.В. Формирование статусных позиций группы малых предпринимателей в современной России: дис. … канд. соц. наук: 22.00.04. – М., 2009. – 213 с.

21 Федотова В.Г. Модернизация «другой» Европы. – М., 2013. – 256 с.

22 Беспалов С.В. Постсоветское пространство в глобализирующемся мире: проблемы модернизации. – СПб.: Алетейя, 2008. – 312 с.

23 Арсеенко А. Феномен предпринимательства: теоретические концепции, история, современность // В кн.: Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету. – Киев, 1995. – Гл. 1. – С. 6-23

24 Суименко Е., Арсеенко А. Социально-исторический тип современного украинского предпринимателя: императивы цивилизованности и удручающие реалии // В кн.: Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету. – Киев, 1995. – Гл. 4. – С. 93-103.

25 Пачковський Ю.Ф. Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження: діяльнісно-поведінковий аспект: автореф. ... док. соціол. наук: 22.00.04. – Київ, 2004. – 32 с.

26 Сірий Є.В. Підприємництво як предмет соціологічного теоретизування: автореф. … док. соціол. наук: 22.00.01. – Київ, 2010. – 27 с.

27 Пилипенко В. Соціологія підприємництва. – Київ, 1997. – 104 с.

28 Бондаренко О.В. Бизнес и человек: историко-философско-социологический экскурс в предпринимательство: к анализу ситуации на Украине. – Запорожье, 1997. – 119 с.

29 Аженов М.С. Социальная стратификация и средний класс // Мысль. – 1995. – №9. – С. 22-26.

30 Естаев Ж. Новые веяния экономической дипломатии // Мысль. – 2006. – №5. – С. 8-14.

31 Отар Э.С. Қазақстандағы "жаңа" және "көне" орта таптыңерекшелігі // Вестник Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева. – 2013. – №5(96). – С. 177-181.

32 Мамыров Н.К., Ихданов Ж. Государственное регулирование экономики в условиях Казахстана: теория, опыт, проблемы. – Алматы: Экономика, 1998. – 248 с.

33 Аймешева Ж.С. Методы принятия решений в управлении инфраструктурными услугами: на примере электроэнергетики Российской Федерации и Республики Казахстан: дис. ... канд. эконом. наук: 08.00.05. – Самара, 2012. – 158 с.

34 Булатов А.С. и др. Экономика. – М.: Просвещение, 2004. – 896 с.

35 Ашимбаев Т.А. Экономика Казахстана на пути к рынку: тенденции и размышления. – М., 1994. – 164 с.

36 Скоропанова Л. Развитие малого и среднего предпринимательства в сельском хозяйстве Республики Казахстан // Аграрная экономика. – 2016. – №9(256). – С. 43-52.

37 Жунисбай А. Роль социальных изменений трансформации предпринимательской культуры в Казахстане. – Алматы, 2017. – 210 с.

38 Polese A. Informal Economy and Development in Transitional Economies // Journal of Economic Sociology. – 2015. – Vol. 37, Issue 3. – P. 232-249.

39 Павлова Е.В. Методологический анализ понятия «социальный потенциал» // Инновационная наука. – 2015. – №7-2(7). – С. 167-171.

40 Макарова Е.О. **Теоретико-методологические аспекты человеческого капитала** // Человеческий капитал как определяющий фактор повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях: дис. – М., 2008. – С. 12-80.

41 Макарова Е.О. Человеческий капитал как определяющий фактор повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – М., 2008. – 171 с.

42 Зарубина Н.Н. Социологический анализ предпринимательства // https://studme.org/1771041124841/sotsiologiya/sotsiologicheskiy\_. 10.10.2024.

43 Основные этапы развития концепций предпринимательства в контексте эволюции экономических теорий // https//economy-ru.com. 07.08.2023.

44 Зарубина Н.Н. Экономическая социология. – Изд. 3-е. – М., 2017. – 378 с.

45 Безгодов А.В. Современные российские предприниматели как социально-политическая общность: дис. … канд. полит. наук: 22.00.05. – СПб., 1999. – 189 с.

46 Войтов А.Г. История экономических учений: крат. курс. – Изд. 3-е, перер. – М.: Маркетинг, 2003. – 103 с.

47 Карнаухова О.В. Предпринимательство как социальный феномен // Управление коммерческой деятельностью: проблемы и пути решения: матер. всерос. науч.-практ. конф. с междунар. уч. – Тюмень, 2021. – С. 187-191.

48 Бурганова Э.Ф. Малый бизнес: социальный потенциал, управление: дис. … канд. соц. наук: 22.00.08. – СПб., 1999. – 215 с.

49 Миссия и история «Атамекена» // <http://atameken.kz/ru>. 25.02.2019.

50 Журавлева О.Г. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: метод. реком. – Р-н-Д, 2018. – 34 с.

51 Борубаева Г.Н., Базиева А.М., Эрматова А.И. Роль, специфика и современные проблемы предпринимательства // Вестник кыргызско-российского славянского университета. – 2017. – Т. 17, №6. – С. 21-25.

