

СЕКЦИЯ 4

СОЦИАЛЬНАЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МОЛОДЕЖИ

УДК 316.4; 316.77

*Андрианова Елена Владимировна,
кандидат социологических наук, доцент, Тюменский
государственный университет, старший научный сотрудник
ЗСФ ФНИСЦ РАН, Тюмень, РФ*

*Печеркина Ирина Федоровна,
кандидат социологических наук, доцент, Тюменский
государственный университет, Тюмень, РФ*

*Тарасова Анна Николаевна,
кандидат социологических наук, доцент, Уральский
федеральный университет имени первого Президента России
Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, РФ*

ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Аннотация. На базе данных социокультурного мониторинга по Тюменской области за 10 лет (2006-2016 гг.) представлен потенциал предпринимательской активности молодежи. Предпринимательский потенциал молодежи рассмотрен с позиции ориентации и готовности молодых людей к занятию собственным бизнесом. Описан социальный портрет потенциального предпринимателя в сравнении молодежной группой, ориентирующейся на стабильность в своем трудовом поведении.

Ключевые слова: молодежь, мотивация предпринимательской деятельности, предпринимательство.

*Elena V. Andrianova,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Tyumen
State University, Senior Researcher of the FSF of the Russian
Academy of Sciences, Tyumen, Russia*

*Irina F. Pecherkina,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Tyumen
State University, Tyumen, Russia*

*Anna N. Tarasova,
Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Ural
Federal University named after the First President of Russia
B. N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia*

POTENTIAL OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP

Abstract. The potential of young people's entrepreneurial activity is presented on the basis of socio-cultural monitoring data for the Tyumen region for 10 years (2006-2016). The entrepreneurial potential of young people is examined from the perspective of the orientation and readiness of young people to engage in their own business. A social portrait of a potential entrepreneur is described in comparison with a youth group that focuses on stability in their work behavior.

Keywords: youth, entrepreneurship motivation, entrepreneurship.

Широкое распространение в обществе ориентации на рыночные модели поведения является одним из условий успешного развития предпринимательства. Концепции предпринимательства подчеркивают рисковую природу этой деятельности, базирующуюся на свободе выбора (Дж.С. Миль; И. Тюнен), инновационный характер, постоянное стремление и способность к новаторству (И. Шумпетер, П. Друкер), потребность реализации себя в трудовой деятельности. Классик социологии М. Вебер особое значение придавал этической составляющей предпринимательской деятельности, где труд является высшей ценностью, а материальное богатство и успех — доказательство ее обретения. На предпринимательскую ориентацию оказывает влияние общая социокультурная среда, атмосфера, сложившаяся в обществе: «...предпринимательство более успешно в том обществе, где ресурсы мобильны; ...где положительно воспринимаются новации; ...где индивиды делают инвестиции в проекты других, ...где люди больше радуются успеху других, чем осмеивают его» (Говард Х. Стивенсон) [10].

В России к проблеме анализа закономерностей и особенностей предпринимательской мотивации обращаются целый ряд исследователей. Рассматривается структура мотивов создания собственного бизнеса [8], выделяются типы предпринимателей [2], дается оценка предпринимательского потенциала российского общества [7], акцентируют влияние макросреды на развитие предпринимательской мотивации [1]. Справедливо отмечается, что предприниматели как особая социальная группа являются носителями особых ценностей [4,6].

В данной статье ставится задача изучения потенциала предпринимательской активности молодежи на примере Тюменской области. На базе данных социокультурного мониторинга по Тюменской области за 10 лет (2006-2016 гг.) дается оценка данного ресурса.

Неотъемлемым качеством молодежи как особой категории трудовых ресурсов является социальная активность, динамизм, большая готовность к риску, стремление к новому. Логично предположить, что за годы рыночных реформ сформировался особый тип рыночного мышления и поведения молодежи, который включает в себя прежде всего ориентацию на достижения и инновации. Мы предполагаем, что распространение в обществе именно таких ориентаций — рыночных мотивов трудового поведения в самом широком смысле — приводит к росту потенциала молодежного предпринимательства.

Методология исследования:

В работе использованы данные социологических исследований проведенных в Тюменской области (включая автономные округа) в 2006-2016 гг. по типовой методике, разработанной ЦИСИ ИФРАН Н. И. Лапиным [5]. В исследованиях принимало участие население области старше 18 лет. Структура выборок по полу, возрасту, типу населенных пунктов соответствует структуре населения Тюменской области, ошибка выборки не превышает 3% по одному признаку. Объем молодежной подвыборки в каждом из исследований представлен в таблице 1.

