УДК 331:334.72(075.8)

ИССЛЕДОВАНИЕ УРОВНЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА СТУДЕНТОВ ВУЗОВ В УСЛОВИЯХ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ

Черницов А.Е., Артамонова Ю.С., Ионова А.В.

ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства», Пенза, e-mail: aleksei.chernitsov@gmail.com

Статья посвящена исследованию уровня предпринимательского потенциала студенческой молодежи в рамках реализации стратегии малого бизнеса в России. Цель исследования – разработать модель управления предпринимательским потенциалом студентов высших учебных заведений, а также принципов, методов и механизмов её реализации. Проанализированы данные анкетного опроса 400 представителей студенческой молодежи в возрасте от 18 до 23 лет. Полученные результаты свидетельствует о том, что государственная система образования сегодня не вполне удовлетворяет потребностям общества и экономики. Сделано предположение, что формирование восходящего тренда в развитии молодежного бизнеса возможно путем реализации грамотных технологий внеаудиторной работы со студенческой молодежью, формирования экономической самостоятельности, финансовой грамотности и предпринимательских компетенций. Результатом такой работы должен послужить рост уровня предпринимательского потенциала студенческой молодежи.

Ключевые слова: предпринимательский потенциал, молодёжное предпринимательство, малый бизнес, предпринимательская деятельность

INVESTIGATION LEVEL ENTERPRISE CAPACITY OF UNIVERSITY STUDENTS IN THE DEVELOPMENT STRATEGY OF SMALL BUSINESS IN RUSSIA

Chernitsov A.E., Artamonova Yu.S., Ionova A.V.

Penza State University of Architecture and Construction, Penza, e-mail: aleksei.chernitsov@gmail.com

The article investigates the level of entrepreneurial potential of students in the framework of malogobiznesa strategy in Russia. The purpose of research – to develop a model of management entrepreneurial potential of students of higher educational institutions, as well as the principles, methods and mechanisms of its implementation. The data questionnaire survey of 400 representatives of students aged 18 to 23 years. The results indicate that the public education system today is not fully meets the needs of society and the economy. It is suggested that the formation of the upward trend in the development of youth business possible through the implementation of technology literate extracurricular work with students, the formation of economic independence, financial literacy and business skills. The result of this work should serve as a rise in the level of entrepreneurial potential of students.

Keywords: entrepreneurial potential, youth entrepreneurship, small business, entrepreneurship

Один из последних, но уже достаточно устоявшийся, тренд современной экономики России – развитие молодёжного предпринимательства. Молодежь является самой активной частью населения любого государства во всех сферах жизни общества, и поэтому именно она делает наибольший вклад в развитие экономики как страны в целом, так и ее отдельных регионов. Молодёжь – это та часть населения, которая быстрее остальных приспосабливается к постоянным изменениям и не боится рисковать и брать на себя ответственность в сложных ситуациях [4].

В последнее время наблюдается агрессивное отношение к Российской Федерации в экономической сфере со стороны ряда стран Западной Европы и США. Это имеет под собой, скорее всего, политическую подоплеку, но отражение находит в сфере предпринимательства. Учитывая подобную нестабильную политико-экономическую обстановку в мире, следует особое внимание обратить на вопросы поддержки и развития малого и среднего предпринимательства. Стратегическим ресурсом для развития которого, в свою очередь, является молодежное предпринимательство.

Актуализация проблематики молодежного предпринимательства происходит также в связи с тем, что в настоящее время присутствует потенциальная, но еще не полностью доступная возможность улучшения социально-экономического положения молодежи [6].

Ключевым аспектом развития малого и среднего предпринимательства и самозанятости молодежи в целом является привлечение и стимулирование интереса молодых людей к активной предпринимательской деятельности, формирование их предпринимательской культуры, которая позволит им осуществлять профессиональное развитие с минимальными рисками [7].

