

Лагутина Софья Родионовна
студентка 5 курса направления подготовки «Организация
работы с молодежью», Белгородский государственный
национальный исследовательский университет (НИУ «БелГУ»),
г. Белгород, Россия.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМЫ ВОВЛЕЧЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В БИЗНЕС-СФЕРУ

Аннотация

В статье рассматриваются теоретико-методологические основы исследования вовлеченности студенческой молодежи в бизнес-сферу. Проанализированы основные подходы к изучению предпринимательской активности молодежи, раскрыты факторы формирования предпринимательских намерений студентов, а также роль образовательной среды, семьи и социального окружения в развитии предпринимательских компетенций. Особое внимание уделено анализу нормативно-правовой базы поддержки молодежного предпринимательства в Российской Федерации. Сделан вывод о значимости создания благоприятных институциональных условий для повышения уровня вовлеченности студенческой молодежи в предпринимательскую деятельность и реализации ее инновационного потенциала.

Ключевые слова: студенческая молодежь, молодежное предпринимательство, предпринимательская активность, предпринимательские намерения, бизнес-сфера, государственная поддержка, предпринимательские компетенции, молодежная политика.

1. Теоретическое обоснование проблемы вовлечения студенческой молодежи в бизнес-сферу

Малый бизнес является незаменимой составляющей рыночной экономики. Во всех странах с рыночной экономикой малое предпринимательство занимает важное место в производстве товаров и услуг социокультурного и бытового назначения, комплектующих для крупных промышленных предприятий.

Важнейшую роль в малом бизнесе играет молодежь, которая со свойственными ей энергией, энтузиазмом и творческой активностью ориентирована на поиск новых сфер приложения своих сил, новые перспективные виды профессиональной деятельности, что особенно большое значение имеет в условиях цифровизации экономики, масштабного развития и внедрения компьютерных технологий и быстрой смены профессий. Молодежь обладает современными знаниями, большой гибкостью, способностью овладевать новыми профессиями. Производство новых товаров и услуг, как правило, начинается с идеи, которая реализуется посредством деловой энергии, креативности и мотивации молодых предпринимателей. Несомненно, студенческая молодежь находится на переднем крае развития предпринимательства в обществе, поскольку возрастная активность сочетается с приобретением профессиональных знаний и выбором жизненного пути.

Предпринимательство в силу своих широких возможностей занимает особое место в утверждении экономической свободы и идеалов гражданского общества, выступает неотъемлемым атрибутом развитого демократического государства. Особое значение имеет малое предпринимательство для устойчивого роста благосостояния граждан и процветания общества, его экономического и социального развития. Малое предпринимательство является важным источником и фактором становления среднего класса – основы экономической и политической стабильности в обществе и устойчивого развития страны.

Предпринимательская деятельность – это вид трудовой деятельности,

направленный, прежде всего, на систематическое получение прибыли от какого-либо вида работ, характеризующийся наличием риска и угрозами понести определенные материальные и иные (статусные, репутационные) потери. Предпринимательство предполагает и социальную ответственность, проявляющуюся в участии в решении социальных вопросов, в делах местного сообщества, в благотворительной деятельности и т.д.¹

Предпринимательство отличается от обычного производства и реализации товаров и услуг тем, что в этой деятельности, как правило, присутствуют элементы инновации, применение новых технологий, освоение или создание нового рынка, что ярко проявляется в роботизации, разработке компьютерной техники и программного обеспечения, средств мобильной связи, систем «умный дом», «умный город» и др.

В случае, если институты общественного сектора оказываются недостаточно эффективными и не способствуют решению либо снижению интенсивности актуальной социальной проблемы, формируется благоприятная почва для активного развития социального предпринимательства.