Таблица 1

Объемы молодежной подвыборки в исследованиях, чел.

	2006 г.	2009 г.	2011 г.	2013 г.	2016 г.
Выборка в целом	4000	4510	5567	3054	3570
Подвыборка молодежи в возрасте от 18 до 30 лет	1351	1456	1675	948	1009

Для изучения изменений в структуре трудовых мотивов работников в исследовании был задан вопрос: «Какую работу Вы предпочли бы сегодня, имея возможность выбора?» с вариантами ответов: 1. Иметь пусть небольшой, но твердый заработок и уверенность в завтрашнем дне; 2. Иметь пусть небольшой, но твердый заработок; 3. Иметь небольшой заработок, но больше свободного времени и более легкую работу; 4. Много зарабатывать, пусть даже без особых гарантий на будущее; 5. Иметь собственное дело, вести его на свой страх и риск. В анализе варианты ответов сгруппированы по типу

«ориентация на стабильность» (варианты 1-3) и «ориентация на риск» (варианты 4-5), которую мы считаем рыночной.

Обсуждение результатов:

Ожидаемо, что молодежь выделяется среди остальных возрастных групп более «рыночным» типом мотивации. Доля тех, кто готов рисковать, ориентирован на создание собственного бизнеса, на высокий заработок даже без гарантий на будущее наиболее высока среди 18-30-летних (табл. 2). Среди них желающих открыть собственное дело — почти 20%, что в два раза больше, чем в остальных возрастных группах. Однако даже в этой группе преобладает мотивация «недостижения» — более 50% молодежи за все годы наблюдений (кроме 2006 г.) ориентированы скорее на гарантию занятости, чем на материальный успех и риск (рис. 1).

Таблица 2

Тип трудовой мотивации, в % по возрастным группам, 2016 г.

Варианты ответов	18-30 года	31-40 года	41-50 года	51-60 года	61 и старше	В целом выборке
Иметь пусть небольшой, но твердый заработок и уверенность в завтрашнем дне	41	47	49	47	40	45
Иметь пусть небольшой, но твердый заработок	6	8	6	9	10	8
Иметь небольшой заработок, но больше свободного времени и более легкую работу	3	4	5	7	7	5
Много зарабатывать, пусть даже без особых гарантий на будущее	22	19	15	12	5	16
Иметь собственное дело, вести его на свой страх и риск	19	13	11	7	7	12
Не знаю	6	7	9	10	20	9
Отказ от ответа	2	2	4	8	12	5
	100	100	100	100	100	100
Тип мотивации						
Ориентация на стабильность	51	60	61	63	57	58
Рыночная мотивация	41	32	26	19	11	29

Предположение, что рыночно-ориентированный тип трудовой мотивации будет доминировать с приходом нового поколения, социализация которых проходила в сугубо рыночных условиях, не подтверждается. Сегодняшние 18-30-летние — поколение, которое не видело иных реалий, кроме рыночных. Однако, традиционные ориентации на стабильность, социальную защищенность не уходят в прошлое, такой тип трудовой мотивации остается преобладающим (рис. 1). Позиция «пусть небольшая зарплата, но зато гарантированное рабочее место» принимается почти половиной молодых людей в возрасте 18-22 года. С возрастом такие настроения только нарастают.

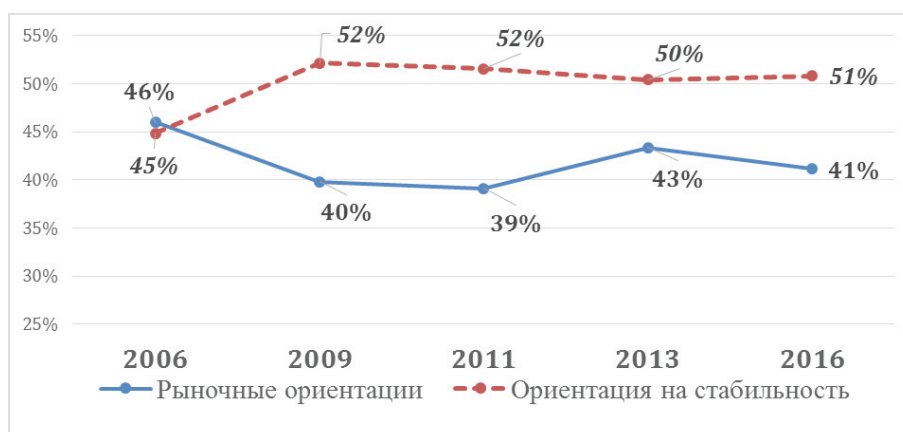


Рис. 1. Динамика трудовой мотивации молодежи 2006-2016 гг.

