

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(Н И У « Б е л Г У »)**

ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

КАФЕДРА СОЦИОЛОГИИ И ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ С МОЛОДЕЖЬЮ

**ОЦЕНКА И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (МЕЖДУНАРОДНЫЙ
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ)**

Выпускная квалификационная работа
обучающегося по направлению подготовки 39.04.01 Социология
очной формы обучения, группы 05001615
Шлионского Андрея Андреевича

Научный руководитель
д-р. социол. наук, доцент
Шаповалова И. С.

Рецензент
канд. экон. наук, доцент
Прядко С. Н.

БЕЛГОРОД 2018

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ		3
РАЗДЕЛ I.	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОЦЕНКИ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	10
РАЗДЕЛ II.	МЕЖДУНАРОДНЫЙ СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОЦЕНКИ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	32
РАЗДЕЛ III.	РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	61
ЗАКЛЮЧЕНИЕ		73
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ		77
ПРИЛОЖЕНИЯ		84

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Современные тенденции формирования малого и среднего предпринимательства устанавливают новые требования к личности предпринимателя и характеризуются активным включением молодежи в предпринимательскую среду. Молодежь – часть общества, обладающая креативным мышлением; склонная к ведению собственного дела, инновациям и риску; владеющая на высоком уровне интернет-технологиями. Вовлечение молодежи в предпринимательскую среду способствует решению проблем занятости на рынке труда.

В современных условиях увеличивается значимость эффективного развития не только молодежного предпринимательства, но и предпринимательства в целом, обеспечивающего достижение баланса экономических и социальных целей общественного развития. Решение данной задачи подразумевает собой высокие требования к оценке предпринимательской деятельности как основного элемента экономики, определяющего базу социально-экономического развития региона.

Тенденции развития современного предпринимательства характеризуются активным участием молодых людей в бизнес процессах. Как на Федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации, создаются проекты законов и программ поддержки предпринимательства в молодежной среде, цель которых – создание более широких экономических возможностей для молодых людей, стимулирование развития малого и среднего бизнеса.

Однако, невзирая на возникнувший положительный вектор развития молодежного предпринимательства, еще присутствуют вопросы по социально-экономическому, организационному, технологическому характеру.

В настоящее время одна из важнейших задач, стоящих перед Россией и Казахстаном – это реализация государственной политики перехода на

инновационный путь развития экономики и формирование национальной инновационной системы. Предпринимательская инициатива молодых людей может стать одним из главных условий, благодаря которому можно увеличить уровень инновационной активности экономики наших стран¹.

Для разработки адекватных мер развития молодёжного предпринимательства необходима оценка опыта стран, близких по социально-экономическому уровню.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью разработки основных направлений формирования благоприятного предпринимательского климата для молодежи в российских и казахстанских регионах, комплексной оценки и учета его составляющих факторов.

Степень научной разработанности темы исследования. Вплоть до окончания 1980-х годов исследования предпринимательства практически не пользовались спросом (в связи с отсутствием самого предмета изучения). В промежуток 1980-х-1990-х гг. приходится большинство поисковых и описательных исследований предпринимательства, основной задачей которых является поиск основных характеристик нового социального слоя – предпринимателей. Исследования 2000-х гг. отличаются усложнением методологических подходов. На сегодняшний день в России существует достаточно много работ не только по молодёжному предпринимательству, но и предпринимательству в целом. В Казахстане имеется меньше публикаций по теме исследования.

Благодаря исследованиям таких ученых как А. В. Безгодова, А. Л. Маршака, В. В. Радаева, А. Ю. Чепуренко и других авторов сформировалась социология предпринимательства².

¹Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (утв. Распоряжением Правительства РФ от 8 декабря 2011 г. № 2227-р). URL: <http://base.garant.ru/70106124/> (дата обращения: 28.12.2017).

²Безгодов А. В. Очерки социологии предпринимательства. СПб., 1999; Маршак А. Л. Социология предпринимательства. М., 2008; Радаев В. В. Экономическая социология. М., 2005; Чепуренко А. Ю. Социология предпринимательства. М., 2007.

Проблемы методологии предпринимательской деятельности, особенности и тенденции его развития рассмотрены в трудах Р. М. Ахметшина, Е. Е. Бородавкиной, Г. Ю. Власова, Ф. Хайека, Й. Шумпетера, и др¹.

Вопросы взаимодействия малого предпринимательства и органов власти, социального партнерства, преодоления административных барьеров рассмотрены в работах Л. С. Аникина, Е. Галицкого, А. А. Немерюк, А. В. Чириковой².

Анализ предпринимательского климата, его состояния и динамики в современной России представлен в работах М. П. Аровиной, В. А. Астафьева, Л. И. Бестаевой, О. Заславской, Г. Р. Имаевой, В. Стародубровского³.

Круг научных работ по проблеме участия молодежи в бизнесе представлен такими учеными, как Ю. А. Зубок, А. Ю. Чепуренко⁴.

Также следует отметить работы ученых, посвященных изучению молодежного предпринимательства в Казахстане, которых по сравнению с

¹Ахметшин Р. М. Малый бизнес России: как преодолеть асимметрию развития? // Российское предпринимательство. 2012. Т. 13. № 22; Бородавкина Е. Е. Теоретико-методологические основы исследования предпринимательства. 2012. Т. 12. № 2; Власов Г. Ю. Российский малый бизнес сегодня: условие выживания – действенная поддержка. 2011. № 6. Вып. 2 (186); Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. М., 2000; Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М., 2007.

²Аникин Л. С. Роль региональных органов власти в привлечении инвестиций в социальную сферу на примере Саратовской области. 2012. Т. 12. № 2; Галицкий Е. Коррупционные взаимодействия бизнеса и власти (опыт эмпирического анализа). 2007. № 1; Немерюк Е. Е. Приоритетные направления функционирования основных региональных информационно-аналитических центров (РИАЦ) Российской Федерации. 2016. Т. 16. № 4; Чирикова А. Е. Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности. М., 1997.

³Аровина М. П. Предпринимательский климат региона в контексте государственного регулирования регионального развития. Донецк, 2006; Астафьев В. А. Формирование предпринимательского климата на муниципальном уровне на базе развития социальной ответственности бизнеса. 2014. № 9; Бестаева Л. И. Предпринимательство региона: состояние и динамика развития. 2015. № 8 (ч. 1); Заславская О. Предпринимательский климат в стране «зеленеет». 2013; Имаева Г. Р. Предпринимательский климат в России и формирующие его факторы: социологический анализ. 2013. № 8 (114); Стародубровский В. Оценки предпринимательского климата в России. 2013. Т. 20. № 11.

⁴Зубок Ю. А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. М., 2007; Чепуренко А. Ю. Социология предпринимательства. М., 2007.

российскими меньше. Среди ученых можно выделить таких авторов как: А. Н. Тесленко и С. А. Михнова¹.

Региональные исследования, посвященные оценке готовности молодежи к предпринимательской деятельности, рассмотрены в работах таких авторов как Л. В. Герасименко и О. И. Дивиченко².

Проблема исследования заключается в объективной необходимости поддержки развития молодежного предпринимательства как одного из стратегически важных и действенных способов перехода национальной экономики на новый инновационный и рыночно ориентированный уровень и недостаточной изученностью проблем его становления в регионах России и Казахстана.

Объект исследования – молодежное предпринимательство в России и Казахстане.

Предмет исследования – проблемы и перспективы развития молодежного предпринимательства в межстрановом контексте.

Цель исследования – анализ существующих проблем становления молодежного предпринимательства в России и Казахстане.

Задачи:

1. Провести теоретико-методологическое обоснование оценки и перспектив развития молодежного предпринимательства.
2. Провести исследование оценки и перспектив развития молодежного предпринимательства.
3. Предложить рекомендации по развитию молодежного предпринимательства.

Теоретико-методологическая база исследования. Теоретической основой исследования являются работы современных отечественных и

¹Михнова С. А. Основы экономической социологии. Учебно-методическое пособие для семинарских занятий. Астана, 2000; Тесленко А. Н. Экономическая социология. Курс лекций: Учебное пособие для гуманитарных вузов. Астана, 2014.

²Герасименко Л. В. Предпринимательская деятельность молодежи и механизм ее регулирования: дис. ... канд. социол. наук. Белгород, 1998; Дивиченко О. И. Факторы формирования предпринимательского климата в регионе. 2017. № 6.

зарубежных психологов, экономистов, социологов, посвященных проблеме молодежного предпринимательства.

Методологической базой изучения предпринимательства как особого вида деятельности послужили теоретические положения Й. Шумпетера и Ф. Хайека¹. При рассмотрении роли и места предпринимательского слоя в современном российском обществе, моделей взаимодействия власти и бизнеса в России использовались теоретические положения исследований российских социологов – Т. И. Заславской и В. В. Радаева. Применялись также теоретические положения, в которых аргументированы концептуальные подходы к исследованию, оценке и формированию предпринимательского климата (Г. Р. Имаева, В. Стародубровский)².

Однако во всех данных работах и исследованиях предпринимательство в молодежной среде, как правило, не вычленяется, а специфические проблемы его рассматриваются частично.

Более пристальное внимание вопросам предпринимательства среди молодых людей уделяется в трудах Ю. А. Зубок, А. Ю. Чепуренко, А. Л. Маршака и других специалистов в области социологии молодежи³. Но и здесь данные проблемы рассматриваются чаще всего в контексте общих вопросов положения, жизнедеятельности, социализации и развития молодежи.

Использование общесоциологической методологии и социологических методов предоставило возможность проанализировать эмпирические данные. С целью получения эмпирических данных было проведено анкетирование молодежи, экспертный опрос, а также фокус-группа.

¹Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. М., 2000; Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М., 2007.

²Заславская О. Предпринимательский климат в стране «зеленеет». 2013; Радаев В. В. Экономическая социология. М., 2005; Имаева Г. Р. Предпринимательский климат в России и формирующие его факторы: социологический анализ. 2013. № 8 (114); Стародубровский В. Оценки предпринимательского климата в России. 2013. Т. 20. № 11.

³Зубок Ю. А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. М., 2007; Чепуренко А. Ю. Социология предпринимательства. М., 2007; Маршак А. Л. Социология предпринимательства. М., 2008.

Эмпирическую базу исследования составляют результаты социологических исследований:

1) авторское исследование А. А. Шлионского в рамках магистерского исследования, проведенное в период с октября по декабрь 2017 года, «Оценка и перспективы развития молодежного предпринимательства (сравнительный анализ на материалах России и Казахстана)», г. Белгород и г. Алматы. Метод сбора информации – анкетный опрос (n = 765), 2 фокус-группы по 7 человек, экспертный опрос (n = 8);

2) результаты вторичного анализа социологического опроса О. И. Дивиченко «Формирование и развитие предпринимательского климата в сфере малого и среднего бизнеса Белгородской области», проведенного автором в январе-марте 2014 г. среди предпринимателей (n = 289, в том числе 138 респондентов, обучающихся основам предпринимательской деятельности)¹;

3) результаты вторичного анализа качественного исследования «Изучение барьеров развития молодежного предпринимательства» г. Алматы, апрель-июнь 2015 г. АСТ Kazakhstan. Методы сбора информации: анкетный опрос (n = 1000), 2 фокус-группы по 7-8 человек, 8 глубинных интервью с экспертами².

Научно-практическая значимость исследования. Теоретическая значимость исследования связана с расширением научных знаний в области возможностей создания и условий функционирования и развития молодежного предпринимательства в России и Казахстане. Основные выводы и положения могут быть использованы при подготовке программ теоретических и прикладных исследований, направленных на изучение молодежного предпринимательства.

Практическая значимость исследования заключается в следующем:

¹Дивиченко О. И. Факторы формирования предпринимательского климата в регионе. 2017. № 6.

²Изучение барьеров развития молодежного предпринимательства. URL: <https://www.soros.kz/> (дата обращения: 14.01.2018).

1. Разработка практических рекомендаций в вузах для привлечения студентов к предпринимательской деятельности и пр.

2. Материалы исследования можно использовать при подготовке учебных курсов, спецкурсов и методических пособий по общей социологии, социологии бизнеса, социологии управления, социологии коммуникаций, социальной психологии и т.д.

Апробация исследования. Теоретические положения исследовательской работы были изложены в международной научно-практической конференции «Современная научная деятельность: теория и практика» 14 июня 2018 г. Воронеж. Название статьи «Оценка и перспективы молодежного предпринимательства».

Структура работы включает в себя введение, три раздела, заключение, список источников и литературы, приложения.

РАЗДЕЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ОЦЕНКИ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

История экономических и социально-экономических концепций, а также история развития специальной теории предпринимательства демонстрируют, что формулировка определения предпринимательства, которое бы отражало специфику данного феномена социально-экономической и культурной жизни общества, является весьма сложным и многотрудным делом.

Понятие «предпринимательство» исследуется на стыке многих наук. Данный феномен следует рассматривать, по крайней мере, с 3-х сторон. предпринимательство как общественное явление; предпринимательство как явление экономическое и, наконец, предпринимательство как проявление личности человека¹.

«Предпринимательская деятельность – это деятельность, осуществляемая на свой риск, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке»².

Существующие разночтения в интерпретациях феномена предпринимательства зарубежными учеными говорят о неопределенности понятия «предпринимательство». В работах отечественных исследователей положение о том, что понятие «предпринимательство» нельзя определить однозначно, также находит подтверждение³.

Понятие «предприниматель» также неоднозначно. В социологическом аспекте предпринимателя можно интерпретировать по-разному: в узком понимании – это индивид, который обладает определенным социальным

¹Крюков Д. С. Социология предпринимательства. М., 2011. С. 15.

²Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ // СЗ РФ. 1994. № 32. Ст. 3301. URL: <http://fzrf.su/kodeks/gk-1/> (дата обращения: 27.12.2017).

³Абалкин Л. И. Заметки о российском предпринимательстве. М., 2004. С. 35.

статусом и исполняющий в обществе определенную функцию; в широком – тип личности, которому характерен особый вид социального поведения, обусловленного наличием определенных умений и навыков.

Социологический подход к определению понятий «предпринимательство» и «предприниматель» гораздо шире нормативно-правового подхода, представленного в Гражданском кодексе Российской Федерации, ограничивающего правовое поле предпринимательской деятельности понятием государственной регистрации.

Основываясь на трудах Й. Шумпетера, А. Смита и С. Милля можно отметить, что предпринимательство как разновидность человеческой деятельности всегда отличали следующие, основные характеристики:

Предпринимательство – это:

- 1) деятельность, направленная на производство и реализацию товаров и услуг;
- 2) организация своего дела;
- 3) формирование особого рода отношений с внешним и внутренним окружением;
- 4) инициативная, творческая деятельность, связанная с риском, направленная на создание чего-то нового;
- 5) деятельность, связанная с получением денежной прибыли и/или иной формы выгоды¹.

Предприниматель, по Шумпетеру, стремится, в конечном счете, к свободе и самореализации².

В. В. Радаев отмечает: «Предпринимательские действия могут основываться на дотошных расчетах и на чистой интуиции. Одни из них направлены на эффективное приспособление, имитацию имеющихся образцов организации в новых условиях; другие – на познание скрытых от большинства людей хозяйственных возможностей; третьи – на активное

¹Крюков Д. С. Социология предпринимательства. М., 2011. С. 15.

²Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М., 2007. С. 169.

формирование этих новых условий, в том числе изобретение совершенно новых организационных форм»¹.

Если же рассматривать предпринимательскую деятельность с социально-экономической точки зрения, то основными чертами предпринимательства являются:

- 1) производство и реализация товаров и услуг и все связанные с этим организационно-управленческие усилия;
- 2) функция предпринимателя как работодателя;
- 3) социальный статус предпринимателя².

Социология рассматривает предпринимательство как социальный феномен. Она изучает его как инновационное и новаторское поведение и деятельность крупных и малых социально-экономических групп, и слоев общества.

В социологическом аспекте предприниматель является исполнителем в нескольких ролях:

- 1) как субъект права собственности, носитель определенного социального статуса (владелец, совладелец, арендатор и т.п.);
- 2) субъект экономической деятельности, исполняющий определенные роли и функции, вытекающие из ее характера (инновационный, организационный, управленческий, коммерческий);
- 3) как субъект социального поведения, тип человека, обладающий определенными природными и приобретенными свойствами, необходимыми для занятия предпринимательством;
- 4) носитель особых социальных ценностей и культуры.

Через социальную функцию предпринимательскую деятельность можно представить в виде деятельности, нацеленной на организацию и управление процессами производства и обмена ресурсами в обществе, выполняемой с целью минимизации разницы между ограниченностью этих

¹Радаев В. В. Экономическая социология. М., 2005. С. 99.

²Крюков Д. С. Социология предпринимательства. М., 2011. С. 16.

ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей общества с одной стороны и постоянно увеличивающимися потребностями общества в этих благах с другой.

Можно выделить следующие ключевые положения, которые относятся к предпринимательской деятельности:

1. «Предпринимательство – и как социальный феномен, и как личностный тип, характер, и как своего рода «философия» – не однозначно. С этим обстоятельством связана необходимость разработки особой этики бизнеса-системы представлений и норм, накладывающих на экономическую деятельность ограничения, которые не сопряжены непосредственно с хозяйственной целесообразностью, эффективностью или выгодой»¹.

2. «Предпринимательство – не просто наличие в собственности предприятия, производящего те или иные продукты или услуги, а обязательно – выгодная торговля»².

3. «Предпринимательство всегда отождествляется с деньгами. Во-первых, деньги одна из основных причин, побуждающих людей заниматься предпринимательской деятельностью. Во-вторых, деньги в бизнесе являются основным инструментом деятельности, выполняя роль «фишек» в предпринимательской игре»³.

5. Для того, чтобы зарабатывать деньги, нужно обладать особыми качествами, при помощи которых и достигается увеличение капитала.

6. Предпринимательство относится к тем сферам человеческой деятельности, основу которых составляет творчество.

Во-первых, оно дает право заниматься тем видом деятельности, который больше всего нравится предпринимателю и наиболее соответствует его естественным наклонностям и предпочтениям.

¹Щербатых Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса. СПб., 2009. С. 103.

²Борисова Т. В. Философский анализ предпринимательской деятельности: социально-онтологический аспект: дис. ... докт. философ. наук. Саратов, 2005. С. 23.

³Бандурка А. М. Психология управления. Харьков, 2006. С. 44.

Во-вторых, предпринимательство связано с проектированием будущей деятельности и реализацией разработанных проектов в жизнь, а это прерогатива творческих людей, наделенных богатым воображением и аналитическими способностями.

7. «Предпринимательство – это также положение в обществе и большие возможности для того, чтобы оставить свой «след» на земле. На обычную карьеру в любой другой области человеческой деятельности можно потратить всю жизнь. Достигнув же успеха в бизнесе, сразу попадаешь в элиту общества, получаешь доступ к новым источникам информации и имеешь возможность непосредственно влиять на те или иные процессы в экономике, политике, искусстве, науке»¹.

Предпринимательство – это деятельность экономического направления, осуществляемая в самостоятельной форме на свой риск. Предпринимательская деятельность нацелена на систематическое получение прибыли от продаж товара, пользования имуществом, выполнение работ или же услуг.

Предпринимательскую деятельность в Российской Федерации регулирует определенное количество законодательных актов, к которой относится: Гражданский кодекс РФ, закон о защите юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, Кодекс об Административных правонарушениях РФ, закон о предпринимательской деятельности и т.д.

Базовым законом, на котором основывается предпринимательская деятельность, является Федеральный закон № 209-ФЗ от 24 июля 2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»².

¹Позняков В. П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей // Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты. М., 2007. С. 517.

²Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». URL: <http://base.garant.ru/12154854/> (дата обращения: 27.12.2017).

На сегодняшний день одним из самых приоритетных направлений развития предпринимательства в России и Казахстане является молодежное предпринимательство. Именно оно может стать важным фактором, способствующим модернизации российской экономики. Это связано в первую очередь с тем, что молодые люди не боятся рисковать, потенциально способны выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, которые присутствуют в бизнесе, особенно на его начальном этапе, более того, они способны при необходимости обновлять свои знания и навыки в соответствии с быстро меняющимися требованиями производства и рынка. Также важно, чтобы у молодежи была достаточно высокая инновационная активность и мобильность для освоения новых рынков¹.

Изучая специфику молодежного предпринимательства, следует более точно определить возрастные границы социальной группы, субъективирующей данное явление. В современной отечественной социологии молодежи и в ювенальном праве границами данного возрастного периода считаются 14-30 лет.

Ю. В. Голиусова отмечает: «В среднем, в возрасте до 30 лет молодежь социализируется и в общественной и социальной сфере. На молодежный возраст приходятся главные социальные и демографические события в жизненном цикле человека: завершение общего образования, выбор профессии и получение профессиональной подготовки, начало трудовой деятельности, вступление в брак, рождение детей»².

Изучение темы исследования приводит к выводу, что в России молодежное предпринимательство только начинает выделяться как отдельный вид предпринимательской деятельности, вытесняя «молодежное бездействие». Мы не должны принимать во внимание общепринятое мнение,

¹Волкова О., Молодых А., Щипинова О. Молодежное предпринимательство: проблемы и перспективы развития // Актуальные вопросы использования интеллектуального потенциала молодежи в инновационном развитии донского региона: сборник материалов симпозиума в рамках Окружного молодежного инновационного конвента ЮФО. Ростов н/Д., 2013. С. 14.

²Голиусова Ю. В. Трудовые и профессиональные ценностные ориентации российской молодежи // Теория и практика общественного развития. 2007. № 1. С. 41-44.

что в России слабая и не развитая институциональная среда для предпринимательства, породившая беспрецедентную коррупцию. В России такая институциональная среда, какой её сделало общество для своих целей. Причины бездействия молодежи коренятся гораздо глубже.

1. Невысокая преемственность поколений. Представители старшего поколения, которые сейчас пребывают у власти и занимают главные позиции в экономической деятельности, профессионально сформировались еще в СССР со свойственными этому периоду традициями управления, образования, ведения хозяйственной деятельности, восприятия информации. Молодое поколение же выросло совсем в ином государстве с другими принципами, с другими экономической и политической системами, и ему легче ориентироваться в современном информационном пространстве.

2. Имеющиеся технологии образования, обучающие теории почти никак не учат использованию приобретенных знаний.

3. Скепсис молодого поколения в собственные возможности. Причиной для этого способна стать слабая информированность о существующих концепциях, программах, организациях, которые могут помочь молодым людям развиваться в собственном бизнесе¹.

Необходимость модернизации экономики, развития инновационных технологий и организаций в России требуют развития новых навыков активного и профессионального участия молодежи в решении общественных, государственных и профессиональных проблем.

М. С. Мельников отмечает: «Молодежь – это часть населения, объединенная интеллектуальной активностью, мобильностью, желанием изменить жизнь к лучшему, амбициозной позицией»².

