

Древаль Анатолий Николаевич, Иванова Вера Степановна

**ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ ЖИЗНЕННЫХ СТРАТЕГИЙ СОВРЕМЕННОЙ ВУЗОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

В статье рассматриваются вопросы предпринимательства как возможного вида социальной практики для выпускников вузов, а также уровень готовности молодежи к занятиям бизнес-деятельностью. На основе анализа данных социологического опроса студентов одного из вузов г. Томска выявлены место предпринимательской деятельности в планах выпускников, их мнения относительно востребованности данного вида деятельности, а также оценки свойств привлекательности (или непривлекательности) бизнес-практик.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2014/8-1/12.html](http://www.gramota.net/materials/3/2014/8-1/12.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2014. № 8 (46): в 2-х ч. Ч. I. С. 52-55. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2014/8-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2014/8-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

УДК 338.22:316.346.32-059.6

**Социологические науки**

*В статье рассматриваются вопросы предпринимательства как возможного вида социальной практики для выпускников вузов, а также уровень готовности молодежи к занятиям бизнес-деятельностью. На основе анализа данных социологического опроса студентов одного из вузов г. Томска выявлены место предпринимательской деятельности в планах выпускников, их мнения относительно востребованности данного вида деятельности, а также оценки свойств привлекательности (или непривлекательности) бизнес-практик.*

*Ключевые слова и фразы:* предпринимательство; инновационная практика; бизнес-интенции; ценностные ориентации молодежи.

**Древалъ Анатолий Николаевич**, к.т.н., доцент

**Иванова Вера Степановна**, к. филос. н., доцент

Томский политехнический университет

Dreval@tpu.ru

### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В КОНТЕКСТЕ ЖИЗНЕННЫХ СТРАТЕГИЙ СОВРЕМЕННОЙ ВУЗОВСКОЙ МОЛОДЕЖИ<sup>©</sup>

Проблема предпринимательства, особенно ориентации на бизнес-деятельность в молодежной среде, является значимой не только с точки зрения экономической – развития рыночной экономики, решения вопросов модернизации, но и социальной [6]. За время трансформаций российского общества актуализировались вопросы социальной инноватики: становится ли бизнес-деятельность социокультурными образцами поведения и насколько эти образцы являются приемлемыми нормами и ориентирами в молодежной социальной группе? В этом смысле предпринимательство может являться новым видом социальной практики. Важность данной проблематики связана с развитием цивилизационных общественных процессов, в которых одним из катализаторов социально-культурного и экономического потенциала является предпринимательская активность, причем мотивация самозанятости усиливается по отношению к молодежной среде.

Исследования относительно уровня востребованности предпринимательской деятельности среди молодежи не утрачивают своей актуальности, особенно среди тех, кто в ближайшее время «выходит» на рынок труда, имея профессиональное высшее образование. В данной статье представлены результаты опроса, проведенного осенью 2013 г., среди студентов 1-4-х курсов Томского политехнического университета экономико-управленческих и технических специальностей (опрошено более трехсот человек). Основным фокусом внимания был сосредоточен на вопросах: о месте предпринимательской деятельности в планах выпускников вуза и их мнениях относительно востребованности данного вида деятельности, а также на оценках привлекательности (или непривлекательности) бизнес-практик.

Распределение ответов на один из первых вопросов позволило составить иерархию жизненных предпочтений участников опроса, в которой предпринимательство, для абсолютного большинства (92%) респондентов, не является приоритетной жизненной стратегией. Под жизненными стратегиями будем понимать жизненные планы личности, ее «способность строить и регулировать свою жизнь... оптимально использовать время жизни для продуктивной деятельности, саморазвития и самовыражения» [1].

Ценностный подход в исследованиях молодежи имеет давнюю традицию, не утрачивая своей значимости и сегодня [2-4]. В системе ценностных ориентаций независимо от пола и возраста создание (ведение) собственного бизнеса занимает последнее место. В целом лишь 9% опрошенных юношей и 6% девушек считают «собственный бизнес» важным вектором развития своей жизни. В зависимости от профессиональной специализации наблюдаются некоторые расхождения мнений опрошенных, причем наибольшие – по гендерному признаку (см. Табл. 1).