Однако, для каждого пятого молодого человека предпринимательство является желаемой жизненной перспективой. При низкой доле реальных предпринимателей в молодежной подвыборке (около 3% в каждом исследовании), среди 18-30-летних около 20% хотели бы «иметь собственное дело, вести его на свой страх и риск», что в два раза больше, чем в подгруппе респондентов старше 31 года (табл. 3). Некоторое уменьшение группы ориентированных на предпринимательскую деятельность в 2009 и 2016 гг. можно объяснить влиянием экономического кризиса в 2008 г. и 2014 гг.

Таблица 3

Доля молодежи, ориентированных на занятие предпринимательской деятельностью (выбравших вариант ответа: «Иметь собственное дело, вести его на свой страх и риск») в 2006-2016 гг., %

Возрастные группы	2006	2009	2011	2013	2016
18-22 года	26	16	19	23	22
23-26 года	19	17	24	24	22
27-30 года	19	13	20	19	14
В среднем в подгруппе 18-30-летних	22	16	21	22	19
Подгруппа «31 и старше»	11	7	9	10	10

Одним из факторов выбора стратегии трудового поведения является разделяемая система ценностей. Именно на базе ценностных представлений формируются жизненные программы и планы, вырабатываются побудители деятельности. Корреляционный анализ показал взаимосвязь и взаимообусловленность между типом трудовой мотивации и смысловыми ориентациями молодежи (табл. 4). Так, для молодых людей, выбирающих рыночные модели трудового поведения, более актуальными являются ценности свободы личности, содержательности труда, возможность проявить инициативу и предприимчивость, власть. Молодежь, которая декларирует традиционные поведенческие стереотипы в сфере труда, в большей степени ориентирована на традиционные ценности — семью, заботу государства, уважение к сложившемуся порядку.

Таблица 4

Корреляция между типом трудовой мотивации и ценностными представлениями молодежи (гр. 18-30 лет) по критерию Спирмена*

	Тип трудовой мотивации: Рыночная/Ориентация на стабильность
Свобода человека — это то, без чего его жизнь теряет смысл	0,131
Только содержательная, интересная работа заслуживает того, чтобы заниматься ею как основным делом жизни	0,121
Люди и государство должны больше всего заботиться о детях	-0,095
Я стал таким, какой я есть, главным образом благодаря собственным усилиям	0,078
Человек должен стремиться к тому, чтобы у него в первую очередь была власть, возможность	0,129
Главное — это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни	0,161
Главное — это уважение к сложившимся обычаям, традициям	-0,072

*Во всех случаях максимальная 2-сторонняя значимость, т. е. вероятность ошибки ниже 0,001.

Отношение к труду является ключевой ценностной ориентацией, напрямую оказывающей влияние на профессиональное самоопределение и модель трудового поведения. В современном обществе труд — основная сфера самореализации человека, фактор, определяющий весь его образ жизни. Как за десять лет менялись взгляды молодежи на труд можно проследить через изменение отношения к высказыванию: «Только содержательная, интересная работа заслуживает того, чтобы заниматься ею как основным делом жизни». Молодежь выделяется среди остальных возрастных групп более высокими оценками согласия с данным утверждением. Это суждение, оцениваемое респондентами по 11-бальной шкале, за все годы наблюдений набирало в среднем по молодежной выборке 8,9-8,45 баллов.

Молодежь, обладающая рыночной мотивацией, выше оценивает ценность интересной, содержательной работы, чем молодые люди с ориентацией на стабильность, или же неопределившиеся в своей ориентации. Еще с большей определенностью такая тенденция прослеживается в отношении ценности инициативы и предприимчивости. Для молодежи с мотивацией достижения «инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни» имеет более важное значение, чем в молодежных подгруппах с иной мотивацией (табл. 5).