Отсутствие четкого понимания со стороны общества и государства целей и задач социального предпринимательства, актуализирует проблему недостаточного понимания данного феномена. Данные факторы подтверждены статистическими данными, полученными в результате исследования, проведенного Исследовательской группой ЦИРКОН в декабре 2018 года, – «лишь 26% респондентов имели представление о социальном предпринимательстве, 73% ранее не сталкивались с этим явлением и не могли ничего о нем сказать». В современных условиях, на территории Российской Федерации действует ряд устойчивых социальных проектов в следующих областях: фермерского хозяйства, переработки некоторых видов бытовых отходов, поддержки инвалидов, пожилых людей и выпускников детских домов, детского здравоохранения возрождения ремесел и народных промыслов, местного туризма. Для увеличения доли социального предпринимательства необходимо создать условия для развития предпринимательства в социальной сфере, что позволит создать новые технологии производства, новые рабочие

места. Такими условиями могут стать поддержка социальных предпринимателей, упрощение процедур регистрации и ведения деятельности, внедрение современных механизмов финансирования, развитие институтов государственно-частного партнерства в социальной сфере.

Статистика показывает, что активность молодых социальных предпринимателей России растет год от года. Молодые люди реализуют около 30 из 130 поддержанных фондом «Наше будущее» проектов, отличаясь при этом хорошей подготовкой, высокой квалификацией и целеустремленностью, направленностью на социальную ориентацию в развитии своего бизнеса.

Развитие молодежного предпринимательства вносит свой значимый вклад в усиление экономики страны, получая все большее признание как направление по мобилизации средств, повышению эффективности производства нужных обществу товаров и услуг, обеспечению занятости населения и, в первую очередь, решение проблемы занятости самой молодежи. Многими общественными деятелями не раз подчеркивалась важность развития молодежи, малого и среднего предпринимательства, инновационных малых и микропредприятий.

Особое значение в развитии молодежного предпринимательства и повышении самосознания, роста социальной ответственности и патриотизма молодежи, имеет развитие и поддержка социального предпринимательства. В этом вопросе Россия, несмотря на рост интереса к нему как на федеральном, так и на региональном уровне (в рамках конференций, консультаций, социальных форумов, изучения опыта известных социальных предпринимателей и пр.), значительно отстает как в реализации государственной поддержки социального предпринимательства, так и в общей информированности об этом явлении.

Таким образом, готовность к занятию предпринимательством обусловлена не столько внешними мотивами, связанными с отсутствием достойных предложений на рынке труда, сколько стремлением к самостоятельной, независимой от внешних акторов хозяйственной деятельности.

Значимую роль в исследовании факторов, благоприятно влияющих на

формирование и развитие предпринимательских компетенций у студентов, играет изучение их готовности к открытию собственного дела, другими словами – предпринимательских намерений, которые считаются начальным этапом предпринимательского процесса и предоставляют возможность спрогнозировать предпринимательское поведение человека.

Одним из ведущих мировых проектов в области предпринимательства считается «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor, GEM), отдельный раздел ежегодного национального отчета которого посвящен сравнительной оценке предпринимательских намерений респондентов из разных стран. По данным исследования, уровень предпринимательских намерений в России в 2020 г. снизился и составил 11% в сравнении с 14% в 2019 г. На таком же уровне в рейтинге 2020 г. находятся Швеция (10,6%), Германия (12,6%), Греция (12,6%). Чаще всего о намерении открыт собственный бизнес заявляли респонденты, принадлежащие к возрастной группе от 25 до 34 лет.

В научной литературе существует множество классических теорий и моделей, раскрывающих факторы формирования намерений, наиболее известной из которых является теория запланированного поведения («Theory of planned behavior»), предложенная профессором психологии И. Айзенем. В ней указывается на то, что намерения индивида возникают под влиянием трех групп факторов:

- 1) индивидуальное отношение индивида к поведению («attitude toward the behavior»);
- 2) субъективные нормы («subjective norm») – другими словами, ожидаемая реакция окружающих на реализацию задуманного поведения;
- 3) воспринимаемый поведенческий контроль («perceived behavioral control») – убеждения относительно наличия необходимых ресурсов для осуществления заданного поведения.