**Таблица 1.**

#### Иерархия ценностных ориентаций в зависимости от социально-демографических характеристик (в %, по группам)

Ранг	Жизненные предпочтения	По всему контингенту	Экономико-управленческая специализация		Техническая специализация	
			юноши	девушки	юноши	девушки
1	Семья	89	82	81	61	78
2	Здоровье	67	57	60	48	69
3	Материальный достаток	47	47	38	40	40
4	Любовь	28	32	52	11	22
5	Карьера	25	22	28	12	35
6	Образование	17	25	14	11	18
7	Собственный бизнес	8	17	8	4	0

Так, в группе «экономистов», ориентированных на предпринимательскую деятельность, в два раза больше юношей, чем девушек (17 и 8% соответственно), в группе «технарей» – нет ни одной девушки, которая в своих жизненных предпочтениях была бы ориентирована на ведение бизнеса. Зато девушки технических специальностей чаще, чем юноши, ориентированы на образование и в три раза чаще – на карьеру (35 и 12% соответственно).

Обращение к ценностной системе студенчества не случайно, т.к. ценностные ориентации являются не просто важным мотивом поведения, но и образующим стержнем личности в целом и ее деятельности. Многие отечественные авторы отмечают противоречия в системе жизненных предпочтений студенчества [2, с. 22]. В верхнем ярусе иерархии традиционно находятся социальные и прагматические ценности – семья, здоровье, материальный достаток. В нижнем – карьера, образование, собственный бизнес, те ориентиры, требующие от индивида личностной активности и просто различного рода затрат (временных, интеллектуальных, наконец, физических).

Каков образ предпринимательства как важной социальной практики в сознании современного студенчества? Большинство участников опроса (по всему контингенту) отождествляют данный вид деятельности с получением прибыли и производством товаров и услуг, каждый пятый – делает акцент на «активной социальной позиции» и 17% респондентов включают в свое понимание предпринимательства – «личное обогащение». В зависимости от характеристик опрошенных наибольшие различия связаны с профессиональной направленностью (Рис. 1). Например, среди студентов экономико-управленческой специализации 60% соотносят предпринимательскую деятельность с такой экономической категорией, как производство товаров, а в группе «технарей» – таких в три раза меньше (21%). Отличие по гендерному признаку дает такая характеристика предпринимательства, как «личное обогащение»: девушки указывают на нее в два раза реже, чем юноши.

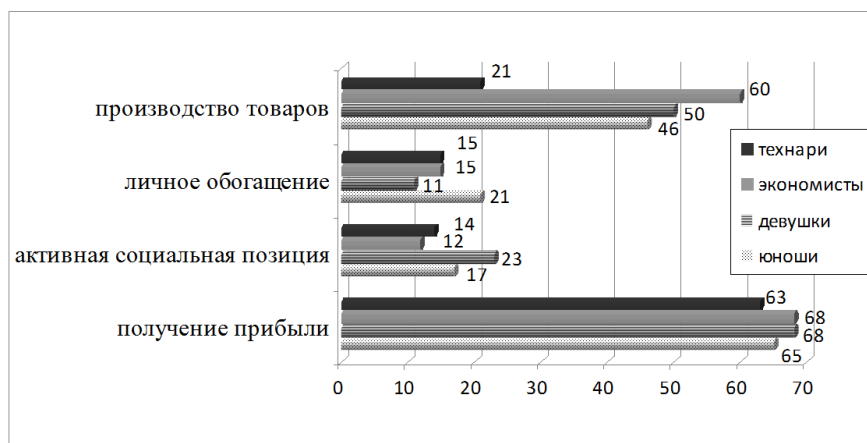


Рис. 1. Образ предпринимательства в представлениях респондентов (в %, по группам)

По мнению двух третей респондентов ведение собственного бизнеса безусловно заслуживает уважения: по оценкам значительного большинства (78%) оно связано с возможностью самореализации, каждый второй считает, что этот вид деятельности может обеспечить получение стабильного дохода, а 14% – привлекательность бизнеса связывают с его социальным признанием.