Таблица 5

**Оценка согласия с высказываниями молодежи в целом
и в зависимости от типа трудовой мотивации, средний балл**

		2006 год	2009 год	2013 год	2016 год
Только содержательная, интересная работа заслуживает того, чтобы заниматься ею как основным делом жизни					
В среднем по молодежной подгруппе		8,90	8,36	8,59	8,45
Тип мотивации	Рыночная мотивация	9,06	8,41	8,59	8,78
	Ориентация на стабильность	8,86	8,34	8,52	8,24
	Затруднились с определением своей трудовой ориентации	8,21	8,24	8,32	7,93
Главное — это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве					
В среднем по молодежной подгруппе		8,01	8,10	8,07	7,92
Тип мотивации	Рыночная мотивация	8,16	8,3	8,18	8,34
	Ориентация на стабильность	7,94	8,05	8,04	7,63
	Затруднились с определением своей трудовой ориентации	7,57	7,36	7,57	7,45

Рассматривая предпринимательский потенциал молодежи как ориентацию и готовность молодых людей к занятию собственным бизнесом, попробуем нарисовать портрет потенциального предпринимателя и сравнить его с характеристиками молодежной группы, ориентирующейся на стабильность в своем трудовом поведении (табл. 6). За десять лет наблюдений характеристики молодежи, ориентированной на создание собственного бизнеса, практически не изменились. Это, как правило, житель крупного города, мужчина, материально хорошо обеспечен, имеет опыт работы в частном бизнесе. Для него большее значение имеет ценность свободы, инициативы и предприимчивости.

Таблица 6

Характеристики групп молодежи с разным типом мотивации

Критерии	Молодежь с ориентацией на создание собственного бизнеса	Молодежь с нерыночным типом мотивации
Социальные характеристики	Чаще мужчина, житель областного центра, в возрасте 18-25 лет, материально обеспечен, холост или живет в незарегистрированном браке, работает в сфере частного бизнеса	Чаще женщина, житель села или поселка городского типа, в возрасте 28-30 лет, представитель бедных и малообеспеченных слоев населения, работает в бюджетной сфере или в системе ГМУ
Ценностные ориентации	более актуальными являются ценности свободы личности, содержательности труда, возможность проявить инициативу и предприимчивость, власть	семья, уважение к сложившемуся порядку, патерналистские ориентации

Таким образом, потенциал предпринимательской активности молодежи за все годы наблюдений остается на прежнем невысоком уровне — около 20% хотели бы иметь собственный бизнес, а доля реальных предпринимателей в молодежной подвыборке составляет всего 3%. Причиной этого выступают не только институциональные барьеры и неблагоприятные условия для развития бизнеса, но и «нерыночный» тип трудовой мотивации, широко распространенный в обществе.

Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РФФИ, проект №16-03-00500, «Возможности и ограничения новой индустриализации и противоречия социокультурного пространства: на примере Тюменского региона».

Литература

1. Александрова Е. А., Верховская О. Р. Мотивация предпринимательской активности: роль институциональной среды // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-predprinimatelskoj-aktivnosti-rol-institutsionalnoy-sredy> (дата обращения: 24.08.2018).
2. Акимова О. Е. Мотивационные основы предпринимательской деятельности в России // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2013. №1 (27) С.131-138. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsionnye-osnovy-predprinimatelskoj-deyatelnosti-v-rossii> (дата обращения: 21.08.2018).
3. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма [Текст] / М. Вебер [пер. с нем.: М. И. Левина и др.; отв. ред. и сост. Ю. Н. Давыдов; послесл. П. П. Гайденко и др.] — 2-е изд., доп. и исп. — М.: РОССПЭН, 2006. — 656 с.
4. Корнейко, О. В. Ценностные ориентации современного предпринимательства в России / О. В. Корнейко // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. — 2017. — Т. 10. — № 5. — С. 169-183.
5. Лапин Н. И., Беляева Л. А. Программа и типовой инструментарий «Социокультурный портрет региона России» (Модификация — 2010). М.: МФРАН. 2010.
6. Магун В. С. Динамика трудовых ценностей российских работников, 1991–2004 гг // Российский журнал менеджмента. 2006. Т. 4. № 4. С. 45–74.
7. Тихонова Н. Е., Чепуренко А. Ю. Предпринимательский потенциал российского общества // Мир России. Социология. Этнология. — 2004. №1. С. 116-145.
8. Филинкова Е. Б. Психология российского предпринимательства: учебное пособие. М.: Ректор, 2007. 288с.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия — М.: Эксмо, 2007. — 861 с. 4. Друкер П. Эффективное управление: экон. задачи и оптим. решения. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 1998. — 285 с.
10. Stevenson Н.Н.«Why enntrepreneurship has won!». URL: www.unm.edu/~asalazar/.../e_won.pdf, свободный (дата обращения: 22.04.2018)