Молодые люди согласно своему общественному положению есть социальная группа, стремительно выражающая свое отношение и

¹Ефремова Г. М., Глебова Н. М., Ермакова Н. С. Проблемы развития молодежного предпринимательства: мнение студентов // Инновационное образование и экономика. 2012. № 10. С. 4.

²Мельников М. С. Образовательные технологии в развитии молодежного предпринимательства // Российское предпринимательство. 2012. № 6. С. 205.

участвующая в определении содержания общественной действительности. К примеру, в экономике молодежь имеет особое значение. Это социальная группа, которая испытывает на себе ту или иную общественную потребность, тот или иной новый товар. Не случайно мода нацелена непосредственно на молодое поколение, на тех, кто способен проводить различные эксперименты с уже сложившимися общественными традициями. Когда молодое поколение освоит новый экономический продукт, сделается возможным запуск товара в глобальное производство.

«Молодежное предпринимательство – это предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышают 30 лет либо в уставном 57 (складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет превышает 75%»¹.

Формирование молодежного предпринимательства в нынешней стадии обязано содействовать не только подготовке квалифицированных кадров, но и быстрому переходу страны на инновационный путь развития. Главной задачей России считается создание инновационной экономики, что является невозможным без развития ее основы – сообщества молодых, инициативных, инновационно думающих бизнесменов или же предпринимателей. Но в тоже время на сегодняшний день до сих пор нет комплексной системы, позволяющей воспитывать новое поколение предпринимателей².

Предпринимательская деятельность в молодежной среде как сфера хозяйственной активности и научного изучения начала формироваться в России в начале 90-х годов. Тем не менее, в последующие десять лет, как демонстрирует мониторинг социального развития, осуществляемый отделом социологии молодежи ИСПИ РАН, заинтересованность к данной форме

¹Распоряжение Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года». URL: <http://base.garant.ru/70813498/> (дата обращения: 25.12.2017).

²Бендерская Т. А. Государственная поддержка молодежного предпринимательства в современной России // Вестник МГУП. 2012. № 11. С. 18-22.

деятельности среди молодого поколения активно понижался, что нашло отражение в сужении диапазона молодежного предпринимательства. Истоки падения заинтересованности в значительной форме лежат в специфике становления и функционирования предпринимательства среди молодых людей¹.

Со времени перехода страны к рыночной модели управления экономикой структурно-мотивационные компоненты молодежного предпринимательства претерпели существенные изменения. Исследования малого бизнеса в начале 90-х годов XX века демонстрировали, что молодые люди до 30-35 лет начинали заниматься бизнесом от безысходности или от отсутствия выбора сферы деятельности. На сегодняшний день ситуация значительно поменялась, и выбор происходит под влиянием таких стимулов, как «самореализация», «амбиции», «новые возможности». Этот факт свидетельствует о том, что молодежное предпринимательство России вышло на принципиально новый, цивилизованный уровень.

Н. В. Ахиярова считает, что: «Для занятия предпринимательской деятельностью молодежь имеет сегодня определенные перспективы. Это обусловлено распространенной в молодежной среде ориентацией на успех и соответствием возрастных качеств молодых людей социально-психологическим требованиям рынка (инициативность, мобильность, смелость, склонность к риску, способность учиться и переучиваться, открытость инновациям и т.п.). Также данная социальная группа обладает новаторским, инновационным потенциалом, который необходимо развивать, при этом молодой предприниматель должен уметь преподнести свою идею, уметь заявить о себе, своих качествах. Молодежь призвана воспроизвести,

¹Староверов В. В. Становление и функционирование российского молодежного предпринимательства // Мониторинг. 2004. № 2. С. 49-60.

преобразовать и транслировать совокупный общественный и, в том числе, предпринимательский опыт»¹.

Объективным основанием для развития молодежи как субъекта предпринимательства, так и одновременно ключевым стратегическим звеном данного процесса считаются разнообразные аспекты социальной среды. Она подразумевает под собой различного рода уровни социальной реальности – с одной стороны, макро и микрообъективный, с другой – макро- и микросубъективный.

Макро- и микросреда, формирующие социальные условия развития молодого поколения как субъекта общественного воспроизводства, определяют закономерности ее социального развития в сфере предпринимательства. Они характеризуются неопределенностью, стабильностью и нестабильностью социально-экономических, политических и социокультурных условий.

Успех воспроизводственного процесса не ограничивается объективными факторами, а также зависит от степени устойчивости макросубъективного уровня. То есть, от наличия определенности общественно важных ценностей, от степени регулирующего воздействия социальных ценностей на индивидуальное сознание и поведение и от соответствия социального и личного в мотивационной сфере сознания молодого поколения².

В сфере предпринимательства – это ценности свободы, успеха, достижения не только индивидуально значимой, но и социально важной цели в рамках правового пространства. Всевозможные отклонения реальности образуют разного порядка субъективные уровни социальной реальности. Они связаны, в первую очередь, с развитием социальных установок, норм,

¹Ахиярова Н. В. Молодежное предпринимательство – бизнес-потенциал социально-экономического развития Республики Башкортостан // Вестник Башкирск. ун-та. 2008. № 3. С. 659-662.

²Староверов В. В. Становление и функционирование российского молодежного предпринимательства // Мониторинг. 2004. № 2. С. 49-60.

ценностей и ценностных ориентаций, становлением общественного, группового и индивидуального сознания молодых предпринимателей.

Посредством сознания, в виде определенной структуры потребностей, интересов и ценностей, косвенно возникает противоположное влияние условий и отношений на социальную деятельность и активность этой социальной группы.

На микросубъективном уровне исполняется и прямое построение социальной реальности, где отображение макропроцессов в обычной жизни заполняет деятельность индивидов и групп особым содержанием, определяет образцы сознания. Построенная, подобным образом, структура мотивационной сферы сознания молодых предпринимателей является субъективной составляющей воспроизводства социальных отношений в сфере предпринимательской деятельности.

Таким образом, институциональное фиксирование цивилизованного бизнеса с продуктивными методами общественного контроля за ним создает надлежащие ценности и регулятивные структуры в сознании молодых предпринимателей. И напротив, легитимация противозаконной приватизации, криминальный характер бизнеса, коррупция в правоохранительных органах, призванных осуществлять контроль за коммерческими структурами, значительно искажают процесс институционализации предпринимательства, предпринимательской деятельности¹.

Молодежное предпринимательство как социально-экономическое явление заслуживает особого внимания с социологической науки и практики управления. Выделение молодежного предпринимательства как особого сегмента предпринимательства совершается вследствие того, что в отличие от других видов предпринимательства оно обладает собственными специфическими признаками, сильными и слабыми сторонами.

Сильные и слабые стороны молодежного предпринимательства.

¹Староверов В. В. Указ. Соч. С. 49-60.

Сильные стороны: высокое стремление к инновационности, инновационное молодежное мышление, высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота навыков в соответствии с меняющимися условиями, потенциальная способность молодого поколения противодействовать различного рода рискам.

Слабые стороны: небольшой общественный опыт, недостаток деловой репутации, крайне слабые практические навыки использования финансовых законов и механизмов, отсутствие защиты от бюрократических структур.

Данные особенности, выделяя молодежное предпринимательство в особую категорию, устанавливают главные задачи по его поддержке: формирование сильных и преодоление слабых сторон.

Следует отметить, что первоочередной задачей формирования предпринимательской деятельности представляется становление положительного образа предпринимателя, содержащего экономическую ответственность, инновационное поведение и общественно значимую направленность. Рыночная система отношений требует подготовленного подхода к открытию собственного бизнеса¹.

А. Казанцева предполагает, что универсальная модель развития молодежного предпринимательства должна отображаться таким образом:

- 1) Взаимодействие с партнерами и спонсорами;
- 2) Информационная политика;
- 3) Финансирование;
- 4) Образовательные мероприятия;
- 5) Коммуникационное общение предпринимателей².

Для развития молодежного предпринимательства по данной модели, Казанцева А. считает, что «совместными усилиями общественных

¹ Васильев В. Л. Бизнес и риск в инновационной экономике // Управление риском. 2013. № 4. С. 35.

²Казанцева А. Удачный старт молодых предпринимателей // Молодежь и общество. 2010. № 4. С. 4-28.

организаций и государственных органов необходимо найти и внедрить механизмы различного уровня»¹.

Социологическое исследование молодежного предпринимательства по-прежнему остается одной из наименее развитых направлений современной общественной жизни; проблематика молодежного предпринимательства недостаточно изучена в прикладной социологии.

Молодежное предпринимательство как социальный институт все еще пребывает на стадии становления и требует законодательного урегулирования. Несмотря на тот факт, что молодежное предпринимательство существует фактически, оно до сегодняшнего дня до сих пор не получило соответствующего социального-правового статуса.

Социологическое представление молодежного предпринимательства ни в коем случае не должно обходиться лишь понятиями «молодой индивидуальный предприниматель» и «молодежное предприятие». Оно значительно обширнее и подразумевает собой самостоятельную деловую активность (в том числе и вид социального поведения) предприимчивой молодежи.

Помимо всего этого, молодежное предпринимательство способно осуществлять ряд общественно важных функций (свойственных сферам молодежной и социальной политики), таких как: развитие нового менталитета нации, основывающегося на позитивном отношении к институту частной собственности и предпринимательству; увеличение стремления молодого поколения к экономической активности; организация занятости молодежи; осуществление профессиональной ориентации и профессиональной подготовки молодежи; обеспечение возможности для реализации достаточно высокого образовательного потенциала молодежи, ее самореализации и самоутверждения; улучшение уровня жизни молодого

¹Казанцева А. Указ. соч. С. 4-28.

поколения; развитие активной социальной позиции молодежи; повышение социальной защищенности молодых людей¹.

Молодежное предпринимательство следует рассматривать как относительно самостоятельный и значимый сегмент малого и среднего бизнеса, представленный как молодыми предпринимателями, так и молодежными предприятиями, деятельность которых предполагает собой успешную социализацию и адаптацию молодежи в условиях формирования рыночно-конкурентного общества.

В соответствии с данным положением молодежным предпринимательством считается самостоятельная деловая активность предприимчивых молодых людей, которая не противоречит закону и основана на определенных ресурсах, автономной социально-экономической инициативе, инновационности, личностных качествах, а также ответственности, направленная как на получение прибыли и достижение материального благополучия, так и на свободную самореализацию и самоутверждение молодого поколения.

Исходя из вышеуказанного широкого социологического понятия молодежного предпринимательства, к субъектам молодежного предпринимательства относятся:

- 1) молодые индивидуальные предприниматели (имеющие государственную регистрацию);
- 2) молодежные предприятия (в регионах могут существовать соответствующие зоны субъектов Федерации);
- 3) молодые предприниматели из числа учащейся молодежи (без государственной регистрации; «студенческое предпринимательство»);
- 4) молодые люди и молодежные проектные группы, осуществляющие предпринимательскую деятельность эпизодически (без государственной регистрации).

¹Позняков В. П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей // Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты. М., 2007. С. 522.

В. Радаев отмечает: «Студенческое предпринимательство является неотъемлемой частью молодежного предпринимательства и рассматривается в качестве необходимого потенциала для его развития, однако оно находится пока что за пределами правового поля малого и среднего предпринимательства РФ и регионов»¹.

На пути становления и развития молодежного предпринимательства на сегодняшний день стоит ряд серьезных проблем, решение которых требует пристального к себе внимания со стороны государства, прежде всего региональных органов власти. Особенно ярко государственные и социальные проблемы молодежного предпринимательства проявляются в регионах России.

В основе государственной поддержки молодежного предпринимательства лежит стимулирование молодежной активности в сфере предпринимательства посредством формирования и реализации в субъектах РФ системы мер по вовлечению молодежи в данную сферу.

Основными направлениями государственной поддержки молодежного предпринимательства являются:

1. Вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность;
2. Оказание помощи в трудоустройстве молодым людям в сферах малого и среднего бизнеса;
3. Оказание содействия в сфере продвижения инновационных проектов молодых предпринимателей;
4. Финансовая и имущественная поддержка молодого бизнеса;
5. Содействие в повышении уровня образования и квалификации субъектов молодежного предпринимательства.

¹Радаев В. В. Малый бизнес и проблемы деловой этики. Надежда и реальность // Вопросы экономики. 1996. № 7. С. 58.

Данные и иные направления государственной поддержки реализуются на средства Федеральных программ, региональных программ и частных инициатив поддержки молодежного предпринимательства¹.

В ряде административно-правовых актов регионов истолковано понятие субъектов молодежного предпринимательства, тем не менее у него существуют различные варианты трактования. Например, в отдельных регионах России установлены нормативные акты, устанавливающие субъекты молодежного предпринимательства как хозяйствующие субъекты: юридические лица, в уставном капитале которых доля, являющаяся собственностью физических лиц в возрасте до 30 лет, составляет более 50%, и индивидуальные предприниматели в возрасте до 30 лет. Такие формулировки понятия «молодежного предпринимательства» отражены в официальных документах, например, нормативных актах Хабаровского края, Архангельской, Новосибирской, Амурской, Свердловской, Мурманской областей, Удмуртской Республики, Республики Башкортостан и ряде других субъектов Российской Федерации².

Для ведения предпринимательской деятельности необходимо соответствие, по крайней мере, 3-х условий: наличие у субъекта индивидуально-психологических свойств, личностных характеристик, умений и т. д.; мотивация субъекта (может быть внутренней и/или внешней); наличие среды, характеризующей определенный набор свойств, показателей и характеристик. Именно свойства и особенности среды предприниматель использует для решения собственных задач, в том числе и для «изобретения» нового бизнеса.

Значимость государственной политики в отношении начинающих предпринимателей, должна заключаться в том, что в рамках мер поддержки с целью открытия собственного дела, учитывать взаимоувязку бизнес-обучения и бизнес-консультирования, и обеспечение льгот и кредитных

¹ Меркулов П. А. Молодежное предпринимательство как фактор устойчивого социально-экономического роста // Среднерусский вестник общественных наук. 2017. № 3. С. 42-52.

² Там же.

гарантий. Молодежное предпринимательством же можно воспринимать при грамотной поддержке, снятии административных барьеров, формирование оптимальных и удобных условий для ведения деятельности в производстве как будущий средний класс, который даст стране гораздо намного больше со временем, чем в настоящий момент за счет увеличения нагрузки с помощью различных инструментов¹.

Э. Ю. Кочесокова рассматривает различные факторы, которые препятствуют развитию молодежного предпринимательства. По мнению автора, основными проблемами при открытии собственного дела для молодежи являются:

- 1) отсутствие опыта, т.е. они не знают, как и с чего начать свой бизнес;
- 2) недостаток финансовой базы, даже при наличии собственного проекта они не имеют возможности реализовать его на практике;
- 3) недостаточность образования, т.е. даже если молодые люди имеют основы экономических знаний, у них отсутствуют знания именно в сфере предпринимательства.

Непосредственно препятствуют развитию молодежного предпринимательства в России такие факторы как:

- 1) отсутствие полноценной законодательной базы;
- 2) слабая развитость системы финансирования бизнес-проектов;
- 3) наличие высоких налоговых и кредитных ставок;
- 4) отсутствие информационного ресурса, в котором молодые люди смогли бы найти необходимую информацию о существующих программах поддержки предпринимательства;
- 5) коррупционные барьеры и «теневая» экономика и т.д.²

Казимов В. Ю. отмечает, почему молодежь является главным элементом в переходе к инновационной экономике:

¹Милославский В. Г. Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России // Молодой ученый. 2016. № 8. С. 594-597.

²Кочесокова Э. Ю. Исследование основных проблем и перспектив развития молодежного предпринимательства в РФ // *Juvenis scientia*. 2016. № 1. С. 50-51.

1) «В силу специфики России: долгое время в нашей стране предпринимательство считалось мошенничеством, жульничеством, и оно ни просто не поддерживалось государством, но и было запрещено законодательно. Сейчас же пришло понимание необходимости развития малого и среднего бизнеса, важности оказания помощи, поддержки. Проблема предпринимательства широко обсуждается на государственном и региональном уровнях».

2) «Молодежь в большей степени готова к переменам, легче и быстрее привыкает к новым условиям, что, безусловно, очень важно для современного общества. Молодежь, как правило, отличается креативностью мышления, что положительно должно повлиять на предпринимательскую деятельность, на конкурентоспособность бизнеса. Сегодня для успешного ведения бизнеса необходимо учитывать потребительские интересы, предпочтения. Запросы потребителей постоянно меняются, поэтому рынок очень сегментирован, и емкость таких сегментов весьма незначительна. Малые предприятия, создаваемые молодыми людьми, способны особенно быстро реагировать на потребительские запросы, осваивая выпуск мелкосерийной, уникальной продукции или специфических услуг для отдельных рыночных сегментов. Также молодые люди обладают высоким уровнем актуализации образования, т.к. совсем недавно окончили учебные заведения, либо учатся и их знания еще не устарели»¹.

Несмотря на активную реализацию мер, нацеленных на развитие молодежного предпринимательства, нерешенными остаются проблемы, влияющие на готовность молодых людей создавать собственные бизнес-проекты. К основным проблемам относятся:

1. Социальное отношение молодежи. В молодежной среде мало готовности рисковать, создавать что-то новое, отсутствует дух предпринимательства.

¹Казимов Г. Ю., Казимова Л. Л. Поддержка молодежного предпринимательства как фактор экономического развития России // Вестник СПИ. 2014. № 4 (12). С. 29.

2. Общественное восприятие предпринимателей. Среди молодых людей предприниматели воспринимаются, как люди, которым приходится постоянно преодолевать трудности, а не как бизнесмены, стремящиеся к успеху.

3. Уровень и содержание образовательных программ. Традиционные российские учебные заведения дают основы экономических знаний, при этом не формируют стимулы и поведенческие компетенции, без которых успешная предпринимательская деятельность невозможна¹.

Система поддержки молодежного предпринимательства включает в себя организационные структуры федерального, регионального и местного уровней. Все они объединены общей целью и задачами, нормативно-правовой базой, организационно-правовыми отношениями и функционируют на основе единых методических и функциональных подходов. К основным организациям, оказывающим поддержку и осуществляющим развитие молодежного предпринимательства, относятся:

1. Международная и Российская молодежные палаты;
2. Молодежная общественная палата;
3. Российский центр содействия молодежному предпринимательству;
4. Ассоциация молодых предпринимателей России.

Данные организации разрабатывают множество программ поддержки малого и среднего бизнеса, но реализовываться они будут только при поддержке регионов и муниципалитетов².

Федеральным агентством по делам молодежи был разработан комплекс мероприятий, направленный на вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность «Ты – предприниматель»³.

Программа создает максимально комфортные условия для вовлечения, отбора и обучения молодых людей основам предпринимательской

¹Власов Г. Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. 2011. Т. 12. № 10. С. 12.

²Там же.

³ Программа Федерального агентства по делам молодежи «Ты – предприниматель». URL: <http://www.molpred.ru/seliger/> (дата обращения: 26.12.2017).

деятельности с целью дальнейшего открытия ими собственных предприятий. В рамках программы реализуются следующие мероприятия.

1. Конкурс «Молодой предприниматель России».
2. Международный молодежный экономический форум в городе Санкт-Петербурге.
3. Комплекс мероприятий, направленных на развитие навыков предпринимательства у старшеклассников.
4. Всероссийский образовательный форум «Селигер».

«Разработка государственной программы «Вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность» Федеральным агентством по делам молодежи в качестве образца целевой программы для реализации в субъектах Российской Федерации призвана стимулировать активность молодых людей в сфере предпринимательства, направлена на вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность»¹. Предполагается, что в процессе реализации проекта 10 % участников, прошедших модульное обучение, создаст собственное предприятие. Регионам необходимо на ее основе разработать собственные программы и приступить к их немедленной реализации.

Крайние исследования «Предпринимательство и самозанятость в России», проведенные ВЦИОМом 1 в феврале 2017 года, демонстрируют, что положительно относятся к малому и среднему бизнесу 93 % россиян, причем доля однозначно позитивных оценок за последние четыре года увеличилась с 41 до 74 %. Доля негативных оценок уменьшилась с 9 до 5 %. Таким образом, положительные и негативные оценки предпринимательства достигли соответственно максимума и минимума за последние девять лет.

Результаты исследований показывают, что возросла и доля тех, кто сам хотел бы открыть свое дело: в 2017 году это 27% против 19% в 2009 г. Чаще всего подобные стремления выражают мужчины – 37%. Такое желание

¹Программа «Вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность». Федеральное агентство по делам молодежи. URL: <http://pandia.ru/> (дата обращения: 6.01.2018).

максимально среди 18-24-летних – это 52%, но оно стремительно убывает с возрастом.

«Несмотря на то, что в возможность ведения честного бизнеса в нашей стране большинство россиян (56 %) по-прежнему не верят, в сравнении с 2007 г. ситуация выглядит куда более оптимистично: доля скептиков снизилась с 69%, а доля положительных ответов выросла вдвое: с 21% до 41%»¹.

«Социологические исследования демонстрируют, что процент молодежи, желающей заниматься развитием собственного бизнеса, в несколько раз превосходит долю тех, кто уже создал свое дело. По данным ИКСИ, 78% респондентов считают открытие малого бизнеса как способ самореализации, 60% предпочитают собственный бизнес, рассчитывая на получения более высокого уровня дохода по сравнению с работой по найму. Тем не менее на сегодняшний день лишь 3 % молодых людей имеют собственный бизнес»².

Данные фонда «Общественное мнение» демонстрируют, что бизнес в России стремительно молодеет: 26% всех бизнесменов – люди до 30 лет. Социологические опросы показывают также, что 30% молодежи до 23 лет заинтересованы в открытии собственного дела³. На стремление использовать открывающиеся возможности и оценку знаний как достаточных для создания бизнеса оказывает влияние ряд факторов. Они включают не только общеэкономические условия развития страны/региона, существующие возможности трудоустройства, но и развитость предпринимательской культуры, исторический опыт, образование.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

¹Пресс-выпуск № 3314. Предпринимательство и самозанятость в России // ВЦИОМ: URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082> (дата обращения: 15.01.2018).

²Власов Г. Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. 2011. Т. 12. № 10. С. 11.

³Проект обучения предпринимателей / Фонд поддержки социальных проектов «Образование обществу». URL: <http://eduso.ru/> (дата обращения: 15.01.2018).

1. В настоящий момент на этапе рыночной системы отношений формирование молодежного предпринимательства проходит через период институционализации, так как данное социально-экономическое явление в обществе находится пока на стадии упорядочения, организационного оформления и стандартизации и требует законодательного закрепления и урегулирования.

2. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе должно способствовать не только подготовке квалифицированных кадров, но и быстрому переходу России и Казахстана на инновационный путь развития.