Наиболее популярными сферами бизнеса каждый второй респондент считает торговлю, треть – организацию досуга (праздников) и риэлторство, 18% – настаивают на популярности строительной деятельности (в основном отделочные работы) и только 11% – называют промышленное производство. Таким образом, студенты выбирают, в основном, сферы, не имеющие отношения к интеллектуальной, инновационной, сложной по содержанию деятельности, а лишь те ниши, где возможно быстрое достижение прибыли.

На вопрос о том, хотели бы участники опроса заниматься предпринимательством, многие либо без всяких колебаний, либо с некоторыми сомнениями, ответили утвердительно (по 40% в равных долях); но каждый десятый уверен, что не имеет подобных намерений. По оценкам самих респондентов относительно вероятности того, что они займутся бизнесом после окончания вуза, только 19% из них эту вероятность оценили высоко, каждый второй – средне; а каждый третий считает, что такой вероятности нет. Таким образом, интенции представителей опрошенной молодежной группы на занятие бизнес-практиками – невысоки.

Если проанализировать мнения респондентов относительно свойств значимости образа бизнес-деятельности для населения в целом, то первое место по всему контингенту занимает характеристика «возможность самореализации» (так считают 70% опрошенных). Каждый второй опрошенный указывает на «устойчивое будущее» и «возможность получения стабильного дохода» как привлекательные свойства бизнеса, каждый пятый – на «быстрое обогащение» и немного (16%) опрошенных расценивают «социальное признание» как фактор значимости предпринимательской деятельности. Оценки перечисленных свойств, в зависимости от характеристик респондентов, отличаются незначительно (см. Рис. 2). По гендерному признаку отличия следующие: юноши упор делают на быстром обогащении, а девушки – на самореализации. Отличие, связанное с профессиональной направленностью таково: будущие экономисты в полтора раза чаще, чем студенты технических специальностей, акцентируют привлекательность бизнеса на возможности реализовать себя (82 и 57% соответственно).

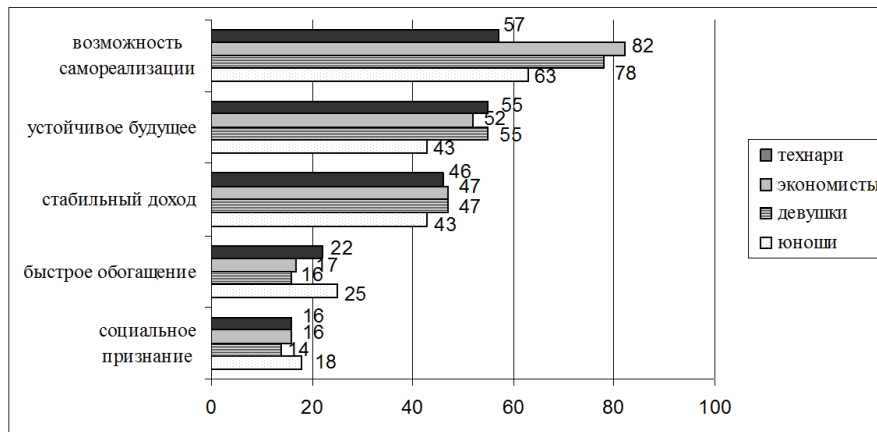


Рис. 2. Иерархия значимых свойств бизнес-практик в оценках респондентов (в %, по группам)

Что может привлечь в предпринимательской деятельности собственно самих опрошенных студентов? Практически у большинства респондентов желание иметь собственный бизнес определяют финансовая независимость и возможность самореализации (88 и 83% соответственно), также одним из ключевых мотивов является творческая компонента бизнес-сферы (61%). Такие преимущества бизнес-практик, как возможность управлять другими и признание окружающих, могли бы привлечь по оценкам самих опрошенных каждого третьего. Социально-демографические характеристики участников опроса мало влияют на степень проявления их оценок привлекательности сторон предпринимательства (см. Рис. 3). Финансовый потенциал бизнеса и возможность доминирования над другими чаще оценивается будущими экономистами, девушки акцент переносят на возможность выбора собственного творческого пути развития.

