

**Предпринимательский потенциал студенческой молодёжи Дальнего Востока  
России**

**Хаустов Максим Юрьевич**

*Аспирант*

Дальневосточный институт управления (филиал) Российской академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Хабаровск, Россия

*E-mail: m.haustov@bk.ru*

Современная система высшего образования направлена на подготовку конкурентоспособных выпускников. Вне зависимости от выбранного направления обучения, часть студентов после окончания вуза выбирают занятие предпринимательством, как сферу приложения труда.

Изучая мнение тех студентов, которые не имеют собственного бизнеса, но планируют его открыть в какое-либо время, можно косвенно спрогнозировать предпринимательский потенциал региона [1].

Однако не менее важным является изучение основных факторов, оказывающих влияние на желание студентов заняться бизнесом.

В рамках данного исследования, в ноябре - декабре 2015 года автором статьи был проведен социологический опрос студентов вузов Дальнего Востока (n=1000). В число вузов вошли - Дальневосточный институт управления- филиал РАНХиГС (г. Хабаровск), Хабаровский государственный университет экономики и права (г. Хабаровск), Тихоокеанский государственный университет (г. Хабаровск), Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток), Приамурский государственный университет (г. Биробиджан)».

Данные социологического исследования позволили выделить ряд факторов, формирующих предпринимательский потенциал у студенческой молодёжи.

Во - первых, занятие предпринимательской деятельностью в большей степени характерно для студентов, положительно относящихся к предпринимателям.

91,7% респондентов заявили, что положительно относятся к людям, которые занимаются предпринимательством. При этом, результаты опроса показывают, что желание связать своё будущее с бизнесом характерно в большей степени студентам, имеющим предпринимателей среди знакомых, друзей, родственников. 90% опрошенных, заявивших о предпринимательской карьере, отметили, что члены их семей являются предпринимателями. Среди тех, кто не знаком с предпринимателями, планируют открыть свой бизнес 63% студентов.

Во - вторых, желание заняться бизнесом обусловлено наличием качеств, характеризующих предпринимателя.

Отмечая, какими качествами обладает современный российский предприниматель, 73,3% респондентов отметили «лидерские качества», 67% опрошенных считают необходимым «умение договариваться, вести переговоры». Для 60% студентов к таким качествам относится «трудолюбие», 52% респондентов отмечают, что предприниматель должен быть образованным. При этом негативные качества («нечестность», «способность действовать в обход закона») отметили только 9,6% опрошенных. (Рисунок 1).

Таким образом, молодежь в большей степени оценивает российских предпринимателей, как активную часть обществ, людей, обладающих лидерскими качествами, проявляющих

изобретательность, коммуникативные навыки.

В-третьих, важным фактором, формирующим предпринимательский потенциал студенческой молодежи, является роль вуза. В учебных программах по каждому направлению обучения предусмотрены дисциплины, предоставляющие знания в области предпринимательства. У студентов, в процессе освоения данных дисциплин, формируются навыки и умения, которые в будущем позволят им открыть собственный бизнес.

По результатам исследования только 16,3% респондентов отметили, что на сегодняшний день обладают необходимыми компетенциями для занятия предпринимательством. Большая часть опрошенных (62,4%) заявили, что такими качествами не обладают (Рисунок 2).

Таким образом, большинство студентов в настоящий момент не уверены в своей способности организовать и развивать собственный бизнес. При этом наблюдается прямая зависимость уверенности студентов в своих знаниях от курса обучения. Так, 32,5% студентов 4 курса отметили, что обладают достаточными знаниями для ведения бизнеса. У студентов 1 курса этот показатель значительно ниже - 12,5%.

Результаты исследования позволили сделать вывод, что высшее образование, получаемое студентами, развивает у них в первую очередь нетворческие качества («Ответственность» (62%), «Умение находить информацию» (60,4%)), а также навыки общения («Коммуникабельность» (61,2%)).

По результатам опроса, более 50% респондентов заявили, что образование, получаемое ими, улучшает данные компетенции.

