

НОВИКОВА Н. Е., СОКОЛОВА М. Г.

**ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ТИПА ПОВЕДЕНИЯ СРЕДИ  
МОЛОДЁЖИ**

*Аннотация.* Основной целью статьи является выявление факторов формирования предпринимательского типа поведения среди молодежи в условиях необходимости развития малого и среднего бизнеса. В статье проанализированы результаты социологического исследования среди студентов экономического профиля.

**Ключевые слова:** предпринимательство, малый и средний бизнес, предпринимательский тип поведения, молодежь, потребительские услуги.

SOKOLOVA M. G., NOVIKOVA N. E.

**FORMATION OF ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF YOUNG PEOPLE**

*Abstract.* The main objective of the article is to identify the factors of formation of entrepreneurial behavior of young people taking into consideration the necessity of development of small and medium-sized business. The authors analyze the results of sociological survey of students of Economics branch of study.

**Keywords:** entrepreneurship, small and medium-sized business, entrepreneurial behavior, young people, consumer services

Развитие малого и среднего бизнеса является важной составляющей развития экономического потенциала современного российского общества. Малый бизнес обеспечивает не только экономическую, но и социальную стабильность в регионе. На территории Смоленской области в 2009 - 2012 годах действовала долгосрочная областная целевая программа «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Смоленской области», утвержденная постановлением Администрации Смоленской области от 02.10.2008 № 525. Общий объем финансирования указанной Программы составил 1249,7 млн. рублей. Реализация программы способствовала увеличению количества малых и средних предприятий. На 1 тыс. человек населения в 2012 году приходилось 14 малых и средних предприятий (4-е место по ЦФО). Оборот малых и средних предприятий с 2009 по 2011 год вырос на 33,9% [3].

В структуре малого и среднего предпринимательства в Смоленске и области доминирует сектор торговли: 51,5% всех малых предприятий (в секторе производства товаров - 10%). Следует отметить, что деятельность программы пролонгирована на 2014 год.

Таким образом, за последние годы в Смоленской области отмечены положительные темпы развития малого и среднего предпринимательства. Однако сложившаяся отраслевая структура малого и среднего предпринимательства, численность занятых на малых и средних предприятиях свидетельствуют о его преимущественном развитии в сфере оптовой и розничной торговли. Являясь менее трудоемкой, сфера оптовой и розничной торговли обеспечивает занятостью 1/3 всех занятых на предприятиях малого и среднего бизнеса.

В условиях распространения рыночных экономических отношений актуальным является вопрос о формировании типа поведения, связанного с особенностями предпринимательской деятельности, что в широком смысле предполагает целый комплекс факторов, обуславливающих развитие такого поведения [4].

К таким факторам можно отнести: ценностные ориентации, определяющие значимость такого типа поведения для человека, психологические особенности личности, мотивационные установки. Однако, важное значение имеют знания, которые дают представления о специфике экономических процессов, их закономерностях. Применительно к молодёжи, как наиболее активной и динамичной социальной группе, возможно, говорить о распространении экономических знаний в различных формах: в

условиях учебного процесса, на лекционных и практических занятиях, в проектной деятельности, в создании бизнес-инкубаторов, деловых игр и других.

Содержательно в представлениях об экономических аспектах предпринимательской деятельности необходимо рассмотреть особенности малого бизнеса, формы малых предприятий, их преимущества и недостатки, как зарегистрировать предприятие, какой выбрать налоговый режим и многое другое.

Предпринимательскую активность молодежи сдерживают значительные трудности, с которыми сталкиваются молодые предприниматели при открытии своего дела. Они обусловлены как финансовыми проблемами, так и недостаточной образованностью молодых людей в предпринимательской сфере. К основным трудностям, с которыми сталкивается молодежь на старте занятий бизнесом, это – отсутствие материальных средств, опыта и образования. Облегчить вхождение на рынок молодого предпринимателя в такой ситуации может государственная поддержка. На территории многих субъектов Российской Федерации сегодня действуют специальные целевые программы, направленные на вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность. Основной задачей таких программ является сопровождение молодых людей, желающих открыть собственное дело, на всем пути от идеи до открытого бизнеса.

С целью изучения отношений студентов к предпринимательской деятельности в рамках Смоленского филиала Российского экономического университета «им. Г.В. Плеханова» проводился социологический опрос. Методологическую основу исследования составили работы Ивановой А.В., проведенные на базе Уральского федерального университета по изучению факторов развития молодёжного предпринимательства в университетской среде.

Вопросы, поставленные в анкете можно разделить по нескольким блокам.

В первый блок были включены вопросы общего характера о респонденте, а также вопросы, связанные с выявлением зависимости между фактором наличия предпринимателей среди родственников и друзей респондента и его желанием стать предпринимателем, что позволяет оценить влияние деловых и родственных сетей на развитие молодёжного предпринимательства.

