



<sup>14</sup> См.: Горбунова М. Ю. Управленческий потенциал эмоций в социальных отношениях / Саратов. гос. соц.-экон. ун-т. Саратов, 2010. 180 с.

<sup>15</sup> См.: Smith-Lovin L. Emotion as the Confirmation and Disconfirmation of Identity: An Affect Control

Model // Research Agendas in the Sociology of Emotions / ed. by T. D. Kemper. Albany: State University of New York Press, 1990. P. 238–270.

<sup>16</sup> См.: Stets J. E. Examining Emotions in Identity Theory // Social Psychology Quarterly. 2005. № 68. P. 39–56.

УДК 316.346. 32–053.81 (470+571)

## МОЛОДЕЖНЫЙ СЕГМЕНТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ

З. М. Дыльнова

Саратовский государственный университет  
E-mail: Dyl'nov@info. sgu. ru

Статья посвящена анализу современного молодежного предпринимательства в России, тех проблем, с которыми она сталкивается сегодня.

**Ключевые слова:** молодежь, предпринимательство, молодежный бизнес, проблемы развития предпринимательства.

**Youth Business Segment in Modern Russia: Status and Outlook**

Z. M. Dyl'nova

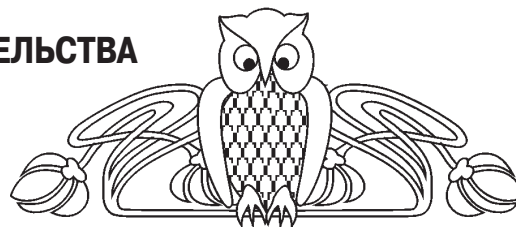
The paper is devoted to analysis of the modern youth business in Russia and problems faced by it now.

**Key words:** youth, business, youth business, business development problems.

Как известно, предпринимательство – стержень рыночной экономики, костяк среднего класса, выступающего фундаментом социальной структуры рыночного общества. Естественно поэтому, что коренное реформирование всей жизни современной России на рубеже 90-х гг. прошлого столетия выдвинуло предпринимательство на передовые рубежи преобразований. Понятно, что это коснулось и молодежного предпринимательства.

Именно молодежью было создано около 70–80% появившихся в начале 90-х гг. малых и средних негосударственных предприятий. Молодежное предпринимательство – весьма сложный сектор, который требует серьезного внимания со стороны государственных органов. Его правильно построенная целенаправленная поддержка обеспечивает развитие малого предпринимательства в регионе, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, повышению инвестиционной привлекательности.

Во многих российских регионах большое количество молодых людей оказалось невостребованным в сфере государственной экономики. Значительная часть молодежи проявляет довольно высокую активность предпринимательской деятельности, но по причине отсутствия реального



механизма поддержки молодежного предпринимательства большинство начинаний либо закрывается в течение первых нескольких месяцев работы, либо уходит в сторону нелегального, а нередко и криминального бизнеса.

Молодые предприниматели остро нуждаются в экспресс-обучении основам предпринимательской деятельности, консультационном обслуживании, помещениях, оснащенных современными средствами связи и оргтехникой, бухгалтерских и многих других услугах на льготных условиях. Обществу необходимо развитие молодежного предпринимательства, поощрение и распространение его цивилизованных форм. Молодежные малые предприятия могут способствовать созданию дополнительных рабочих мест при значительно меньших затратах, чем на крупных предприятиях, что частично решит проблему безработицы в регионах.

Увеличение доли молодых предпринимателей в общей структуре предпринимательства свидетельствует об усилении интереса молодежи к предпринимательской деятельности, которая, в свою очередь, требует от них определенных знаний и опыта, личных качеств. Большинство молодежи, в силу ряда объективных причин, не имеет в достаточной мере таких знаний и опыта. В результате этого они не могут в полной мере воплотить в жизнь свои идеи, бизнес-проекты, поэтому для успешной работы молодым предпринимателям необходимо компенсировать недостаток знаний, опыта. В то же время молодые люди обладают огромным новаторским, инновационным потенциалом, который необходимо развивать. При этом молодой предприниматель должен уметь преподнести свою идею, уметь заявить о себе, о своих качествах.

