УДК 338.22:316.346.32-053.6

Хаустов Максим Юрьевич – аспирант Дальневосточного института управления – филиала ФГБОУ ВПО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ» (г. Хабаровск).
E-mail: m.haustov@bk.ru

М.Ю. Хаустов
M.U. Khaustov

Предпринимательский потенциал студенческой молодёжи

В статье рассматриваются субъективные и объективные детерминанты предпринимательских намерений студенческой молодежи. Автор указывает на важность исследований в этом направлении, поскольку, проводя анализ информации о том, кто сегодня является предпринимателем, какими демографическими, социальными, экономическими характеристиками они обладают, какие проблемы испытывают, можно косвенно спрогнозировать основные индикаторы социально-экономического развития региона. Однако не менее актуальным является изучение мнения группы молодежи, которая в будущем идентифицирует себя в качестве предпринимателя. В социологической науке такую категорию людей составляют потенциальные предприниматели. К ним можно отнести индивидов, которые не имеют собственного бизнеса, но планируют его открыть. Представлен анализ результатов социологических исследований, которые характеризуют предпринимательский потенциал и установки данной социальной группы.

Entrepreneurial potential of the student's youth

The article discusses the subjective and objective determinants of entrepreneurial intentions of the student's youth. The author points out the importance of research in this direction, because analyzing information about who today is an entrepreneur, what demographic, social, economic characteristics they possess, what problems are experiencing, we can predict the main indicators of socio-economic development of the region. However, no less important is the study of the views of that group of young people who identify themselves in the future as an entrepreneur. In social science such a category of human are the potential entrepreneurs. Potential entrepreneurs include people who do not have their own business, but they will want to open it in the future. The author presents the results of sociological research, which explain essence of potential entrepreneurs, and characteristics of this social group.

Ключевые слова: *субъективные и объективные детерминанты, предпринимательство, предпринимательский потенциал, молодёжь,*

молодёжный бизнес, государственная поддержка, социологический индикатор.

Keywords: *subjective and objective determinants, entrepreneurship, entrepreneurial potential, youth, youth business, government support, sociological indicator.*

Молодёжь как наиболее активная часть общества подвергается всесторонним исследованиям социологов. Среди тенденций последних лет особую популярность приобрело изучение предпринимательских характеристик у данной социальной группы.

На наш взгляд, на предпринимательский потенциал студенческой молодежи могут оказывать влияние объективные факторы, отраженные в статистических показателях и результатах социологических исследований «Предпринимательский потенциал студентов» (ДВИУ РАНХиГС) и «Молодёжь и малый бизнес: отношение к предпринимательству и создание условий для реализации предпринимательского потенциала» (АНО «Институт комплексных стратегических исследований» (далее – АНО ИКСИ)) [1].

Во-первых, занятие предпринимательской деятельностью в большей степени привлекает студентов управленческих направлений обучения («Государственное и муниципальное управление», «Менеджмент») и экономических («Экономика», включающая профили обучения «Налоги и налогообложение», «Финансы и кредит») (табл. 1).

Таблица 1

**Распределение респондентов,
желающих заняться предпринимательской деятельностью,
в зависимости от направлений обучения**

Направление/Специальность подготовки	**% от общего числа респондентов, желающих заняться предпринимательством**
Государственное и муниципальное управление	24,3
Менеджмент	14,2
Социальная работа	7,1
Социология	9,7
Юриспруденция	10,5
Правовое обеспечение национальной безопасности	6,7
Экономическая безопасность	6,7
Экономика	20,6

Всего	100

Источник: рассчитано и составлено автором.

Так, 24,3% респондентов, высказавших своё намерение заняться бизнесом, являются студентами направления «Государственное и муниципальное направление», 20,6% – обучаются на направлении «Экономика», 14,2% опрошенных проходят обучение по направлению «Менеджмент». Так же отметим, что, по результатам исследования, в меньшей степени желают создать своё дело студенты направления «Социальная работа» и специальностей «Экономическая безопасность» и «Правовое обеспечение национальной безопасности». Это объясняется нацеленностью образовательных программ на подготовку специалиста и заинтересованностью самих респондентов в будущей профессии (студенты-социальные работники нацелены на помощь различным социальным группам, студенты специальностей «Экономическая безопасность» и «Правовое обеспечение национальной безопасности» осознают престиж будущей профессии, предполагающей разработку нормативно-правовых актов, обеспечение безопасности личности, общества, международного взаимодействия правоохранительных органов и государства).

