

УДК 346.26

И. В. Кураш

Белорусский государственный технологический университет

**ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ**

Статья посвящена проблемам развития молодежного предпринимательства, вопросам становления малого и среднего бизнеса в разных странах мира с учетом специфики различных социальных групп населения.

Процессы формирования и продвижения предпринимательства в молодежной среде связаны с целым комплексом факторов, как объективного, так и субъективного характера, в том числе с имиджем белорусского предпринимателя. В данном исследовании проанализированы такие факторы влияния, как направления и качественный уровень поддержки органов власти разных рангов законодательной, исполнительной деятельности – от государственных до местных структур управления, а также юридическое сопровождение, использование возможностей финансово-кредитной системы, формирование культуры предпринимательства, позитивного отношения населения страны к предпринимательству.

Ряд отмеченных факторов получил эмпирическое обоснование, базирующееся на анализе результатов анкетного опроса, проведенного среди студентов, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии». В результате выявлены проблемные вопросы, связанные с государственным регулированием, финансированием, юридической, социально-психологической поддержкой как вновь создаваемых, так и сложившихся субъектов предпринимательской деятельности. На основании проведенного автором исследования сформулированы перспективные направления, способствующие развитию предпринимательской деятельности в молодежной среде.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, малый и средний бизнес, государственная поддержка, бизнес-климат.

I. V. Kurash

Belarusian State Technological University

PROBLEMS AND PROSPECTS OF BUSINESS DEVELOPMENT AMONG YOUTH

The article deals with problems of youth entrepreneurship, on the formation of small and medium-sized businesses around the world, taking into account the specifics of the various social groups.

The formation and the promotion of entrepreneurship among young people are related to a range of factors, both objective and subjective, including the image of the Belarusian businessman. This study analyzed factors influence both the direction and quality of the support bodies of different ranks of the legislative, executive activity – from national to local government agencies, as well as legal support, utilization of financial and credit system, the formation of a culture of entrepreneurship, positive attitude of the population to entrepreneurship.

Several mentioned factors have received empirical support, based on the analysis of a questionnaire survey conducted among students enrolled in the specialty “Economics and Management”. As a result, identified problematic issues related to state regulation, financing, legal, social and psychological support for both newly created and existing subjects of entrepreneurial activity. Based on the author of the study formulated perspective directions, contributing to the development of entrepreneurship among young people.

Key words: youth entrepreneurship, small and medium businesses, governmental support, business climate.

Введение. Одной из ключевых задач в настоящее время является определение факторов, которые, наряду с качественным совершенствованием капитала, технологий, персонала, политики правительства, способны предотвратить негативные последствия кризисных явлений в экономике и стимулировать ее рост. Исследо-

вания, посвященные теоретическим аспектам, специфике становления предпринимательской деятельности, ее влиянию на изменение темпов социально-экономического развития, являются одним из приоритетных научных направлений за рубежом. При этом предпринимательство следует рассматривать как вид деятельности,

не только направленный на получение прибыли, но и связанный с инновационной активностью людей при создании новых технологий. Предпринимательская деятельность призвана осуществлять множество следующих задач:

- обеспечивать производство, распределение товаров и услуг для удовлетворения разнообразных общественных потребностей. Для реализации данной задачи бизнес должен быть очень гибким и чутким к изменению потребительского спроса;

- создавать рабочие места в различных областях экономической деятельности;

- обеспечивать доход не только собственникам предприятий, но и наемным работникам;

- формировать национальное благосостояние любого государства за счет налоговых выплат, пополняющих как государственный, так и местные бюджеты регионов. Бизнес также осуществляет поддержку науки, общественных и социальных учреждений;

- давать возможность реализации творческого потенциала человека, способствуя развитию и личностному росту.

Таким образом, предпринимательская деятельность выполняет ряд важнейших функций экономического, социально-психологического характера, способствует обеспечению устойчивого развития общества.

Актуальность данной проблемы подтверждается тем фактом, что с 2009 г. присуждается Всемирная премия за исследования в области предпринимательства.