52 Зарубина Н. Некоторые современные направления социологического изучения предпринимательства // https://studme.org/1317111824847. 10.10.2024.

53 Национальная палата предпринимателей "Атамекен" // http://atameken.kz/ru/news/30084-reyting-vuzov-kakiye-programmy. 25.02.2019.

54 Из Казахстана уезжают лучшие. Уезжают и будут уезжать // https://forbes.kz/process/expertise/iz\_kazahstana\_uezjayut\_luchshie. 25.02.2019.

55 Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. – М., 2011. – 464 с.

56 Президент Республики Казахстан. Новый Казахстан в новом мире: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs. 10.10.2024.

57 Президент Республики Казахстан. К конкурентоспособному Казахстану, конкурентоспособной экономике, конкурентоспособной нации!: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs. 10.10.2024.

58 Президент Республики Казахстан. Новое десятилетие - новый экономический подъем - новые возможности Казахстана: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K100002010\_. 10.10.2024.

59 Аванесян А.А. и др. Большая юридическая энциклопедия. – М.: Эксмо, 2007. – 688 с.

60 Грузинов В.С., Грибов А.Р. Предпринимательство: формы и методы организации предпринимательской деятельности. – М., 1996. – 83 с.

61 Указ Президента Республики Казахстан. О Стратегии индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы: утв. 17 мая 2003 года, №1096 // https://adilet.zan.kz/rus/docs/U030001096\_. 12.01.2019.

62 Беляева Л.А. Культурный и социальный капитал и напряженность социального пространства России // Общественные науки и современность. – 2013. – №5. – С. 51-64.

63 Валеева А.Ф., Нугаев М.А. Интеллектуальный потенциал современного города: содержание, структура, функции и основные факторы // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – №1. – С. 134-137.

64 Воронкова Н. В. Социальный потенциал организации (социологический анализ): автореф. … канд. социол. наук: 22.00.08. – М., 2007. 24 с.

65 Докторович А.Б. Социальный потенциал как предмет системного исследования // Россия и современный мир. – 2007. – №3. – С. 179-189.

66 Дрегало А.А., Ульяновский В.И. Социальная сфера жизнедеятельности региона // Социальное пространство и потенциал региона: отчет о НИР. – Новосибирск, 2015. – С. 157.

67 Каргаполова Е.В. Категория «потенциала региона»: специфика проблемного поля // Научный потенциал регионов России на службу модернизации: межвуз. сб. науч. ст. – Астрахань, 2013. – С. 144-154.

68 Нугаев М.А. Теоретико-методологические основы исследования качества социального потенциала региона. – Казань, 2006. – 182 с.

69 Турчинов А.И. Социальный потенциал модернизации России: проблемы исследования. // Социальный потенциал модернизации России: матер. межвуз. науч.-практ. конф. – М., 2010. – С. 8-11.

70 Шафиков М.Т. Методология исследования научно-образовательного потенциала. – Уфа: Гилем, 2003. – 164 с.

71 Кацьора А.В. Концептуальные подходы к определению предпринимательства в социологии // Sciences of Europe. – 2019. – №42-3(42). – С. 50-54.

72 Лапуста Б.А., Поршнев А.Г. Предпринимательство. – М., 2003. – 532 с.

73 Арсеєнко А. Підприємці в минулому і сьогодні: хто вони? // Український науково-теоретичний часопис інституту філософії НАН України. – 1993. – №1. – С. 80-95.

74 Бондаренко О.В. Сутність, історія та сучасність української та західноєвропейської економічної ментальності: монографія. – Запоріжжя, 2005. – 253 с.

75 Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. – Киів, 2001. – 277 с.

76 Постановление Правительства Республики Казахстан. О кредитовании развития малого и среднего бизнеса, фермерских хозяйств, создания рабочих мест: утв. 12 февраля 1998 года, №104 // https://adilet.zan.kz/rus. 10.10.2024.

77 Варналій З.С. Основи підприємництва: навч. посіб. – Киів, 2002. 239 с.

78 Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Избр. произв. / пер. с нем. – М., 1990. – С. 44-271.

79 Зомбарт В. Собр. соч.: в 3 т. / пер. с нем. – СПб., 2005. – Т. 1. – 639 с.

80 Кене Ф., Тюрго А.Р.Ж., Дюпон де Немур П.С. Физиократы: избр. эконом. произв. / пер. с фр. – М., 2008. – 1198 с

81 Лазур П.Ю. Історична еволюція феномена підприємництва та його науково-економічні інтерпретації // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету. – 2006. – Вип. 16.6. – С. 285-292.

82 Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. – М.: Экономика, 1995. – 528 с.

83 Абалкин Л.И. В тисках кризиса. – М., 1994. – 271 с.

84 Абалкин Л.И. Курс переходной экономики. – М., 1997. – 631 с.

85 Абалкин Л.И. Зигзаги судьбы: разочарования и надежды. – М., 1996. – 289 с.

86 Куянцев И.А. Предпринимательская деятельность и оценка бизнеса: студен. науч. раб. – М., 2012. – Ч. 1. – 1370 с.