3. Молодежное предпринимательство – это самостоятельная деловая активность предприимчивых молодых людей, которая не противоречит закону и основана на определенных ресурсах, автономной социально-экономической инициативе, инновационности, личностных качествах, а также ответственности, направленная как на получение прибыли и достижение материального благополучия, так и на свободную самореализацию и самоутверждение молодого поколения.

4. Ключевой задачей развития предпринимательской деятельности в молодежной среде является формирование положительного имиджа предпринимателя, содержащего в себе экономическую ответственность, инновационное поведение, а также общественную направленность.

5. Напрямую препятствуют формированию молодежного предпринимательства в России и Казахстане такие факторы как: недоработанность законодательной базы; низкая развитость системы финансирования бизнес-проектов; наличие высоких налоговых и кредитных ставок; недостаток или же полное отсутствие информационного ресурса, в котором молодежь смогла бы отыскать нужную информацию о существующих программах поддержки предпринимательства; коррупционные барьеры и «теневая» экономика и т.д.

РАЗДЕЛ II. СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ОЦЕНКИ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Авторское исследование на тему «Оценка и перспективы развития молодежного предпринимательства (международный сравнительный анализ)» проводилось с 15 февраля по 16 мая 2018 года тремя методами: анкетный опрос, фокус-группа и экспертный опрос.

В ходе социологического исследования было проведено анкетирование молодежи в возрасте 14-30 лет, проживающих в г. Белгороде (Россия) и в г. Алматы (Казахстан). Выборка для г. Белгорода составила – 381 чел. Выборка же для г. Алматы составила – 384 чел. Итого, было опрошено 765 человек.

Респондентам было предложено ответить на 17 вопросов анкеты.

Рассмотрим результаты, полученные при анкетировании (распределение ответов респондентов представлено в Приложении 5).

В нашей работе мы сравним результаты опроса молодежи г. Белгорода и г. Алматы.

В результате проведения социологического исследования мы получили следующие данные: респонденты из г. Белгорода понимают под предпринимательской деятельностью, в большинстве своем, возможность иметь собственный бизнес (59 %). Остальные же респонденты подразумевают под предпринимательством возможность реализовать себя и собственные цели (25,1 %), работу без конкретных рамок (10,5 %), возможность управлять командой единомышленников (5,4 %) (см. диаграмма 1).

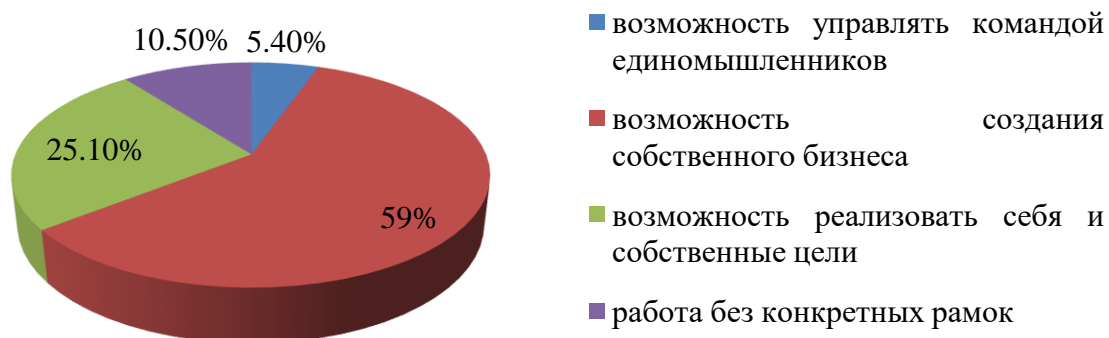


Диаграмма 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что вы понимаете под предпринимательской деятельностью?»

Ответы респондентов из г. Алматы распределились следующим образом: 42,2% возможность реализовать себя и свои цели; 35,1% возможность создать свой бизнес; 9,1% управлять командой единомышленников; 4,5% работать без конкретных рамок, также 9,1% выбрали другие интерпретации (см. диаграмма 2).

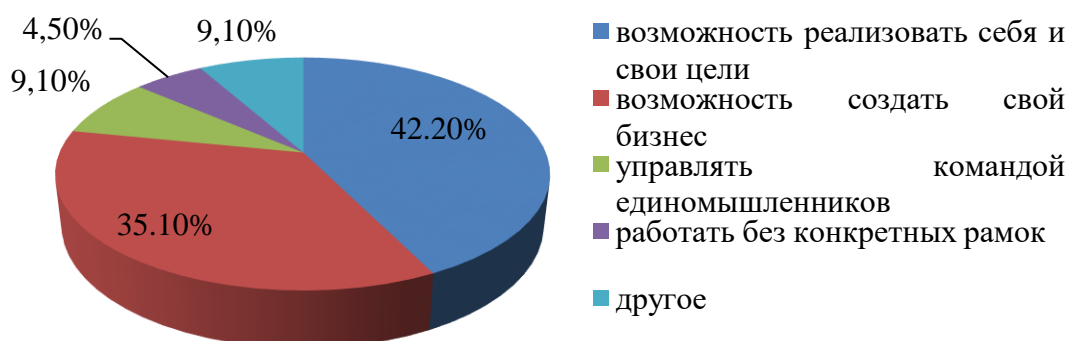


Диаграмма 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что вы понимаете под предпринимательской деятельностью?»

Неслучайно, респонденты отметили, что под предпринимательством они понимают именно открытие своего бизнеса и возможность реализоваться в обществе, потому что в современном мире важно реализовать себя, свои цели. Данное явление подтверждает пирамида потребностей Маслоу, где высшей потребностью является самореализация

Респонденты, проживающие в г. Белгороде положительно относятся к людям, занимающимся предпринимательством (74,4 %), нейтрально же к предпринимателям относятся 25,6 % респондентов (см. диаграмма 3).

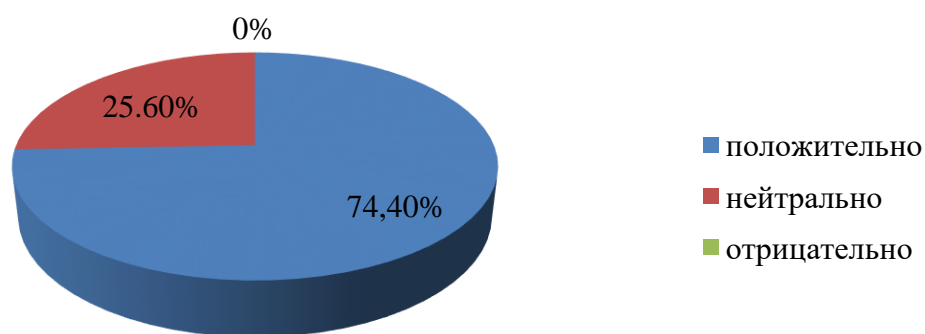


Диаграмма 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательством?»

Респонденты из г. Алматы так же, как и респонденты из г. Белгорода положительно относятся к предпринимателям (83,8 %). Нейтрально относятся 13,5 %, отрицательно же 2,7 % (см. диаграмма 4).

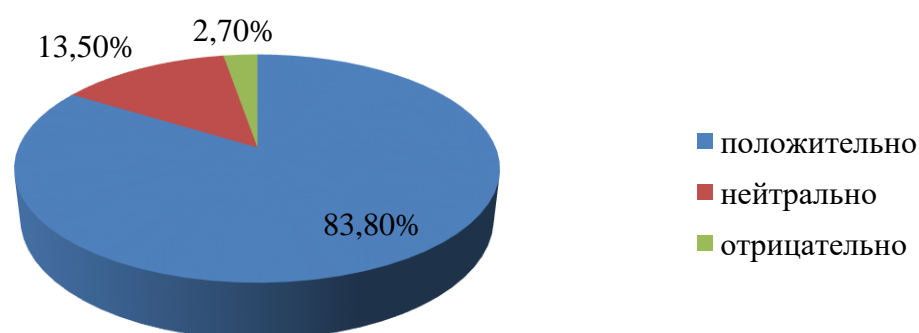


Диаграмма 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательством?»

У многих респондентов, проживающих в г. Белгороде вызвало затруднение определить, насколько легко открыть свое дело в Белгороде молодежи (41 %). Примерно четверть опрошенных считает, что открыть свое дело на территории Белгорода достаточно легко (23,1 %). Очень сложно открыть дело считает 17,9 % респондентов, весьма сложно выбрали 15,4 % (см. диаграмма 5).

На основе ответов опрошенных, можно сделать вывод, что в молодежной среде, среди респондентов из г. Белгорода, нет четкого осознания специфических черт феномена предпринимательства.

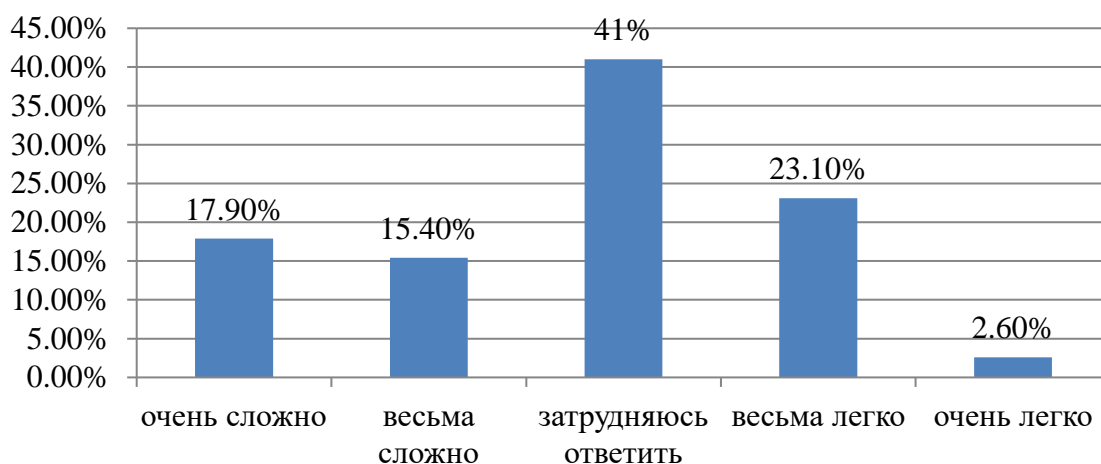


Диаграмма 5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько легко открыть свое дело молодежи в г. Белгороде?»

У многих респондентов из г. Алматы, равно как и у респондентов из г. Белгорода вызвало затруднение определить, насколько легко открыть свое дело молодежи в их регионе (г. Алматы) (54,1 %). Очень сложным делом открыть свой бизнес считают 27 %; 10,8 % полагают, что весьма сложно; 8,1 % отметили данный процесс весьма легким (см. диаграмма 6).

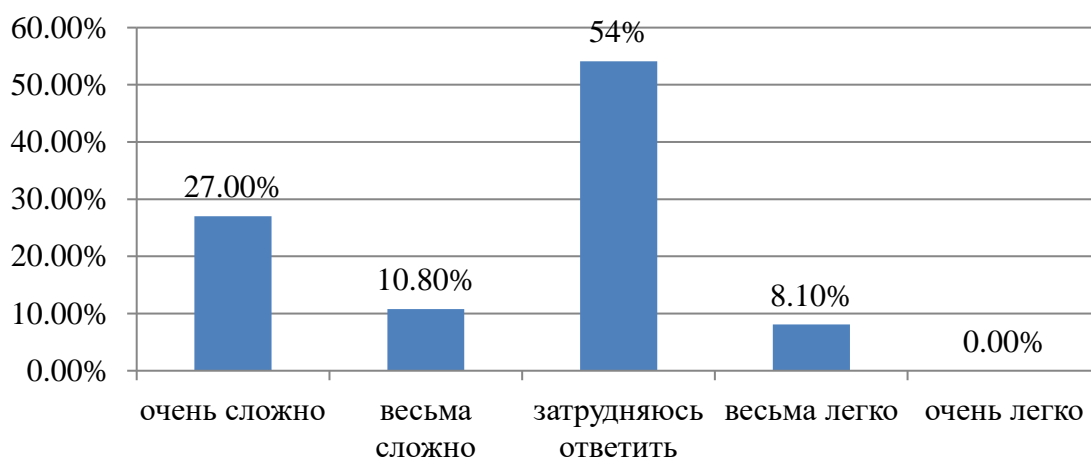


Диаграмма 6. Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько легко открыть свое дело молодежи в г. Алматы?»

Предприниматель, по мнению респондентов, проживающих в г. Белгороде, должен обладать лидерством и организаторскими способностями (76,9 %), стрессоустойчивостью (48,7 %) и целеустремленностью (48,7 %) (см. диаграмма 7).

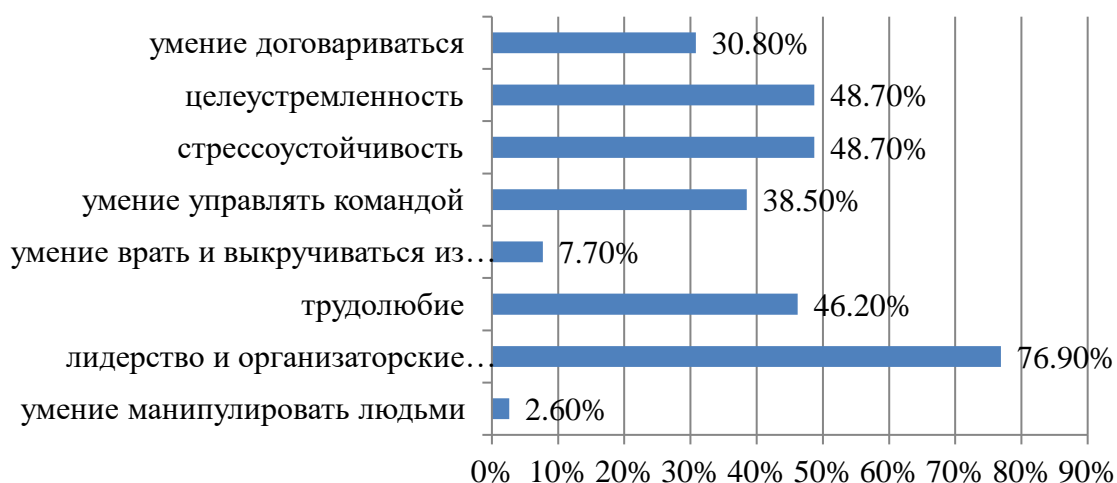


Диаграмма 7. Распределение ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, какими основными качествами должен обладать предприниматель? (не более 3-х)»

По мнению респондентов из г. Алматы, предприниматель должен обладать лидерством и организаторскими способностями (83,8%), целеустремленностью (56,8 %) и трудолюбием (45,9 %) (см. диаграмма 8).

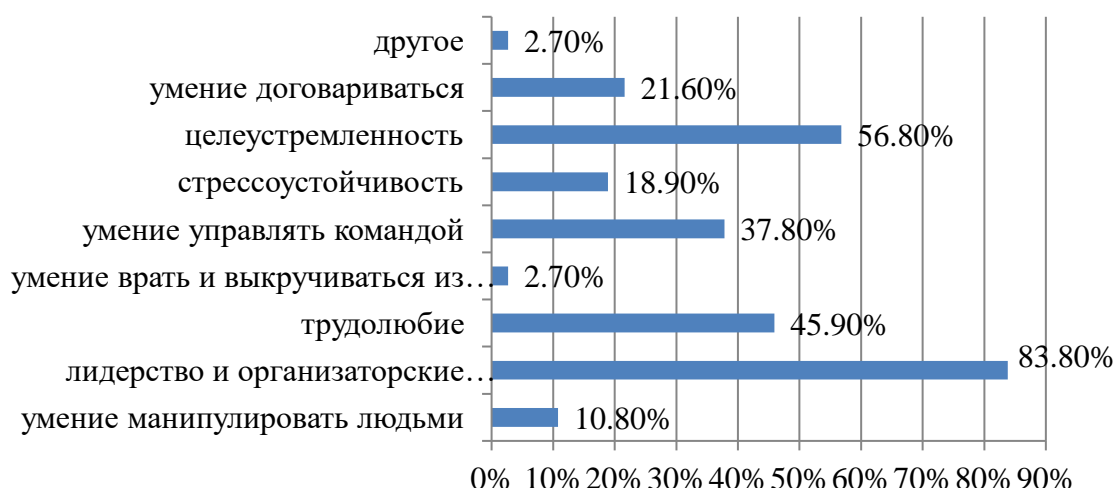


Диаграмма 8. Распределение ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, какими основными качествами должен обладать предприниматель? (не более 3-х)»

Как мы видим, качества, присущие предпринимателю, практически полностью совпадают, что в ответах респондентов из г. Белгорода, что в ответах респондентов из г. Алматы.

По мнению анкетированных из г. Белгорода препятствует началу осуществлению предпринимательской деятельности: отсутствие стартового капитала (69,2 %), отсутствие опыта в предпринимательстве (43,6 %) и

отсутствие помощи от государства, т.е. неблагоприятный предпринимательский климат (41%) (см. диаграмма 9).

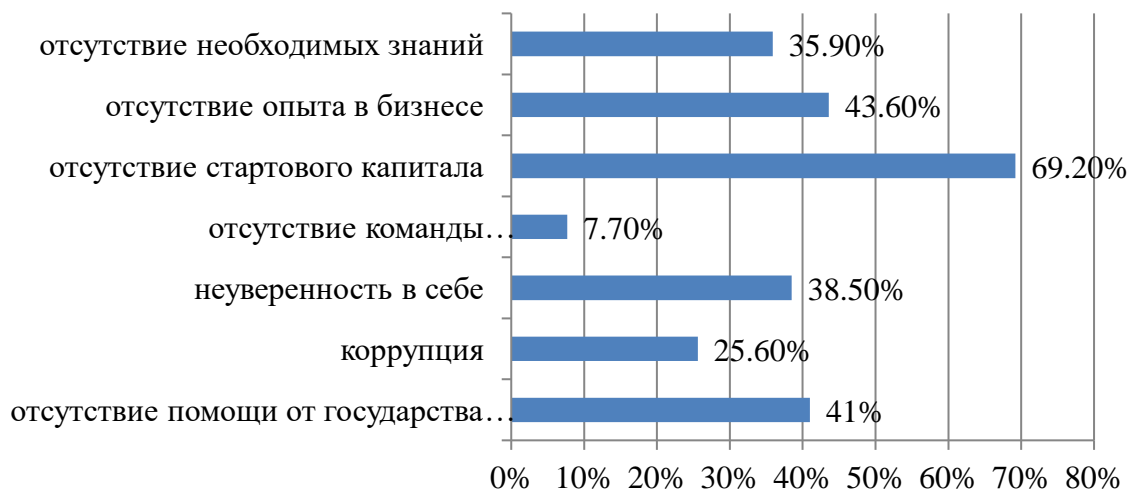


Диаграмма 9. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что, на ваш взгляд, препятствует началу осуществления предпринимательской деятельности? (не более 3-х)»

Респонденты из г. Алматы считают, что препятствуют началу осуществления предпринимательства такие факторы как: неуверенность в себе (56,8 %), отсутствие опыта в бизнесе (48,6 %), отсутствие стартового капитала (37,8 %) (см. диаграмма 10).



Диаграмма 10. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что, на ваш взгляд, препятствует началу осуществления предпринимательской деятельности? (не более 3-х)»

Мы видим, что показатели, которые отметили респонденты из г. Белгорода и респонденты из г. Алматы практически совпадают.

Большинство Белгородских респондентов хотели бы заняться предпринимательством (61,5 %). На данный момент занимаются

предпринимательской деятельностью 7,7 % респондентов. Категорически не хотят стать предпринимателями 5,2 % опрошенных. У 25,6 % респондентов вызвало затруднение в выборе ответа на данный вопрос (см. диаграмма 11).

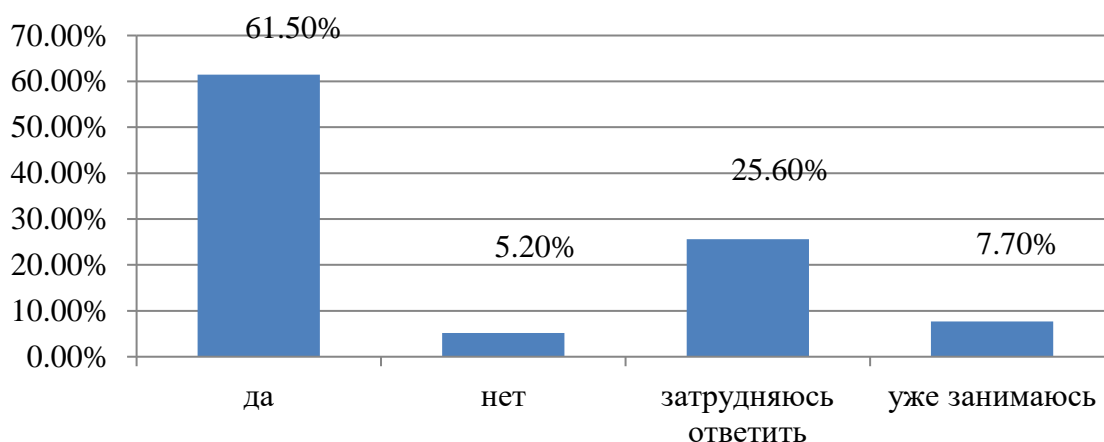


Диаграмма 11. Распределение ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы заняться предпринимательской деятельностью?»

Респонденты из г. Алматы, как и респонденты из г. Белгорода заинтересованы стать предпринимателями (86,5 %). Лишь 2,7 % опрошенных не хотели бы заняться предпринимательской деятельностью. Затруднились ответить 10,8 % (см. диаграмма 12).

Такой большой процент заинтересованных стать предпринимателями среди молодежи вполне объясним. Многие молодые люди не хотят «работать на кого-то», а хотят быть более свободными в трудовой деятельности.

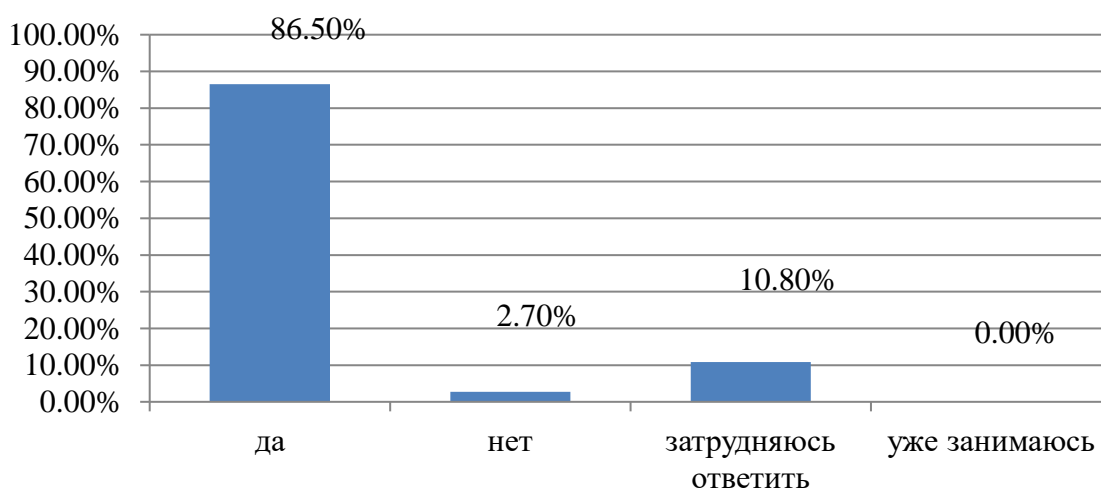


Диаграмма 12. Распределение ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы заняться предпринимательской деятельностью?»