Одной из серьезных проблем, рассматриваемых исследователями предпринимательской деятельности, является изучение характерных особенностей формирования новых бизнес-

структур, в том числе мотиваций и возраста начала собственного дела. В мировой практике принято считать, что предприниматель должен начинать бизнес в молодом возрасте. Так, основателями таких известнейших компаний, как Apple, Google, Facebook, были люди в возрасте 20–25 лет. В последние годы в подавляющем большинстве государств наметилась тенденция увеличения на 3–8 лет среднего возраста начинающих предпринимателей. Учитывая важность данной проблемы, мониторинг за изменениями в возрасте начинающих предпринимателей и мотивами, побуждающими к открытию собственного дела, и прежде всего молодыми бизнесменами, являются актуальными направлениями работы для исследователей.

Основная часть. Дать оценку предпринимательской активности и состоянию бизнес-климата в стране позволяют соответствующие рейтинги. Изучение результатов рейтинговых оценок, а также места Республики Беларусь в мировых рейтингах дает возможность установить основные точки экономического роста (табл. 1). Очевидно, что в настоящее время не все организации, занимающиеся составлением рейтингов в сфере предпринимательской и инновационной активности, конкурентоспособности национальных экономик, включают информацию по Республике Беларусь в базу для исследований. Рейтинги стран мира по инновациям и Doing business-2016 свидетельствуют, с одной стороны, о достаточно неплохих результатах, но, с другой стороны, дают возможность выявить проблемные направления и разработать комплекс мероприятий, позволяющих совершенствовать бизнес-климат в стране.

Таблица 1

Общая характеристика основных рейтингов, оценивающих предпринимательский, инновационный климат и их влияние на конкурентоспособность национальной экономики

Рейтинг	Организация, формирующая рейтинг	Место Республики Беларусь/ Количество стран в рейтинге	Страны-лидеры рейтинга
Рейтинг «Ведение бизнеса» (Doing business)	Всемирный банк, Международная финансовая корпорация	44 / 189	Сингапур, Новая Зеландия, Дания
Рейтинг стран мира по инновациям (Global innovation index)	Международная бизнес-школа INSEAD (Франция)	58 / 143	Швейцария, Великобритания, Швеция
Индекс глобальной конкурентоспособности (The Global Competitiveness Index)	Всемирный экономический форум	– / 140	Швейцария, Сингапур, США
Рейтинг конкурентоспособности стран мира (The IMD World Competitiveness Yearbook)	Институт менеджмента (Швейцария)	– / 61	США, Гонконг, Сингапур

Ситуация с развитием предпринимательской деятельности в стране достаточно неоднозначна и его потенциал реализован далеко не в полной мере. Так, показательная статистика, характеризующая малый и средний бизнес, который способен дать мощный стимул инновационному развитию национальной экономики [1]. Доля его в общей численности организаций страны в последние годы не превышает 23%, в то время как для экономически развитых государств значение данного показателя не ниже 60%. При этом значение данного вида бизнеса достаточно существенно (табл. 2).

Следует обратить внимание на достаточно существенный вклад малого и среднего бизнеса в привлечение инвестиций и экспорт товаров, что позволяет решать самые насущные проблемы отечественной экономики. Причем именно данные предприятия обеспечивают положительное сальдо внешнеторгового оборота. Поэтому вовлечение молодежи в формирование бизнес-структур в нашей стране приобретает особое значение.

Выход из перманентного экономического кризиса, безусловно, потребует формирования молодого поколения предпринимателей, которое будет способно кардинально изменить ситуацию. При этом согласно данным ряда авторитетных зарубежных изданий, а также исследователь-

ских центров наметилась глобальная тенденция увеличения среднего возраста начинающих предпринимателей. Еще совсем недавно назывались цифры в пределах 25–29 лет. В настоящее время данный показатель вырос до 28–35 лет.