87 Ибрагимов С.Т. Становление и развитие частного предпринимательства в экономике Республики Казахстан: дис. … канд. эконом. наук: 08.00.01 – М., 1998. – 202 с.

88 Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. – М., 1994. – 125 с.

89 Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. – М.: Наука, 1991. – 112 с.

90 Алехин Б.Н. Рынок ценных бумаг: введение в фондовые операции. – М.: Финансы и статистика, 1991. – 160 с.

91 Альгин А.П. Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989. – 178 с.

92 Ананьин О.И. Экономическая теория на пути к новой парадигме: набросок концепции. – М., 1992. – 53 с.

93 Ансофф И. Стратегическое управление. – М., 1989. – 303 с.

94 Аузан А. Путь к социалистическому предпринимательству. – М.: Политиздат, 1990. – 287 с.

95 Бизнес и государство: согласование социально-экономических интересов: тез. докл. конф. / под ред. А.А. Иголкина, В.Н. Миронова. – М., 1991. – 126 с.

96 Бизнес и менеджер / сост. И.С. Дараховский, И.Л. Черноиванов, Т.В. Прехул. – М., 1992. – 350 с.

97 Ахметкалиева А.С. Экономическая культура – ключевая составляющая развития человеческого капитала в Казахстане // Вестник ЕНУ им. Л.Н. Гумилева. – 2019. – №17(2). – С. 3240-3243.

98 Статистические данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому развитию и реформам Республики Казахстан // https://stat.gov.kz/ru/. 10.10.2024.

99 Бизнес и право: правовое регулирование предпринимательской деятельности / под ред. Г.М. Ким. – Алма-Ата, 1992. – 416 с.

100 Бизнес и право / Ассоциация «Казинпресс». – Алма-Ата, 1994. – Кн. 5. – 315 с.

101 Особенности создания малого коммерческого предприятия в Германии // URL https://gejzer.ru/statii/malyj-biznes-v-germanii.html. 12.01.2019.

102 Бизнес-карта 95: машиностроительный комплекс Республики Казахстан / Казинформцентр. – Алматы, 1995. – 136 с.

103 Бляхман A.C. Перестройка экономического мышления. – М.: Политиздат, 1990. – 271 с.

104 Жатканбаев Е.Б. Основы смешанной экономики. – Алматы, 1992. – 106 с.

105 Бунич П.Г., Петраков Н.Я., Шаталин С.С. и др. Рыночная экономика: выбор пути. – М., 1991. – 198 с.

106 Закон Республики Казахстан. О недобросовестной конкуренции: принят 9 июня 1998 года, №232 // https://adilet.zan.kz/rus/docs. 12.01.2019.

107 Президент Республики Казахстан. Основные направления внутренней и внешней политики на 2004 год: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K030002004\_. 12.01.2019.

108 Президент Республики Казахстан. Казахстан на пути ускоренной экономической, социальной и политической модернизации послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs. 10.10.2024.

109 Постановление Правительства Республики Казахстан. О внесении изменения в постановление Правительства Республики Казахстан от 19 февраля 2011 года №160 «Об утверждении Стратегического плана Министерства образования и науки Республики Казахстан на 2011-2015 годы»: утв. 19 января 2012 года, №131 // https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1200000131. 10.10.2024.

110 Казиева Г.М. Конституционно-правовые основы государственного управления на федеральном (центральном) и региональном (местном) уровнях в Российской Федерации и Республике Казахстан: сопоставительный анализ: дис. … канд. юрид. наук: 12.00.02. – М., 2009. – 217 с.

111 Президент Республики Казахстан. Повышение благосостояния граждан Казахстана - главная цель государственной политики: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K100002010\_. 10.10.2024.

112 Президент Республики Казахстан. Через кризис к обновлению и развитию: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus. 12.01.2019.

113 Усувалиева З.К., Жумажанова М.Т. Экономико-правовые аспекты предпринимательства в Республике Казахстан // Актуальные проблемы современности. – 2021. – №1(31). – С. 118-122.

114 Президент Республики Казахстан. Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1200002050. 10.10.2024.

115 Президент Республики Казахстан. Нұрлы Жол - путь в будущее: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs. 10.10.2024.

116 Постановление Правительства Республики Казахстан. О проекте Указа Президента Республики Казахстан "О мерах по реализации Послания Главы государства народу Казахстана от 31 января 2017 года "Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность": утв. 11 февраля 2017 года, №51 // https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000051. 10.10.2024.

117 Алиев И.М., Горелов Н.А., Ильина Л.О. Экономика труда: в 2 ч. – М., 2018. – Ч. 1. – 203 с.

118 Президент Республики Казахстан. К.-Ж. Токаев. Казахстан в новой реальности: время действий: послание народу Казахстана // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K2000002020. 10.10.2024.

119 Тлешева Р.Н. Современное состояние малого и среднего бизнеса в Республике Казахстан // Молодой ученый. – 2018. – №43(229). – С. 277-282.

120 Предпринимательский кодекс Республики Казахстан: принят 29 октября 2015 года, №375 // https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375. 10.10.2024.

