

нисходящей профессиональной мобильности, эмиграционных ориентаций. Но следует отметить, что не менее ярко выражены и положительные тенденции в изменении молодежи: возрастание уровня образованности, формирование таких качеств, как предприимчивость, активность, чувствительность к изменениям социальных условий и способность быстро реагировать на запросы рынка труда.

Таким образом, положение молодежи в структуре современного переходного белорусского общества является неоднозначным, обладает рядом противоречий, не имеет четких параметров и трудно поддается научному исследованию в силу своих специфических свойств. Однако неоспоримым фактом является то, что молодежь демонстрирует прекрасную способность совершать восходящую мобильность в структуре социальной иерархии невзирая на все трудности и конфликты, неизбежно присутствующие в обществе, переживающем период трансформации.

Л и т е р а т у р а

1. Молодежь суверенной Беларуси: штрихи к портрету / Д. М. Булынько [и др.] ; под ред. Д. М. Булынько, О. В. Иванюто, Д. Г. Ротмана. — Минск : Издат. центр БГУ, 2012. — 192 с.
Molodezh' suverennoy Belarusi: shtrikhi k portretu / D. M. Bulynko [i dr.]; pod red. D. M. Bulynko, O. V. Ivanjuto, D. G. Rotmana. — Minsk : Izdat. tsentr BGU, 2012. — 192 s.
2. Республика Беларусь в зеркале социологии: сборник материалов социологических исследований за 2014 год / В. М. Литвинович [и др.] ; под общ. ред. А. П. Дербина. — Минск : Белорус. Дом печати, 2015. — 191 с.
Respublika Belarus' v zerkale sotsiologii: sbornik materialov sotsiologicheskikh issledovaniy za 2014 god / V. M. Litvinovich [i dr.]; pod obshch. red. A. P. Derbina. — Minsk : Belarus. Dom pechati, 2015. — 191 s.

Статья поступила в редакцию 23.11.2016 г.

УДК 316.42(476)

N. Sechko
BSEU (Minsk)

BELARUSIAN YOUTH ORIENTATION TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITIES

Modern condition and main tendencies of the development of small and medium business of the Belarus are analyzed. Labor motivation and business orientation of youth are considered. Assessment to business environment among young people in Belarus is revealed.

Keywords: *young people; sector of small and medium-sized enterprises; entrepreneurial activities; business environment; labor motivation.*

Н. Н. Сечко
кандидат социологических наук, доцент
БГЭУ (Минск)

ОРИЕНТАЦИЯ МОЛОДЕЖИ БЕЛАРУСИ НА ЗАНЯТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Проанализированы современное состояние и основные тенденции развития сектора малого и среднего предпринимательства в Беларуси. Рассмотрены трудовая мотивация и ориентация мо-

лодежи на занятие предпринимательской деятельностью. Выявлены оценки молодежью бизнес-среды в Беларуси.

Ключевые слова: молодежь; сектор малого и среднего предпринимательства; бизнес-среда; трудовая мотивация.

На сегодняшний день в Беларуси актуальна проблема трансформации экономики и реструктуризации предприятий в ряде экономических секторов, повышения эффективности функционирования рынка труда и структуры занятости. Опыт стран свидетельствует, что во многом разрешению этих проблем способствовал сектор малого и среднего предпринимательства (далее — МСП), если институциональная среда стимулировала и позволяла ему в должной мере выполнять свои функции и роль. «Социальная роль сектора МСП заключается в содействии занятости населения, оперативном использовании высвобождаемых и неиспользуемых трудовых ресурсов, что способствует оптимизации отраслевой структуры рынка труда и снижению социальной напряженности, сокращению государственных расходов на социальную защиту; в активизации инновационной деятельности населения, максимальном использовании профессионально-квалификационного потенциала работников, развитии их творческих, креативных способностей. Экономическая роль МСП состоит в развитии диверсифицированной экономической структуры, в усилении инновационного потенциала экономики за счет динамичного и гибкого реагирования на изменения как потребительского спроса, так и достижения научного-технического прогресса, в создании и рыночном освоении инноваций» [1, с. 52]. Опыт многих стран показал, что при создании благоприятной институциональной среды происходит формирование малого и среднего инновационного предпринимательства, МСП способны заниматься не только торгово-посреднической деятельностью, но и успешно выполнять инновационные разработки, входить в инновационные кластеры и т.д. В такой форме сектор малого и среднего предпринимательства помогает реструктуризации государственного сектора и способствует ускорению инновационных процессов в экономике за счет эффективного освоения и воспроизводства базисных инноваций.