Гипотеза о то, что респонденты из Белгорода наиболее заинтересованы заняться предпринимательской деятельностью, чем респонденты из Алматы, не подтвердилась.

Около половины респондентов из Белгорода (48,7 %) информированы о различных программах поддержки молодежного предпринимательства. Не в полной мере знают о поддержке предпринимательства 33,4 % опрошенных. Процент людей, не знающих ничего о поддержке предпринимательства, составил 17,9 % (см. диаграмма 13).

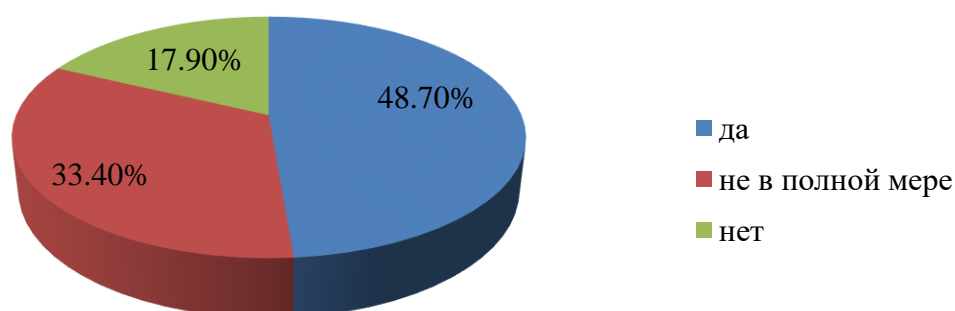


Диаграмма 13. Распределение ответов респондентов на вопрос «Знаете ли Вы о каких-либо программах поддержки и развития предпринимательства?»

Около половины респондентов из Алматы также знают о различного рода программах поддержки молодежного предпринимательства (48,6 %). Не в полной мере знают 35,1 %. Не информированы 16,2 % опрошенных (см. диаграмма 14).

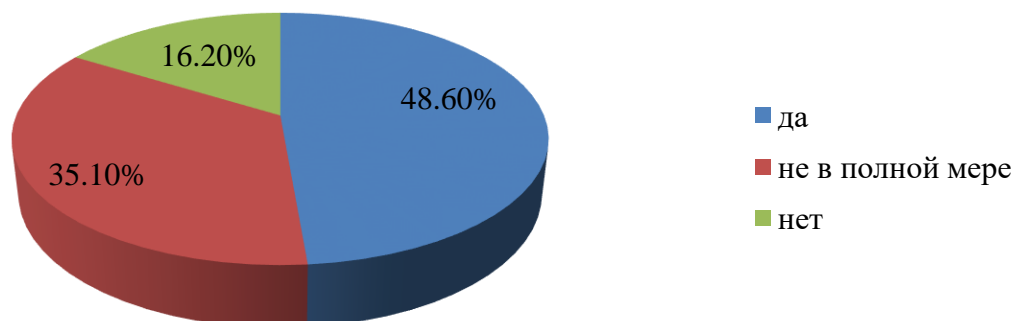


Диаграмма 14. Распределение ответов респондентов на вопрос «Знаете ли Вы о каких-либо программах поддержки и развития предпринимательства?»

Гипотеза о том, что относительное большинство респондентов знает о программах поддержки молодежного предпринимательств, подтвердилась.

Для большинства опрошенных из Белгорода идея важнее, чем деньги при открытии своего дела (66,7 %). Затрудняются ответить 20,5 % респондентов. Для 12,8 % респондентов именно деньги важнее идеи (см. диаграмма 15).

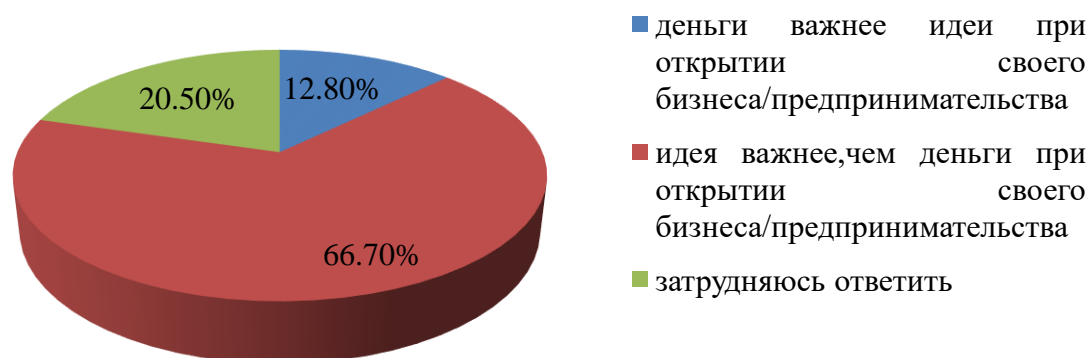


Диаграмма 15. Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, утверждение, с которым Вы согласны»

Идея важнее денег при открытии своего дела – так считают 64,9 % респондентов из Алматы. Всего 13,5 % опрошенных отметили, что деньги важнее идеи. Затруднились ответить 21,6 % (см. диаграмма 16). Показатели схожие с результатами опроса респондентов из Белгорода.

Гипотеза о том, что большинство респондентов считают деньги более важным элементом при открытии своего дела, чем идея, не подтвердилась.



Диаграмма 16. Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, утверждение, с которым Вы согласны»

Подавляющее большинство респондентов из г. Белгорода имеют в своем окружении людей, занимающихся предпринимательством (92,3 %). Не имеют в своем окружении людей, занимающихся предпринимательской деятельностью всего 2,6 % респондентов. Затруднились в ответе 5,1 % (см. диаграмма 17).

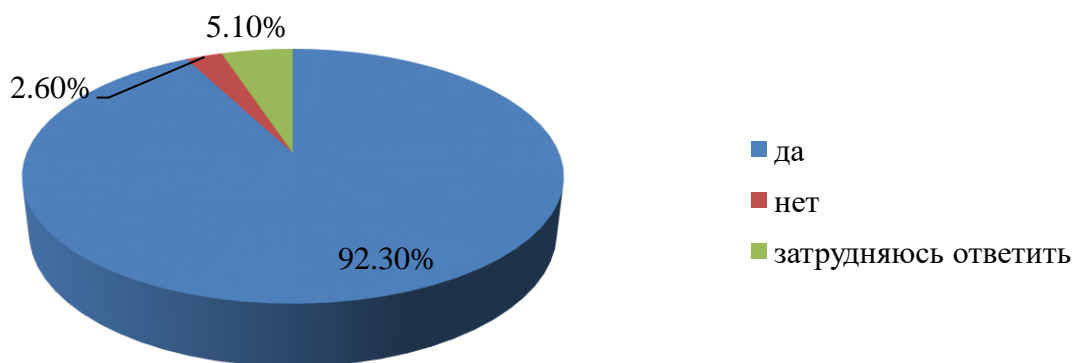


Диаграмма 17. Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли в Вашем окружении лица, занимающиеся предпринимательством?»

Большая часть респондентов из Алматы, как и респондентов из Белгорода имеет в своем окружении людей, связанных с предпринимательством (78,4 %). Лишь 13,5 % опрошенных не имеют в своем окружении предпринимателей. Затруднились ответить 8,1 % (см. диаграмма 18).

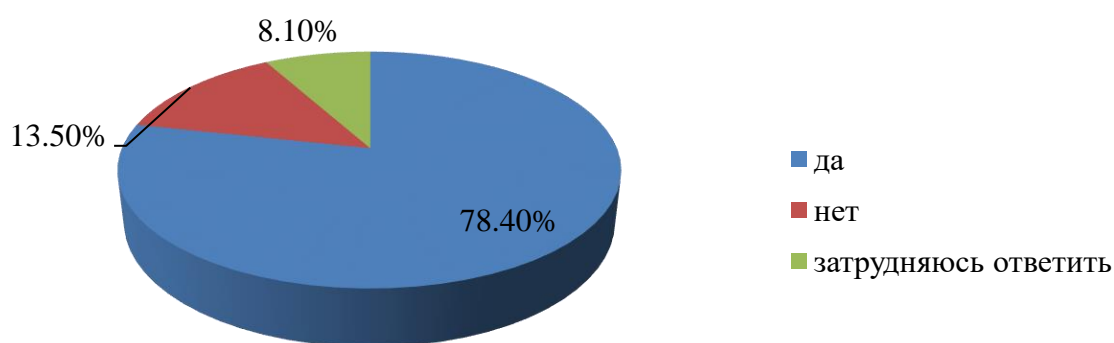


Диаграмма 18. Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли в Вашем окружении лица, занимающиеся предпринимательством?»

Больше, чем у половины опрошенных из г. Белгорода уже имеется бизнес-идея, которую они хотели бы реализовать (53,8 %). У почти трети

респондентов нет бизнес-идеи (28,2 %). Не задумывались над данным вопросом 18% респондентов (см. диаграмма 19).

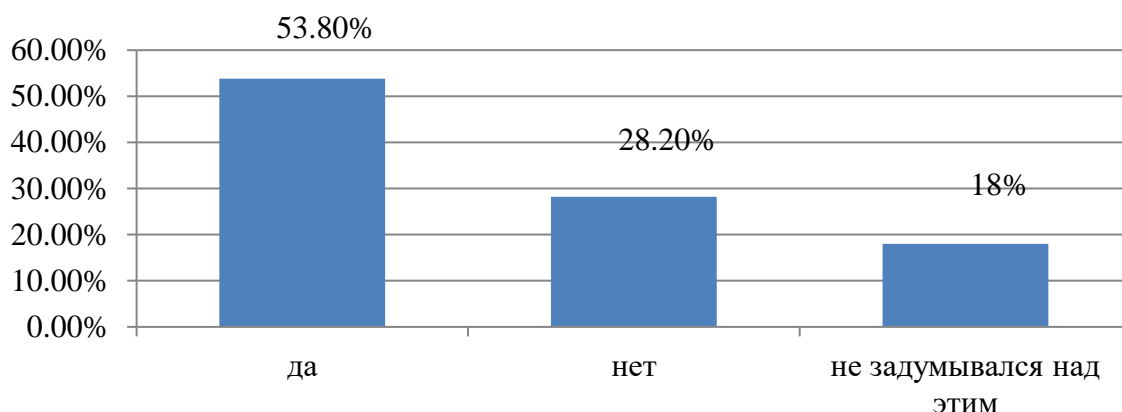


Диаграмма 19. Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у Вас бизнес-идея, которую хотели бы реализовать?»

У большинства респондентов из г. Алматы имеется бизнес идея (70,3 %). Лишь у 5,4 % опрошенных нет идеи. Не задумывались над данным вопросом 24,3 % (см. диаграмма 20).

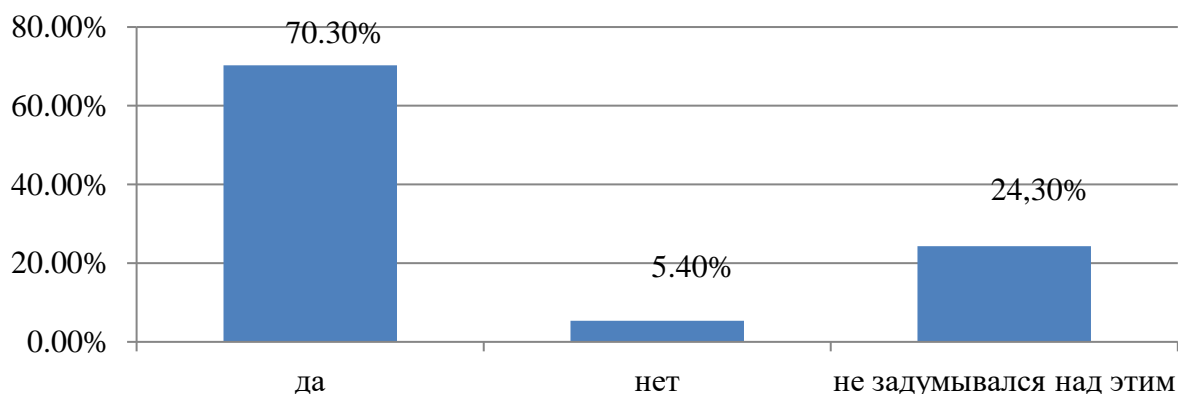


Диаграмма 20. Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у Вас бизнес-идея, которую хотели бы реализовать?»

Около половины респондентов из Белгорода считают, что получать высшее образование, чтобы открыть свое дело совсем не обязательно (46,2 %). Также 33,3 % опрошенных полагают, что высшее образование все-таки необходимо. Совсем не нужным высшее образование отметили 5,1 % респондентов. Затруднились ответить 15,4 %. Результаты ответов на данный вопрос не вызывают какого-либо удивления, т.к. существует немало примеров предпринимателей, которые не имели высшего образования, но добились высоких результатов (см. диаграмма 21).

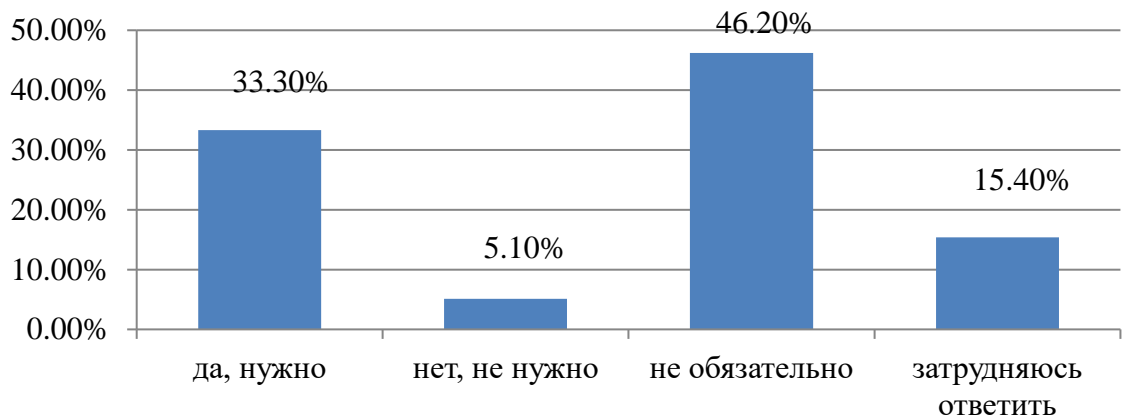


Диаграмма 21. Распределение ответов респондентов на вопрос «Нужно ли получать высшее образование человеку, который решил стать предпринимателем?»

Большее половины анкетированных из Алматы полагают, что для того, чтобы заняться предпринимательством, совсем не обязательно получать высшее образование (56,8 %). Обязательным высшее образование считают 35,1 % респондентов. Совсем не нужным высшее образование считают 5,4 %. Затруднились ответить 2,7 % (см. диаграмма 22).

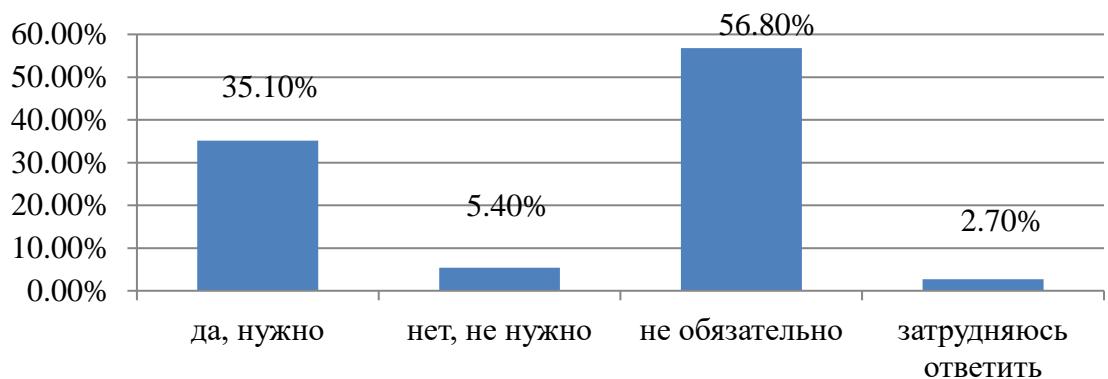


Диаграмма 22. Распределение ответов респондентов на вопрос «Нужно ли получать высшее образование человеку, который решил стать предпринимателем?»

Для 43,6 % опрошенных из г. Белгорода при решении социальной задачи важнее решить социальную проблему (задачу), нежели получить прибыль. Получить прибыль важнее, чем решить социальную проблему выбрали 25,6 % опрошенных. Затруднились ответить 30,8 % респондентов (см. диаграмма 23).



Диаграмма 23. Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас»

Большее половины респондентов из Алматы считают, что при решении социальной проблемы важнее решить социальную проблему (задачу), чем получить прибыль (54,1 %). Вариант «при решении социальной проблемы / задачи, для меня важнее получение прибыли» выбрали 18,9 % опрошенных. Затруднились ответить 27 % (см. диаграмма 24).

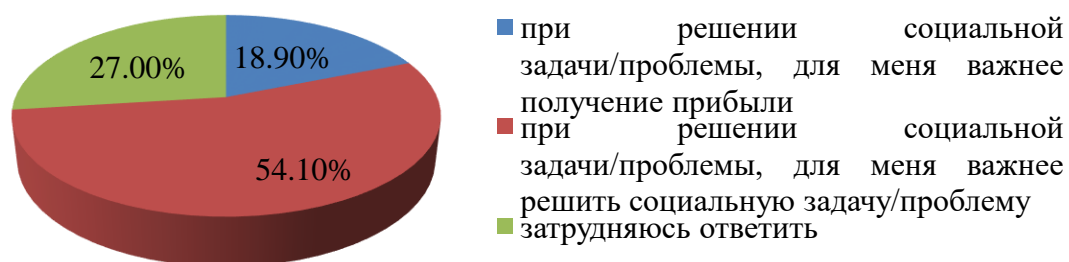


Диаграмма 24. Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас»

На вопрос «В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у вас действующий бизнес?» 30,8 % респондентов из Белгорода выбрали торговлю, 28,2 % сферу услуг, 12,8 % туризм, 10,3 % социальное предпринимательство, 7,7 % выбрали строительство, 2,6 % агробизнес, другие направления выбрали 7,7 % опрошенных (см. диаграмма 25).

Не случайно с большим отрывом, по результатам опроса, лидируют такие сферы как торговля и услуги, ведь именно данные направления являются одними из самых широкомасштабных сфер предпринимательства.

К тому же данные направления являются одними из самых древних. Также стоит отметить, что социальное предпринимательство становится на сегодняшний день модным и весьма актуальным направлением в предпринимательской деятельности.

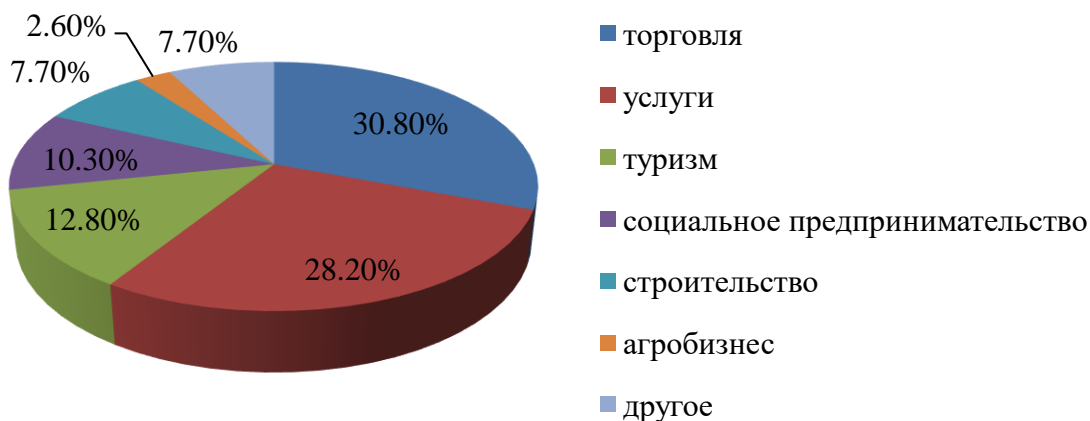


Диаграмма 25. Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у Вас действующий бизнес?»

Распределение ответов респондентов из Алматы на вопрос «В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у вас действующий бизнес?» было следующим: по 21,6 % выбрали торговлю и социальное предпринимательство; 18,9 % отметили туризм; услуги 16,2 %; строительство 5,4 %; агробизнес 2,7 %, другие направления выбрали 13,5 % респондентов (см. диаграмма 26).

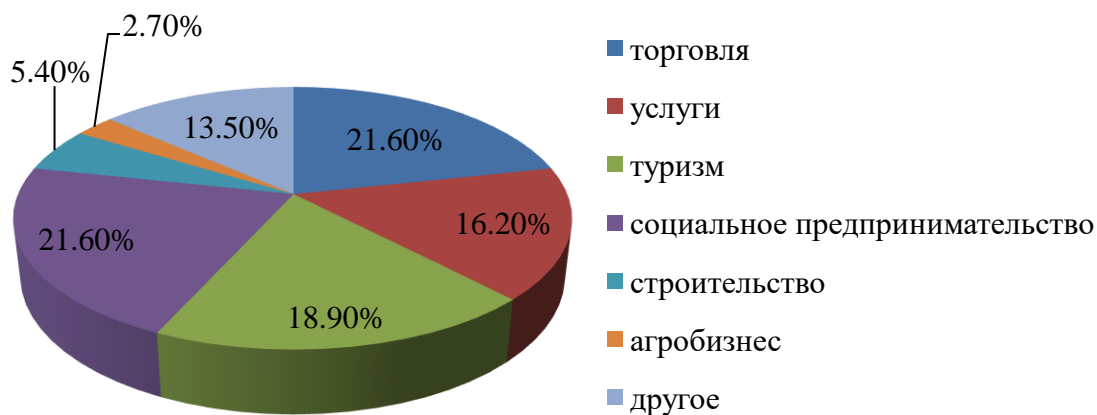


Диаграмма 26. Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у Вас действующий бизнес?»

При реализации бизнес-проекта респонденты из г. Белгорода планируют использовать: собственные средства (38,5 %), гранты (28,2 %), заемные средства (у друзей, родителей) (20,5 %), поручительство перед банками выбрали 12,8 % опрошенных (см. диаграмма 27).