121 Сальжанова З.А., Копжасарова Г.А. Новые возможности развития малого и среднего бизнеса в Казахстане в рамках «Концепции государственного регулирования предпринимательской деятельности до 2020 года»// Фундаментальные исследования. – 2014. – №8, ч. 4. – С. 918-922.

122 Постановление Правительства Республики Казахстан. О проекте Указа Президента Республики Казахстан «О Государственной программе индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы: утв. 3 апреля 2003 года, №319 // https://adilet.zan.kz/rus/docs. 10.10.2024.

123 Краев Н.М. Государственное регулирование предпринимательства // Общество и экономика. – 2006. – №7. – С. 7-8.

124 Лапуста Б.А., Поршнев А.Г. Предпринимательство. – М., 2003. – 532 с.

125 Ильясов Б.Ж. Проблемы реструктуризации отраслей и предприятий в современных условиях – Алматы, 2015. – 238 с.

**ПРИЛОЖЕНИЕ А**

Таблица А.1 – Анализ авторских подходов к определению терминов «предпринимательство» и «предприниматель»

|  |  |
| --- | --- |
| Автор концепций | Предложенные научные определения |
| 1 | 2 |
| *Западные теоретики* | |
| Р. Кантильон | Предприниматель – это человек, действующий в условиях риска; индивид, который обладает предвидением и желанием принять на себя риск, устремлен в будущее, чьи действия характеризуются и надеждой получить доход, и готовностью к потерям. |
| Ж. Бодо | Предприниматель – лицо, несущее ответственность за предпринимаемое дело; тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием |
| Ж.-Б. Сэй | Доход на капитал отличается от предпринимательского дохода. Предприниматель перемещает экономические ресурсы из области низкой производительности и низких доходов в область более высокой производительности и прибыльности. |
| А. Смит | Рассматривая рынок как саморегулирующуюся систему, считал предпринимателей ключевыми фигурами в поле конкуренции – их соперничество ведет к снижению издержек и пр. Являются субъектами прогресса системы. Предпринимательство – деятельность собственника капитала по управлению последним |
| Д. Рикардо | Капиталист, ищущий прибыльного применения своих средств. |
| И.Г. фон Тюнен | Предприниматель – изобретатель и исследователь в своей области. |
| Ф.А. Уокер | Следует различать тех, кто предоставляет капитал и получает за это проценты, и тех, кто получает прибыль благодаря своим организаторским способностям (предпринимателям). |
| Ф.Х. Найт | Предприниматель – человек, берущий на себя бремя подлинной неопределенности и избавляющий от нее своих поставщиков. |
| Й. Шумпетер | Предприниматель – тот хозяин, который прокладывает новые пути, осуществляет новые комбинации:  1) создание нового еще не знакомого потребителю материального блага или прежнего блага, но с новыми качествами;  2) введение нового, еще не применявшегося в данной отрасли промышленности способа производства;  3) завоевание нового рынка сбыта или более широкое использование прежнего;  4) использование нового вида сырья или полуфабрикатов, безразлично известных или неизвестных ранее;  5) введение новой организации дела. |
| Л. Мизес | Рассматривает рынок и конкуренцию, в первую очередь, как предпринимательский процесс. Подчеркивает, что в реальной экономике предпринимателем, т.е. человеком, действующим в условиях неопределенности, является каждый. Для «более инициативных, предприимчивых и зорких, чем средний уровень толпы», предложил термин «учредитель». |
| Д. Маклелланд | Предприниматель – это энергичный человек, действующий в условиях умеренного риска. |
| Продолжение таблицы А.1 | |
| 1 | 2 |
| Ф. фон Хайек | Свобода предпринимательства является предпосылкой для форми рования человека нового типа, отличительными чертами которого выступают инновационная восприимчивость, толерантность и индивидуализм. |
| П. Друкер | Предприниматель – это человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой. Предпринимательская ориентация отличается от консервативной ориентацией на динамический рост. |
| И. Кирцнер | Предпринимательство – арбитраж, или деятельность, ведущая к равновесию. Поскольку реальная рыночная экономика находится в неравновесии, то человек, обладающий повышенной «чуткостью» к возможностям извлечения прибыли *(т.е. предприниматель)*, может заработать на «арбитражных» сделках |
| М. Вебер | Западное предпринимательство является производным от религиозной этики протестантизма. Дух капитализма – строй мышления, для которого характерно систематическое и рациональное стремление к законной прибыли в рамках своей профессии. |
| В. Зомбарт | Капитализм предстает в фигуре буржуа, которая представляет совокупность личностей. Предпринимательский дух воплощается в трех типах – типе завоевателя, организатора и торговца. |
| К. Веспер | Предприниматель с точки зрения экономиста соединяет средства, труд, материалы и т. д. таким образом, что их совокупная стоимость возрастает. При этом он вносит изменения, осуществляет инновации и преобразует заведенный порядок. |
| Р. Хизрич,  М. Питерс | Предпринимательство – процесс создания чего-то нового, что обладает стоимостью, а предприниматель – это человек, который затрачивает на это все необходимое время и силы, берет на себя весь финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым. |
| Г. Пиншот | Основоположник концепции интрапренерства главной чертой предпринимателя вылеляет предприимчивость.  Ввел понятие внутрифирменное или внутрикорпоративное предпринимательство, под которым понимается развитие предпринимательского духа, команд и лидеров, ориентированных на новаторство в своей деятельности внутри существующей организации. |