Во-вторых, характеристики материального положения влияют на желание заняться бизнесом. Респонденты, чьё материальное положение за последний год ухудшилось (14,3%), в меньшей степени склонны заниматься предпринимательством, чем студенты, отметившие улучшение своего материального положения (12,7% и 45,7%, соответственно).

Таким образом, в открытии собственного бизнеса в большей степени заинтересованы те, чей доход за последний год увеличился.

В-третьих, фактором, определяющим намерение заняться предпринимательством, является осведомленность студентов о нормативно-правовой базе, регулирующей вопросы бизнеса (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Знаете ли Вы о Государственной целевой программе Хабаровского края «Развитие малого и среднего предпринимательства в Хабаровском крае на 2013 – 2020 гг.?»»

Выражение	**% от общего числа респондентов, желающих заняться предпринимательством**
Да, знаю об основных тезисах программы	16,8
Да, что-то слышал про программу	59,0

Нет	21,3
Затрудняюсь ответить	3,0
Всего	100,0

Источник: рассчитано и составлено автором.

Абсолютное большинство участвующих в опросе (75,8%) либо знают об основных тезисах Государственной целевой программы Хабаровского края «Развитие малого и среднего предпринимательства в Хабаровском крае на 2013 – 2020 гг.», либо что-то про неё слышали.

В-четвёртых, желание открыть своё дело свойственно респондентам с более высоким уровнем инновативности (рис. 1). Группы были построены исходя из ответа на вопрос: «Любите ли Вы новшества? Представьте шкалу от 1 до 7, где 1 – люди, которые не приемлют инновации, новшества, 7 – люди, которые не могут жить без новшеств. К каким людям Вы относите себя?». Консерваторам соответствовали значения от 1 до 3, инноваторам – от 6 до 7.

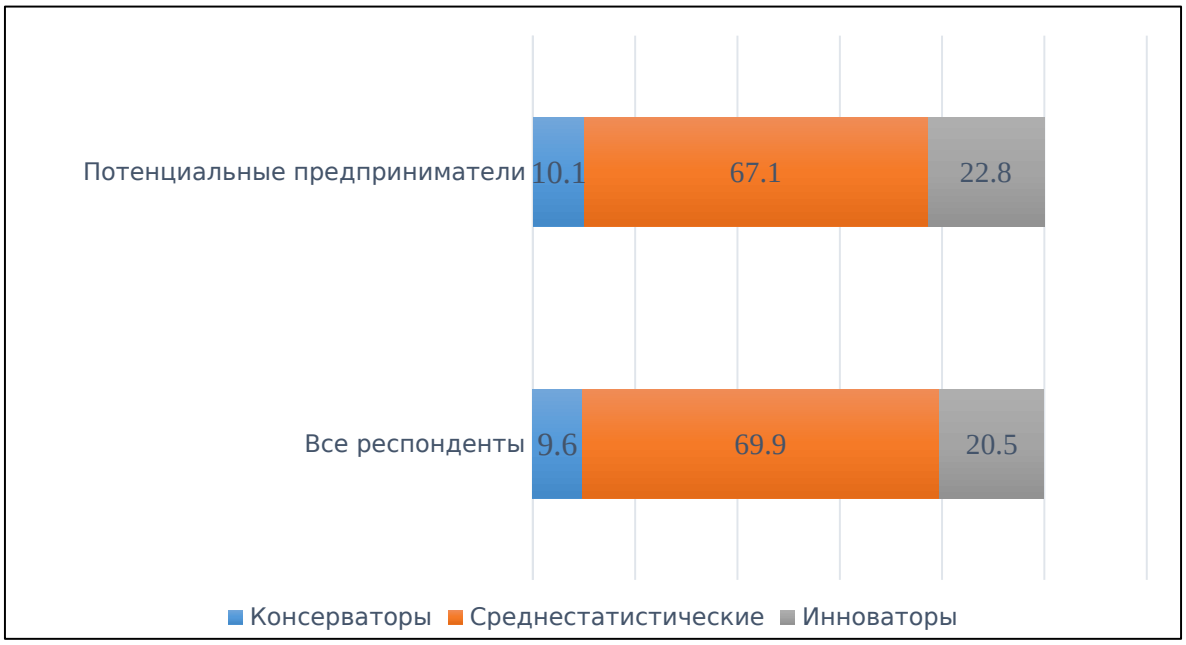


Рис. 1. Оценка респондентами степени консервативности (инновативности), %

Таким образом, из всей выборки инноваторами оказались 20,5%. Этот показатель еще выше у студентов, ответивших утвердительно на вопрос о занятии предпринимательством, – 22,8%. Отметим, что показатель инновативности у потенциальных предпринимателей выше, чем, в среднем, по выборке, что определяет серьезность намерений опрошенных студентов заняться бизнесом в регионе.

