

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ СТАРТАП-ДВИЖЕНИЯ

Г.К. Дамбаулова, Д.Д. Мнайдаров

info@aiglobal2020.com

Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова
г. Костанай, Республика Казахстан

***Аннотация.** Статья посвящена оценке перспектив развития молодёжного предпринимательства и стартап-движения в Казахстане. Предложены мероприятия по увеличению стартапов и продвижению проектов, возможности привлечения инвестирования и удачного функционирования нового предприятия. Проведено анкетирование с выявлением проблем при организации стартапов, а также предложены пути их решения.*

***Ключевые слова:** молодёжное предпринимательство, стартапы, предпринимательское образование, инвесторы, малый и средний бизнес.*

Малый, в особенности микробизнес, играет важную роль в социально-экономической и политической жизни страны. В первую очередь, он обеспечивает постоянную занятость жителей села, снижает безработицу. Формируя налоговую базу, также пополняет местный бюджет [1].

По данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, по состоянию на 1 января 2019 г. в РК зарегистрировано 1.666 тыс. субъектов МСБ, из которых 34,8% являются активно действующими, а 376 тыс. субъектов МСБ не ведут активную деятельность. Основными причинами являются экономические факторы (например, по причине убыточности, сезонной зависимости работ в ряде отраслей) и иные операционные факторы (например, отсутствие операций в связи с недавней регистрацией) на рис. 1 [2].

Региональная разбивка активных субъектов МСБ выглядит так: наибольшее количество размещено в г. Алматы (185,15

тыс. ед.), в Южно-Казахстанской области (ЮКО) (184,89 тыс. ед.) и Алматинской области (157,81 тыс. ед.), а наименьшее – в Северо-Казахстанской области (СКО) (34,33 тыс. ед.), Западно-Казахстанской области (ЗКО) (39,6 тыс. ед.) и Кызылординской (41,65 тыс. ед.) области.

Казахстанская молодёжь является одной из крупных социальных групп формирующих малый и средний бизнес страны. Молодёжь в возрасте от 18 до 29 лет составляет примерно 20% от общей численности населения республики. В связи с этим особую значимость на современном этапе экономического развития Казахстана приобретают вопросы развития молодёжного предпринимательства, для решения которых необходимо:

– определить приоритетные направления деятельности молодёжного предпринимательства в региональном разрезе и с учётом ресурсов и потребностей рынка;

– обеспечить тесное сотрудничество с Национальной палатой предпринимате-

лей; Фондом развития предпринимательства «Даму», Ассоциацией молодёжного предпринимательства, Советом молодёжного предпринимательства при НПП РК, Региональными центрами молодёжного предпринимательства, Клубом молодых предпринимателей и др.;

– разработать Дорожную карту развития молодёжного предпринимательства в региональном разрезе;

– создать платформы в регионах, на которых молодёжь получает актуальные знания и навыки, обменивается информацией, разрабатывает собственные идеи и

получает консультации экспертов по созданию собственного бизнеса;

– формировать предпринимательский дух и предпринимательские намерения в молодёжной среде;

– ежегодно организовывать и проводить под эгидой Администрации Президента РК и Правительства РК Национальный конкурс «Лучший стартап года в РК» по правилам международных ассоциаций РМІ;

– создание системы критериев оценки эффективности молодёжного предпринимательства в Республике.

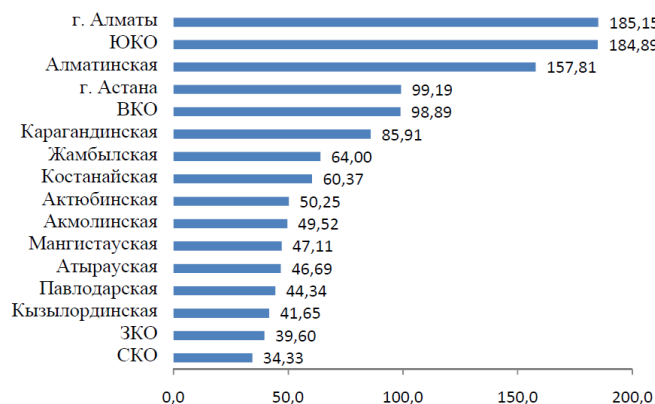


Рис. 1. Количество активных субъектов МСБ

Современные предпринимательские навыки (*soft skills*) должны формироваться на базе ведущих университетов и с учётом требований бизнеса и государства. Только в этом случае разработанные студентами стартапы станут в полной мере актуальными и, как следствие, прибыльными и востребованными.