Предпринимательский потенциал зачастую является базовой и наиболее ярко выраженной особенностью, определяющей уникальность развития предпринимать-

ской деятельности современной студенческой молодежи. В процессе реализации предпринимательского потенциала происходит его трансформация и преображение. Но в то же время не прослеживается четкая и конкретная линия зависимости результатов реализации предпринимательского потенциала студенческой молодежи от уровня его развития. Ощутимую разницу можно увидеть лишь в контексте анализа количества успешно реализованных бизнес-проектов и запущенных стартапов. Если анализировать ситуацию с данной точки зрения, то можно увидеть ряд закономерностей: студенты реализующие уже не первый бизнес-проект чувствуют себя более уверенно, обладают сравнительно бóльшими предпринимательскими компетенциями и с бóльшим энтузиазмом осуществляют предпринимательскую деятельность. Также этот сегмент студенческой молодежи быстрее и легче поддается обучению, лучше усваивает новые компетенции, развивает их и передает ближайшему окружению. Опыт предпринимательской деятельности даёт студенту шанс проверить свои знания на практике и почувствовать ответственность. А неудачный опыт в предпринимательстве – это первый шаг молодёжи к карьере будущих руководителей.

В рамках изучаемого вопроса было проведено исследование на базе крупных пензенских вузов – Пензенского государственного университета (ПГУ), Пензенского государственного университета архитектуры и строительства (ПГУАС), Пензенского государственного технологического университета (ПензГТУ) и Пензенской государственной сельскохозяйственной академии (ПГСХА). В ходе исследования проводилось анкетирование и интервьюирование 400 студентов. Возраст опрошенных составил от 18 до 23 лет.

В ходе исследования выявлено, что 69 % опрошенных студентов хотели бы заняться предпринимательской деятельностью, 16 % не определились в своём мнении, 12 % не хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью и 3 % уже имеют собственный бизнес. Из тех, кто хотел бы заниматься бизнесом, 29 % хотели бы заниматься «бизнесом в сфере потребительских услуг» и 29 % «бизнесом в сфере торговли». Следующим по количеству ответов была туристическая сфера – 17 %, бизнес связанный с недвижимостью – 11 % и информационные технологии – 7 %, сельское хозяйство 3 %, промышленность и банковское дело по 2 % (рис. 1) [5].

Студенты взвешенно определили подходящие для себя сферы бизнеса, так как работа в сфере потребительских услуг и торговли не требует больших капитальных вложений, материальных затрат и большого числа персонала. Это говорит о том, что молодые люди реально оценивают свои ресурсы и взвешенно планируют будущую предпринимательскую деятельность.

На вопрос анкеты, есть ли необходимая информация, знания и ресурсы для организации своего дела, подавляющее число студентов – 84 %, отметили, что им хотелось бы улучшить имеющиеся знания и получить опыт, но они не обладают достаточной для этого информацией. Большие объёмы разной, противоречивой информации только мешают разобраться в сути изучаемого вопроса.