В-пятых, одним из важнейших факторов, мотивирующих многих к открытию бизнеса, является наличие связей с предпринимательским сообществом. Как показывают результаты опроса, у абсолютного большинства респондентов желание заняться предпринимательской деятельностью определенным образом связано с наличием в их окружении (среди близких, членов семьи, друзей, знакомых) предпринимателей (90,6%) (табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов респондентов на вопрос о наличии у них знакомых среди предпринимателей

	% от общего числа респондентов, желающих заняться предпринимательством
Да	90,6
Нет	9,4
Всего	100,0

Источник: рассчитано и составлено автором.

Так же отметим, что среди студентов, которые не знакомы с предпринимателями, о планах создать собственный бизнес заявили только 43% опрошенных. Аналогичные данные были получены и в опросе, проведенном АНО ИКСИ. Так, 76% респондентов, заявивших, что предприниматели являются членами их семей, в будущем планируют создать свой бизнес, потенциальных предпринимателей среди имеющих знакомых-предпринимателей – 66%. Среди студентов, которые не знакомы с предпринимателями, о планах начать собственную предпринимательскую деятельность заявили 33% опрошенных. [1, с. 46].

Тем не менее, данный мотив не является основным, способным сподвигнуть студенческую молодежь к занятию бизнесом (табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов респондентов на вопрос о мотивах создания собственного бизнеса, %

	Мотив	**% от общего числа респондентов, желающих заняться предпринимательством**
1	Отсутствие работы, нехватка денег	22,1
2	Наличие предпринимательских качеств (настойчивость, предприимчивость,	41,6

	новаторство)	
3	Появление интересной идеи	50,9
4	Профессиональный опыт, достаточные знания	14,6
5	Государственная и региональная поддержка бизнеса	12,4
6	Наличие связей, поддержки	30
7	Желание занять свободное время	17,2
8	Другое	4,5

Источник: рассчитано и составлено автором.

Результаты опроса показывают, что основными мотивами к занятию предпринимательством являются: появление интересной идеи (50,9% опрошенных), наличие предпринимательских качеств (41,6%), наличие связей, поддержки (30%). Отметим, что на государственную поддержку при создании бизнеса рассчитывали бы 12,4% опрошенных.

Тем не менее, анализируя условия для создания своего дела в Хабаровском крае, абсолютное большинство респондентов (78,8%) отмечают, что условия созданы благодаря государственной поддержке бизнеса. В ходе опроса респондентам было предложено указать, какие условия, на их взгляд, способствуют развитию бизнеса в Хабаровском крае. Полученные ответы распределились следующим образом:

- поддержка государства – 78,8%;
- благоприятная инфраструктура – 16,25%;
- диалог власти и предпринимателей – 11,25%;
- популяризация бизнеса – 6,25%;
- есть знакомые среди предпринимателей – 5%;
- возможна аренда помещений – 5%;
- простота регистрации – 2,5%;
- создана нормативная база – 2,5%;
- доступность источников информации по предпринимательству – 2,5%.

Менее популярные ответы у респондентов – благоприятные условия для развития бизнеса (16,25%), присутствие диалога власти и предпринимателей (11,25%).

В ходе опроса респондентам было предложено указать, какие условия, на их взгляд, мешают развитию бизнеса в Хабаровском крае. В числе основных проблем, с которыми сталкивается молодой предприниматель, можно выделить как внешние факторы, связанные с деятельностью государства или с предпринимательской средой (высокие налоги, большая конкуренция, недостаточная поддержка государства, коррупция, административные барьеры), так и внутренние факторы, связанные непосредственно с самим будущим предпринимателем

(отсутствие предприимчивости, недостаточный уровень знаний и компетенций).