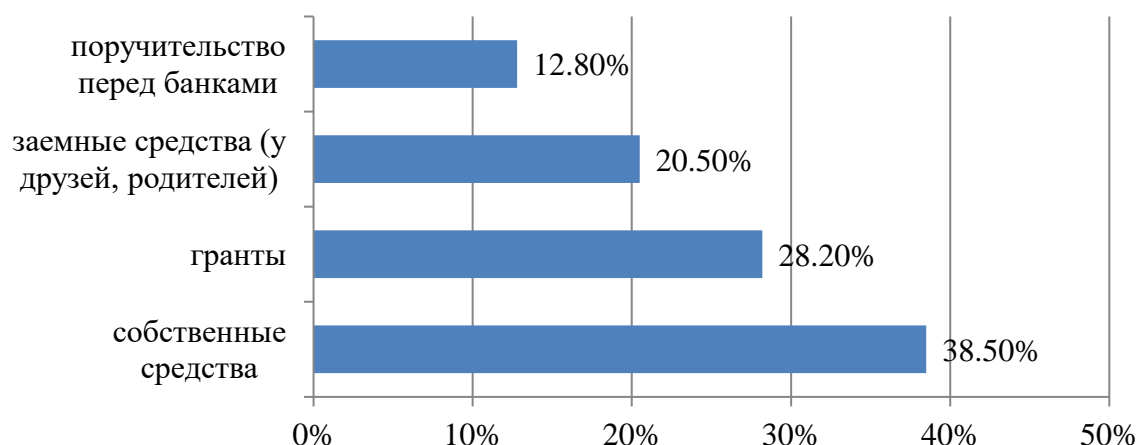


Диаграмма 27. Распределение ответов респондентов на вопрос «При реализации Вашего бизнес-проекта вы планируете использовать»

Больше половины респондентов из Алматы при реализации своего бизнес-проекта использовали бы собственные средства (56,8 %). Поручительство перед банками выбрали 18,9 % респондентов. Гранты отметили 13,5 %. Заемные средства для открытия своего дела выбрали 10,8 % респондентов (см. диаграмма 28).

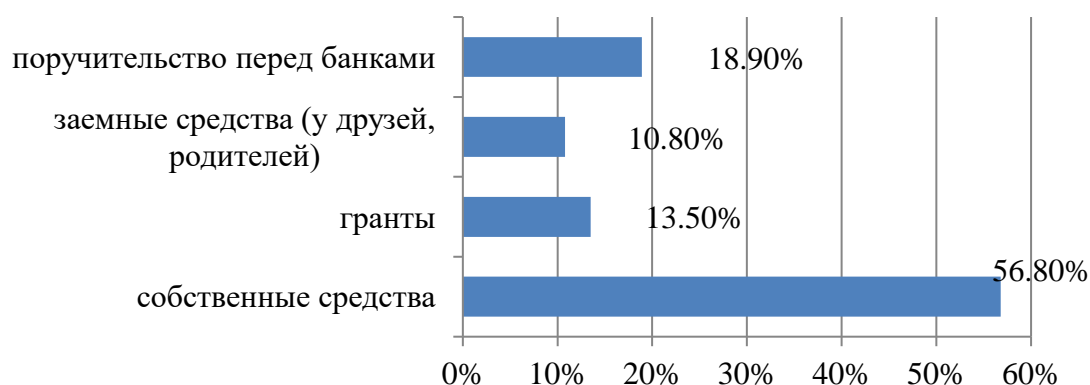


Диаграмма 28. Распределение ответов респондентов на вопрос «При реализации Вашего бизнес-проекта вы планируете использовать»

На вопрос «Взяли бы Вы в бизнес-партнеры близкого друга/родственника?» ответы опрошенных из г. Белгород распределились следующим образом: 28,2 % отметили, что скорее взяли бы; 28,2 % считают,

что дружеские / родственные связи нельзя ввязывать в бизнес; 23,1 % совершенно точно взяли бы в партнеры друга или родственника; 20,5 % скорее не взяли бы в бизнес-партнеры друга или родственника (см. диаграмма 29).

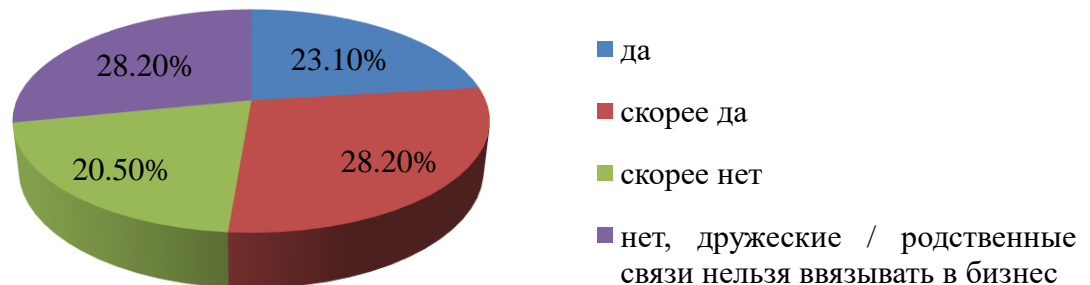


Диаграмма 29. Распределение ответов респондентов на вопрос «Взяли бы Вы в бизнес-партнеры близкого друга / родственника?»

Больше трети респондентов из г. Алматы скорее не взяли бы в бизнес-партнеры родственника или друга (37,8 %). Однозначно взяли бы в бизнес родственника / друга 29,7 % опрошенных. Дружеские / родственные отношения нельзя ввязывать в бизнес считает 21,6 %. Скорее взяли бы в бизнес-партнеры друга / родственника 10,8 % респондентов (см. диаграмма 30).

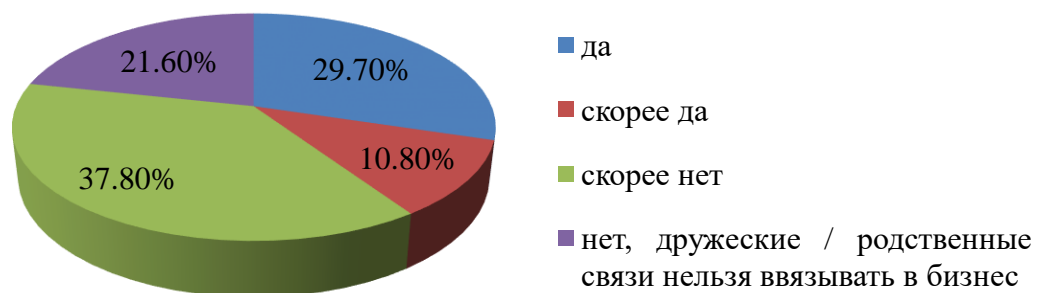


Диаграмма 30. Распределение ответов респондентов на вопрос «Взяли бы Вы в бизнес-партнеры близкого друга / родственника?»

Весьма большой процент опрошенных отмечают, что не стоит ввязывать дружеские или же родственные отношения в бизнес. Ведь как в семейных, так и более широких (включая деловые) кругах бытует мнение, что нельзя ни при каких обстоятельствах быть партнерами по бизнесу с

друзьями и родственниками, потому что данные отношения могут разрушиться, и бизнес тоже в свое очередь пострадает.

Исходя из результатов опроса молодежи Белгорода и Алматы, можно сделать следующие выводы:

1. Большая часть респондентов из г. Белгорода подразумевает под предпринимательством создание собственного бизнеса (59 %). Около половины респондентов из г. Алматы отмечают предпринимательство как возможность реализовать себя и свои цели (42,2 %).

2. Респонденты из г. Белгорода (74,4 %) и г. Алматы (83,8 %) в большинстве своем положительно относятся к людям, занимающимся предпринимательством.

3. Около половины респондентов из г. Белгорода (41 %) затрудняются определить, насколько легко заняться предпринимательством в регионе. Количество затруднившихся в ответе респондентов из г. Алматы составило 54 %.

4. Качества, присущие предпринимателю, практически полностью совпадают, что в ответах респондентов из г. Белгорода, что в ответах респондентов из г. Алматы. Белгородские респонденты отметили: лидерство и организаторские способности (76,9 %), стрессоустойчивость (48,7 %) и целеустремленность (48,7 %). Алматинские респонденты отметили: лидерство и организаторские способности (83,8 %), целеустремленность (56,8 %) и трудолюбие (45,9 %).

5. Факторы, препятствующие началу осуществления предпринимательства, в понимании респондентов из г. Белгорода и респондентов из г. Алматы практически тождественны. Белгородские респонденты отметили: отсутствие стартового капитала (69,2 %), отсутствие опыта в предпринимательстве (43,6 %) и отсутствие помощи от государства, т.е. неблагоприятный предпринимательский климат (41 %). Алматинские респонденты отметили: неуверенность в себе (56,8 %), отсутствие опыта в бизнесе (48,6 %), отсутствие стартового капитала (37,8 %).

6. Предпринимательская инициатива имеется у большинства опрошенных респондентов как из Белгорода (61,5 %), так и из Алматы (86,5 %).

7. Около половины респондентов как из Белгорода (48,7 %), так и из Алматы (48,6 %) информированы о программах поддержки молодежного предпринимательства.

8. У большинства опрошенных респондентов имеется бизнес-идея (Белгород – 53,8 %; Алматы – 70,3 %).

9. Большинство респондентов из Белгорода (66,7 %), как и из Алматы (64,9 %) считают, что идея важнее денег, при открытии своего дела.

Теперь перейдем к анализу результатов, полученных в ходе проведения фокус-групп.

Фокус-группы по теме «Оценка и перспективы молодежного предпринимательства» были проведены с 7 апреля по 13 апреля 2017 года. Всего было проведено 2 групповых дискуссии. Длительность 1-ой дискуссии составила 35 минут, 2-ой – 37 минут.

Фокус-группы проводились по заранее разработанному сценарию (бланк гайда представлен в Приложении 3). Количество участников одной дискуссии составило 7 человек в возрасте 14-30 лет. Вся процедура дискуссии записывалась на диктофон.

В процессе проведения фокус-групп участники высоко проявили инициативу в беседе, высказывали свои мнения, а также соблюдали правила поведения.

Для того, чтобы выяснить, что же такое молодежное предпринимательство в представлении молодежи, был задан вопрос: «Что Вы понимаете под понятием «молодежное предпринимательство»?».

Большинство участников склоняются к тому, что данное понятие, в первую очередь, это возможность иметь свой бизнес молодежи. Многие участники также отметили, что занятие предпринимательством позволяет реализовать свои цели. Было также слышно от участников беседы, что

занятие предпринимательской деятельностью предоставляет свободу от работы по найму.

«Предпринимательство для молодежи является средством от освобождения работы по найму» (реплика участника С., дискуссия от 7 апреля).

Для того, чтобы определить, кто же является молодым предпринимателем, был задан вопрос: «Кого Вы можете назвать молодым предпринимателем?».

Большинство участников дискуссии ответили весьма лаконично – «молодежь». Через несколько секунд от участника А. (реплика от 7 апреля) прозвучало дополнение «в возрасте от 14 до 30 лет».

Это была вводная дискуссия. Далее началась беседа, которая была посвящена обсуждению конкретных вопросов, связанных с оценкой молодежного предпринимательства.

Чтобы дать оценку молодежному предпринимательству, мы задали вопрос участника: «Как Вы оцениваете уровень развития молодежного предпринимательства в регионе, и в стране в целом?»

Ответы участников крайним образом расходились. Одна часть участников утверждала, что уровень развития молодежного предпринимательства достаточно низкий. Другая часть считала, что молодежное предпринимательство постепенно возрастает в регионе, а также в стране.

«Молодежное предпринимательство постепенно набирает обороты не только в нашем городе, но и в стране» (реплика участника С., дискуссия от 13 апреля).

Для того чтобы определить возможные проблемы при открытии своего дела молодежи, был задан вопрос: «Какие проблемы могут возникнуть у молодых людей при открытии своего дела?».

Большинство участников полагает, что основными проблемами, при ведении предпринимательства являются: отсутствие или же недостаток

материального капитала, отсутствие определенных знаний и навыков в бизнесе. Часть участников также добавили к сопутствующим проблемам в бизнесе – отсутствие хорошей идеи и неуверенность в себе.

«Основными проблемами при открытии своего дела являются недостаток или же полное отсутствие навыков в сфере бизнеса» (реплика участника С., дискуссия от 13 апреля).

«В первую очередь, самой большой преградой в ведении бизнеса является неуверенность в себе» (реплика участника Л., дискуссия от 13 апреля).

Чтобы дать оценку роли государства в поддержке молодежного предпринимательства, мы задали вопрос участникам: «Как Вы считаете, идет ли навстречу молодым предпринимателям государство?»

Мнения участников были весьма разнообразными. Часть участников утвердительно негативно ответили, что государство мало чем помогает молодым предпринимателям. Другая же часть считает, что государство в принципе помогает достаточно.

«Поддержка нашего государства в отношении молодых предпринимателей является слабой» (реплика участника Р., дискуссия от 13 апреля).

«Государство помогает молодым предпринимателям, чем может» (реплика участника А., дискуссия от 7 апреля).

Участниками были предложены рекомендации по совершенствованию развития молодежного предпринимательства.

«Для начала необходимо внести корректировки в нормативно-правовой сфере» (реплика участника Д., дискуссия от 13 апреля).

«Уменьшить или же вовсе убрать налоги с молодых предпринимателей на определенный срок» (реплика участника С., дискуссия от 7 апреля).

«Ввести в учебных заведениях дисциплины, затрагивающие основы предпринимательства» (реплика участника Л., дискуссия от 13 апреля).

В конце беседы мы задали участникам вопрос, касательно перспектив молодежного предпринимательства: «Какими вы видите перспективы молодежного предпринимательства через 10-15 лет?»

Большинство участников уверенно ответили, что молодежное предпринимательство будет только возрастать. Некоторые участники усомнились в том, что молодежное предпринимательство сможет занять крепкие позиции в будущем.

«С каждым годом все больше и больше молодых людей решают заняться предпринимательством. Появилась некая мода» (реплика участника А., дискуссия от 7 апреля).

В заключение, исходя из результатов, полученных в ходе проведения фокус-групп, можно сделать вывод, что:

1) Участники крайне уверенно могут определить, что такое молодежное предпринимательство. В первую очередь, это возможность иметь свой бизнес молодежи. Во-вторых, занятие предпринимательством позволяет реализовать свои цели. В-третьих, занятие предпринимательской деятельностью предоставляет свободу от работы по найму.

2) В определении уровня молодежного предпринимательства у участников не возникло единого мнения: часть участников полагает, что уровень средний, но возрастает, другая же часть отмечает, что уровень весьма низок.

3) Участники беседы отметили следующие проблемы при открытии собственного дела: отсутствие или же недостаток материального капитала, отсутствие определенных знаний и навыков в бизнесе, а также отсутствие хорошей идеи и неуверенность в себе.

4) В ходе беседы мы выяснили, что участники не могли единогласно определить роль государства в поддержке молодежного предпринимательства.

5) Участники смогли дать несколько рекомендаций по улучшению развития молодежного предпринимательства.

б) Большая часть участников беседы считает, что через 10-15 лет за молодежным предпринимательством будет закреплена весьма крепкая позиция.

Далее, мы провели экспертное интервью, результаты которого представлены ниже.

Экспертный опрос по теме: «Оценка и перспективы молодежного предпринимательства» проводилось с несколькими экспертами из бизнес-пространства «Контакт», а также среди сотрудников Высшей школы управления НИУ «БелГУ» в г. Белгороде. Кроме того были опрошены сотрудники Бизнес-сообщества LIKE Центр Алматы и Бизнес фабрика Алматы. Опрос проводился 28.03.18-07.04.18 по заранее разработанному сценарию (бланк гайда представлен в Приложении). В среднем длительность каждого интервью составила 5-10 мин.

Опрос было начат с оценки экспертами условий развития молодежного предпринимательства. Большинство экспертов оценили условия развития молодежного предпринимательства как «скорее благоприятные».

Далее экспертам было предложено оценить (по шкале от 1 до 5) насколько легко открыть свое дело молодежи. Респонденты отметили, что открыть свое дело молодежи достаточно сложно.

Также экспертам был задан вопрос: «Что больше всего мешает развитию молодежного предпринимательства?». Необходимо было выбрать 3 главных фактора. Эксперты отметили, что основными барьерами в развитии молодежного предпринимательства являются: недостаточное развитие предпринимательских компетенций у молодежи, высокий процент по кредиту в банке, а также низкий уровень предпринимательской культуры.

Затем мы попросили ответить на вопрос: «Какие решения, благоприятно влияющие на предпринимательский климат, на государственном и областном уровне были приняты за последние годы?». Эксперты отметили: федеральная программа «Ты-предприниматель», программы фонда поддержки малого и среднего предпринимательства,

возможность нанимать сотрудников предпринимателям, работающим на патенте, нулевая налоговая ставка для ИТ компаний.

Далее экспертам был задан вопрос: «Какие решения, по-Вашему мнению, должны предпринять власти для улучшения условий предпринимательской активности?». Эксперты отметили: поддержка на всех уровнях в части образования и развития финансовой грамотности, снижение процентной ставки по кредитам, облегчение бюрократизации.

«Снижение процентной ставки по кредитам для молодёжи (на федеральном уровне), Субсидии молодёжному предпринимательству (на областном уровне). Облегчение бюрократизации, повышение предпринимательской культуры (на уровне местного самоуправления)»

«Разъяснять особенности предпринимательской деятельности через образовательные программы для взрослых и детей. Для приоритетных в регионе отраслей экономики расширить возможности льготной аренды офисов, оборудования»

Также экспертам был задан вопрос: «Какую помощь в рамках программ поддержки молодежного предпринимательства в Белгородской области оказывают предпринимателям?». Эксперты выделили: предоставление кредита на более выгодных условиях, чем в коммерческих банках, информационную, консультационную, образовательную.

Затем экспертам было предложено отметить, каких программ в области поддержки молодежного предпринимательства не хватает. Необходимо было выделить 3 главных пункта. Эксперты отметили, что не хватает таких программ, как: частичная компенсация процентных ставок по банковским кредитам, организация бесплатных консультаций, частичная компенсация затрат на приобретение оборудования и модернизацию.

Далее, мы опросили 3-х экспертов из г. Алматы. Экспертами были сотрудники Бизнес-сообщества LIKE Центр Алматы и Бизнес фабрика Алматы.

Эксперты оценили условия для предпринимательской деятельности вполне благоприятными.

Затем эксперты отметили, что молодежи достаточно легко будет начать вести предпринимательскую деятельность.

Основными барьерами для развития молодежного предпринимательства, по мнению экспертов, являются: коррупция, отсутствие начального капитала и низкая квалификация кадров, выпускаемых ВУЗаами Казахстана.

Затем, мы попросили экспертов ответить на вопрос: «Какие решения, благоприятно влияющие на предпринимательский климат, на государственном и областном уровне были приняты за последние годы?». Эксперты отметили: «Дорожная карта бизнеса – 2020», в рамках которой был разработан проект «Бизнес Советник». Также «Центр поддержки предпринимательства» и «Программа финансирования лизинговых сделок субъектов малого и среднего предпринимательства», предусмотренные фондом развития предпринимательства «ДАМУ».

Экспертам был задан вопрос: «Какие решения, по-Вашему мнению, должны предпринять власти для улучшения условий предпринимательской активности?». Эксперты отметили: облегчение бюрократизации подачи необходимой документации для регистрации бизнеса, создание условий на государственном уровне (снижение налогов), позволяющие вырастить малому предпринимательству в средний и крупный бизнес, создание микрокредитов и условий льготного кредитования или грантов, без обязательного условия залогового имущества.

«Молодым людям было бы гораздо легче, если бы все бюрократические нюансы для регистрации своего бизнеса были упрощены».

«Снижение налогов позволило бы будущим молодым предпринимателям более активно включаться в предпринимательскую деятельность»

Далее эксперты отметили, какую помощь предоставляют программы поддержки молодежного предпринимательства в г. Алматы. Среди них: консультационная поддержка, финансовая, информационная.

«Программы поддержки молодежного предпринимательства помогают молодежи быть информированными в различных тонкостях ведения предпринимательской деятельности».

«Благодаря различным программам поддержки молодежного предпринимательства, молодые люди смогут получить некую финансовую поддержку для открытия своего дела».

В конце опроса эксперты выделили, каких программ поддержки молодежного предпринимательства в г. Алматы не хватает, а именно: пропаганда предпринимательской активности среди молодежи, юридическая поддержка, оказание бесплатных консультаций, а также частичная компенсация затрат начинающим предпринимателям.

Исследованием молодежного предпринимательства занимались многие ученые.

Сравнивая результаты нашего социологического исследования с результатами исследований других авторов, можно выделить работу О. И. Дивиченко «Формирование и развитие предпринимательского климата в сфере малого и среднего бизнеса Белгородской области». Исследование было проведено автором в январе-марте 2014 г. среди предпринимателей (n = 289, в том числе 138 респондентов, обучающихся основам предпринимательской деятельности)¹.

Также стоит отметить результаты качественного исследования «Изучение барьеров развития молодежного предпринимательства» г. Алматы, апрель-июнь 2015 г., проведенного исследовательской компанией

¹Дивиченко О. И. Факторы формирования предпринимательского климата в регионе // Общество: социология, психология, педагогика. 2017. № 6. С. 9-14.

«АСТ Kazakhstan». Методы сбора информации: анкетный опрос (n = 1000), 2 фокус-группы по 7-8 человек, 8 глубинных интервью с экспертами¹.

Изучив результаты социологического исследования «Формирование и развитие предпринимательского климата в сфере малого и среднего бизнеса в Белгородской области», мы выяснили, что автор выделяет 10 групп факторов, которые формируют предпринимательский климат в регионе. Среди них:

1. Целевые факторы.
2. Информационные факторы.
3. Инфраструктурные факторы.
4. Организационные факторы.
5. Образовательные факторы.
6. Коммуникативные факторы.
7. Регулятивные факторы.
8. Партнерство бизнес-сообщества и органов власти.
9. Факторы социально ориентированного воздействия.
10. Стимулирующие факторы.

Исходя из результатов исследования «Изучение барьеров развития молодежного предпринимательства» мы выяснили, что исследовательская компания выделила следующие барьеры развития молодежного предпринимательства в Казахстане:

1. Отсутствие стартового капитала.
2. Отсутствие знаний, навыков, а также опыта в ведении предпринимательства.
3. Крайне невысокая заинтересованность сотрудников государственных органов в эффективной работе государственных программ поддержки предпринимателей.
4. Административные барьеры.

¹Изучение барьеров развития молодежного предпринимательства. URL: <https://www.soros.kz/> (дата обращения: 14.01.2018).