Второй блок включал в себя вопросы, позволяющие определить готовность студента стать предпринимателем на каком-либо этапе его обучения и/или профессиональной деятельности и сферу его интересов в области бизнеса. Часть вопросов данного блока была посвящена определению мотивов, ценностей предпринимательства для студента и факторов, сдерживающих его от создания своего бизнеса, а также выявлению недостающих знаний и навыков, по оценке самих студентов, в области предпринимательства.

В третий блок были включены вопросы, позволяющие определить отношение студента к предпринимательству: влияние предпринимательской деятельности на развитие экономики страны, эффективность государственной поддержки предпринимательской деятельности, этические аспекты предпринимательства.

В опросе приняло участие 106 студентов Филиала, включая специалистов (38 %) и бакалавров (62 %), из них 48% - студенты направления Экономика, 32 % - направление Менеджмент, 20 % - студенты направлений Торговое дело, Прикладная информатика, специальности Дизайн и Прикладная информатика (в экономике).

В результате анализа ответов респондентов по первому блоку можно сделать следующие выводы, что у 42 % студентов в семье есть предприниматели, а у 58 % – нет. При этом желание стать предпринимателем у студентов, в семье которых есть предприниматели намного выше, чем у остальных. У 52 % студентов среди друзей есть предприниматели, 77 % студентов хотели бы стать предпринимателями на каком-либо этапе своей карьеры, чем, и обусловлен выбор образования экономического профиля.

Анализ показал, что в основном студенты для развития своего бизнеса выбирают две основных отрасли: сфера потребительских услуг и торговля, как наиболее доступный вид

предпринимательской деятельности в условиях развития малого бизнеса. При этом в сфере потребительских услуг, наибольший интерес представляют рынок недвижимости (20 %), финансовые и страховые услуги (18 %), спорт, отдых и развлечения (17 %). Остальные виды деятельности распределили между собой примерно одинаковые доли (по 9%) [2].

Мотивационной установкой развития собственного бизнеса для большинства студентов является не столько материальный достаток, сколько возможность достижения поставленных целей, то есть личностная реализация.

Исследования показали, что можно выделить 4 блока факторов, препятствующих студентам создавать свой бизнес. Первый блок связан с личностными качествами студента, боязнь брать на себя риски, отсутствие бизнес идей. Второй блок факторов связан с отсутствием необходимых ресурсов – финансовых, нематериальных (знаний, навыков), материальных (помещений и оборудования). Третий блок – факторы, связанные с внешней средой (нестабильная конъюнктура рынка, коррупция, экономическая политика в стране).

Для формирования комплекса знаний необходимых для ведения предпринимательской деятельности наибольший интерес вызывают такие формы как мастер-классы, непосредственное общение с состоявшимися предпринимателями.

Большая часть опрошенных считает, что социальная значимость предпринимательства заключается в повышении качества жизни общества.

Таким образом, одной из задач филиала должна стать активизация проектно-ориентированной работы, направленной на снижение влияния факторов второго блока. Для этого требуется активная работа по развитию проектов, вовлекающих студентов в предпринимательский процесс и развивающих их знания, навыки и умения в области предпринимательства. Традиционно в филиале проводится День предпринимательства, в рамках которого проходят выставки, семинары – тренинги, встречи с известными предпринимателями города.

Исследование показало, что большинство студентов положительно относятся к предпринимательству и малому бизнесу и стремятся к получению знаний в этой сфере.

#### **Список литературы**

1. Иванова А. В. Комплексная оценка факторов развития молодежного предпринимательства в университетской среде : автореф. дис. ... канд. эконом. наук. - Екатеринбург – 2013 [Электронный ресурс]. URL: <http://netess.ru/3ekonomika/27991-1-kompleksnaya-ocenka-faktorov-razvitiya-molodezhnogo-predprinimatelstva-universitetskoy-srede.php>

2. Новикова Н.Е. Анализ потребительского рынка Смоленской области. Материалы международной научно-практической конференции «Состояние, актуальные проблемы и перспективы развития потребительского рынка». – Брянск: ООО «Новый проспект», 2009.

3. Постановление Администрации Смоленской области от 02.10.2008 N 525 (ред. от 14.12.2012) «Об утверждении долгосрочной областной целевой программы «Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Смоленской области» на 2009 - 2012 годы» [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW376;n=58156> (дата обращения 20.09.2014 г.)

4. Соколова М.Г. Особенности социально-экономического и культурного развития Смоленской области как западного приграничья России.// Актуальные вопросы социально-экономического развития регионов: Сборник статей Всероссийской конференции (Часть 2) – Великий Новгород, 2010. - С.140-145.

**ДАнные ОБ АВТОРАХ**

**Соколова Марина Геннадьевна** кандидат философских наук, доцент. Смоленская государственная медицинская академия. Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Смоленский филиал). Электронная почта: [mar1164@yandex.ru](mailto:mar1164@yandex.ru)

**Новикова Наталья Ефимовна** кандидат экономических наук. Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова (Смоленский филиал) Электронная почта: [novikovane2013@yandex.ru](mailto:novikovane2013@yandex.ru)