Целью данного исследования стало стремление выявить причины низкого уровня молодежного предпринимательства, барьеры, препятствующие становлению начинающих бизнесменов, а также необходимость обосновать роль различных государственных структур и системы образования, в частности, в решении данных проблем. В опросе, проведенном нами в 2014–2015 гг., приняли участие 225 студентов 4-го курса инженерно-экономического факультета БГТУ, обучающихся по специальности «Экономика и управление на предприятии», в том числе 32% – юноши и 68% – девушки. Результаты анализа анкетного опроса позволяют сделать вывод о высоком уровне привлекательности предпринимательской деятельности для молодых людей в возрасте 20–22 лет, получающих высшее экономическое образование (табл. 3). Существенная часть молодых людей, в особенности юношей, заявила о наличии своего первого, зачастую довольно примитивного опыта, связанного с открытием собственного дела. Позитивным фактом следует признать то, что три четверти опрошенных верят в успех своего бизнеса в перспективе.

Таблица 2

Удельный вес микро-, малых и средних организаций в основных экономических показателях Республики Беларусь в 2014 г., %

Показатель	Удельный вес, %	
	микро-, малых и средних организаций	в том числе микро- и малых организаций
Валовой внутренний продукт	25,3	14,8
Средняя численность работников	28,0	19,1
Объем промышленного производства	16,0	9,1
Инвестиции в основной капитал	42,3	30,7
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	37,1	27,8
Экспорт товаров	41,5	32,7
Импорт товаров	35,0	28,7

Таблица 3

Удельный вес положительных и отрицательных ответов студентов-респондентов, %

Вопрос анкеты	Ответы юношей-респондентов		Ответы девушек-респондентов	
	«да»	«нет»	«да»	«нет»
1. Был ли в Вашей жизни личный опыт, связанный с открытием собственного бизнеса	31	69	8	92
2. Занимаются ли собственным бизнесом Ваши близкие родственники	55	45	56	44
3. Задумывались ли Вы о возможности создания в перспективе собственного бизнеса	92	8	82	18
4. Верите ли Вы в свой успех в развитии собственного бизнеса	78	22	76	24

Молодые люди, открывающие свой бизнес, безусловно, нуждаются в позитивной оценке своей будущей деятельности со стороны общества. При выборе профессии предпринимателя, как и любой другой, важен статус, общественное признание, отношение медийных структур, созданный в стране бизнес-климат.

Интересным, на наш взгляд, представляется также анализ оценок молодых людей в отношении своего будущего социально-экономического статуса. Так, следует отметить, что 83% юношей и 53% девушек психологически связывают свое будущее с перспективой осуществления предпринимательской деятельности (табл. 4). Данное стремление позволит молодым людям не только обеспечить собственную трудовую занятость, но и возможно создавать рабочие места для других категорий населения. Вместе с тем некоторые опасения вызывает превалирование внешних факторов в оценке барьеров, мешающих развитию частного бизнеса в нашей стране. 99% опрошенных студентов-респондентов указали главным образом внешние факторы (ограниченное финансирование, недостаточная государственная поддержка, бюрократизм), что является проявлением экстернальности. Данная особенность характерна людям, у которых преобладает склонность объяснять происходящее исключительно внешними обстоятельствами. Только 3 человека сделали упор на внутренние факторы (страх, лень, недостаточная профессиональная подготовка), то есть проявили интернальность, принимая ответственность за происходящее в основном на себя. При этом исследователи данной проблемы считают, что подавляющее большинство успешных бизнес-

менов характеризуются интернальностью. Очевидно, что современным молодым людям, принявшим участие в опросе, свойственно стремление к построению карьеры, повышению уровня материального благосостояния, как личного, так и своей семьи. Обобщение теоретических отечественных и зарубежных исследований в сфере бизнеса, анализ результатов проведенного анкетного опроса позволил сформулировать ряд перспективных, на наш взгляд, направлений деятельности, способствующих развитию предпринимательства в молодежной среде.