| М.Х. Мескон,  М. Альберт,  Ф. Хедоури | Предприниматель (entrepreneur) – человек, который идет на риск при создании новой организации или при внедрении новой идеи, продукта или услуги. |
| А. Хоскинг | Предпринимательство – это деятельность, осуществляемая частными лицами, предприятиями или организациями по извлечению природных благ, производству или приобретению и продаже товаров или оказанию услуг в обмен на другие товары, услуги или деньги к взаимной выгоде заинтересованных лиц или организаций |
| *Постсоветские теоретики* | |
| Н.Д. Кондратьев | Анализируя концепцию Й. Шумпетера, отмечал, что в соответствии с ней фактически выделяются два типа экономических субъектов, дейст  вующих в рыночной системе. Первый тип – пассивный агент рынка, который имеет минимальный доход или, в крайнем случае, лишь покрывает свои издержки. Второй тип – активный агент, создающий новые хозяйственные комбинации, собственно предприниматель. |
| Продолжение таблицы А.1 | |
| 1 | 2 |
| Т.И. Заславская | В работах социоструктурного направления предприниматели рассматриваются в первую очередь как слой, которому предстоит сыграть важную роль в преобразовании российского общества.  В рамках данного направления предпринимательство понимается как социальный слой, конституирующими признаками которого служат: инициативная деятельность в целях получения прибыли; свобода и автономность экономических решений, личный риск и личная ответственность за результаты хозяйствования. |
| В.В. Радаев | Формулирует общее определение предпринимательства: это осуществление организационной инновации в целях извлечения прибыли и выводит для предпринимательства три необходимых элемента: организационное действие; инициирование изменений; денежный доход как цель и критерий успеха |
| А.И. Агеев | Предпринимательство как экономическое явление возникает при наличии двух взаимосвязанных обстоятельств: организационно-хозяйственного новаторства и экономической свободы. |
| В.И. Верховин, С.Б. Логинов | Инновационный эффект предпринимательского поведения складывается как минимум из трех составляющих:  1) уникальных личностных качеств;  2) рыночной среды, являющейся многоальтернативным полем предпринимательского выбора;  3) предпринимательской культуры, включающей в себя инструмен тальные и терминальные ценности, стандарты и образцы поведения, которые инициируют венчурный модус социальных действий. |
| А.В. Безгодов | Предпринимательство – это активная систематическая, самостоя тельная и ответственная инновационная деятельность по управлению капиталом, направленная на извлечение прибыли, осуществляемая на условиях риска неопределенности в рамках общепринятых в конкретной исторической ситуации норм ведения бизнеса |
| А. Арсеенко и  Е. Суименко | Выделяют две модели предпринимательской деятельности, характеризующих уровень социально-исторической зрелости такой деятельности – экономическую и социально-экономическую. Цивилизационное предпринимательство, которое независимо от целей и мотивов его субъектов служит повышению социального уровня жизни общества. В основе цивилизационного предпринимательства лежит баланс его экономических и социальных ролей, краткосрочных и долгосрочных интересов |
| Ю. Пачковский | Предпринимательство представляет как особый творческий вид экономической деятельности и поведения человека, управляемой в своей деловой активности личными выгодами с учетом реальных интересов и стратегических целей конструктивного развития и взаимодействия всех сфер общественной жизни. Предлагает рассматривать предпринимательство под углом интеграции методологических и теоретических подходов, разработанных в современной социологии и психологии |
| Е. Серый | Определяет предпринимательство как:  1) социальное явление, характерное для всех типов современных общественных систем, структурно-функциональные характеристики которого отражают общественные потребности и процессы |
| Продолжение таблицы А.1 | |
| 1 | 2 |
|  | воспроизводства и развития ресурсных основ общественной жизнедеятельности;  2) особое социокультурную деятельность, базирующаяся на усвоенных профессиональных знаниях, навыках и умениях;  3) специфическую модель трудового поведения, которая воспроизво дится на основе нормативной регуляции, самоорганизации и самодея тельной активности индивидуальных и коллективных субъектов |
| В. Пилипенко | Считает, что атрибутами предпринимательства являются мотивом обогащения; механизм действия, который опирается на инвестирование в определенной сфере экономической деятельности; риск, связанный с неуверенностью в принятых решениях и с покрытием имеющихся затрат в личных средствах |
| А. Бондаренко | Рассматривает предпринимательство в контексте национального общественного явления и ментального измерения. |
| *Казахстанские исследователи* | |
| М.С. Аженов | Полагает, что средний класс в РК состоит из лиц, чьи доходы находятся в пределах от 10 до 100 тыс. долларов. В этом случае казахстанский средний класс первоначально охватывает предпринимателей, процветающих фермеров, врачей, адвокатов, некоторых квалифицированных рабочих. |
| Ж. Естаев | Считает, что предприниматели ‒ это представители среднего класса, которые становятся доминирующей силой прогресса экономики и общественных отношений. |
| Э. Отар | Впервые рассматривает предпринимателей как представителей нового среднего класса, которым присуще соответствие общим требованиям престижа, основанного на стилях жизни и сфере занятости. |
| Примечание – Составлено по источникам [1, с. 3-65; 2, с. 13-22; 3, с. 5-13; 4, с. 6-18; 5, с. 3-19; 6, с. 9-16; 7, р. 862-865; 8, с. 96; 9, с. 10-11; 10, с. 7; 12, с. 12, с. 12, с. 25; 13, с. 8] | |