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь на начало 2016 г. в Беларуси в секторе МСП функционировал 107 441 субъект, а также 240 781 индивидуальный предприниматель. В целом они обеспечивали занятость 31,0 % средней численности работников в стране (табл. 1) [2].

Таблица 1. Показатели деятельности субъектов предпринимательства в Беларуси на начало 2016 г.

Показатель	Количество субъектов	Средняя численность работников, тыс. чел.	Процент от средней численности работников в Беларуси
Средние организации	2394	373,3	8,4
Малые организации	12 363	443,1	10,0
Микроорганизации	92 684	319,7	7,2
Индивидуальные предприниматели	240 781	240,8	5,4
Итого	348 222	1376,9	31,0

Источники: составлено автором.

Однако стоит отметить, что из всех работников сектора МСП 32,4 % заняты в Минске и 18,0 % — в Минской области, а в регионах и особенно в сельской местности количество субъектов МСП и занятых у них работников невелико [2].

Анализ белорусского сектора МСП в разрезе видов экономической деятельности показывает, что 37,9 % субъектов МСП заняты в сфере торговли, ремонта автомобилей,

бытовых изделий и предметов личного пользования, данная сфера сильно зависит от колебаний платежеспособного спроса и очень быстро реагирует на экономические спады высвобождением работников [2]. Из приведенных данных можно заключить, что структура сектора МСП в Беларуси не оптимальна, он не в полной мере выполняет свои функции и решает актуальные проблемы его развития и трансформации.

Важными показателями для прогнозирования развития секторов малого и среднего предпринимательства в Беларуси являются ориентации различных социально-демографических групп населения на занятие предпринимательской деятельностью и оценка ими бизнес-среды. От того, насколько население разделяет ценности рыночной экономики, насколько готово заниматься предпринимательской деятельностью, насколько ценны и значимы те преимущества, которые может дать им предпринимательская деятельность, зависит, как и какими темпами будет воспроизводиться и развиваться сектор МСП, будет он способствовать решению проблем занятости или он сам их создаст, сокращаясь и высвобождая работников.

Молодежь является особой социально-демографической группой, стоящей на пороге жизненного пути и делающей выбор, в том числе выбор формы и сферы занятости, выбор моделей экономического поведения. В ходе своей социализации и профессионального становления молодые люди выполняют три базовые социальные функции: «трансляционную — воспроизводство сложившихся ценностей, образцов и моделей экономического и трудового поведения; селекционную — отбор из ретранслируемых образцов и моделей наиболее актуальных и отвечающих требованиям современных социально-экономических условий, и инновационную — выработка, создание типов и моделей экономического поведения и социальных отношений, отвечающих новым, постоянно изменяющимся потребностям и запросам социально-экономических отношений» [3, с. 32].

Успешность выполнения белорусской молодежью этих функций зависит от ряда факторов, и одним из них является ориентация на занятие предпринимательской деятельностью. Ориентацию на занятие предпринимательской деятельностью мы трактуем как направленность интересов и деятельности молодежи на предпринимательство, готовность или неготовность заниматься предпринимательством, разделение или неразделение ценностей рыночной экономики, сформированность или несформированность представлений о сфере экономики, роли государства в регулировании бизнес-среды и трудовой мотивации молодежи в целом.

В качестве эмпирической базы для анализа ориентаций белорусской молодежи на предпринимательскую деятельность являются данные республиканского социологического исследования ГНУ «Институт социологии Национальной академии наук Беларуси» (2016 г.; выборка репрезентативна по полу, возрасту, образованию, регионам; объем выборки — 1502 респондентов, из них работающих — 881), проведенного в рамках инновационного проекта «Выявить особенности формирования, проявления и воспроизводства цивилизационно-культурного кода в современном белорусском обществе».

Согласно данным исследования белорусская молодежь разделяет рыночные ценности: большинство относится к конкуренции положительно, считая, что она побуждает людей совершенствоваться и работать как можно лучше; государство должно предоставлять бизнесу больше свободы; население, проявляющее инициативу, может получать высокие доходы («чем больше человек трудится, тем больше он получает»); молодежь готова к предпринимательскому риску и трудовой мобильности («хорошая работа — это высокооплачиваемая работа, даже если есть риск ее потерять») (табл. 2).