Полученные ответы распределились следующим образом:

- высокие налоги – 32,6%;
- большая конкуренция – 30,6%;
- географическое положение – 25,7%;
- недостаточная поддержка государства – 23,6%;
- отсутствие стартового капитала – 20,1%;
- отсутствие предприимчивости – 14,6%;
- высокие цены – 13,2%;
- коррупция – 10,4%;
- недостаточный уровень образования – 9,02%;
- административные барьеры – 8,3%;
- несовершенство нормативной базы – 6,25%;
- отток населения и квалифицированных кадров на Запад – 4,2%;
- экономическая нестабильность – 2,7%.

Респонденты отмечают непосильное налоговое бремя для предпринимателей, которое не даёт развиваться только что созданным предприятиям (32,6%). Еще одной значимой проблемой для развития бизнеса является большая конкуренция (30,6%).Студенческая молодежь склонна считать, что предприятия, действующие на рынке несколько лет, не дают развиваться новичкам, в том числе применяя технологии недобросовестной конкуренции, вступая в сговоры. Так же респонденты отметили особенности географического положения, указывая на неразвитость и неприспособленность территории для ведения бизнеса, плохой климат и отдалённость от Центральной России (25,7%). Один из респондентов дал свою оценку: *«… В Хабаровске хуже, чем в Европе: нет перспектив развития бизнеса».* Указывают респонденты и на высокий уровень цен в крае и конкретно в г. Хабаровске (13,2%). Так, один из респондентов отметил: *«… Хабаровск можно сравнить с Москвой по уровню цен, но по качеству жизни Москва заметно лидирует».*

В-шестых, фактором, определяющим намерением заняться бизнесом, является склонность к миграции (табл. 5).

Таблица 5

Распределение ответов респондентов на вопрос об их желании покинуть Хабаровский край

	Планируете ли Вы уехать из Хабаровского края?	
	Желают открыть бизнес	**Не желают открыть бизнес**
	Количество опрошенных, %	**Количество опрошенных, %**
Да	40,4	36,7

Нет	21,3	29,5
Затрудняюсь ответить	37,5	32,6

Источник: рассчитано и составлено автором.

Примечательно, что практически нет никакой разницы в ответах респондентов, желающих стать предпринимателями, и респондентов, не склонных к данному виду деятельности: показатель планируемой миграции достаточно высокий. Так, покинуть край после окончания учёбы планируют 40,4% будущих предпринимателей и 36,7% респондентов, не желающих связывать своё будущее с бизнесом. Так же следует отметить, что больше трети респондентов на сегодняшний день затрудняются в выборе места жительства (35,8% от общего числа опрошенных). При построении самого пессимистичного сценария Хабаровский край может лишиться 78,3% опрошенных респондентов – молодых специалистов, ставящих перед собой амбициозные цели и способных развивать регион.

Проанализируем мотивы респондентов, желающих покинуть или остаться в Хабаровском крае:

- на Западе больше возможностей для самореализации – 36%
- географическое положение – 34,6%;
- дорогой город для жизни – 17,5%;
- низкий уровень жизни – 15,7%;
- по семейным обстоятельствам – 11,4%;
- дорогое жильё – 8,8%.

Как видно из приведённых данных, респонденты в большинстве своём считают, что на Западе (имеется в виду как Центральная Россия, так и страны Европы, США) больше возможностей для реализации. 34,6% опрошенных не устраивает географическое положение Хабаровского края. Это проявляется в недовольстве климатом, отдаленностью от Центральной России.

В подтверждение результатов опроса отметим, что среди респондентов популярна следующая установка: *«Планирую уехать из страны: хочу дать возможность своим детям получить достойное образование»*. По всей видимости, такое поведение вызвано навязываемым стереотипом о невозможности получить хорошее образование в России. Так же популярно среди респондентов следующее утверждение: *«Хабаровский край не развивается, молодежи здесь делать нечего»*.

Подчеркнём, что 29,9% респондентов, желающих уехать из Хабаровского края, оценивают условия для развития бизнеса в регионе как неблагоприятные. Еще 40,3% опрошенных затрудняются в своей оценке. Тем не менее, данная группа респондентов в подавляющем большинстве (77,3%) отмечает, что условия для ведения бизнеса в Хабаровском крае созданы. Около половины опрошенных (47,4%) ответили, что не желают принимать участие в разработке предложений по развитию предпринимательства в Хабаровском крае.