Процесс формирования предпринимательских намерений можно представить следующим образом. Во-первых, предпринимательские намерения основываются на личных убеждениях человека (внутренние факторы). В данном

случае речь идет об индивидуальном отношении к предпринимательству и представлению относительно возможности осуществления предпринимательского поведения. Во-вторых, на намерения воздействует факторы, связанные с внешним окружением: социальное одобрение, предпринимательская среда в университете, а также влияние семьи (внешние факторы). Основная роль внешних факторов в данном процессе заключается в формировании предпринимательского капитала, который, в свою очередь, определяет оценку осуществимости и наличие которого усиливает намерения молодежи в отношении выбора предпринимательской карьеры.

Изучению отношения студентов к карьере предпринимателя, а также факторов, влияющих на развитие у них предпринимательских намерений посвящено «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов», результаты последних отчетов которого приводят к выявлению следующих тенденций: 74% студентов предпочитают работать в качестве наемных сотрудников сразу после окончания учебы в ВУЗе, 9% хотели бы начать карьеру предпринимателя; почти половина студентов намеревается стать предпринимателями через пять лет после окончания обучения (показатель превышает данные по международной выборке больше, чем на 15%); 30% студентов являются потенциальными предпринимателями, т.е. пытаются открыть собственное дело, а почти 7% студентов являются активными предпринимателями; начать карьеру предпринимателя сразу после окончания учебы предпочитают в большей степени мужчины (13%), чем женщины (7%); а данные о желании начать карьеру предпринимателя спустя пять лет отражают сокращение разрыва (54% мужчин, 49% женщин); сравнивая с международной выборкой, карьера предпринимателя рассматривается студентами в России более положительно.

На формирование намерений индивида воздействует социальное одобрение выбора предпринимательской карьеры. Чем выше ожидания студента относительно положительной реакции со стороны окружающих, тем выше вероятность реализации запланированных действий. Влияние на отношение к предпринимательству может оказывать не только близкое окружение, но и общество в целом. Речь идет в первую очередь о престижности карьеры в

обществе, внимании в средствах массовой информации (СМИ) через активную PR-поддержку и освещение историй создания крупнейших российских компаний и стартапов. Если в обществе превалирует мнение о том, что предпринимательство – успешный карьерный выбор, то у студента с большей вероятностью сформируется положительное отношение к предпринимательской карьере.

Согласно данным Глобального мониторинга предпринимательства в 2020 г., по мнению 72,5% респондентов, статус предпринимателя в обществе воспринимается как высокий. Более 61% россиян считают, что СМИ часто освещают примеры успешного создания бизнеса с нуля. При этом те респонденты, которые положительно ответили на вопрос, связанный с освещением информации об успешных предпринимателях в СМИ, в три раза выше определяют престижность предпринимательской карьеры и статус предпринимателя.

Поскольку студенты большую часть своего времени проводят в университете, значительное влияние на формирование у них предпринимательских намерений оказывает университетская среда. В данном случае речь идет, во-первых, о формировании предпринимательских компетенций через включение в учебный план обязательных дисциплин по предпринимательству и организацию дополнительных образовательных инициатив. Подобные мероприятия также способствуют расширению деловых контактов и развитию социального капитала. Помимо этого, вуз может выступать в качестве источника финансовой поддержки через предоставление грантов на реализацию студенческих бизнес-проектов или помощь в поисках инвесторов. Принимая решение о выборе карьеры предпринимателя, студент учитывает имеющиеся в его распоряжении ресурсы, в том числе человеческие, социальные и финансовые. Следовательно, можно утверждать, что фактор «университетская среда» воздействует на оценку студентов возможности осуществления предпринимательского поведения.