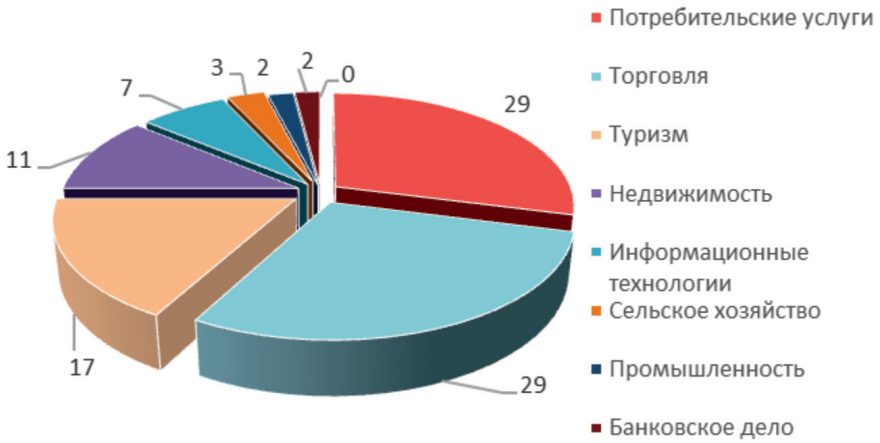

Рис. 1. Сферы бизнеса

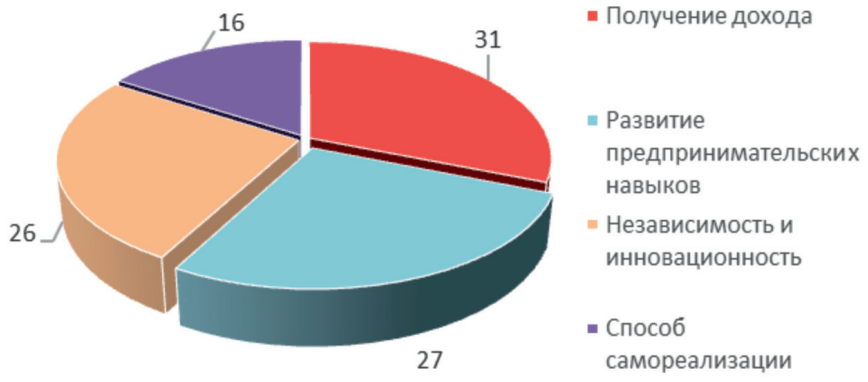

Рис. 2. Представление бизнеса для молодёжи

На вопрос, есть ли бизнес-идея, которую вы можете реализовать, 51% студентов ответили положительно, но отметили, что на данный момент не знают, как реализовать собственную бизнес-идею. Отсутствие бизнес-идеи отметили 45% опрошенных. И только 4% отметили, что реализуют свою идею в настоящее время.

На вопрос: «Что дает (даст) для вас занятие предпринимательской деятельностью?» мнения респондентов разделились следующим образом: 31% считает, что предпринимательство в первую очередь обеспечивает высокий личный доход, 27% хотят заниматься бизнесом с целью личной самореализации, 26% считают, что создали бы свое дело для развития предпринимательских навыков и 16% отметили, что занятие предпринимательской деятельностью даёт независимость и инновационность (рис. 2).

По данным ответам можно отметить, что молодёжь, а именно студенты, стремится к заработку и независимости.

Студенты связывают образ успешного предпринимателя, прежде всего, с достижением высокого уровня профессионализма (68% опрошенных). Богатство, материальное благополучие и воплощение своей мечты также являются важными признаками успешного предпринимателя, однако в глазах студентов наиболее успешными представителями малого бизнеса являются люди, которые добились высокого уровня профессионализма в своем деле.

Это подтверждается и результатами опроса действующих молодых предпринимателей.

Исследование потенциала предпринимательства среди молодёжи проводилось и ранее. Всероссийский мегаопрос «Георейтинг»: 34000 респондентов, опрошенных в 68 субъектах РФ по репрезентативным выборкам для каждого региона (общая численность молодежи в возрасте 18–29 лет – 8369) выявил следующие данные. Третья часть из общего числа опрошенной молодежи в возрасте 18–26 лет (36%) в неопределенном будущем планирует начать свое дело. Однако лишь малую часть из них, а именно 12%, следует отнести к потенциальным бизнесменам, так как они утверждают, что планируют открыть свое дело в ближайший год (5%) или в ближайшие два-три года (7%). У остальных перспектива предпринимательства очень туманна: они сами еще не знают, когда начнут создавать свое дело [1].

При сопоставлении данных видно, что количество молодёжи, заинтересованной в предпринимательской деятельности, увеличилось. Данный показатель косвенно указывает на то, что политика государства в сфере популяризации молодёжного предпринимательства развивается в правильном направлении.

Также данный опрос представил результаты влияния семьи на формирование предпринимательских способностей у молодых людей. Анализируя результаты исследования, можно сделать вывод, что родители и близкие родственники имеют очень серьезное влияние на выбор профессионального и карьерного пути своих детей. Так доля будущих молодых предпринимателей значительно выше в семьях, где кто-то из родителей является индивидуальным предпринимателем (35%) или занимает руководящую позицию (20%), по сравнению со всеми остальными.