5. Коррупция.
6. Вынужденная необходимость заниматься предпринимательством у определенной группы граждан.
7. Не нацеленность системы образования Казахстана на возвращение специалистов способных открывать свое дело.
8. Низкая организация людей заинтересованных в инвестировании в бизнес.
9. Весьма большое количество бюрократических процедур при подаче документов/получении помощи для развития предпринимательской деятельности.
10. Неосведомленность о программах поддержки молодежного предпринимательства.
11. Личные барьеры: менталитет, страхи.

Таким образом, исходя из результатов анализа на основе трех методов, мы можем сделать следующие выводы:

1. На основе ответов анкетирования молодежи, мы выяснили, что респонденты из обоих городов отмечают в первую очередь предпринимательство как деятельность для создания собственного дела, а также как средство для реализации себя и своих целей. Наблюдается положительное отношение к людям, занимающимся предпринимательством. Также респонденты из г. Белгорода, как из г. Алматы выделили ряд качеств, присущих предпринимателям. Среди них: лидерство и организаторские способности, стрессоустойчивость, целеустремленность, а также трудолюбие. Стоит отметить, что у респондентов есть не только инициатива заняться предпринимательской деятельностью, но и имеются уже бизнес-идеи.

2. Исходя из результатов фокус-группы, мы обнаружили, что у участников беседы мнения насчет уровня развития молодежного предпринимательства были разные: одни считали, что уровень низкий, другие полагали, что уровень поднимется. Основными проблемами, при

ведении предпринимательской деятельности для участников явились: отсутствие или же недостаток материального капитала, отсутствие определенных знаний и навыков в бизнесе, а также отсутствие хорошей идеи и неуверенность в себе. Участники фокус-групп порекомендовали для развития молодежного предпринимательства внести корректировки в нормативно-правовой сфере, снизить или же вовсе убрать налоги с молодых предпринимателей на определенный срок, вести в учебных заведениях дисциплину «основы предпринимательства».

3. Исходя из результатов экспертного опроса, мы увидели, что эксперты полагают, что условия для развития молодежного предпринимательства в Белгороде, как и в Алматы достаточно благоприятные. Но в тоже время участники экспертного опроса из г. Белгорода отметили, что молодежи достаточно сложно открыть свой бизнес. В свою очередь эксперты из г. Алматы отметили, что молодежи достаточно легко открыть свое дело. Эксперты из г. Белгорода отметили следующие барьеры развития молодежного предпринимательства: недостаточное развитие предпринимательских компетенций у молодежи, высокий процент по кредиту в банке, низкий уровень предпринимательской культуры. Барьеры развития молодежного предпринимательства, по мнению экспертов из г. Алматы: коррупция, отсутствие начального капитала и низкая квалификация кадров. Также эксперты из г. Белгорода выделили решения, которые, по их мнению, должны принять власти для развития молодежного предпринимательства: поддержка на всех уровнях в части образования и развития финансовой грамотности, снижение процентной ставки по кредитам, облегчение бюрократизации. В свою очередь эксперты из г. Алматы отметили следующие решения: облегчение бюрократизации подачи необходимой документации для регистрации бизнеса, создание условий на государственном уровне (снижение налогов), позволяющие вырастить малому предпринимательству в средний и крупный бизнес, создание микро-кредитов и условий льготного кредитования или грантов, без обязательного

условия залогового имущества. Участники экспертного опроса из г. Белгорода отметили, что не хватает таких программ, как: частичная компенсация процентных ставок по банковским кредитам, организация бесплатных консультаций, частичная компенсация затрат на приобретение оборудования и модернизацию. Эксперты из г. Алматы отметили нехватку таких программ, как: пропаганда предпринимательской активности среди молодежи, юридическая поддержка, а также частичная компенсация затрат начинающим предпринимателям.

РАЗДЕЛ III. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Молодежное предпринимательство выполняет важную роль в решении социально-экономических проблем. Например, создание новых рабочих мест, уменьшение уровня безработицы и т.д. Повышение возможностей и увеличение влияния молодежного предпринимательства выявляет потребность в необходимости использования его потенциала.

Такая социальная группа как молодежь является важнейшим элементом в предпринимательской сфере. Сама молодежь и молодежное предпринимательство в целом будут устанавливать образ государства уже через 10-15 лет. Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что от развития сегодняшнего молодежного предпринимательства будут зависеть темпы как экономического, так и социального развития и роста в нашем государстве.

Таким образом, на сегодняшний день молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого бизнеса в России и Казахстане. Создание благоприятных условий, стимулирующих молодёжь заниматься предпринимательской деятельностью, рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня.

Стоит отметить, что в большинстве регионов Казахстана и России недостаточно развиты площадки, на которых молодежь могла бы получать необходимые знания и навыки, обмениваться информацией, разрабатывать собственные идеи, получать консультации экспертов.

В Казахстане существуют различные программы поддержки молодежного предпринимательства. Среди них:

1. Содействие молодым предпринимателям оказывает «Дорожная карта бизнеса – 2020», в рамках которой был разработан проект «Бизнес

Советник». Данный проект является инструментом нефинансовой поддержки начинающих предпринимателей.

2. Фондом развития предпринимательства «ДАМУ» предусмотрены такие программы, как «Даму-Комек», «Центр поддержки предпринимательства» и «Программа финансирования лизинговых сделок субъектов малого и среднего предпринимательства».

3. На ряду с вышеописанными программами, как наиболее эффективные также можно отметить Банк развития Казахстана, Национальное агентство по технологическому развитию, поддерживающее создание технопарков и бизнес инкубаторов, «КазАгроФинанс», Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства, Национальное Агентство по экспорту и инвестициям «KaznexInvest», Казахстанский Институт Развития Индустрии.

Молодые предприниматели нуждаются в финансовой, информационной и консультационной поддержке, но мало кто к ним прибегает, так как помощь, как демонстрирует практика, чаще всего, выборочная и не системная. Данное явление свидетельствует об отсутствии стратегии системности и комплексности поддержки, обеспечивающей пропорционально развитие элементов внешней и внутренней предпринимательской среды.

Ниже представлены предложения по развитию молодежного предпринимательства. Среди них:

1. Введение факультативных занятий с целью профориентации по направлениям «Основы предпринимательской деятельности» и «профориентация и обзор рынка труда»;

2. Организация на базе образовательных учреждений учебных и бизнес-центров молодежных инициатив, основная задача которых – формирование первоначальных знаний по основам предпринимательства, и умение применять их на практике при организации нового бизнеса; организация регулярных встреч в учебных заведениях с молодежью

успешных бизнесменов региона; создание и развитие инфраструктуры для стартапов; в городских районах необходимо создавать советы молодых предпринимателей; через СМИ формировать «моду» на молодежное эффективное предпринимательство.

Для развития молодежного предпринимательства на современном этапе необходимо:

1. Содействовать развитию предпринимательства среди молодежи. Для решения данной стратегической задачи необходимо:

- 1) проводить игровые и тренинговые мероприятия;
- 2) организовывать олимпиады по предпринимательству для старшеклассников;
- 3) приглашать молодежь на образовательные курсы;
- 4) проводить выпуск социальной рекламы, которая создает позитивное отношение к предпринимательству, как к востребованной и престижной профессии;
- 5) информировать молодежь о государственной поддержке молодых предпринимателей;
- 6) разработать и распространить рекламные материалы, пропагандирующих идею честного и социально ответственного предпринимателя, являющегося основой экономического прогресса страны;
- 7) информировать молодежь о проводимых конкурсах бизнес-проектов.

2. Массово вовлекать молодых людей в предпринимательскую деятельность. В этом направлении необходимо распространять агитационные материалы о проводимых государством программах, организовывать анкетирование молодежи в учебных заведениях. Каждая анкета должна содержать раздел с контактной информацией. После обработки анкет необходимо создать базу данных молодых людей, готовых стать предпринимателями. Проведение информационных конференций с молодежью, которая хочет открыть собственные организации, на них

должны приглашаться успешные предприниматели, представители бизнеса, а также члены государственной власти.

3. Осуществлять отбор молодежи, имеющей способности к ведению предпринимательской деятельности. Необходимо проводить экспертные сессии в виде интервью, когда действующие предприниматели будут оценивать бизнес-идеи и беседовать с их авторами. Конкурсы бизнес-идей позволяют найти действительно интересные предложения и реализовать их на практике.

4. Проводить профильное обучение с целью привития молодым людям навыков ведения бизнеса.

Молодые люди должны проходить углубленное модульное обучение по курсу бизнес-планирования, целепологанию, формированию проектных команд и т.п. К обучению необходимо привлекать сертифицированных бизнес-тренеров, силами которых будут проводиться мастер-классы, организовываться экспертные сессии с успешными предпринимателями, со специалистами в различных сферах деятельности, связанных с бизнесом (сотрудники налоговых органов, специалисты по трудовому законодательству, работники санэпидемстанций, пожарные, экологи, бухгалтеры).

Особенностью молодежи является инновационность их мышления, мобильность, быстрота адаптации к новым условиям экономической сферы жизнедеятельности, наличие современных знаний, а также возможность быстрого получения новых знаний.

Существуют основные проблемы, с которыми сталкивается молодежь при открытии своего дела:

1. Отсутствие опыта, т.е. они не знают, как и с чего начать свой бизнес;
2. Недостаток финансовой базы, даже при наличии собственного проекта они не имеют возможности реализовать его на практике;

3. Недостаточность образования, т.е. даже если молодые люди имеют основы экономических знаний, у них отсутствуют знания именно в предпринимательской сфере.

На современном этапе развитие молодежного предпринимательства в России и Казахстане сопровождается рядом характерных проблем:

1. Отсутствие полноценной законодательной базы;
2. Слабая развитость системы финансирования бизнес-проектов;
3. Наличие высоких налоговых и кредитных ставок;
4. Отсутствие информационного ресурса, в котором молодые люди смогли бы найти необходимую информацию о существующих программах поддержки предпринимательства;
5. Коррупционные барьеры и «теневая» экономика и т.д.

Для преодоления вышеуказанных проблем, в России и Казахстане формируются предприятия, оказывающие содействие в развитии молодежного предпринимательства. К таким организациям относятся: Российский центр содействия молодежному предпринимательству, Бизнес молодость, Ассоциация молодых предпринимателей России, ООО «Опора России», Российский союз промышленников и предпринимателей. Вышеупомянутые организации разрабатывают различные программы поддержки малого и среднего бизнеса.

Стоит отметить, что важное место в развитии молодежного предпринимательства в России занимает программа «Ты – предприниматель». Данная программа направлена на обучение молодежи базовым основам ведения предпринимательской деятельности. За время реализации Программы более 700 000 молодых людей стали участниками Программы, которыми было открыто более 10 300 новых предприятий. Общее количество новых рабочих мест превысило 20 000, объем выручки составил более 6 млрд. руб., а налоговые отчисления более 500 млн. руб.

В рамках данной программы в регионах проводились молодежные форумы, круглые столы, конференции, которые были нацелены на вовлеченность молодежи в предпринимательство.

Также стоит отметить еще одну программу, которая помогающую молодым предпринимателям – программа «Молодежный бизнес России», нацеленная на помощь развитию молодежного предпринимательства. Данная Программа формирует условия для получения молодежью доступных финансовых средств – кредитов (займов) на открытие собственного дела. Помимо финансовой поддержки молодым людям предлагается индивидуальное наставничество, консультации по составлению бизнес-планов и обучение ведению бизнеса по различным вопросам.

Есть и другие программы, но все они имеют одну цель – повысить активности молодых людей и привлечь их в предпринимательскую деятельность, обеспечив всеми необходимыми условиями для реализации их потенциала.

Можно акцентировать внимание на следующие ключевые факторы поддержки развития молодежного предпринимательства в России:

1. Формирование устойчивого законодательства, что предназначалось бы основой для выстраивания концепции содействия молодежному предпринимательству;
2. Увеличение финансирования бизнес-проектов молодых предпринимателей;
3. Уменьшение налоговых и кредитных ставок, что являлось бы стимулом для создания собственного бизнес-проекта и т.д.;
4. Помощь в продвижении изготавливаемых субъектами молодежного предпринимательства продуктов (работ, услуг, а также товаров).

Также необходимо проводить популяризацию предпринимательской культуры среди молодежи – устраивать различного рода семинары, тренинги, лекции, круглые столы по вопросам предпринимательства,

которые будут проходить в открытой форме и в которых смогут принять участие все желающие, также:

1. Необходимо увеличить эффективность работы бизнес-инкубаторов;
2. Увеличить степень информированности молодых людей о возможностях заняться предпринимательством (через СМИ);
3. Рассмотреть в рамках налогового законодательства возможности освобождения новых бизнес-проектов от уплаты налогов и льготного налогообложения в течение определенного времени;
4. Предусмотреть выделение целевых грантов на финансирование бизнес-проектов;
5. Усовершенствовать механизмы льготного кредитования для молодых предпринимателей;
6. Создать орган, осуществляющий контроль и оценку эффективности реализации различных программ по поддержке молодежного предпринимательства;
7. Необходимо создать информационный интернет-ресурс, где можно будет найти всю необходимую информацию о существующих программах поддержки предпринимательств и всю необходимую информацию о том, как начать свой бизнес-проект;
8. Создать «горячую линию» по вопросам создания и развития бизнеса для молодых людей;
9. Можно рассмотреть о введение такого предмета обучения в учебных заведениях как «Предпринимательство».
10. Снижение административных и нормативно-правовых трудностей. Указывается необходимость оказания содействия и упрощения процедур регистрации бизнеса, обеспечение информацией, консультация ми и помощью по вопросам регулирования бизнеса.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что выше обозначенные предложения позволят решить достаточно многие проблемы в сфере молодежного предпринимательства, сформируют необходимые

условия для самоорганизации и стимулирования активности молодежи в данной сфере.

В ходе работы над магистерской диссертацией были разработаны рекомендации, которые нацелены на совершенствование организационно-правового механизма поддержки и развития молодежного предпринимательства. Например:

1. Улучшить имидж молодежного предпринимательства в обществе;
2. Внести изменения в принципы оказания финансовой поддержки субъектам предпринимательства в Российской Федерации;
3. Повысить уровень вовлеченности исполнительных органов власти в деятельность по развитию молодежного предпринимательства.

Рекомендации, упомянутые выше, касаются ведения предпринимательской деятельности, и направлены на совершенствование условий для молодежного предпринимательства, а также на улучшение качества работы региональных органов власти.

Несмотря на тот факт, что в России и Казахстане ведется активная реализация мер, направленных на развитие предпринимательской деятельности среди молодежи, остаются нерешенными проблемы, сдерживающие перспективы его развития. Только благодаря созданию благоприятных социальных и психологических условий будет возможно стимулировать молодежь заниматься предпринимательством.

Государству необходимо привлекать к самостоятельной предпринимательской деятельности свободную рабочую силу. Это возможно:

1. В законодательном аспекте – путем законодательного закрепления понятий «молодой предприниматель», «молодежное предпринимательство»;
2. В экономическом аспекте – путем либерализации ведения хозяйственной деятельности – уменьшение количества обязательных процедур налогового и бухгалтерского учета и упрощения правил проверок

условий лицензирования, сертификации и других норм технического регулирования;

3. В образовательном – путем преодоления отдаленности системы образования от условий бизнеса в стране, организации профориентационной работы на уровне учебных заведений разного уровня, регулировании и планировании государственного заказа, прогнозировании потребности специалистов и т.п.

Государственная политика развития молодежного предпринимательства должна стать толчком к децентрализации и деконцентрации власти, смещением акцентов с национального уровня на уровень местного самоуправления и местной власти.

Именно поэтому провозглашение важнейших приоритетов развития молодежной политики является стратегической задачей государства. Успешная реализация провозглашенных приоритетов приведет к качественным изменениям в обществе, модернизации всех сфер общественной жизни.

На протяжении многих лет институты и программы поддержки молодежного предпринимательства, которые есть в России и Казахстане, направлены, главным образом, на решение второстепенных, а не ключевых проблем развития бизнеса.

Для поддержки молодежного предпринимательства необходимо провести реформы в сфере налогообложения, системе образования, да и в целом реформировать государственный подход к данной проблеме.

Таким образом, можно выделить ряд задач для совершенствования развития молодежного предпринимательства в России и Казахстане. Среди них:

1. Содействие развитию предпринимательского сектора как неотъемлемой части экономики.

2. Адаптация молодежи к условиям рыночной экономики.

3. Создание условий для активизации молодежного предпринимательства.

4. Введение эффективных механизмов сотрудничества органов государственной власти и общественных объединений молодых предпринимателей для решения социальных, а также экономических проблем.

5. Усовершенствование инфраструктуры содействия молодежному предпринимательству, элементы которой оказывают информационно-консультационную и методическую помощь в создании и функционировании субъектов предпринимательства.

6. Расширение возможностей молодежи для получения кредитов и инвестиций на осуществление предпринимательской деятельности.

7. Уменьшение социально-психологической напряженности среди молодежи.

При формировании политики в сфере молодежного предпринимательства особое значение следует уделять инновационному развитию, в частности довольно актуальным является поддержка молодых предпринимателей, работающих в сфере информационно-коммуникативных услуг.

Следует предпринять уверенные меры для того, чтобы должным образом воздержаться от устарелых социальных технологий, обширно применяемых при разработке законопроектов, использовать полностью креативные возможности социальной инфраструктуры предпринимательства, объединений предпринимателей, при этом применять социальное моделирование и проектирование. Для совершенствования нормативно-правового регулирования молодежному предпринимательству необходимо ссылаться на научные основы, которые показывают влияние социально-психологических и социокультурных факторов на субъекты предпринимательской деятельности и, в первую очередь, их правовую психологию.

С этой точки зрения, основной путь улучшения нормативно-правового регулирования молодежного предпринимательства заключается в реализации положения о приоритетности концептуальных разработок по молодежному предпринимательству на уровне федеральных законов и специализации их законодателями субъектов Российской Федерации на базе непрерывного регионального мониторинга.

Стоит отметить, что на сегодняшний день нельзя недооценивать важность активизации государственной поддержки для развития сегмента малого и среднего молодежного предпринимательства в России и Казахстане. Важно понять, что молодежь должна стать ведущей силой, которая будет обеспечивать переход экономики России и Казахстане на инновационный путь развития, для чего необходимо эффективно использовать потенциал молодых людей. Непосредственно сам переход на инновационный путь подразумевает собой поддержку талантливой молодежи, создание условий для творчества и творческой самореализации молодых людей. Но это не только задача государства, особые требования должны предъявляться и к самой молодежи, ее мировоззрению, образованию и профессиональной квалификации, отношению к труду, умению работать в коллективе и, одновременно, к лидерским качествам молодых людей, к их предпринимательским способностям. Если удастся реализовать все вышеуказанное на практике, то будет достигнута главная цель – развитие малого и среднего молодежного предпринимательства и, следовательно, обеспечение инновационного пути развития экономики России и Казахстана в целом.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что:

1. Долгое время молодежному предпринимательству не уделялось в достаточной степени внимания со стороны государственных структур, но зато сейчас молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений формирования малого и среднего бизнеса как в России, так и в Казахстане. От развития молодежного предпринимательства

будут зависеть темпы социального и экономического развития и роста. Предпринимательству в России и Казахстане оказывается содействие как на уровне государства, государственных организаций, так и на уровне коммерческих организаций, общественных фондов и организаций.

2. Для развития молодежного предпринимательства необходимо: стремительно распространять предпринимательскую деятельность среди молодых людей, широко привлекать их в предпринимательскую деятельность, осуществлять профильную подготовку с целью привития молодым людям умений ведения бизнеса, а также повысить финансирование бизнес-проектов молодых предпринимателей и снизить налоговые и кредитные ставки, уменьшить административные и нормативно-правовые трудности при ведении предпринимательской деятельности.

3. Несмотря на то, что в России и Казахстане проводится активная реализация мер, нацеленных на развитие предпринимательской деятельности среди молодых людей, остаются нерешенными проблемы, сковывающие перспективы его развития. Лишь благодаря формированию благоприятных социальных и психологических условий будет возможно стимулировать молодежь заниматься предпринимательской деятельностью.

4. При грамотно выстроенной государственной политике развитие молодежного предпринимательства будет содействовать не только уменьшению уровня безработицы среди молодых людей, но и социальной напряженности. Формирование предпринимательства в молодежной среде на современной стадии должно содействовать не только подготовке квалифицированных кадров, но и быстрому переходу России и Казахстана на инновационный путь развития.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Рассматривая тему молодежного предпринимательства, мы пришли к выводу, что данный феномен носит сложный, дискуссионный характер.

Предпринимательская инициатива молодежи способна стать важным элементом, с помощью которого возрастет уровень экономики России и Казахстана.

Привлечение молодых людей к предпринимательству предполагает не только повышение доли малого бизнеса, но ещё и решение проблемы занятости молодёжи.

Стоит отметить, что в настоящее время создаются различные целевые программы для оказания поддержки молодежному предпринимательству.

Для обеспечения развития молодежного предпринимательства в будущем требуется комплексное регулирование, а также специальная работа по вовлечению молодежи в предпринимательскую деятельность.

В магистерском исследовании уточнены и получили развитие теоретические основы и методический инструментарий комплексной оценки условий развития предпринимательства в молодежной среде.

Изучение и анализ отечественных и зарубежных исследований в сфере молодежного предпринимательства позволили нам уточнить понятийный аппарат по данной теме, в том числе понятие «молодежное предпринимательство».

Теоретический анализ понятия «молодежное предпринимательство» предоставляет нам основание определить наше представление молодежного предпринимательства как самостоятельную деловую активность предприимчивых молодых людей, не противоречащую закону и основанную на определенных ресурсах, автономной социально-экономической инициативе, инновационности, личностных качествах и ответственности, нацеленную как на получение прибыли и достижение материального

благополучия, так и на свободную самореализацию и самоутверждение молодого человека.

В ходе исследования нами были изучены, проанализированы и систематизированы теоретические и методические подходы по формированию предпринимательства среди молодых людей. Изучены и проанализированы статистические сведения, имеющиеся мониторинги по развитию предпринимательства в России и Казахстане, а также в субъектах данных стран. В результате исследования нами были решены поставленные цели и задачи.

В диссертационном исследовании мы провели анкетирование молодежи г. Белгорода и г. Алматы. Также в нашей работе мы применили экспертный опрос, в выборку которого попали сотрудники бизнес-организаций. Третьим методом в нашей работе явилась фокус-группа, в которой участвовали молодые предприниматели.

Благодаря анкетированию молодежи Белгорода и Алматы, мы получили следующие результаты: респонденты из обоих городов отмечают в первую очередь предпринимательство как деятельность для создания собственного дела, а также как средство для реализации себя и своих целей. Среди качеств, присущих предпринимателям, респонденты отметили: лидерство и организаторские способности, стрессоустойчивость, целеустремленность, а также трудолюбие. Важно отметить, что у респондентов есть не только инициатива открыть свое дело, но и готовые бизнес-идеи для реализации своих задумок.