Поскольку именно от сегодняшней молодежи зависит то, каким будет предпринимательство через 10 лет, нужно уже сейчас закладывать в сознание молодежи правильный подход к ведению бизнеса. Обычно молодых предпринимателей притягивают те сферы деятельности, деловой активности, которые способствуют быстрому росту капитала, высокой рентабельности (по-



средническая деятельность, торгово-закупочные операции, услуги по организации «коммерческого туризма» и т. д.). Следствием такого «притяжения» является гипертрофирование сферы обращения в противовес сфере производства. Отсюда и отрицательные качества предпринимателей – стремление к наживе, безразличие к общественным интересам, непорядочность, нечестность в отношениях, неразборчивость в средствах. Развитие предпринимательской деятельности молодых людей в производственной сфере крайне низкое.

Подобная группа предпринимателей обычно поздно включается в бизнес, что затрудняет их экономическое продвижение, несмотря на повышение психологической готовности к активным действиям. Предприниматели в производственной сфере могли бы более полно реализовывать свои способности в направлениях, которые госсектор не способен обеспечить, могли бы насытить рынок потребительскими товарами и услугами.

Как же сама молодежь относится к тем проблемам и препонам развития предпринимательства в нашей стране? Определенный ответ получен нами по результатам исследования взглядов молодежи Саратовской области на состояние и перспективы развития малого предпринимательства в современных условиях<sup>1</sup>.

Прежде всего можно подчеркнуть, что для молодежи малый бизнес является основным видом заработка – так считают до 60% молодых людей в возрасте до 30 лет. При этом можно отметить, что наряду с предпринимательской деятельностью более 33% опрошенных учатся в различных учебных заведениях.

Весьма интересен вопрос о сфере деятельности молодых предпринимателей. Данные исследования свидетельствуют о том, что молодых предпринимателей в промышленности, строительстве, в сфере научного обслуживания и банковском деле вообще нет, в сельском хозяйстве их доля около 7%, на транспорте – около 27%, в торговле и общественном питании молодых предпринимателей более всего – это 60%).

В Саратовской области молодежное предпринимательство в основном функционирует в форме индивидуального и частного предпринимательства, на которые приходится более 85% молодых предпринимателей.

Важно отметить, что в качестве мотивов и целей предпринимательской деятельности молодежь определяет такие, как стремление заработать деньги, получить самостоятельность и повысить свой социальный статус – 93% всех опрошенных.

Молодые предприниматели ясно видят и наличие проблем в своей предпринимательской деятельности: более 86% опрошенных полагают, что такие проблемы есть. Среди проблем молодежь называет такие, как налоги (73,3%), конкуренция (66,6%), законодательство (40%), аренда (46,6%), инфляция (26,7%), кадровые проблемы (40%) и др.

Интересным представляется вопрос о способах решения проблем предпринимательства. Четверть всех опрошенных молодых предпринимателей полагают, что преодолеть трудности на рынке в значительной мере возможно за счет улучшения качества обслуживания и товаров, что свидетельствует о наличии в молодежной предпринимательской среде достаточно высокого уровня оптимизма. В отличие от среднего и старшего поколений предпринимателей молодежь менее зависима от социальных связей и более толерантна к возникающим трудностям своей деятельности.

При этом следует отметить, что молодые предприниматели и предприниматели старших возрастов практически сходятся в оценке роли государства в развитии предпринимательства – около половины всех опрошенных считает, что государство препятствует нормальному развитию бизнеса.

Несмотря на все сказанное, современное российское молодежное малое предпринимательство сохраняет перспективы дальнейшего развития, но для этого требуются существенные изменения в условиях его становления<sup>2</sup>. Прежде всего необходима переориентация государственной, в том числе молодежной, политики в области развития малого и среднего бизнеса, о чем много говорят в последнее время руководители нашего государства, а именно: необходим отход от установок на утверждение западных цивилизационных стандартов, замена их приоритетами использования и стимулирования соответствующих народной ментальности российских традиций предпринимательской деятельности.

#### Примечания

<sup>1</sup> В 2010 г. Центром региональных социологических исследований СГУ было проведено исследование методом анкетирования социально-экономических предпринимательских практик. Было опрошено 125 респондентов разных возрастов и социальных статусов.

<sup>2</sup> См.: Российская молодежь: проблемы и решения. М., 2005.