При этом наименьший положительный эффект респонденты отмечают в развитии таких качеств как креативность (31,8%), работа в команде (46,5%), организаторские способности (49,4%).

В - четвертых, на желание студентов заняться бизнесом оказывает влияние государственная политика в сфере бизнеса. Несмотря на то, что только 20,2% опрошенных уверены в том, что государство предпринимает достаточно усилий для того, чтобы способствовать развитию предпринимательства, респонденты рассчитывают на помощь молодежных бизнес - организаций (36,7%) и широкое освещение проблем бизнеса в СМИ (21,1%).

Тем не менее, студенты выделяют ряд проблем, с которыми, по их мнению, сталкивается молодая предприниматель (Рисунок 3).

Среди основных проблем респонденты выделяют: отсутствие стартового капитала (55,7%), большую налоговую нагрузку (46%), недостаток знаний и опыта (44,2%), отсутствие поддержки со стороны властей (39,8%).

Респонденты отмечают непосильное налоговое бремя для предпринимателей, которое не даёт развиваться только что созданным предприятиям (32,6%). Еще одной значимой проблемой для развития бизнеса является большая конкуренция (30,6%).

Решение своих проблем студенты видят в организации мероприятий различного формата, направленных на развитие у молодых людей желания заняться бизнесом (Рисунок 4).

Анализируя данные выборки, отметим, что для студентов характерными формами вовлечения в предпринимательство являются практические встречи с предпринимателями и получение знаний и навыков путём проведения тренингов.

Таким образом, отметим, что на желание студенческой молодежи заняться бизнесом

оказывает влияние ряд факторов: наличие связей с предпринимательским сообществом (через друзей, знакомых, родственников); наличие у потенциальных предпринимателей качеств, необходимых в этой профессии; роль вуза (изучение дисциплин по предпринимательству, организация встреч с успешными бизнесменами и т.д.); политика государства.

Молодые люди всё активнее вовлекаются в бизнес- среду, участвуют в предпринимательских тренингах, бизнес - баттлах, разрабатывают бизнес - планы своих проектов, что позволяет сделать предположение о переходе студентов из группы потенциальных предпринимателей к предпринимателям реальным.

### Источники и литература

- 1) Институт комплексных стратегических исследований:  
<http://www.icss.ac.ru/projects/index.php?id=12>

### Иллюстрации

Варианты ответа	% от общего числа респондентов
Лидерские качества, активность	73,3
Умение договариваться, вести переговоры	67
Трудолюбие	60
Смекалка, изобретательность	60,4
Умение устанавливать связи с нужными людьми	58,8
Образованность	52
Склонность к риску	49,6
Расчётливость, экономность	47,8
Честность, порядочность	36,3
Нечестность, способность действовать в обход закона	9,6

**Рис. 1.** Распределение ответов респондентов на вопрос «На Ваш взгляд, какими качествами обладает современный российский предприниматель?»

<b>Варианты ответов</b>	<b>% от общего количества респондентов</b>
Да	16,3
Нет	62,4
Затрудняюсь ответить	21,3
Всего	100,0

**Рис. 2.** Распределение ответов на вопрос: «Обладаете ли вы знаниями и навыками для занятия предпринимательской деятельностью?»

<b>Проблемы</b>	<b>% от общего числа респондентов</b>
Нет стартового капитала	55,7
Большая налоговая нагрузка	46
Недостаток знаний и опыта	44,2
Нет поддержки со стороны властей	39,8
Бюрократизм, коррупция, произвол чиновников	37,6%
Мало молодых амбициозных предпринимателей	22,2
Другое	1,3

**Рис. 3.** Распределение ответов респондентов о проблемах, характерных для молодого предпринимателя

<b>Формы вовлечения</b>	<b>% от общего числа респондентов</b>
Бизнес-тренинги	56
Проведение конкурсов бизнес-проектов	52
Бизнес- ужины	48,3
Изучение дисциплин	46,4
Проведение консультаций	41,8
Бизнес- инкубаторы	21,3
Другое	1,6

**Рис. 4.** Распределение ответов респондентов о формах вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность