

© А. А. МОИСЕЕВА, 2022

Медицинский университет «Реавиз», г. Самара, Россия

E-mail: orlovalv313@mail.ru

ФАКТОРЫ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ РОССИИ И КАЗАХСТАНА В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Молодежное предпринимательство имеет большой потенциал, социальную энергию. Именно молодежь должна являться основной движущей силой развития малого и среднего бизнеса. В статье представлены результаты авторского социологического исследования, направленного на выявление внутренних и внешних факторов, способствующих активному вовлечению российской и казахстанской молодежи в предпринимательскую деятельность.

Ключевые слова: молодежный бизнес, предпринимательская активность молодежи, факторы бизнес-среды, вовлеченность молодежи.

Вовлечение российской и казахстанской молодежи в бизнес-процессы может оказать значительное воздействие на рост экономического потенциала и уровня жизни населения России и Казахстана. Поэтому при построении инновационной экономики необходимо стимулировать, создавать благоприятные условия, развивать инфраструктуру для вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность.

В связи с вышесказанным, *цель данного исследования* — выявить внутренние и внешние факторы вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность (*предмет исследования*).

Объектом для исследования выступили молодые предприниматели в возрасте до 35 лет из двух регионов — Самарской области (СО) Российской Федерации (РФ) и Западно-Казахстанской области (ЗКО) Республики Казахстан (РК).

Для реализации указанной цели автором было проведено эмпирическое исследование вовлечения молодежи в предпринимательский сектор экономики с помощью получения субъективных оценок молодых предпринимателей. В качестве методов эмпирического исследования использовался анкетный опрос (выборка целевая методом снежного кома), в СО РФ — с целью выявить и понять истинные мотивы молодых предпринимателей, вовлекшие их в

предпринимательскую деятельность и получить мнение предпринимателей относительно факторов вовлечения в предпринимательскую деятельность (n=50, 2021), в ЗКО РК — изучить мнения представителей молодежного предпринимательства о перспективах развития предпринимательства молодого поколения в стране, включающих в себя определение факторов, способствующих, по их мнению, дальнейшему развитию предпринимательства среди молодежи (n=55, 2021).

Так как исследование пилотное, дадим теоретическое обоснование изучаемой проблемы.

Известный американский исследователь Роберт Кинг Мертон в своей работе «Социальная теория и социальная структура» определяет внешние факторы вовлечения в предпринимательскую деятельность как «социокультурную сферу», «структурный контекст», целостную социальную атмосферу, которая окружает предпринимателя, а внутренние факторы (мотивы — авт. примечание) — как ценности, установки, стереотипы, убеждения, нормальные принципы и нормы самой личности, выступающей в функции предпринимателя [1, с. 321-323]. В результате — предприниматель всегда находится в противоречии между внешней средой, которая постоянно оказывает на него давление, и собственным внутренним миром, диктующим ему своеобразные «линии поведения» [2].

Так же, как и С. Б. Швецов в работе [2], согласимся с Р. Мертоном и классифицируем факторы вовлечения в предпринимательскую деятельность на внутренние и внешние. Внешние факторы (стимулы), в свою очередь, подразделяем на факторы воздействия государства на предпринимательскую деятельность через создание определенных условий хозяйствования, а также с помощью инструментов государственной поддержки и развития предпринимательской деятельности.

Аналогичного суждения придерживается профессор, д.э.н. В. М. Шепелев, согласно которому «мотив деятельности социального субъекта образуется как результирующая его собственных (имманентных) побудительных сил (факторов), в основе которых лежат как объективные побудители — потребности и интересы, осознанные — заинтересованность, так и неосознанные инстинкты, а также внешних стимулов, исходящих от других социальных субъектов или внешней среды» [3, с. 66].

При этом государство выступает в качестве такой внешней среды, которая может либо помогать развитию предпринимательства, либо подавлять его различными прямыми (административными)

и косвенными (экономическими) методами воздействия, а также различными инструментами власти.

Под внутренними факторами вовлечения в предпринимательскую деятельность будем понимать мотивы предпринимателей, побудившие заняться предпринимательской деятельностью (их потребности, интересы, внутреннее эмоциональное состояние и др.).

Итак, перейдем к анализу анкет молодых предпринимателей.

В СО РФ он позволил выявить следующие внутренние факторы.

1. В качестве основных побудительных мотивов были названы деньги, свобода действий, возможность самореализоваться. Для большинства информантов их бизнес – основной источник заработка.

2. Относительно принятия решения о начале предпринимательской деятельности основная часть респондентов (84%) отметила, что пришла в бизнес самостоятельно, примерно 10% респондентов получили бизнес «по наследству» и самая незначительная часть опрашиваемых молодых предпринимателей открыла свое дело с помощью государственной поддержки (3%).