Таким образом, с одной стороны, большинство опрошенных ориентировано на прагматические жизненные ценности, которые доминируют и как важные свойства предпринимательской деятельности, но, с другой – и интенции на творчество и саморазвитие могут являться фактором социальной активности современного студенчества.

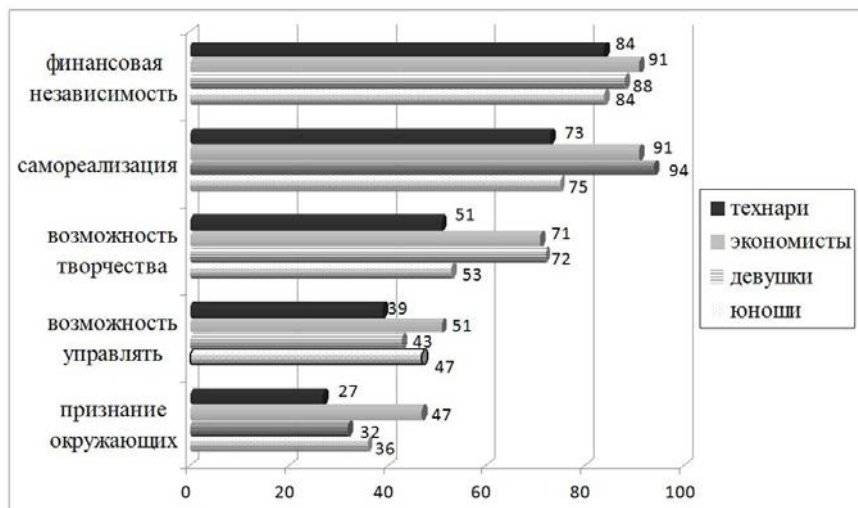


Рис. 3. Мотивы респондентов занятия бизнесом (в %, по группам)

Подобная двойственность мотивов на выходе формирует ситуацию: в реальности очень незначительное количество молодых в перспективе будет открывать собственный бизнес.

С позиции исследователей основные условия воздействия на жизненные планы молодежи выражаются на трех уровнях: общественная макросреда, непосредственное ближнее окружение – микросреда и индивидуально-психологические особенности личности [5]. На наш взгляд, основным фактором ведения бизнеса может являться микросреда (ближайшее окружение респондента), т.е. наличие дела у родителей (знакомых) потенциальных предпринимателей. По оценкам каждого второго опрошенного бизнес имеют их родственники (и достаточного давно), по мнению каждого пятого – близкие бизнеса не имеют, 17% – ответили, что родственники занялись бизнесом недавно. Сведения, отраженные на Рис. 4, демонстрируют, что действительно наличие предпринимателей в ближайшем окружении молодых может являться условием мотивации к занятию бизнес-практиками. В группе опрошенных, характеризуемых высоким уровнем вероятности ведения бизнеса в перспективе, на порядок больше тех, у кого родственники являются предпринимателями.



**Рис. 4.** Степень вероятности занятия бизнесом в зависимости от наличия родственников-предпринимателей (в %)

Но, как следует из приведенных данных, у каждого второго в группе, непланирующих заняться бизнесом, также имеются родственники-предприниматели. Выявленный факт может свидетельствовать о том, что занятия бизнес-деятельностью родственниками учащихся вуза не является определяющим фактором их предпринимательской активности в будущем и предопределяет отказ от бизнеса как жизненной стратегии.