Стартапы – простыми словами, это бизнес, который ранее никогда не существовал. Идея любого стартапа заключается в новизне, новом продукте, новой технологии, в том, чего раньше не было в мире. Часто путают бизнес с нуля со стартапами. Отличие стартапа от бизнеса в том, что это принципиально новая услуга или товар, которой ранее не существовало. Стартап отличается от обычного бизнеса тем, что практически сразу имеет инвесто-

ров, т.е. инвесторы вкладывают деньги в компанию не в тот момент, когда она уже успешно работает, а только в самом начале её зарождения. Стартап основывается на идеях, и именно в эти идеи инвесторы вкладывают деньги [3].

Для оценки заинтересованности молодёжи в стартап-движении, мы провели анкетирование среди студентов и начинающих предпринимателей, в рамках конкурса *Startup Weekend* на базе КГУ им. А. Байтурсынова. Большинство опрошенных респондентов – это студенты (46,7%), что говорит о высокой заинтересованности учащихся высших учебных заведений в открытии своего собственного бизнеса.

Почти 75% опрошенных имеют высшее или незаконченное высшее образование. Почти половина респондентов (45,5%),

имея собственную идею, уверены в успехе. Почти на равные части (36,1 и 37,8%) разделилось наличие и отсутствие опыта работы на себя, 17,5% имеют опыт работы на фрилансе. Из исследования мы увидели, что в основном это молодые компании, существующие на рынке менее года.

Более половины опрошенных на вопрос: «В каком возрасте вы запустили свой бизнес?», отметили: «пока не запустил», это говорит о том, что люди только проявляют интерес и пока не решились. Самый «популярный» возраст запуска своего бизнеса – 21–27 лет, 19,6% опрошенных. Быть независимым, самореализация и заработать деньги – 3 фактора, которые стимулируют молодых предпринимателей начать бизнес.

Большинство респондентов (55,2%) полагают, что «неудачный опыт – это тоже опыт». 43,6% опрошенных не имеют потенциальных заказчиков. Основной сферой своей предпринимательской деятельности опрошенные отметили услуги (31,1%) и ИТ (20,4%). Как основное препятствие, которое «мешает» запустить бизнес, респонденты отметили стартовый капитал

и недостаточные знания в сфере предпринимательства, что в очередной раз доказывает актуальность развития стартап-движения и предпринимательского образования в целом [3].

Новые проекты развиваются куда быстрее. Если идея заинтересовала пользователей, то буквально за год компания превратится в лидера и достигнет внушительных размеров. Как только инвесторы осознали перспективы новых идей, в которые можно вложить небольшие деньги и стать миллионерами, стартапы стали все более популярны. Основные стартапы рассчитаны на скорейшую реализацию и являются мелким бизнесом, к примеру, это может быть просто маленькое приложение или сервис для пользователей мобильного телефона [4].

При опросе руководителей крупнейших компаний мира, подготовленном *PwC* и *Forbes Kazakhstan*: «Видите ли вы больше возможностей или угроз при развитии стартапов для развития вашего бизнеса?», мнение респондентов показало следующее распределение, его можно увидеть на рис. 2.