Во-первых, предпринимательство логично рассматривать как самостоятельный фактор в модели экономического роста, направленный на стимулирование инноваций и экспорта, создание новых рабочих мест. Следует сказать о необходимости разработки системного государственного подхода, нацеливающего общество на создание эффективной предпринимательской среды, где одну из ключевых позиций должно занимать обоснование стратегических направлений работы по вовлечению молодых людей в возрасте до 30 лет в бизнес. Существует потребность в разработке так называемой дорожной карты с подробной проработкой задач для республиканских органов власти и, безусловно, местного самоуправления, общественных организаций, средств массовой информации с целью создания благоприятной бизнес-среды. При этом необходимо изучить и в полной мере применить на практике позитивный опыт ряда государств, занимающих ведущие позиции в международных рейтингах, отражающих состояние предпринимательской, инновационной среды.

Таблица 4

Структура ответов студентов-респондентов с учетом гендерных различий, %

Вопрос анкеты	Доля в ответах юношей-респондентов	Доля в ответах девушек-респондентов
1. Кем Вы себя ощущаете: предпринимателем наемным работником	82 18	53 47
2. Что, по Вашему мнению, мешает созданию и развитию частного бизнеса в нашей стране: внешние факторы внутренние факторы	99,5 0,5	99,5 0,5
3. Что дает человеку развитие собственного бизнеса: доходы (удовлетворение материальных потребностей) свободу и независимость уверенность в себе самосовершенствование самореализацию	45 20 20 10 5	67 16 7 5 5
4. Что, на Ваш взгляд, является главным жизненным приоритетом: карьера, деньги здоровье и семья семья и карьера самосовершенствование	46 42 6 6	37 13 49 1

Во-вторых, необходимо обратить самое серьезное внимание на активизацию деятельности образовательных учреждений в формировании кадрового потенциала страны, способного решать задачи бизнеса и общества. Так, на наш взгляд, при разработке новых образовательных стандартов подготовки специалистов следует учесть запросы рынка, связанные с развитием предпринимательской среды. В учебном процессе необходимо активно применять деловые игры, тренинговые мероприятия, конкурсы бизнес-проектов, проводить анкетные опросы молодежи, конференции, куда должны приглашаться предприниматели, представители власти.

В-третьих, формирование как минимум лояльного, а предпочтительнее благоприятного отношения населения страны к предпринимательству. Немаловажная роль здесь должна принадлежать, прежде всего, бизнес-сообществу. С целью улучшения своей репутации, которая, как известно, способна приносить немалые дивиденды, предпринимателям необходимо проявлять социально-ответственное поведение, в том числе сотрудничать с образовательными учреждениями, участвовать в подготовке моло-

дых специалистов, которые в перспективе смогут стать их надежными, квалифицированными партнерами.

Заключение. Таким образом, вовлечение молодежи в бизнес-сообщество и наращивание экономического потенциала за счет данного фактора становится более затруднительным. Эта тенденция является глобальной, затрагивает все экономически развитые государства.

Основными проблемами, мешающими открытию собственного дела молодыми людьми, прежде всего, являются:

- отсутствие серьезной нормативно-правовой, финансовой и информационной поддержки со стороны ряда государственных и общественных организаций;
- отсутствие реальной мотивации в осуществлении данного вида деятельности, готовности рисковать, принимать на себя ответственность;
- недостаточно лояльное отношение к бизнесменам со стороны широких масс населения, в особенности на постсоветском пространстве;
- необходимость корректировки образовательных программ в высших учебных заведениях в направлении формирования предпринимательских знаний, навыков и компетенций.

Литература

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. Минск, 2015. 442 с.

References

1. *Maloe i srednee predprinimatel'stvo v Respublike Belarus': stat. sb.* [Small and medium enterprises in the Republic of Belarus: Article. Stat.]. Minsk, 2015. 442 p.

Информация об авторе

Кураш Ирина Васильевна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и управления на предприятиях. Белорусский государственный технологический университет (220006, г. Минск, ул. Свердлова, 13а, Республика Беларусь). E-mail: irinavk10@yandex.ru

Information about the author

Kurash Irina Vasil'yevna – PhD (Economics), Assistant Professor, Assistant Professor, the Department of Economics and Plant Management. Belarusian State Technological University (13a, Sverdlova str., 220006, Minsk, Republic Belarus). E-mail: irinavk10@yandex.ru

Поступила 31.03.2016