Отметим, что большинство планирующих уехать из Хабаровского края составляют студенты 1 и 2 курсов (31,8% и 27,9%, соответственно). Причём, существует прямая зависимость намерений покинуть регион от курса опрошенных: чем старше респондент, тем менее у него выражено желание уехать из края (21,4% – у студентов 3 курса, 18,8% – у студентов 4 курса).

Результаты опроса позволяют предположить, что основной причиной миграционных настроений у студентов младших курсов является недостаточный уровень образования, компетенций, необходимый не только для открытия своего дела, но и для возможностей объективно оценить социально- экономическое положение Хабаровского края, индикаторы уровня жизни в регионе. Респонденты сами подтверждают это: 72,9% студентов младших курсов, желающих уехать из региона, отметили, что не обладают достаточными знаниями. Немалую роль в этом процессе играет стереотип о лучшей жизни за границей или в Центральной России.

Следует отметить, что 24,5% студентов не планируют уезжать из Хабаровского края после окончания учёбы. Среди основных мотивов можно выделить следующие:

- патриотические соображения – 31%;
- наличие необходимых условий для жизни – 29%;
- нравится здесь жить – 29%;
- хабаровский край развивается – 21%;
- здесь семья, друзья – 9,5%.

Ведущим мотивом респондентов являются «Патриотические соображения» (31%), студенты отмечают, что любят Хабаровский край, они здесь выросли и не собираются уезжать, так же в качестве пояснения к данному вопросу было упомянуто: *«Где родился, там и пригодился»*. К следующей группе мотивов относятся: «Наличие необходимых условий для жизни» (29%), «Нравится здесь жить» (29%), «Хабаровский край развивается» (21%). В наименьшей степени студенческая молодежь не собирается уезжать из-за того, что здесь их семья и друзья (9,5%).

Анализ ответов респондентов позволил сформировать и рассчитать предпринимательский потенциал студенческой молодежи. Молодежь, в целом, положительно относится к занятию предпринимательской деятельностью. Так, 66,75% респондентов ответили утвердительно о намерении открыть свой бизнес. При этом, только 0,8% респондентов уже имеют свой бизнес, что является достаточно низким показателем (табл. 6).

Таблица 6

Распределение ответов респондентов на вопрос о намерении открыть свой бизнес

Планируете ли Вы открыть свой бизнес?				
		Пол		**Всего**
		Мужской	**Женский**	

Да, планирую	Количество респондентов, %	28,5%	71,5%	100,0%
	% от числа опрошенных	73,1%	64,7%	66,9%
Нет, не планирую	Количество респондентов, %	20,9%	79,1%	100,0%
	% от числа опрошенных	26,0%	34,6%	32,3%
У меня уже есть бизнес	Количество респондентов, %	33,3%	66,7%	100,0%
	% от числа опрошенных	0,25%	0,5%	0,8%
Всего	Количество респондентов, %	26%	74%	100,0%
	% от числа опрошенных	100%	100%	100%

Источник: рассчитано и составлено автором.

Поскольку к потенциальным предпринимателям можно отнести индивидов, которые не имеют собственного бизнеса, но планируют его открыть, предпринимательский потенциал студенческой молодёжи в рамках данного исследования составляет 66,9%.

Таким образом, в результате анализа исследований, автором был составлен портрет среднестатистического потенциального предпринимателя из числа студенческой молодежи: женщина (71,5%); обучается на 1 курсе (33%) по направлению «Государственное и муниципальное управление» (24,3%); не работает (43,1%); имеет средний уровень дохода (62,9%); имеет сбережения в банке (50,9%); имеет знакомых среди предпринимателей (90,6%); ездит за границу (34,1%); получает дополнительную квалификацию (35,2%); решила заняться бизнесом благодаря интересной идее (50,9%); считает, что благоприятные условия для бизнеса частично созданы (59,6%); желает открыть бизнес в сфере торговли (46,2%); не считает свой бизнес новаторским (49,4%).

Литература и источники:

1. Молодежь и малый бизнес: отношение к предпринимательству и создание условий для реализации предпринимательского потенциала (социологическое исследование Автономной некоммерческой организации

«Институт комплексных стратегических исследований») [Электронный ресурс] –.– Режим доступа: http://www.icss.ac.ru/projects/index.php?id=12