В проводимом нами опросе также затрагивалось влияние дальних родственников на формирование и развитие предпринимательского потенциала детей. Наибольшее число опрашиваемых ответило, что в семье вообще нет предпринимателей – 57%. Ответ «да, у дальних родственников есть бизнес» дали 25% респондентов и на ответ «да, у родителей и близких родственников есть собственный бизнес» дали 18% студентов. Причём доля молодых людей, которые занимаются или хотят заниматься предпринимательством, выше у тех, у кого именно родители являются предпринимателями.

При исследовании факторов, развивающих предпринимательские способности студентов, было важно проанализировать и сдерживающие факторы, ведь часто, молодые люди, обладающие высоким предпринимательским потенциалом, так и не создают собственный бизнес, что негативно влияет и на их дальнейший профессиональный путь.

«Укажите основные факторы бизнес-среды, которые сдерживают студенческое предпринимательство» (1 – самое сильное влияние, 11 – самое слабое влияние) (табл. 1).

Таблица 1

Факторы, сдерживающие студенческое предпринимательство

Фактор	Ранг
жесткая конкуренция	1
недостаток собственных финансовых ресурсов	3
трудности в поиске клиентов	5
трудности с получением внешнего финансирования	2
процедура регистрации компании	8
местная инфраструктура	7
бюрократия	4
коррупция	6
высокий уровень преступности	9
жесткое налогообложение	10
нестабильное законодательство	11

Самым сильным фактором, оказывающим сдерживающее влияние на студенческое предпринимательство, является «жёсткая конкуренция». Действительно, студенты создают бизнес, не требующий больших капиталовложений (у студентов нет достаточного количества финансовых ресурсов), не наукоемкий, не сложный, не требующий большого количества персонала и ресурсов. В связи с простотой создания и работы данный бизнес действительно является высококонкурентным. Студентам, не обладающим зачастую профессиональными знаниями в сфере маркетинга и стратегического менеджмента, сложно конкурировать с другими профессиональными участниками рынка. Отметим, что такое мнение высказали респонденты, и часто это является страхом молодых людей перед более опытными участниками рыночной системы.

Вторым по значимости и влиянию является фактор – «трудность с получением внешнего финансирования». Данная оценка является достаточно объективной, так как банки с подозрением относятся к предприятиям, созданным студентами, не принимая их всерьез или боясь невыполнения обязательств по договору. В связи с этим банки рассчитывают высокий уровень риска кредитования такого бизнеса и отказывают в финансировании таких предприятий. Молодые предприниматели не имеют возможности получить внешнее кредитование, так как не могут ничего дать в залог банку (не имеют имущества).

Третьим фактором является «недостаток собственных финансовых ресурсов». Студенты не имеют собственного капитала и собственности. Финансовые ресурсы, которые студенты вкладывают в собственный бизнес, поступают либо от родителей, либо это ранее заработанные самим студентом деньги. Поэтому часто студенты начинают с бизнеса, не требующего больших вложений.

К наименее оказывающим влияние факторам студенты отнесли жёсткое налогообложение и нестабильное законодательство.

Исследование, проведённое М.А. Карпуниной, С.Ю. Савиновой и Н.Г. Шубняковой, выявляет сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства [2].

С момента осознания значимости развития малого и среднего предпринимательства государство стремится создавать наиболее благоприятные условия, стимулирующие молодежь к занятию предпринимательской деятельностью. Реализация данных условий рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня. В 2016 г. Правительство РФ утвердило «Программу развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года», и ответственные ведомства приступили к её реализации.