Данные, полученные в ходе проведения фокус-групп, позволяют отметить, что основными проблемами, при ведении предпринимательской деятельности молодежью для участников явились: отсутствие или вообще недостаток материального капитала, отсутствие определенных знаний и навыков в бизнесе, а также отсутствие хорошей идеи и неуверенность в себе. Также участники фокус-групп считают, что в будущем (через 10-15 лет) уровень молодежного предпринимательства будет возрастать весьма

интенсивно. Участники дискуссии отметили, что на сегодняшний день быть «молодым предпринимателем» модно.

На основе результатов экспертного опроса, мы выделили, что условия для развития молодежного предпринимательства в Белгороде достаточно благоприятные. Но в тоже время участники экспертного опроса добавили, что молодым людям достаточно сложно открыть свое дело. Также эксперты выделили основные барьеры развития молодежного предпринимательства: недостаточное развитие предпринимательских компетенций у молодежи, высокий процент по кредиту в банке, низкий уровень предпринимательской культуры. Участники экспертного опроса отметили, что не хватает таких программ, как: частичная компенсация процентных ставок по банковским кредитам, организация бесплатных консультаций, частичная компенсация затрат на приобретение оборудования и модернизацию. Эксперты предложили решения, которые, по их мнению, должны принять власти для развития молодежного предпринимательства: поддержка на всех уровнях в части образования и развития финансовой грамотности, снижение процентной ставки по кредитам, облегчение бюрократизации.

Эксперты из г. Алматы также отметили, что условия для ведения предпринимательской деятельности весьма благоприятные. Также участники опроса считают, что молодежи достаточно легко открыть свое дело. Барьерами развития молодежного предпринимательства, по мнению экспертов из г. Алматы являются: коррупция, отсутствие начального капитала и низкая квалификация кадров. Вдобавок эксперты из г. Алматы отметили следующие решения, которые должны принять власти для развития молодежного предпринимательства: облегчение бюрократизации подачи необходимой документации для регистрации бизнеса, снижение налогов, создание микро-кредитов и условий льготного кредитования или грантов, без обязательного условия залогового имущества. Также эксперты из г. Алматы отметили нехватку таких программ, как: пропаганда предпринимательской

активности среди молодежи, юридическая поддержка, а также частичная компенсация затрат начинающим предпринимателям.

Результаты проведенных исследований предоставили нам возможность определить направления совершенствования развития предпринимательской деятельности среди молодежи и подготовить предложения по увеличению эффективности системы формирования предпринимательства среди молодежи. Среди них:

1. Распространять предпринимательскую деятельность среди молодежи;
2. Массово привлекать молодых людей в предпринимательскую деятельность;
3. Обучать бизнес-образованию молодежь в учебных заведениях;
4. Увеличить финансирование бизнес-проектов молодых предпринимателей;
5. Снизить налоговые и кредитные ставки;
6. Уменьшить административные и нормативно-правовые трудности при ведении предпринимательской деятельности;
7. Предоставить помощь в продвижении производимых субъектами молодежного предпринимательства товаров и услуг.

Таким образом, можно сделать вывод, что молодежное предпринимательство в России и Казахстане с каждым годом будет увеличиваться в масштабах. У молодых людей обеих стран имеется инициатива к ведению предпринимательской деятельности. С каждым годом появляются новые бизнес-организации, проводятся различные тренинги в сфере бизнеса, где молодежь активно себя проявляет. Если будет такими темпами продолжаться положительная тенденция, то в России и Казахстане проявится предпринимательская культура.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) ФЗ от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ [в ред. от 02.11.2013] // СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
2. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р. // СЗ РФ. – 2008. – № 47. – Ст. 5489.
3. О внесении изменений в Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ: [федер. закон принят Гос. Думой 3 июля 2013] № 238-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 2013. – № 30 (Часть I). – Ст. 4071.
4. Абалкин, Л. И. Заметки о российском предпринимательстве [Текст] / Л. И. Абалкин. – М. : Прогресс, 2004. – 128 с.
5. Алферов, Р. К. Вопросы малого и среднего предпринимательства [Текст] / Р. К. Алферов // Вопросы экономики. – 2012. – № 10. – С. 48-53.
6. Аникин, Л. С. Роль региональных органов власти в привлечении инвестиций в социальную сферу на примере Саратовской области [Текст] / Л. С. Аникин. – 2012. – Т. 12. – № 2. – С. 31-33.
7. Аровина, М. П. Предпринимательский климат региона в контексте государственного регулирования регионального развития [Текст] / М. П. Аровина // Социально-экономические реформы в контексте европейского выбора Украины (20-21 апреля 2006 г.) // Материалы третьей науч.-практ. конф. – Донецк : ДонГУУ, – 2006. – С. 26-29.
8. Астафьев, В. А. Формирование предпринимательского климата на муниципальном уровне на базе развития социальной ответственности бизнеса [Текст] / В. А. Астафьев. – 2014. – № 9. – С. 329-334.
9. Ахиярова, Н. В. Молодежное предпринимательство – бизнес-потенциал социально-экономического развития Республики Башкортостан

[Текст] / Н. В. Ахиярова // Вестник Башкирск. ун-та. – 2008. – № 3. – С. 659-662.

10. Ахметшин, Р. М. Малый бизнес России: как преодолеть асимметрию развития? [Текст] / Р. М. Ахметшин // Российское предпринимательство. – 2012. – № 22 (220). – С. 38-41.

11. Бандурка, А. М. Психология управления [Текст] / А. М. Бандурка, С. П. Бочарова, Е. В. Землинская. – Харьков : Фортуна-пресс, 2006. – 464 с.

12. Безгодов, А. В. Очерки социологии предпринимательства [Текст] / А. В. Безгодов. – СПб. : Петрополис, 1999. – 224 с.

13. Бендерская, Т. А. Государственная поддержка молодежного предпринимательства в современной России [Текст] / Т. А. Бендерская // Вестник МГУП. – 2012. – № 11. – С. 18-22.

14. Бестаева, Л. И. Предпринимательство региона: состояние и динамика развития [Текст] / Л. И. Бестаева // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 8 (ч. 1). – С. 1119-1122.

15. Борисова, Т. В. Философский анализ предпринимательской деятельности [Текст] : дис. ... докт. филос. наук / Т. В. Борисова. – Саратов, 2005. – 40 с.

16. Бородавкина, Е. Е. Теоретико-методологические основы исследования предпринимательства [Текст] / Е. Е. Бородавкина, З. М. Дыльнова // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. – 2012. – № 2. – С. 20-26.

17. Васильев, В. Л. Бизнес и риск в инновационной экономике [Текст] / В. Л. Васильев, В. Н. Назмутдинов // Управление риском. – 2013. – № 4. – С. 29-35.

18. Власов, Г. Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе [Текст] / Г. Ю. Власов // Российское предпринимательство. – 2011. – Т. 12. – № 10. – С. 11-16.

19. Власов, Г. Ю. Российский малый бизнес сегодня: условие выживания – действенная поддержка [Текст] / Г. Ю. Власов. – 2011. – № 6. – С. 44-50.

20. Волкова, О. Молодежное предпринимательство: проблемы и перспективы развития [Текст] / О. Волкова, А. Молодых, О. Щипинова // Актуальные вопросы использования интеллектуального потенциала молодежи в инновационном развитии донского региона : сборник материалов симпозиума в рамках Окружного молодежного инновационного конвента ЮФО, 10 октября 2013 г. / под ред. А. М. Старостина, Л. Л. Ивановой. – Ростов н/Д. : ЮРИФ РАНХиГС, 2013. – 96 с.

21. Галицкий, Е. Коррупционные взаимодействия бизнеса и власти (опыт эмпирического анализа) [Текст] / Е. Галицкий. – 2007. – № 1. – С. 19-32.

22. Герасименко, Л. В. Предпринимательская деятельность молодежи и механизм ее регулирования [Текст] : дис. ... канд. социол. наук / Л. В. Герасименко. – Белгород : БелГАУ, 1998. – 179 с.

23. Голиусова, Ю. В. Трудовые и профессиональные ценностные ориентации российской молодежи [Текст] / Ю. В. Голиусова // Теория и практика общественного развития. – 2007. – № 1. – С. 41-44.

24. Емельянова, Н. П. Роль малого и среднего предпринимательства в имидже города [Текст] / Н. П. Емельянова // Общество и экономика. – 2011. – № 5. – С. 56-60.

25. Дивиченко, О. И. Факторы формирования предпринимательского климата в регионе [Текст] / О. И. Дивиченко // Общество: социология, психология, педагогика. – 2017. – № 6. – С. 9-14.

26. Ефремова, Г. М. Проблемы развития молодежного предпринимательства: мнение студентов [Текст] / Г. М. Ефремова, Н. М. Глебова, Н. С. Ермакова // Инновационное образование и экономика. – 2012. – № 10. – С. 4-9.

27. Заславская, О. Предпринимательский климат в стране «зеленеет» [Текст] / О. Заславская // Экспертный канал «Экономическая политика». – 2013. – С. 15-20.
28. Зубок, Ю. А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества [Текст] / Ю. А. Зубок. – М. : Наука. 2007. – 150 с.
29. Иванов, Г. Г. Молодежное предпринимательство: современные реалии и взгляд в будущее [Текст] / Г. Г. Иванов, С. Л. Орлов, Ю. К. Баженов // Вестник экономики, права и социологии. – 2014. – № 4. – С. 54-58.
30. Ильина, Т. В. Основы результативности процессов [Текст] / Т. В. Ильина // Менеджмент и бизнес – доминирование. – 2014. – № 1. – С. 100-105.
31. Имаева, Г. Р. Предпринимательский климат в России и формирующие его факторы: социологический анализ [Текст] / Г. Р. Имаева // Мониторинг общественного мнения. – 2013. – № 8 (114). – С. 114-121.
32. Казанцева, А. Удачный старт молодых предпринимателей [Текст] / А. Казанцева // Молодежь и общество. – 2010. – № 4. – С. 4-28.
33. Казимов, Г. Ю. Поддержка молодежного предпринимательства как фактор экономического развития России [Текст] / Г. Ю. Казимов, Л. Л. Казимова // Вестник СПИ. – 2014. – № 4 (12). – С. 28-32.
34. Кочесокова, Э. Ю. Исследование основных проблем и перспектив развития молодежного предпринимательства в РФ [Текст] / Э. Ю. Кочесокова // *Juvenis scientia*. – 2016. – № 1. – С. 50-51.
35. Крюков, Д. С. «Социология предпринимательства» [Текст] / Д. С. Крюков. М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2011. – 210 с.
36. Ларин, А. Н. Становление молодежного предпринимательства: проблемы [Текст] / А. Н. Ларин // Эксперт-Сибирь. – 2012. – № 7. – С. 6-12.

37. Малышев, Е. А. Взаимодействие бизнеса и государства в условиях экономического кризиса [Текст] / Е. А. Малышев // Российское предпринимательство. – 2014. – № 3. – С. 69-74.
38. Мартынов, С. П. Предпринимательские способности в среде молодежи [Текст] / С. П. Мартынов // Антикризисное управление. – 2011. – № 17. – С. 32-45.
39. Маршак, А. Л. Социология предпринимательства [Текст] / А. Л. Маршак. – М. : Российская Академия предпринимательства; АП «Наука и образование», 2008. – 173 с.
40. Мельников, М. С. Образовательные технологии в развитии молодежного предпринимательства [Текст] / М. С. Мельников // Российское предпринимательство. – 2012. – № 6. – С. 201-207.
41. Меркулов, П. А. Молодежное предпринимательство как фактор устойчивого социально-экономического роста [Текст] / П. А. Меркулов // Среднерусский вестник общественных наук. – 2017. – № 3. – С. 42-52.
42. Милославский, В. Г. Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России [Текст] / В. Г. Милославский // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 594-597.
43. Михнова, С. А. Основы экономической социологии. Учебно-методическое пособие для семинарских занятий [Текст] / С. А. Михнова. Астана : КазАТУ, 2000. – 55 с.
44. Немерюк, Е. Е. Приоритетные направления функционирования основных региональных информационно-аналитических центров (РИАЦ) Российской Федерации [Текст] / Е. Е. Немерюк, З. М. Дыльнова // Известия Саратовского 151 университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. – 2016. – Т. 16. – № 4. – С. 390-395.
45. Новосельцев, К. М. Мотивационные характеристики российского предпринимательства [Текст] / К. М. Новосельцев // РБК. – 2014. – № 3. – С. 10-14.

46. Позняков, В. П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей [Текст] / В. П. Позняков // Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В. С. Степин. Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. – М. : Наука, 2007. – С. 513-528.

47. Радаев, В. В. Малый бизнес и проблемы деловой этики. Надежда и реальность [Текст] / В. В. Радаев // Вопросы экономики. – 1996. – № 7. – С. 58-60.

48. Радаев, В. В. Экономическая социология [Текст] / В. В. Радаев. – М. : ГУ ВШЭ, 2005. – 158 с.

49. Райзберг, Б. А. Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг. – 2-е изд., испр. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 479 с.

50. Рубин, Ю. Б. Предпринимательство: учебник [Текст] / Ю. Б. Рубин. – 13-е изд., перераб. и доп. – М. : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2014. – 860 с.

51. Староверов, В. В. Становление и функционирование российского молодежного предпринимательства [Текст] / В. В. Староверов // Мониторинг. – 2004. – № 2. – С. 49-60.

52. Стародубровский, В. Оценки предпринимательского климата в России [Текст] / В. Стародубровский // Экономическое развитие России. – 2013. – Т. 20. – № 11. – С. 42-48.

53. Тесленко, А. Н. Экономическая социология. Курс лекций: Учебное пособие для гуманитарных вузов [Текст] / А. Н. Тесленко. – 3-е изд., доп. – Астана : КазГЮУ, 2014. – 349 с.

54. Филинкова, Е.Б. Психология российского предпринимательства [Текст] / Е. Б. Филинкова. – М. : Ректор, 2007. – 496 с.

55. Хайек, Ф. Индивидуализм и экономический порядок [Текст] / Ф. Хайек. – М. : Изограф, 2000. – 432 с.

56. Чепуренко, А. Ю. Малое предпринимательство в России [Текст] / А. Ю. Чепуренко // Мир России. Социология. Этнология. – 2001. – № 4. – С. 130-161.
57. Чепуренко, А. Ю. Социология предпринимательства [Текст] / А. Ю. Чепуренко. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 112 с.
58. Чирикова, А. Е. Лидеры российского предпринимательства: менталитет, смыслы, ценности [Текст] / А. Е. Чирикова. – М. : Институт социологии РАН, 1997. – 201 с.
59. Шерер, И. Н. Социально-экономическая трансформация регионального молодежного рынка труда [Текст] / И. Н. Шерер. – М. : Зерцало-М, 2011. – 192 с.
60. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия [Текст] / Й. Шумпетер. – М. : ЭКСМО, 2007. – 864 с.
61. Щербатых, Ю. В. Психология предпринимательства и бизнеса [Текст] / Ю. В. Щербатых. – СПб. : Питер, 2009. – 304 с.
62. Ядов, В. А. Стратегия социологического исследования: описание, объяснение, понимание социальной реальности: учеб. пособие [Текст] / В. А. Ядов. – 3-е изд., испр. – М. : Омега-Л, 2007. – 567 с.
63. Пресс-выпуск № 3314. Предпринимательство и самозанятость в России [Электронный ресурс] ВЦИОМ // Режим доступа к изд. : <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116082>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
64. Программа Федерального агентства по делам молодежи «Ты – предприниматель» [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд. : <http://www.molpred.ru/seliger>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.
65. Проект обучения предпринимателей / Фонд поддержки социальных проектов «Образование обществу» [Электронный ресурс] // Режим доступа к изд. : <http://eduso.ru>. – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРОГРАММНО-ИНСТРУМЕНТАЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС ИССЛЕДОВАНИЯ ОЦЕНКИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Актуальность работы. Современные тенденции формирования малого и среднего предпринимательства устанавливают новые требования к личности предпринимателя и характеризуются активным включением молодежи в предпринимательскую среду. Молодежь – часть общества, обладающая креативным мышлением; склонная к ведению собственного дела, инновациям и риску; владеющая на высоком уровне интернет-технологиями. Вовлечение молодежи в предпринимательскую среду способствует решению проблем занятости на рынке труда.

В современных условиях увеличивается значимость эффективного развития не только молодежного предпринимательства, но и предпринимательства в целом, обеспечивающего достижение баланса экономических и социальных целей общественного развития. Решение данной задачи подразумевает собой высокие условия к оценке предпринимательской деятельности как основного элемента экономики, определяющего базу социально-экономического развития региона.

Тенденции развития современного предпринимательства характеризуются активным участием молодых людей. Как на Федеральном уровне, так и на уровне субъектов Российской Федерации создаются проекты законов и программ поддержки предпринимательства в молодежной среде, цель которых – создание более широких экономических возможностей для молодых людей, стимулирование развития малого и среднего бизнеса.

Однако, невзирая на возникнувший положительный вектор развития молодежного предпринимательства, еще присутствуют вопросы по социально-экономическому, организационному, технологическому характеру.

Для разработки адекватных мер развития молодёжного предпринимательства необходима оценка опыта стран, приблизительно одинаковых по социально-экономическому уровню развития.

Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью разработки основных направлений формирования благоприятного предпринимательского климата в российских и казахстанских регионах, комплексной оценки и учета составляющих его факторов.

Степень научной разработанности темы. Благодаря исследованиям таких ученых как А. В. Безгодова, А. Л. Маршака, В. В. Радаева, А. Ю. Чепуренко и других авторов сформировалась социология предпринимательства¹.

Анализ предпринимательского климата, его состояния и динамики в современной России представлен в работах М. П. Аровиной, В. А. Астафьева, Л. И. Бестаевой, О. Заславской, Г. Р. Имаевой, В. Стародубровского².

Круг научных работ по проблеме участия молодежи в бизнесе представлен такими учеными, как Ю. А. Зубок, А. Ю. Чепуренко³.

Проблема исследования заключается в объективной необходимости поддержки развития молодёжного предпринимательства как одного из стратегически важных и действенных способов перехода национальной экономики на новый инновационный и рыночно ориентированный уровень и

¹Безгодов А. В. Очерки социологии предпринимательства. СПб., 1999; Маршак А. Л. Социология предпринимательства. М., 2008; Радаев В. В. Экономическая социология. М., 2005; Чепуренко А. Ю. Социология предпринимательства. М., 2007.

²Аровина М. П. Предпринимательский климат региона в контексте государственного регулирования регионального развития. Донецк, 2006; Астафьев В. А. Формирование предпринимательского климата на муниципальном уровне на базе развития социальной ответственности бизнеса. 2014. № 9; Бестаева Л. И. Предпринимательство региона: состояние и динамика развития. 2015. № 8 (ч. 1). С. 1119-1122; Заславская О. Предпринимательский климат в стране «зеленеет». 2013; Имаева Г. Р. Предпринимательский климат в России и формирующие его факторы: социологический анализ. 2013. № 8 (114); Стародубровский В. Оценки предпринимательского климата в России. 2013. Т. 20. № 11.

³Зубок Ю. А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. М., 2007; Чепуренко А. Ю. Социология предпринимательства. М., 2007.

недостаточной разработанностью методов и средств в решении данного вопроса.

Объект исследования – молодежь г. Белгорода и г. Алматы.

Предмет исследования – процесс развития и становления молодежного предпринимательства.

Цель исследования – исследование возможностей молодежи г. Белгорода и г. Алматы в осуществлении предпринимательской деятельности.

Задачи:

- 1) Выявить представления молодежи о предпринимательской деятельности.
- 2) Сравнить результаты исследования г. Белгорода и г. Алматы.
- 3) Предложить рекомендации.

Гипотезы исследования

- 1) Большинство респондентов знают о каких-либо программах поддержки и развития молодежного предпринимательства.
- 2) Большинство респондентов считают деньги более важным элементом при открытии своего дела, чем идеи.
- 3) Респонденты из г. Белгорода наиболее заинтересованы заняться предпринимательством, чем респонденты из г. Алматы.

Теоретическая интерпретация основных понятий.

Предпринимательство – инициативная самостоятельная деятельность людей, направленная на получение прибыли, личного дохода или на достижение некоммерческих целей, осуществляемая от своего имени, под свою ответственность или от имени и под юридическую ответственность юридического лица, т. е. фирмы, предприятия.

Молодежное предпринимательство – предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышает

30 лет либо в уставном (складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет превышает 75 процентов.

Предпринимательский климат – общие для предпринимателей, действующих на определенной территории, возможности и условия достижения целей предпринимательства.

Молодежь – социально-демографическая группа, отличающаяся возрастными рамками (14-30 лет) и статусом в обществе.

Операционализация основных понятий (анкетирование)

Качественный показатель	Понятие-индикатор	Вопрос-индикатор
Представление о молодежном предпринимательстве	Инициатива занятия предпринимательством, сферы предпринимательства	1, 6, 7, 8, 10
Поддержка молодежного предпринимательства	Информированность о программах поддержки молодежного предпринимательства	9
Предпринимательский климат	Барьеры осуществления предпринимательской деятельности. Отношение к предпринимателям. Возможность открытия своего дела	2, 3, 5,
Социально-демографический блок	Пол Возраст	16-17

Операционализация основных понятий (экспертный опрос)

Качественный показатель	Понятие-индикатор	Вопрос-индикатор
Поддержка молодежного предпринимательства	Программы поддержки молодежного предпринимательства.	9-10
Предпринимательский климат	Барьеры осуществления предпринимательской деятельности. Вход в предпринимательскую среду. Условия развития молодежного предпринимательства. Решения государственных структур, влияющих на предпринимательский климат.	4-8
Социальный блок	Сфера деятельности. Наименование организации.	1-3

Операционализация основных понятий (фокус-группа)

Качественный показатель	Понятие-индикатор	Вопрос-индикатор
Представление о молодежном предпринимательстве	Инициатива занятия предпринимательством, сферы предпринимательства	Что Вы понимаете под понятием «молодежное предпринимательство»?
Развитие молодежного предпринимательства	Рекомендации по развитию молодежного предпринимательства. Перспективы молодежного предпринимательства.	Какие Вы можете предложить рекомендации по совершенствованию развития молодежного предпринимательства? Какими Вы видите перспективы молодежного предпринимательства через 10-15 лет?
Предпринимательский климат	Барьеры осуществления предпринимательской деятельности. Отношение к предпринимателям. Возможность открытия своего дела	Как Вы оцениваете уровень развития молодежного предпринимательства в регионе, и в стране в целом? Какие проблемы могут возникнуть у молодых людей при открытии своего дела? Как Вы считаете, идет ли навстречу молодым предпринимателям государство?

ПРОЦЕДУРНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Обоснование и расчет выборочной совокупности. Выборка была разработана в соответствии с целью, а также задачами данного исследования.

Объект исследования – молодежь г. Белгорода и г. Алматы.