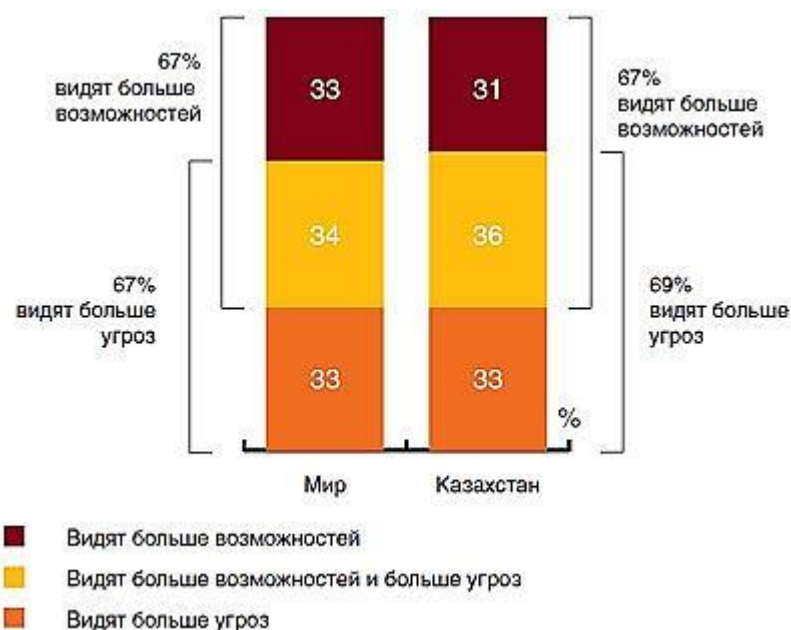


Рис. 2. Распределение респондентов

Анкетирование руководителей компаний, работающих в Казахстане, показало, что внедрение стартапов для действующих предприятиях – это большие возможности для бизнеса в сравнении с тем, что было тремя годами ранее. Так, 31% респондентов отметил лишь возросшие возможности для развития, а 33% считают, что сейчас больше угроз, чем три года назад. Таким образом, в совокупности с 36% бизнесменов, одновременно видящих и потенциал, и опасности при внедрении стартапов, 67% опрошенных ждут расширения перспектив, а 69% – больше угроз.

Крупные корпорации и большие фирмы из-за своих огромных масштабов не могут себе позволить быстро решать проблемы в некоторых областях, быстро реагировать на некоторые потребительские запросы и прочее. Малый бизнес всегда считался более «быстрым» и «поворотливым». Благодаря этому стартапы имеют успех и поэтому их покупают крупные корпорации [5].

Выводы. Успешной любую авантюру делает её лидер, он должен быть находчивым, предприимчивым, убедительным, так как именно ему придётся привлекать финансы в компанию. Способен подстраиваться под изменчивую ситуацию и должен любить учиться, но очень сложно

найти человека, обладающего всеми качествами одновременно, поэтому мы советуем, чтоб в стартапе было несколько лидеров, более того молодая компания гораздо больше выиграет, если будет поощрять тех, кто захочет взять на себя инициативу.

Второй ключевой фактор – это команда энтузиастов, которые разделяют ваши взгляды и готовы трудиться не щадя себя на благо общего дела. Эти люди должны мыслить новаторски и всегда быть готовыми действовать. Необычная идея по значимости, лишь на третьем месте, за ней следует чёткий бизнес-план и денежные средства. Стартапы выигрывают только в том случае, если хорошо налажена их система, а это значит, что в них нет иерархии, каждый из участников мыслит самостоятельно, а не подчиняется верхушки. Правила в коллективе достаточно просты и понятны, чтоб в них не запутаться. Всё это и позволит мини-компаниям сохранить свою гибкость.

Предпринимательское образование позволит раскрыть предпринимательский потенциал, который будет полезен вне зависимости от дальнейшего профессионального пути. Чем больше молодёжи будет привлечено в предпринимательство, тем больше в стране появится новых рабочих мест, интересных проектов и инноваций.

Литература

1. www.akorda.kz 2.09.2019
2. www.stat.gov.kz.
3. www.forbes.kz.
4. www.trn.ua
5. Dambaulova, G.K. Conceptual approaches to determine the essence and structure of the strategic potential of the organization of agro-industrial complex [Текст] / G.K. Dambaulova // Humanities & Social Sciences Reviews.2019. № 7. С. 71–77.

**BUSINESS EDUCATION AND ITS INFLUENCE ON DEVELOPMENT
STARTUP MOVEMENT****G.K. Dambaulova, D.D. Mnaidarov**A. Baitursynov Kostanay State University
Kostanay, Republic of Kazakhstan

Abstract. *The article is devoted to assessing the prospects for the development of youth entrepreneurship and start-up movement in Kazakhstan. Measures are proposed to increase startups and promote projects, the possibility of attracting investment and the successful functioning of a new enterprise. A questionnaire was conducted to identify problems in the organization of startups, and ways to solve them were proposed.*

Keywords: *youth entrepreneurship, start-ups, entrepreneurial education, investors, small and medium-sized businesses.*

Авторы публикации**Authors of the publication**

Дамбаулова Г.К., кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова, г. Костанай, Республика Казахстан.
Email: info@aiglobal2020.com

G.K. Dambaulova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Kostanay State University named after A. Baitursynova, Kostanay, Republic of Kazakhstan.
Email: info@aiglobal2020.com

Мнайдаров Д.Д., магистрант по специальности 7М06103 – Информационные технологии и робототехника, Костанайский государственный университет им. А. Байтурсынова, г. Костанай, Республика Казахстан.
Email: info@aiglobal2020.com

D.D. Mnaidarov, Master's student in the specialty 7M06103 – Information Technologies and Robotics, Kostanay State University named after A. Baitursynov, Kostanay, Republic of Kazakhstan.
Email: info@aiglobal2020.com

Дата поступления 15.11.2020.