На индивидуальное отношение к предпринимательству и оценку студентом осуществимости предпринимательского поведения оказывает влияние семья. Ключевую роль играет наличие семейного бизнеса, которое может

предопределить карьерную траекторию студента, поскольку студенты из предпринимательских семей перенимают ролевую модель своих родителей² и более положительно относятся к предпринимательской карьере. В некоторых случаях они рассматриваются в качестве преемников семейного бизнеса. Родители-предприниматели предоставляют социальный капитал в виде доступа к сети контактов с поставщиками, инвесторами и клиентами, а также могут служить источником финансового капитала. Представляется, что именно наличие семейного бизнеса может являться ключевым фактором при переходе от предпринимательских намерений к действиям по созданию собственного бизнеса, на наличие которого сложно повлиять.

Основными же мотивами предпринимательской деятельности, согласно австрийскому ученому Й. Шумпетеру, являются самореализация и свобода творчества. Он также описал довольно широкую палитру ценностей предпринимателя, подчеркивая его безразличность к финансовому результату и выделяя ценности неэкономического происхождения (свобода, условия для развития личности, желание борьбы, стремление к успеху, радость творчества). Однако, в соответствии с данными исследования уровня вовлеченности молодежи в предпринимательскую деятельность, проводившегося ИСПИ РАН, в числе мотивов, побуждающих заняться бизнесом, респонденты особенно часто называли: ожидаемый высокий заработок (59%); возможность быть независимым (47%); возможность творчества (38%); карьерный рост (30%); возможность быть собственником (28%); возможность руководить (24%); престиж (20%); риск (7%)

Существенным психологическим фактором, влияющим на предпринимательские намерения индивида, является локус контроля, то есть способность индивида приписывать успех или неудачу внутренними, или внешним факторам. Положительную корреляцию с предпринимательскими намерениями имеет интернальный локус контроля, ориентированный на внутренние факторы, то есть люди с интернальным локусом контроля способны контролировать события, происходящие в их жизни. В то время как люди с экстернальным локусом контроля воспринимают события в жизни как

результат внешнего воздействия. Индивид, обладающий интернальным локусом контроля, имеет большую склонность к занятию предпринимательской деятельностью, потому как он имеет более выраженную потребность в достижении. Подобные положения подтверждаются исследованием Р.Х. Брокхауса, в котором обнаруживается то, что большинство предпринимателей обладают именно интернальным локусом контроля. Также автор замечает, что значительное преимущество в предпринимательской деятельности имеют именно люди с интернальным локусом контроля и с благоприятной для развития карьеры обстановкой.

Таким образом, наиболее значимыми факторами, оказывающие положительное влияние на формирование предпринимательских намерений, являются наличие высшего или специализированного образования, социальных связей с предпринимателями, положительное отношение к предпринимательской деятельности, интернальный локус контроля, уверенность в своих когнитивных навыках и значимые личностные характеристики, такие как автономность, активность, склонность к риску и достижению. Также благоприятно влияет субъективная положительная оценка условий предпринимательской среды в регионе.

2. Анализ законодательства в области развития молодежного предпринимательства

Молодежная политика занимает важное место в общенациональной социально-экономической политике РФ, что обусловлено ее стратегическим характером. Реализация механизма государственной молодежной политики предусматривает использование широкого инструментария, среди которого можно выделить следующие ключевые направления: образование; популяризация национальной идентичности; общественные и социальные коммуникации; комплексное патриотическое воспитание; гармонизация социально-культурной среды развития личности в рамках семейных отношений; общий культурный фон социальной среды; массовость физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий; качество

благоустройства окружающей среды с учетом экологических рисков; расширение потенциала молодежного предпринимательства.

Именно активное вовлечение молодых специалистов в бизнес-среду, создание условий для реализации их творческого потенциала являются необходимой предпосылкой дальнейшего развития экономики России.