На вопрос «Какой фактор внешней бизнес-среды наиболее влияет на вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность?» практически каждый респондент дал свой оригинальный, неповторяющийся вариант ответа. Все варианты ответов можно объединить в несколько групп, связанных с:

– формированием позитивного образа предпринимателя, «который есть на пресловутом Западе, но отсутствует у нас», позиционированием предпринимательской деятельности как уважаемого, позволяющего заниматься любимым и интересным делом занятия (32% ответов);

– поддержкой со стороны государства (22%);

– доступностью к финансовым средствам («доступность кредитов и легкость их получения», «возможность найти первоначальный капитал», «деньги», «наличие стартового капитала», «финансовая поддержка») (19%);

– стабильными, благоприятными условиями ведения бизнеса («без давления со стороны контрольно-надзорных органов», «без бюрократизма», «со стабильным курсом доллара», «прозрачностью работы госструктур») (15%);

– налогами, налоговой системой («ее понятность и прозрачность») (9%);

– затруднились с ответом 2 респондента (3%).

Далее молодые предприниматели проанжировали указанные в анкете факторы бизнес-среды, влияющие, по их мнению, на успешность предпринимательской деятельности. Среди наиболее значимых для них факторов были названы:

- стабильная политическая обстановка (34% ответов);
- приемлемый уровень налогообложения (38%);
- надежная правовая защищенность от произвола проверяющих и контролирующих органов (41%);
- надежная правовая защищенность при урегулировании споров между предпринимателями (32%);
- наличие финансовой поддержки (28%);
- наличие прочей поддержки (правовой, консалтинговой, обучающей) (22%).

На информационное сопровождение предпринимательской деятельности и на стабильную рыночную конъюнктуру было обращено внимание в первую очередь только 9 респондентами (19%), то есть меньше всего.

На вопрос «Как вы считаете, насколько внешние условия функционирования предпринимателей в Самарской области в настоящее время благоприятны для создания нового бизнеса?» подавляющее большинство респондентов ответило, что в настоящее время условия функционирования предпринимателей в регионе для создания нового бизнеса в основном благоприятны (84,4%). В противоположность такому ответу на поставленный вопрос 15,6% респондентов считает условия, которые созданы для ведения бизнеса, неблагоприятными. Тем не менее, большинство респондентов склоняется к тому, что состояние бизнес-среды не является препятствием для открытия собственного дела.

Далее проанализируем данные опроса молодых казахстанских предпринимателей в ЗКО.

Мнения респондентов на вопрос об условиях по созданию и ведению молодежного бизнеса разделились примерно поровну. Чуть более половины молодежи (58%) считает условия для ведения собственного бизнеса вполне удовлетворительными, другая часть (42%) не удовлетворена государственной и общественной поддержкой молодежного предпринимательства.

Недостаточные меры поддержки со стороны государства и семьи также беспокоят молодых потенциальных предпринимателей (вопрос об основных барьерах, препятствующих развитию предпринимательской деятельности). Низкую заинтересованность сотрудников госорганов в эффективной работе госпрограмм поддержки

предпринимателей, а также в целом неблагоприятные условия ведения бизнеса в РК (высокие ставки по налогам, кредитам и пр.) отмечают 42,1% и 36,2% респондентов соответственно. С этими ответами коррелируют результаты ответа на вопрос «Как вы оцениваете уровень государственной поддержки молодежного предпринимательства?», которые представлены в таблице 1.

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Как вы оцениваете уровень государственной поддержки молодежного предпринимательства?»

<i>Оценка</i>	<i>Доля от выборки, %</i>
Высокая	14,4
Средняя	39,2
Низкая	43,6
Крайне низкая	2,8

Как видно из таблицы 1, более 85,6% молодежи ЗКО РК не удовлетворены мерами государственной поддержки молодежного предпринимательства (совокупность оценок о низком (43,6%), крайне низком (2,8%) и среднем уровне (39,2%) господдержки). Лишь малая часть респондентов (менее 15%) удовлетворена уровнем государственной поддержки.

Анкетирование также показало неудовлетворенность молодых предпринимателей существующей нормативно-правовой базой РК в области предпринимательской деятельности. По мнению 58,3% респондентов, нормативно-правовая база РК не совсем удобна и создает много проблем; считают ее крайне неблагоприятной – 9,6% молодых людей, и лишь около трети опрошенной молодежи (32,1%) оценивает нормативно-правовую базу РК как удовлетворительную для ведения бизнеса.

Таким образом, анализ результатов опроса, полученных от российских и казахстанских молодых предпринимателей в возрасте до 35 лет, о внутренних и внешних факторах вовлечения в предпринимательскую деятельность показал, что молодые люди СО РФ и ЗКО РК одновременно отмечают назревшую необходимость совершенствования нормативно-правовой базы в области молодежного предпринимательства.