**ПРИЛОЖЕНИЕ Б**

Таблица Б.1 – Категории анализа, которые встречались чаще всего в Посланиях

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Годы | Ассоциативные ряды | | | | | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 1997 | борьба с безработицей | снятие админист ративных барьеров | совершенствование коммуникаций | решение проблем села | микрокредиты |  |
| 1998 | реформирование | предоставление кредитов женщинам | экономический кризис | развитие рыночной экономики | банковские ссуды | борьба с коррупцией |
| 2000 | задействовать все накопления бизнесменов | амнистирование зарубежных вкладов | недопущение инфляции |  |  |  |
| 2001 | новая прослойка - самозанятые | административная реформа | взаимодейтсиве государства и бизнеса | модернизация и диверсификация экономики | стимулирование конкурентоспособности | социальная ответствен ность бизнеса |
| 2002 | экономический рост | нелегальный оборот | укрепление МСБ | кредитные ресурсы | бюррократия | налоги |
| 2003 | предпринимательский климат, конк урентная среда | инновации | упрощенного налогообложения |  |  |  |
| 2004 | достижения евро пейских стандар тов в социальной сфере | повышение конку рентоспособности | движение казахстанского капитала за рубеж, | глобальная конкуренция |  |  |
| 2005 | принципиально новая идеология | благоприятные условия для реали зации инициатив | финансовый супермаркет | повышение возможностей кредитования |  |  |
| Продолжение таблицы Б.1 | | | | | | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 2006 | разрушить «скрытые» монополии | повышение конкуренции | пресекать попытки бюрократии | социально-предпринимательские корпорации | привлечение новых проектов |  |
| 2007 | реструктуризация экономики | развития конкурентоспособности | инновационные проекты | бюрократические преграды | создание справед ливой конкурентной среды и равных условий | предотвраще ние «скрытой» монополи зации |
| 2008 | новый закон о конкуренции | административная реформа | упрощение разрешительной системы | взаимодействие государства и бизнеса | усиление социальной ответственности | снижение налоговых нагрузок |
| 2009 | налоговые преференции | сокращение адми нистративных барьеров |  |  |  |  |
| 2010 | ядро диверсификации | предпринимательский класс | создание постоянных рабочих мест | кредиты |  |  |
| 2011 | снизить админист ративное давление | развитие сельс кого предпринима тельства | обучение навыкам предпринимательства |  |  |  |
| 2012 | поддержка пред принимательства | новый экономиче ский курс | деловая культура | предпринимательская инициатива | перекосы в системе налогообложения | государствен но-частное партнерство |
| 2014 | льготное кредитование | создание рабочих мест |  |  |  |  |
| 2015 | устраняются ад министративные барьеры | оптимизировать налоговые режимы | «теневая экономика» | легализация капиталов |  |  |
| Продолжение таблицы Б.1 | | | | | | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 2017 | налоговые льготы | развитие массо вого предприни мательства | микрокредитование | обучение бизнесу и финансовой грамотности | количество создан ных новых рабочих мест | снижение санк ций за право нарушения |
| 2018 | массовое обучение сельских предпринимателей | неправомерное административное давления | налоговая амнистия |  |  |  |
| 2020 | честная конкуренция | налоговые послабления | рефинансирование кредитов | конкурентная политика | мораторий на проверки | сохранение занятости |
| 2021 | «мягкие» меры стимулирования бизнеса |  |  |  |  |  |
| 2022 | политических и экономических реформ | честной и откры той конкуренции | реальных запросов бизнеса и граждан | стимулирование част ной предприниматель ской инициативы | справедливое распре деление националь ного дохода |  |
| 2023 | бизнес-инкубато ров, центров ком мерциализации | новая экономиче ская модель | корпоративное кредитование | развитие конкуренции | декриминализация экономических преступлений |  |

**ПРИЛОЖЕНИЕ С**

**АНКЕТА ДЛЯ СТУДЕНТОВ**

***Уважаемый студент!***

Просим Вас принять участие в опросе и ответить на вопросы анкеты. Цель данного опроса изучить предпринимательские наклонности и намерения студенческой молодежи. В большой таблице по каждой строке нужно отметить один вариант ответа. Выберите тот, с которым Вы наиболее согласны, и обведите в кружок соответствующую ему цифру. Ценность исследования зависит от полноты и искренности Ваших ответов. Анкетирование анонимное, поэтому фамилию и имя указывать не нужно. ***Благодарим за участие в исследовании!***