В настоящее время руководство страны делает серьезный упор на развитие малого и среднего предпринимательства, определяя его как одно из важнейших направлений, способствующих быстрому, стабильному и результативному экономическому развитию государства. Концепция стратегического развития предпринимательства должна предусматривать как создание общих рыночных предпосылок – рыночной инфраструктуры, мотивационного механизма, так и специальную государственную систему поддержки [3].

Таблица 2

Сильные и слабые стороны молодёжного предпринимательства

Сильные стороны молодёжного предпринимательства	Высокий уровень инновационной активности, инновационность мышления
	Высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота реакции по освоению новых рынков
	Высокий уровень способности к быстрому получению и освоению новых знаний в области предпринимательства и, как следствие, высокая степень приспособления к меняющимся условиям производственной и рыночной среды
	Потенциально более высокий уровень физической и психологической способности молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, неизбежно сопровождающие предпринимательскую деятельность, особенно на её первоначальном этапе
	Готовность молодёжи к риску
Слабые стороны молодёжного предпринимательства	Низкий социальный опыт
	Отсутствие деловой репутации
	Недостаточный уровень знаний в области практического применения экономических законов и механизмов
	Проблема формирования стартового капитала
	Недостаток личных контактов в сфере бизнеса и во властно-управленческих структурах
	Незащищённость от воздействия бюрократических структур
	Постоянное стремление к «теневому» предпринимательству и слабая степень защищённости от воздействия криминальных структур

Государственная политика по развитию малого и среднего предпринимательства должна базироваться именно на работе с молодёжью и носить постоянный и регулярный характер: от школы к вузу, а также на протяжении всего периода обучения в высшей школе. Другие варианты целенаправленного воздействия на молодёжь сложно представить, так как, кроме как в вузах, такой концентрации талантливой молодежи нигде больше нет. Доказательство тому системы бизнес-инкубации и бизнес-акселерации МГУ им. Ломоносова, Высшей школы экономики, Российского экономического университета им. Плеханова и др. Государство должно постоянно поддерживать положительный имидж предпринимателя и предпринимательства, создавать все новые возможности для внедрения инновационных отраслей предпринимательства, развивать поддержку малого бизнеса и зарубежного партнёрства, привлекать молодых предпринимателей из других стран для совместной работы и обмена знаниями и опытом с российскими молодыми предпринимателями. И это возможно сделать через организацию международных молодёжных форумов.

Таким образом, государственной власти и бизнес-сообществу следует пристально следить за формированием интереса к предпринимательству у современной молодежи, а также всячески поддерживать проекты молодых бизнесменов, создавая на законодательной основе благоприятные условия для быстрого старта новых предпринимателей. Молодежь активна и готова к проявлению своих способностей в бизнесе, к обеспечению самозанятости и созданию новых рабочих мест.

Список литературы

1. Баженова С.К. Легко ли быть молодым предпринимателем? // Технология дела. – 2012. – № 7_8; URL: http://td.poligrafiyaunas.ru/journal/2012/7_8-2012/legko-li-byit-molodyim-predprinimatelem.html.

2. Карпунина М.А., Савинова С.Ю. и Шубнякова Н.Г. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 2.; URL: https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12360.

3. Крутик А.Б. Проблемы и перспективы развития предпринимательства в российской экономике // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 2 – С. 24.

4. Максимова О.Г., Максимов Е.В., Пац М.В. Формирование готовности к предпринимательской деятельности студентов вузов экономических специальностей // Казанский педагогический журнал. – 2011. – № 1. – С. 21–26.

5. Рынки труда и образовательных услуг России: реалии и перспективы : монография / под общ. ред. С.Д. Резника, Р.М. Нижегородцева, Г.А. Резник. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 324 с. – (Научная мысль). – www.dx.doi.org/10.12737/13211.

6. Титов Н.Н. Актуальность подготовки студентов к предпринимательской деятельности // Вестник Московского университета МВД России. – 2011. – № 11. – С. 10–12.

7. Черницов А.Е., Светалкина М.В. Управление процессом формирования предпринимательских компетенций студентов в региональном вузе // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1–1.; URL: https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19577.