По мнению 95% респондентов из СО РФ, для развития предпринимательства среди молодежи требуются специальные государственные программы по поддержке начинающих предпринимателей. При этом такие программы должны реализовываться также российскими коммерческими и общественными структурами. Статьей 6 Фе-

дерального закона Российской Федерации от 30.12.2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации» определены основные направления реализации молодежной политики в стране [4]. Однако меры, принимаемые на федеральном и региональном уровнях, видятся молодым предпринимателям недостаточными для максимального вовлечения молодых людей в сферу бизнеса и последующего развития экономики страны [5, с. 14].

По мнению казахстанской молодежи (67,9%), государственные программы и формы поддержки в РК нуждаются в обновлении и повышении эффективности. Особое внимание следует уделить развитию молодежного предпринимательства и ориентировать его на создание новых продуктов для выхода на рынок в условиях экономики постиндустриального периода.

В целом внешняя бизнес-среда для создания нового бизнеса российской молодежью отмечена благоприятной (84,4%), а казахстанской молодежью – вполне удовлетворительной (58%). Как для казахстанских, так и для российских предпринимателей важным фактором внешней бизнес-среды является приемлемый уровень налогообложения. Кроме этого, в приоритете у российских респондентов следующие внешние факторы, влияющие на вовлечение в предпринимательскую деятельность: стабильная политическая обстановка, надежная правовая защищенность как от проверяющих и контролирующих структур, так и при урегулировании споров между предпринимателями. Менее важными они считают стабильную рыночную конъюнктуру, финансовую поддержку, наличие прочей (правовой, консалтинговой, обучающей) поддержки и предоставление информации. Для казахстанских респондентов, наоборот, финансовая поддержка является приоритетным фактором, влияющим на вовлечение в предпринимательскую деятельность. Также внешними факторами отмечены недостаточные меры поддержки со стороны государства (предоставление льгот по налогообложению, кредитованию и выплата субсидий для поддержки бизнес-проектов), высокие ставки по налогам, кредитам и пр. Менее важным фактором для казахстанских респондентов является бесплатное обучение предпринимательскому делу, около трети респондентов (28,8%) ожидает бесплатное обучение, проведение образовательными учреждениями Казахстана бизнес-курсов, мастер-классов для начинающих предпринимателей.

Если по внешним факторам мнение казахстанской и российской молодежи примерно совпадает, то внутренние мотивы занятия предпринимательской деятельностью резко отличаются.

Респонденты из ЗКО РК сразу отмечают барьеры для открытия своего дела, а не возможности. Так, казахстанские молодые предприниматели отмечают:

– безынициативность части молодежи (лень, отсутствие стремлений) – 61%;

– наличие личных барьеров (отсутствие веры в себя, страхи и т.п.) – 59,2%;

– информационный барьер (отсутствие достаточного объема знаний и информации в области предпринимательства) – 51%.

Четвертая часть опрошенных желает заниматься предпринимательством, но только из-за возможности зарабатывать деньги. Молодежь боится начинать свое дело из-за отсутствия стартового капитала или залогового имущества (68,3%).

Для респондентов из СО РФ среди внутренних и внешних факторов вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность доминирующими выступают внутренние мотивы, а именно:

– способ заработать деньги – 71%;

– способ творческой самореализации – 28%;

– способ доказать себе и другим, что ты можешь быть лучше и лучшим – 19%.

Желание заниматься предпринимательской деятельностью превалирует над состоянием внешней бизнес-среды.

Согласно мнению молодых предпринимателей СО РФ и ЗКО РК, прежде всего необходимо определить стратегию вовлечения молодых людей в предпринимательскую деятельность и основные меры, направленные на пропаганду предпринимательства в молодежной среде, а также проводить отбор наиболее талантливой молодежи, обучающих мероприятий и осуществлять сопровождение предпринимательских проектов молодых людей на первых этапах их становления.

В заключение хотелось отметить, что проведенный анализ, выводы и предложения данного исследования могут быть полезны для местных и региональных органов власти Самарской области Российской Федерации и Западно-Казахстанской области Республики Казахстан.

Литература

1. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / Пер. с англ. М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ, 2006. 873 с.

2. Швецов С. Б. Предпринимательство – объект управления // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2007. Т. 10. № 31. С. 149-152.

3. Шепелев В. М. Очерки теории и практики развития предпринимательства. Ташкент: Фан, 1998. 198 с.

4. Федеральный закон Российской Федерации от 30.12.2020 г. № 489-ФЗ «О молодежной политике в Российской Федерации». URL: <https://www.zakonrf.info/doc-36549009/>.

5. Ключевская Н. Молодежное предпринимательство: проблемы и решения / Бизнес. 18 июня 2021 г. // СПС Гарант.Ру. URL: <https://www.garant.ru/news/1468805/>.

*Статья поступила в редакцию 02.11.22 г.
Рекомендуется к опубликованию членом Экспертного совета
канд. социол. наук, доцентом Т. П. Карповой*