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Абсолютноне согласен 2. Не согласен 3. Сомневаюсь 4. Согласен 5. Полностью согласен | **Абсолютно не согласен** | **Не согласен** | **Сомневаюсь** | **Согласен** | **Полностью согласен** |
| 1. Быть успешным в жизни очень важно для меня | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 2. Я стараюсь быть лучшим в том, что я делаю | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 3. Мои друзья думают, что я ленивый | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 4. Сначала я делаю самые важные задачи | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 5. Я сосредотачиваюсь на достижении цели во всем, что я делаю. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 6. Я предпочитаю иметь свой собственный бизнес | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 7. Я не хочу работать на других людей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Я всегда чем-то занят | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Я готов пожертвовать своим комфортом сегодня ради успеха в будущем | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Тайм менеджмент важен для того, чтобы быть успешным в деловой жизни | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Я считаю, что нет ничего невозможного для того, кто много работает | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Я считаю, что я ориентированный на успех человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Я всегда думаю о новых бизнес-идеях | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Я планирую начать свой собственный бизнес в будущем | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. Я всегда сначала ставлю цели, а потом работаю над их достижением | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. Я всегда предпочитаю работать с грамотными людьми в любой командной работе | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. Я считаю, что каждый человек должен иметь цели в жизни | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. Я верю, что если буду усердно работать, то добьюсь успеха | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. Я считаю, что мы не должны отказываться от удовольствий в настоящем ради получения большего удовольствия в будущем | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. Статус-кво никогда меня не удовлетворял, я всегда преследую новую идею | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. Я хочу иметь такую работу, где мне не нужно отчитываться перед начальником | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. Я предпочитаю оплачиваемую работу в крупной организации | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. Мне нравится быть конкурентоспособным | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. Мне всегда нравится, когда мне советуют опытные людей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. Я уже запланировал то, что собираюсь сделать в будущем. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. Быть независимым очень важно для меня | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Абсолютноне согласен 2. Не согласен 3. Сомневаюсь 4. Согласен 5. Полностью согласен | **Абсолютно не согласен** | **Не согласен** | **Сомневаюсь** | **Согласен** | **Полностью согласен** |
| 27. Деньги - самый важный показатель достижения результатов | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 28. Я хочу стать влиятельным человеком в обществе | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 29. Зарабатывать большие деньги - моя основная цель | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 30. Мне нравится руководить другими людьми | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 31. Я хочу стать уважаемым человеком в обществе | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 32. Цель оправдывает средства | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 33. Нужно делать все возможное, чтобы быть успешным | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 34. Если бы я унаследовал $ 500.000 от своей семьи, я бы потратил деньги на новые автомобили, дома и т. д | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 35. Если бы я унаследовал $ 500.000 от своей семьи, я бы начал новый бизнес. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 36. Если бы я унаследовал $ 500.000 от своей семьи, я бы положил деньги на счет в банк | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 37. Предпринимательство является очень привлекательным для меня | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 38. Безопасность очень важна для меня | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 39.Я всегда стараюсь избегать риска | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 40. Я склонен рисковать больше, чем другие люди | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 41. Если есть возможность более высокого дохода, я могу взять на себя больше рисков | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 42. Я предпочитаю авантюрный образ жизни | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 43. Я беру на себя умеренные риски | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 44. Мои друзья считают, что я слишком сильно рискую | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 45. Чем больше я рискую, тем больше пользы я получаю в жизни | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 46. Я полагаю, что люди должны рисковать, не слишком беспокоясь о последствиях | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 47. Я сохраняю спокойствие при стрессовых ситуациях | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 48. Я уверен, что могу выиграть каждый раз | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 49. Неопределенность не может заставить меня отступить от своих целей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 50. Я уверен, что смогу преодолеть всевозможные риски | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 51. Я люблю инновации | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 52. Я всегда ищу новые способы делать то, что я обычно делаю | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 53. Если я регулярно выполняю однотипные действия, мне это быстро надоедает | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 54. Я всегда занят разработкой новых планов и проектов | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 55. Мне надоели правила и нормы | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 56. Я - любопытный человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 57. Я - творческий человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 58. Я всегда выбираю самый безопасный вариант в жизни | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 59. Мои друзья считают меня инновационным | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 60. У меня всегда есть оригинальные идеи | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 61. Я всегда стараюсь изменения в том, что я делаю | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 62. Новые идеи захватывают меня | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 63. Я полон новых планов и проектов | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 64. Я всегда стараюсь создавать новые вещи | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 65. Мой ум обычно занят новыми идеями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 66. Люди считают меня энергичным | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Абсолютноне согласен 2. Не согласен 3. Сомневаюсь 4. Согласен 5. Полностью согласен | **Абсолютно не согласен** | **Не согласен** | **Сомневаюсь** | **Согласен** | **Полностью согласен** |
| 67. Лидирующая позиция в любой работе делает меня счастливым | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 68. Мой подход к проблемам уникален и отличается от подхода других людей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 69. Я хотел бы работать с инновационными людьми | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 70. Я считаю, что я настойчивый человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 71. Я хочу жизнь, которая полна новизны | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 72. Я более любопытен, чем другие люди | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 73. Я считаю, что люди сами создают свою судьбу | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 74. Я несу ответственность за то, что происходит со мной в жизни | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 75. Я хочу работу, в которой я могу взять на себя больше ответственности | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 76. Я всегда преследую свои собственные идеалы, а не другие | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 77. Люди сами определяют свою судьбу | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 78. Если я решил что-то сделать, я никогда не сдамся | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 79. Это не так важно, нравятся ли мне другие люди или нет | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 80. Я упорно работаю, чтобы достичь своих целей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 81. Успех в жизни зависит от удачи | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 82. Неопределенность создает меньше стресса для меня по сравнению с другими людьми | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 83. Я могу быть спокойным в условиях стресса | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 84. Я верю, что смогу справиться с неопределенностью | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 85. Ничто не мешает мне работать в условиях неопределенности | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 86. Если есть риски и неопределенность в бизнес-возможности, я никогда не буду инвестировать в этот бизнес | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 87. Я уверен в себе | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 88. Я - решительный человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 89. Я уверен в своих талантах | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 90. Я всегда начинаю новое задание с убеждением, что я его успешныо завершу | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 91. Мне нравится соревноваться с другими | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 92. Я уверен, что могу преодолеть все, что угодно | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 93. Я горжусь своими талантами / способностями | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 94. Я всегда вижу положительную сторону вещей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 95. Я считаю, что я умный человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 96. Я считаю, что я оптимист | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 97. Я уверен, что у меня возникнут лучшие возможности в будущем | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 98. Мне нравится торговаться | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 99. Я всегда ищу выгодные возможности для бизнеса | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 100. Я готов сделать все, чтобы стать предпринимателем | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 101. Если появляется возможность получения прибыли, я ее обязательно использую | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 102. Мир полон возможностей для умных людей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 103. Я готов приложить все необходимые усилия для начала своего дела и управления собственной фирмой | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 104. От меня в этой жизни ничего не зависит | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. Абсолютноне согласен 2. Не согласен 3. Сомневаюсь 4. Согласен 5. Полностью согласен | **Абсолютно не согласен** | **Не согласен** | **Сомневаюсь** | **Согласен** | **Полностью согласен** |
| 105. Я - активный участник общественных организаций / групп | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 106. Мне нравится быть частью социальных групп / сетей / ассоциаций | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 107. Мне нравится брать на себя ответственность в социальной деятельности | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 108. У меня хорошие отношения с людьми | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 109. Я доверяю большинству людей | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 110. У меня есть серьёзные намерения начать своё дело в ближайшем будущем | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 111. Я работал (работаю) в найме | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 112. В числе моих родственников есть (были) бизнесмены | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 113. У меня есть достаточные представления о предпринимательстве | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 114. Я уже пробовал открывать свой бизнес | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 115. Обычно я спокоен | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 116. Я беспокойный | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 117. Я - пессимист | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 118. Я - оптимист | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 119. Я счастливый человек | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**120. Укажите, чем занимались/занимаются Ваши родители?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Отметьте «+» по каждой строке* | Собственный бизнес | Наемный работник | Свой вариант ответа (напишите) |
| Отец |  |  |  |
| Мать |  |  |  |