В современных условиях нормативно-правовая база функционирования молодежного предпринимательства включает различные федеральные законы, кодексы и постановления о малом и среднем бизнесе:

1. Конституция Российской Федерации закрепляет фундаментальные основы предпринимательства¹. В соответствии со статьей 34 каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности. При этом не допускается экономическая деятельность, направленная на монополизацию и недобросовестную конкуренцию. Данные положения создают конституционные гарантии свободы предпринимательства, в том числе для молодежи как части общества.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации детализирует правовой статус предпринимательской деятельности². В частности, статья 23 устанавливает, что гражданин вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. К такой деятельности применяются правила, регулирующие деятельность коммерческих организаций, если иное не вытекает из закона или существа правоотношений. Это позволяет молодым людям начинать бизнес в упрощенной форме, без создания юридического лица.

3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24 июля 2007 года № 209 - ФЗ является ключевым актом в сфере поддержки предпринимательства, включая молодежное. Закон определяет критерии отнесения граждан к субъектам малого и среднего предпринимательства,

устанавливает единый реестр таких субъектов и меры государственной поддержки. Поддержка осуществляется в форме финансовой (гранты, субсидии, льготные кредиты), имущественной (предоставление помещений), информационной, консультационной, а также в области подготовки кадров и инноваций. О р г а н ы в л а с т и и к о р п о р а ц и я р а з в и т и я м а л о г о и с р е д н е г о предпринимательства реализуют программы, в том числе ориентированные на молодежь (включая специальные меры для лиц до 35 лет). Получить господдержку можно через заявительный порядок в региональных центрах «Мой бизнес», участие в конкурсах и программах национального проекта «Малое и среднее предпринимательство».

4. Федеральный закон « О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08 августа 2001 года № 129-ФЗ регулирует порядок приобретения статуса предпринимателя¹. Закон охватывает формальные процедуры государственной регистрации индивидуальных предпринимателей и юридических лиц, включая подачу документов в регистрирующий орган (ФНС России), внесение сведений в Единый государственный реестр и н д и в и д у а л ь н ы х п р е д п р и н и м а т е л е й (Е Г Р И П) и Е д и н ы й государственный реестр юридических лиц (ЕГРЮЛ), а также внесение изменений и прекращение деятельности. Процедура регистрации упрощена и осуществляется в электронном виде, что особенно важно для молодежи, активно использующей цифровые сервисы.

5. Федеральный закон « О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход»» от 27 ноября 2018 года № 422-ФЗ ввел льготный режим для самозанятых, одной из наиболее популярных форм среди студенческой молодежи ¹ . Налогоплательщиками признаются физические лица (в том числе индивидуальные предприниматели), не имеющие наемных работников по трудовым договорам и получающие доходы от самостоятельной деятельности. Ставки налога составляют 4% от доходов, полученных от

физических лиц, и 6% от юридических лиц и ИП. Регистрация осуществляется через мобильное приложение «Мой налог» без посещения налоговых органов. Закон устанавливает ограничения по видам деятельности и предельному доходу (2,4 млн рублей в год), а также предусматривает налоговый вычет и автоматический расчет налога. Этот режим значительно упрощает вход в предпринимательство для молодых людей с небольшими проектами.

6. Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26 декабря 2008 года № 294 - ФЗ обеспечивает баланс между интересами бизнеса и государственным регулированием². Закон регулирует порядок проведения проверок (плановых и внеплановых), устанавливает рискориентированный подход, ограничивает сроки и основания проверок, предусматривает уведомление предпринимателей заранее (за 24 часа для внеплановых).

Механизм поддержки предпринимательских инициатив представителей молодежной среды носит многовекторный характер. К числу его ключевых направлений можно отнести (см. рис. 1): предоставление грантов, стипендий, финансирование конкурсов молодых предпринимателей, выделение субсидий, льготное кредитование, формирование и трансляцию профильного образовательного контента для субъектов молодежного предпринимательства, школы наставничества, мастер-классы, консультационную поддержку, либеральную административную политику, сервисные платформы, цифровые коммуникации, специальные налоговые и административные режимы.



Рис. 1. Приоритетные направления поддержки молодежного предпринимательства в рамках государственной молодежной политики

Ключевыми ценностями молодежного предпринимательства можно назвать инициативность и предприимчивость. Они служат основой для формирования креативного мышления и генерации инновационных идей.