Выборка, представленная в исследовании, является репрезентативной по отношению к генеральной совокупности (статистическая погрешность не превышает 5 %).

Тип выборки – квотная выборка. Генеральная совокупность для г. Белгорода – молодежь в возрасте от 14 до 30 лет, которая составляет около 120 тыс. чел. Выборка составила – 381 чел.

Генеральная совокупность для г. Алматы – молодежь в возрасте от 14 до 30 лет, которая составляет около 600 тыс. чел. Выборка составила – 384 чел.

Теперь рассмотрим такой метод проведения исследования, как фокус-группа. Было проведено 2 фокус-группы.

Участники фокус-групп были выбраны в соответствии со следующими условиями:

1. Участники принадлежали к одному социальному слою и чувствовали себя комфортно в беседе друг с другом.

2. Фокус-группы состояли из 7 человек, которые являются предпринимателями в возрасте до 30 лет.

3. Участники фокус-групп не были ранее знакомы с процедурой проведения данного метода, не были знакомы между собой и с модератором.

Для участия в экспертном опросе были выбраны 5 человек из бизнес-пространства «Контакт» и Высшей школы управления НИУ «БелГУ» в г. Белгороде. Кроме того были опрошены сотрудники Бизнес-сообщества LIKE Центр Алматы и Бизнес фабрика Алматы.

Обоснование и характеристика методов сбора информации. Для реализации поставленных задач данного исследования наиболее надлежащими являются такие методы как: анкетирование молодежи, экспертный опрос, фокус-группа.

Анкетирование – это процесс заполнения респондентом вопросника, в котором опрашиваемому предлагается отметить определенный вариант или же несколько вариантов ответов, либо в присутствии анкетера, либо самостоятельно.

Экспертный опрос – разновидность опроса, в ходе которого респондентами являются эксперты - высококвалифицированные специалисты в определенной области деятельности.

Метод подразумевает компетентное участие специалистов в анализе и решении рассматриваемой проблемы.

Фокус-группа является качественным методом получения информации для социологического исследования.

Данный метод представляет собой процесс общения модератора с участниками фокус-группы, в ходе которого определяется отношение аудитории к теме, затронутой в процессе беседы.

Совокупность данных методов позволяет изучить феномен молодежного предпринимательства с разных сторон.

Логическая схема инструментария. В данном социологическом исследовании применяются: анкетирование студентов, экспертный опрос, фокус-группа.

Инструментарием для анкетирования будет являться анкета, состоящая из вопросов, которые соответствуют заданной теме, а также цели и задачам исследования.

В структуру анкеты для респондентов входят:

- 1) обращение, в котором обозначаются: кто проводит исследование и цель исследования;
- 2) вступительные вопросы, которые способствуют пониманию респондента тематики анкеты;
- 3) основные вопросы, выявляющие сущность исследования;
- 4) «паспортичка», в которой имеются несколько вопросов касающихся личности опрашиваемого;
- 5) заключение, в котором выражается благодарность респонденту за участие в данном исследовании.

Инструментарием для экспертного опроса является анкета, состоящая из вопросов, соответствующих цели и задачам нашего исследования.

В структуру анкеты для экспертов входят:

- 1) обращение, в котором обозначаются: кто проводит исследование и цель исследования;
- 2) социальный блок вопросов (ФИО, организация);
- 3) основные вопросы;
- 4) заключение, в котором выражается благодарность респонденту за участие в данном исследовании.

Инструментарием для фокус-группы является гайд, состоящий из вопросов, соответствующих цели и задачам нашего исследования.

В структуру гайда для фокус-группы входят:

1. Приветствие (вступление, обговаривание правил);
2. Вводная дискуссия;
3. Дискуссия по проблемам;
4. Заключение.

Метод обработки полученной информации. Заключительным этапом нашего социологического исследования будет являться обработка и сопоставление полученных результатов. Обработка данных будет производиться на компьютере с помощью «Google Form» (программы для создания опросов с результатами, выведенными в таблицы и диаграммы), а также Vortex10.

Данная программа минимизирует временные затраты на вбивание и обработку данных. Также плюс программы состоит в том, что ссылку на прохождение опроса можно легко распространить другим людям.

Организационный план исследования

	Наименование Мероприятия	Сроки исполнения	Примечание
	Разработка программы исследования	до 1 декабря	
	Разработка инструментария	01.12.16-04.12.16	Анкета для массового опроса, гайды для проведения фокус-группы и экспертного опроса
	Пилотаж и коррективировка инструментария	10.12.17-10.01.17	Пилотаж предполагается среди 100 респондентов, отличающихся друг от друга по социально-демографическим признакам
	Создание анкеты в интернете	7.02.18	С помощью интернет-опросника GoogleForms
	Проведение опроса студенческой молодежи методом анкетирования	15.02.18-25.03.18	
	Поиск участников для фокус-группы	27.03.18-6.04.18	
	Поиск участников для экспертного интервью	28.03.18-07.04.18	
	Проведение фокус-групп	7.04.2018; 13.04.2018	
	Проведение экспертного интервью	14.04.18-23.04.18	
	Ввод данных в компьютер	25.04.18-6.05.18	
	Обработка данных	07.05.18-15.05.18	С помощью программы Vortex10
	Подготовка аналитического отчета по итогам исследования с выводами	16.05.17-30.05.17	

Анкета для экспертов**Уважаемый эксперт!***Просим Вас принять участие в социологическом исследовании «Оценка и перспектива развития молодежного предпринимательства»***1. Укажите, пожалуйста, Ваши ФИО:****2. Сфера Вашей деятельности****3. Наименование организации****4. Оцените, пожалуйста, условия развития молодежного предпринимательства в Белгородской области по шкале от 1 до 5 (благоприятные или неблагоприятные)?**1) Благоприятные 2) Скорее благоприятные 3) Затрудняюсь ответить
4) Скорее неблагоприятные 5) Неблагоприятные**5. Отметьте, пожалуйста, по шкале от 1 до 5, насколько легко открыть свое дело молодежи в Белгородской области? Где 1 - очень сложно, 2 - весьма сложно, 3 - затрудняюсь ответить, 4 – весьма легко, 5- очень легко.****6. Как Вы думаете, что больше всего мешает развитию молодежного предпринимательства в Белгородской области? (не более трех ответов)**

- 1) Высокие налоги
- 2) Плохая законодательная база
- 3) Высокая арендная плата
- 4) Высокий уровень конкуренции
- 5) Высокий процент по кредиту в банке
- 6) Отсутствие первоначального капитала, возможностей дальнейших вложений
- 7) Низкий уровень предпринимательской культуры
- 8) Ничего не мешает
- 9) Другое

7. Назовите, пожалуйста, какие решения, благоприятно влияющие на предпринимательский климат, на государственном и областном уровне были приняты за последние годы?**8. Какие решения, по Вашему мнению, должны предпринять власти для улучшения условий предпринимательской активности?**

- 1) Федеральная власть _____
- 2) Областное правительство _____
- 3) Органы местного самоуправления _____

9. Какую помощь в рамках программ поддержки молодежного предпринимательства в Белгородской области оказывают предпринимателям:**11. Каких программ в области поддержки молодежного предпринимательства в Белгородской области не хватает больше всего? (не более трех ответов)**

- 1) Субсидирование в форме частичной компенсации платежей по договорам аренды
- 2) Частичная компенсация процентных ставок по банковским кредитам
- 3) Частичная компенсация затрат начинающим предпринимателям
- 4) Частичная компенсация консультационных услуг
- 5) Частичная компенсация затрат на приобретение оборудования и модернизацию
- 6) Поддержка предприятий в инновационных сферах
- 7) Юридическая поддержка, организация бесплатных консультаций
- 8) Пропаганда предпринимательской активности среди молодежи
- 9) Другое

Спасибо!

Анкета для студентов

Уважаемый респондент, просим Вас принять участие в социологическом исследовании «Оценка и перспектива развития молодежного предпринимательства»

1) Что вы понимаете под предпринимательской деятельностью?

- возможность реализовать себя и собственные идеи
- работать без конкретных рамок
- возможность создания собственного бизнеса
- возможность управлять командой единомышленников

2) Как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательством?

- положительно
- отрицательно
- нейтрально

3) Отметьте, пожалуйста, по шкале от 1 до 5, насколько легко открыть свое дело молодежи в Белгородской области? Где 1 - очень сложно, 2 - весьма сложно, 3 - затрудняюсь ответить, 4 – весьма легко, 5- очень легко

4) На Ваш взгляд, какими основными качествами должен обладать предприниматель? (не более 3-х)

- умение манипулировать людьми
- лидерство и организаторские способности
- трудолюбие
- умение врать и выкручиваться из любой ситуации
- умение управлять командой
- стрессоустойчивость
- умение договариваться
- целеустремленность
- другое

5) Что, на ваш взгляд, препятствует началу осуществления предпринимательской деятельности? (не более 3-х)

- отсутствие помощи от государства (неблагоприятный предпринимательский климат)
- коррупция
- неуверенность в себе
- отсутствие команды единомышленников
- отсутствие стартового капитала
- отсутствие опыта в бизнесе
- отсутствие необходимых знаний

6) Хотели бы вы заняться предпринимательской деятельностью?

- да
- нет
- затрудняюсь ответить

7) Есть ли у Вас бизнес-идея, которую хотели бы реализовать?

- да
- нет
- не задумывался над этим

8) В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у вас действующий бизнес?

- социальное предпринимательство
- торговля
- агробизнес
- строительство

туризм
услуги
другое

9) Знаете ли Вы о каких-либо программах поддержки и развития предпринимательства?

да
нет
не в полной мере

10) При реализации Вашего бизнес-проекта вы планируете использовать:

собственные средства
заемные средства (у друзей, родителей)
гранты
микрозайм
поручительство перед банками

11) Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас:

при решении социальной задачи/проблемы, для меня важнее получение прибыли
при решении социальной задачи/проблемы, для меня важнее решить социальную задачу/проблему

затрудняюсь ответить

12) Нужно ли получать высшее образование человеку, который решил стать предпринимателем?

да, нужно
нет, не нужно
не обязательно
затрудняюсь ответить

13) Выберите, утверждение, с которым Вы согласны:

деньги важнее идеи при открытии своего бизнеса/предпринимательства
идея важнее чем деньги при открытии своего бизнеса/предпринимательства
затрудняюсь ответить

14) Есть ли в Вашем окружении лица, занимающиеся предпринимательством?

да
нет
затрудняюсь ответить

15) Взяли бы Вы в бизнес-партнеры близкого друга/родственника?

да
скорее да
скорее нет
нет, дружеские/родственные отношения нельзя ввязывать в бизнес

16) Ваш пол:

17) Ваш возраст:

Спасибо!

ГАЙД ФОКУС-ГРУПЫ ПО ПРОБЛЕМЕ ОЦЕНКИ И ПЕРСПЕКТИВЕ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Введение: Добрый день! В целях написания выпускной квалификационной работы мы проводим исследование по теме: «Оценка и перспективы развития молодежного предпринимательства». Наша беседа будет иметь анонимный характер, поэтому вам необязательно называть свое настоящее имена. Все данные, полученные в ходе исследования, будут использованы в обобщенном виде.

Правила. Давайте обозначим правила нашего общения.

1. В рамках нашего общения запрещена персональная критика кого-либо из присутствующих.
2. Запрещено перебивать выступающего.
3. Если же Вы не согласны с мнением предыдущего выступающего, то в своем выступлении необходимо обозначить не только сам факт несогласия, но и аргументировать свою точку зрения, привести необходимые доказательства.
4. Каждый выступающий должен понимать, что он не один и его точка зрения не единственная и она интересна в той же мере, что и мнения остальных участников беседы.

Цель нашей беседы – попытаться выявить разнообразие взглядов и мнений по проблеме молодежного предпринимательства. Нет правильных и неправильных мнений.

I. Вводная дискуссия (длительность – не более 5-10 минут)

- «Что Вы понимаете под понятием «молодежное предпринимательство?»
- «Кого Вы можете назвать молодым предпринимателем?»

II. Дискуссия по проблемам (20-40 минут)

Эта часть дискуссии посвящена обсуждению конкретных вопросов об оценке и перспективах молодежного предпринимательства.

- «Как Вы оцениваете уровень развития молодежного предпринимательства в регионе, и в стране в целом?»
- «Какие проблемы могут возникнуть у молодых людей при открытии своего дела?»
- «Как Вы считаете, идет ли навстречу молодым предпринимателям государство?»
- «Какие Вы можете предложить рекомендации по совершенствованию развития молодежного предпринимательства?»
- Какими Вы видите перспективы молодежного предпринимательства через 10-15 лет?

После обсуждения всех вопросов следует дать всем участникам возможность еще раз высказаться в целом по проблеме молодежного предпринимательства. После чего поблагодарить за участие в беседе.

Благодарим за участие в дискуссии!

Таблицы, характеризующие результаты исследования

Распределение ответов респондентов на вопросы анкеты «Оценка и перспективы развития молодежного предпринимательства (международный сравнительный анализ)»

Таблица 1

Распределение ответов респондентов на вопрос «Что вы понимаете под предпринимательской деятельностью?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Возможность управлять командой единомышленников	20	5,4
Возможность создания собственного бизнеса	225	59
Возможность реализовать себя и собственные цели	96	25,1
Работа без конкретных рамок	40	10,5
Всего	381	100

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос «Что вы понимаете под предпринимательской деятельностью?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Возможность управлять командой единомышленников	35	9,1
Возможность создания собственного бизнеса	135	35,1
Возможность реализовать себя и собственные цели	162	42,2
Работа без конкретных рамок	17	4,5
Другое	35	9,1
Всего	384	100

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательством?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Положительно	283	74,4
Нейтрально	98	25,6
Отрицательно	0	0
Всего	381	100

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательством?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Положительно	322	83,8
Нейтрально	52	13,5
Отрицательно	10	2,7
Всего	384	100

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько легко открыть свое дело молодежи в г. Белгороде?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Очень сложно	68	17,9
Весьма сложно	59	15,4
Затрудняюсь ответить	156	41
Весьма легко	88	23,1
Очень легко	10	2,6
Всего	381	100

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос «Насколько легко открыть свое дело молодежи в г. Алматы?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Очень сложно	104	27
Весьма сложно	42	10,8
Затрудняюсь ответить	207	54
Весьма легко	31	8,1
Очень легко	0	0
Всего	384	100

Таблица 7

Распределение ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, какими основными качествами должен обладать предприниматель? (не более 3-х)»

Вариант	Абс. (чел)	%
Умение договариваться	117	30,8
Целеустремленность	186	48,7
Стрессоустойчивость	186	48,7
Умение управлять командой	147	38,5
Умение врать и выкручиваться из любой ситуации	29	7,7
Трудолюбие	176	46,2
Лидерство и организаторские способности	293	76,9
Умение манипулировать	10	2,6

людьми		
Другое	0	0
Всего	381	100

Таблица 8

Распределение ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, какими основными качествами должен обладать предприниматель? (не более 3-х)»

Вариант	Абс. (чел)	%
Умение договариваться	83	21,6
Целеустремленность	218	56,8
Стрессоустойчивость	73	18,9
Умение управлять командой	145	37,8
Умение врать и выкручиваться из любой ситуации	10	2,7
Трудолюбие	175	45,9
Лидерство и организаторские способности	322	83,8
Умение манипулировать людьми	41	10,8
Другое	10	2,7
Всего	384	100

Таблица 9

Распределение ответов респондентов на вопрос «Что, на ваш взгляд, препятствует началу осуществления предпринимательской деятельности? (не более 3-х)»

Вариант	Абс. (чел)	%
Отсутствие необходимых знаний	137	35,9
Отсутствие опыта в бизнесе	166	43,6
Отсутствие стартового капитала	264	69,2
Отсутствие команды единомышленников	29	7,7
Неуверенность в себе	147	38,5
Коррупция	97	25,6
Отсутствие помощи от государства	156	41
Всего	381	100

Таблица 10

Распределение ответов респондентов на вопрос «Что, на ваш взгляд, препятствует началу осуществления предпринимательской деятельности? (не более 3-х)»

Вариант	Абс. (чел)	%
Отсутствие необходимых знаний	135	35,1
Отсутствие опыта в бизнесе	187	48,6
Отсутствие стартового капитала	145	37,8
Отсутствие команды единомышленников	104	27
Неуверенность в себе	218	56,8
Коррупция	104	27
Отсутствие помощи от государства	72	18,9
Всего	384	100

Таблица 11

Распределение ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы заняться предпринимательской деятельностью?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	234	61,5
Нет	20	5,2
Затрудняюсь ответить	98	25,6
Уже занимаюсь	29	7,7
Всего	381	100

Таблица 12

Распределение ответов респондентов на вопрос «Хотели бы вы заняться предпринимательской деятельностью?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	333	86,5
Нет	10	2,7
Затрудняюсь ответить	41	10,8
Уже занимаюсь	0	0
Всего	384	100

Таблица 13

Распределение ответов респондентов на вопрос «Знаете ли Вы о каких-либо программах поддержки и развития предпринимательства?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	186	48,7
Не в полной мере	127	33,4
Нет	68	17,9
Всего	381	100

Таблица 14

Распределение ответов респондентов на вопрос «Знаете ли Вы о каких-либо программах поддержки и развития предпринимательства?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	187	48,6
Не в полной мере	135	35,1
Нет	62	16,2
Всего	384	100

Таблица 15

Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, утверждение, с которым Вы согласны»

Вариант	Абс. (чел)	%
Деньги важнее идеи при открытии своего бизнеса	49	12,8
Идея важнее, чем деньги при открытии своего бизнеса	254	66,7
Затрудняюсь ответить	78	20,5
Всего	381	100

Таблица 16

Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, утверждение, с которым Вы согласны»

Вариант	Абс. (чел)	%
Деньги важнее идеи при открытии своего бизнеса	52	13,5
Идея важнее, чем деньги при открытии своего бизнеса	249	64,9
Затрудняюсь ответить	83	21,6
Всего	384	100

Таблица 17

Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли в Вашем окружении лица, занимающиеся предпринимательством?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	352	92,3
Нет	10	2,6
Затрудняюсь ответить	19	5,1
Всего	381	100

Таблица 18

Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли в Вашем окружении лица, занимающиеся предпринимательством?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	301	78,4
Нет	52	13,5
Затрудняюсь ответить	31	8,1
Всего	384	100

Таблица 19

Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у Вас бизнес-идея, которую хотели бы реализовать?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	205	53,8
Нет	107	28,2
Не задумывался над этим	69	18
Всего	381	100

Таблица 20

Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у Вас бизнес-идея, которую хотели бы реализовать?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	270	70,3
Нет	21	5,4
Не задумывался над этим	93	24,3
Всего	384	100

Таблица 21

Распределение ответов респондентов на вопрос «Нужно ли получать высшее образование человеку, который решил стать предпринимателем?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да, нужно	127	33,3
Нет, не нужно	19	5,1
Не обязательно	176	46,2
Затрудняюсь ответить	57	15,4
Всего	381	100

Таблица 22

Распределение ответов респондентов на вопрос «Нужно ли получать высшее образование человеку, который решил стать предпринимателем?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да, нужно	135	35,1
Нет, не нужно	21	5,4
Не обязательно	218	56,8
Затрудняюсь ответить	10	2,7
Всего	384	100

Таблица 23

Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас»

Вариант	Абс. (чел)	%
При решении социальной задачи/проблемы, для меня важнее получение прибыли	98	25,6
При решении социальной задачи/проблемы, для меня важнее решить социальную задачу/проблему	166	43,6
Затрудняюсь ответить	117	30,8
Всего	381	100

Таблица 24

Распределение ответов респондентов на вопрос «Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас»

Вариант	Абс. (чел)	%
При решении социальной задачи/проблемы, для меня важнее получение прибыли	73	18,9
При решении социальной задачи/проблемы, для меня важнее решить социальную задачу/проблему	208	54,1
Затрудняюсь ответить	104	27
Всего	384	100

Таблица 25

Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у вас действующий бизнес?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Торговля	117	30,8
Услуги	107	28,2
Туризм	49	12,8
Социальное предпринимательство	39	10,3
Строительство	29	7,7
Агробизнес	10	2,6
Другое	29	7,7
Всего	381	100

Таблица 26

Распределение ответов респондентов на вопрос «В какой сфере Вы бы хотели заниматься предпринимательской деятельностью / или в какой сфере у вас действующий бизнес?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Торговля	83	21,6
Услуги	62	16,2
Туризм	73	18,9
Социальное предпринимательство	83	21,6
Строительство	21	5,4
Агробизнес	10	2,7
Другое	52	13,5
Всего	384	100

Таблица 27

Распределение ответов респондентов на вопрос «При реализации Вашего бизнес-проекта вы планируете использовать»

Вариант	Абс. (чел)	%
Собственные средства	147	38,5
Гранты	107	28,2
Заемные средства (у друзей, родителей)	78	20,5

Поручительство перед банками	49	12,8
Всего	381	100

Таблица 28

Распределение ответов респондентов на вопрос «При реализации Вашего бизнес-проекта вы планируете использовать»

Вариант	Абс. (чел)	%
Собственные средства	218	56,8
Гранты	52	13,5
Заемные средства (у друзей, родителей)	41	10,8
Поручительство перед банками	73	18,9
Всего	384	100

Таблица 29

Распределение ответов респондентов на вопрос «Взяли бы Вы в бизнес-партнеры близкого друга/родственника?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	88	23,1
Скорее да	107	28,2
Скорее нет	78	20,5
Нет, дружеские/родственные связи нельзя ввязывать в бизнес	107	28,2
Всего	381	100

Таблица 30

Распределение ответов респондентов на вопрос «Взяли бы Вы в бизнес-партнеры близкого друга/родственника?»

Вариант	Абс. (чел)	%
Да	114	29,7
Скорее да	41	10,8
Скорее нет	145	37,8
Нет, дружеские/родственные связи нельзя ввязывать в бизнес	83	21,6
Всего	384	100

Таблица 31

Распределение ответов респондентов на вопрос «Ваш пол?»

Вариант	Абс. (чел)	%
М	172	45
Ж	209	55
Всего	381	100

Таблица 32

Распределение ответов респондентов на вопрос «Ваш пол?»

Вариант	Абс. (чел)	%
М	173	45
Ж	211	55
Всего	384	100

Таблица 33

Распределение ответов респондентов на вопрос «Ваш возраст?»

Вариант	Абс. (чел)	%
14-16	62	16,3
17-19	63	16,5
20-22	64	16,8
23-25	64	16,8
26-28	64	16,8
29-30	64	16,8
Всего	381	100

Таблица 34

Распределение ответов респондентов на вопрос «Ваш возраст?»

Вариант	Абс. (чел)	%
14-16	63	16,5
17-19	64	16,6
20-22	64	16,6
23-25	64	16,6
26-28	64	16,6
29-30	65	17,1
Всего	384	100