По оценкам большинства (67%) опрошенных основной причиной отказа от занятия бизнесом является отсутствие стартового капитала. Что может означать подобное суждение? Действительно, если родители ведут бизнес в той или иной сфере, которая не является привлекательной для перспектив роста, престижа и успеха, а «вынуть капитал» практически невозможно, да и с экономической точки зрения неэффективно, то наследник имеет намерение отказаться от подобных практик и не начинать собственное дело. Если к этому добавить и другие негативные стороны современного бизнеса, упомянутые респондентами: высокая конкуренция и налоги, отсутствие поддержки со стороны государства и разнообразные административные барьеры, а также личные мотивы участников опроса, то можно предположить, что в ближайшей перспективе возможно и будут появляться бизнес-проекты, но их реализация, скорее всего, останется на прежнем уровне.

Таким образом, на основе анализа данных можно сделать несколько предварительных выводов. Во-первых, интенции представителей опрошенной молодежной группы на занятие бизнес-практиками – невысоки. Предпринимательство не является статусной характеристикой почти для каждого второго опрошенного. Во-вторых, наличие «в ближнем круге» студенчества предпринимателей, хотя и влияет на их жизненные стратегии в целом, но на уровень их готовности к ведению бизнеса это влияние проявляется в незначительной степени. В-третьих, у большинства опрошенных есть адекватное понимание, что в перспективе бизнес может предоставить им финансовую независимость и возможность самореализации, но, по мнению участников опроса, успеха можно добиться и на другом поприще с меньшими потерями, т.е. жизненные намерения современного студенчества носят скорее осторожный характер, у молодежи нет желания рисковать.

#### Список литературы

1. **Акмеологический словарь** / под общ. ред. А. А. Дергача. М.: Изд-во РАГС, 2004. 161 с.
2. **Богданова И. Н.** Студенчество современной России: на пути к постматериалистическим ценностям? [Электронный ресурс] // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2013. № 3 (29): в 2-х ч. Ч. II. С. 22-27. URL: <http://www.gramota.net/materials/3/2013/3-2/3.html> (дата обращения: 16.05.2014).
3. **Волкова Н. В.** Типология карьерных стратегий молодых специалистов // СОЦИС. 2006. № 1. С. 142-147.
4. **Зиновьева Т. Г.** Ценностный подход в исследовании социализации молодежи [Электронный ресурс] // Альманах современной науки и образования. Тамбов: Грамота, 2008. № 10 (17): в 2-х ч. Ч. I. С. 64-65. URL: <http://www.gramota.net/materials/1/2008/10-1/25.html> (дата обращения: 17.05.2014).
5. **Фролова Е. В.** Формирование системы профессионального самоопределения современной российской молодежи (социологический аспект) [Электронный ресурс]: автореф. дис. ... к. соц. н. М.: МГСУ, 2008. 28 с. URL: <http://www.dissertat.com/content/formirovanie-sistemy-professionalnogo-samoopredeleniya-sovremennoi-rossiiskoi-molodezhi-sots> (дата обращения: 06.05.2014).
6. **Чепуренко А. Ю.** Малое предпринимательство в социальном контексте. М.: Наука, 2004. 475 с.

#### ENTREPRENEURSHIP IN CONTEXT OF LIFE STRATEGIES OF MODERN YOUTH OF HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENTS

**Dreval' Anatolii Nikolaevich**, Ph. D. in Technical Sciences, Associate Professor  
**Ivanova Vera Stepanovna**, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor  
*National Research Tomsk Polytechnic University*  
*Dreval@tpu.ru*

In the article the issues of entrepreneurship as a possible type of social practice for graduates and the level of the preparedness of youth for business-activity are considered. On the basis of the analysis of the data of the public opinion poll of the students of one of the higher education establishments of Tomsk the place of entrepreneurship in the graduates' plans, their opinions concerning the need for this type of activity and the assessments of the features of the attractiveness (or unattractiveness) of business-practices are revealed.

*Key words and phrases:* entrepreneurship; innovative practice; business-intentions; value orientations of youth.