Таким образом, на современном этапе развития российского общества, становится все более актуальным использовать потенциал молодежного предпринимательства для формирования инновационной парадигмы. О с о б е н н о с т ь ю м о л о д е ж н о г о п р е д п р и н и м а т е л ь с т в а в р а м к а х административно-управленческого подхода является его использование как инструмента для модернизации национальной экономики.

Важным преимуществом молодежного предпринимательства является способность генерировать инновационные идеи в большем объеме.

Применение инновационных подходов и реализация идей, созданных в рамках молодежного предпринимательства, до уровня научно-технических изобретений способствует модернизации национальной экономической системы и формированию более прогрессивного экономического уклада.

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

1. Студенческая молодежь обладает уникальным потенциалом для

инновационного предпринимательства благодаря энергии, креативности и современным знаниям, что делает ее ключевым ресурсом для устойчивого социально-экономического развития любой территории. Проявление активности и самореализация студентов в бизнес-сфере определяется комплексом внутренних и внешних факторов. К внутренним относятся личностные характеристики (склонность к риску, автономность, мотивация на самореализацию, достижение), а также отношение к предпринимательству и воспринимаемый поведенческий контроль. Внешние факторы включают семейный предпринимательский капитал, университетскую среду, субъективные нормы и оценку региональных условий для ведения бизнеса.

2. Создание благоприятной нормативно-правовой среды для молодежного предпринимательства и реализации бизнес-активности, сочетает конституционные гарантии свободы экономической деятельности, упрощенные механизмы регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, льготный налоговый режим для самозанятых, меры государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и защиту их прав при процедуре контроля. Эти нормативные положения обеспечивают доступность входа в бизнес для молодых людей, особенно через цифровые сервисы и специальные программы для лиц до 35 лет.

Литература

1. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения: 14.10.2025). – Текст: электронный.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть первая: № 51-ФЗ: [принят Государственной Думой 21 октября 1994 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/?ysclid=mlsmonedij6

3 6712008 (дата обращения: 14.10.2025). – Текст: электронный.

3. О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей: Федеральный закон № 129-ФЗ: [принят Государственной Думой 13 июля 2001 года: одобрен Советом Федерации 20 июля 2001 года]. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881/?ysclid=mlsn9qr5xh820764039 (дата обращения: 19.10.2025). – Текст: электронный.

4. Громова, А.С. Отношение к риску, предпринимательство и самозанятость / А.С. Громова. – Текст: непосредственный // Экономический журнал Высшей школы экономики. – 2021. – № 25(2). – С. 263-291.

5. Демененко, И.А. Предпринимательская активность молодежи в условиях стратегии развития малого бизнеса / И.А. Демененко, И.В. Шавырина. – Текст: непосредственный // Содействие профессиональному становлению личности и трудоустройству молодых специалистов в современных условиях: Сборник материалов XII Международной научно-практической конференции. В 3-х частях, Белгород, 20 ноября 2020 года / Под редакцией С.А. Михайличенко, Ю.Ю. Буряка. Том Часть 1. – Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, 2020. – С. 225-230.

6. Дунаева, А.С. Оценка эффективности политики поддержки малого и среднего бизнеса в РФ / А.С. Дунаева, М.В. Шатохин. – Текст: непосредственный // Исследования в региональном дискурсе – 2017: материалы научно-практических конференций в рамках «Недели науки» РОСИ (г. Курск, 24-28 апреля 2017 г.). – Курск: РОСИ, 2017. – С. 93-97.

7. Евдокимова, Ю.В. Анализ зарубежного опыта стимулирования предпринимательских намерений студентов вузов / Ю.В. Евдокимова. – Текст: электронный // Вектор экономики. – 2020. – № 5. – URL:

https://vectoreconomy.ru/images/publications/2020/5/economic_theory/Evdokimova.pdf (дата обращения: 13.02.2026).