**121. Как бы Вы оценили материальное положение Вашей семьи?**

1. Нам не хватает денег даже на питание

2. Денег хватает только на самые необходимые расходы, без которых нельзя обойтись (питание, оплата коммунальных услуг, лекарства)

3. Денег хватает на питание и другие самые необходимые расходы, одежду и мелкую бытовую технику, но купить сейчас холодильник или стиральную машину было бы проблематично

4. Денег хватает на самые необходимые расходы, одежду и крупную бытовую технику, но купить новую машину мы не можем

5. Денег хватает на все, кроме покупки квартиры

6. Материальных затруднений не испытываем. При необходимости могли бы приобрести квартиру

7. Затрудняюсь ответить

**122. Когда Вы были ребенком, к какому классу принадлежала ваша семья?**

1. Низший класс

2. Низший средний класс

3. Средний класс

4. Высший средний класс

5. Высший класс

**123.** **Укажите, что Вас больше привлекает**?

1. Работа с высокой зарплатой, но в найме (работа на кого-то)

2. Собственный бизнес

**124. Название университета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**125. Укажите Ваш факультет \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**126. Ваша специальность** (полное название) **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**127. Курс обучения \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**128. Пол** (обведите)**:** мужской женский

**129. Сколько Вам лет? \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**130. Национальность: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**131. Ваше семейное положение:**

1. Холост/ не замужем

2. Женат / замужем

3. Разведен (а)

4. Свой вариант ответа (напишите): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**132. К какой религии (конфессии) Вы себя относите?**

1. Ислам

2. Православие

3. Католицизм

4. Протестантизм

5. Буддизм

6. Иудаизм

7. Атеист

8. Свой вариант ответа (напишите): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**133. Где Вы проживали до поступления в университет?**

1. в селе

2. в городе

**Опрос завершен!**