Таблица 2. Отношение к ценностям рыночной экономики молодежи Беларуси, %, 2016 г.

Суждение (дихотомия)	Возраст группы	
	16—23 лет	24—30 лет
Отношение к конкуренции		
Конкуренция — полезное явление, побуждающее людей совершенствоваться, работать лучше	76,6	72,0
Конкуренция — вредное явление, побуждающее к проявлению наихудших качеств человека	9,8	10,3
Затруднились выбрать/ответить	13,6	17,7
Отношение к неравенству в обществе		
Государство не должно допускать большой разницы в доходах граждан	19,2	18,4
Доходы должны быть различными: чем больше человек трудится, тем больше он получает	58,2	64,5
Затруднились выбрать/ответить	22,6	17,1
Отношение к содержанию работы и оплате работы		
Интересная работа важнее, чем деньги	49,0	41,4
Интересной работой можно пожертвовать, если есть возможность хорошо заработать	33,7	44,8
Затруднились выбрать/ответить	17,3	13,8
Отношение к стабильности и риску в трудовой деятельности		
Хорошая работа — это стабильная работа, даже если она не очень хорошо оплачивается	24,9	30,3
Хорошая работа — это высокооплачиваемая работа, даже если есть риск ее потерять	60,3	55,6
Затруднились выбрать/ответить	14,8	14,1
Отношение к регулированию бизнеса государством		
Государство должно жестко контролировать бизнес	12,1	12,5
Государство должно предоставить бизнесу больше свободы	63,8	64,2
Затруднились выбрать/ответить	24,2	23,3

Источники: составлено автором.

Однако в ходе анализа было выявлено, что в более старшей возрастной молодежной группе (24—30 лет), где доля занятых составляет 75,0 %, по сравнению с молодежной группой от 16 до 23 лет, где работают 30,1 %, по ряду позиций происходит увеличение доли поддерживающих скорее ценности социального государства, чем либерального рыночного. Можно заключить, что оценочные суждения в первой группе в большей мере основаны на общих представлениях о феномене конкуренции, а во второй группе они уже трансформируются в ходе апробации практикой, и это приводит к снижению позитивности оценок.

Анализ факторов трудовой мотивации показывает, что для всей белорусской молодежи в работе наиболее значимы оплата труда и хорошие условия и режим труда. Стоит отметить, что в зависимости от возрастной группы и пола выявляются значимые различия в ценностях трудовой мотивации. Если взять уровень значимости выше «+0,5», то для молодых людей в возрасте 16—23 года наиболее важно зарабатывать большие деньги и иметь хорошие условия и режим труда, быть относительно самостоятельным в работе, работать над интересными и новыми проектами и с квалифицированными коллегами, успешно продвигаться по службе, делать карьеру и реализовать свои знания,

опыт, квалификацию. С увеличением возраста (24—30 лет) для молодых людей возрастает значимость возможности зарабатывать хорошие деньги и иметь хорошие условия и режим труда, реализовать свои знания, опыт, квалификацию. А вот значимость ценности работы над интересными и новыми проектами снижается, что является негативной тенденцией для развития экономики. В более старшей возрастной группе для молодых людей значимыми становятся факторы, которые изначально не входили в топ-значимости: возможность работать без перегрузок и на солидном предприятии, в престижной организации, доступ к льготам, социальному пакету, социальным гарантиям, возможность сочетать трудовые и семейные обязанности. Повышение значимости данных факторов объясняется как появлением трудового опыта, так и изменением семейного положения молодых людей (табл. 3).

Таблица 3. Индексы значимости факторов трудовой мотивации молодежи, 2016 г.

Показатель	16—23 лет			24—30 лет		
	муж.	жен.	итого	муж.	жен.	итого
Быть относительно самостоятельным в работе	+0,70	+0,68	+0,69	+0,54	+0,63	+0,58
Реализовать свои знания, опыт, квалификацию	+0,51	+0,67	+0,59	+0,57	+0,70	+0,63
Работать с квалифицированными коллегами	+0,55	+0,61	+0,58	+0,53	+0,60	+0,56
Работать над интересными и новыми проектами	+0,65	+0,80	+0,72	+0,41	+0,57	+0,48
Приносить пользу людям	+0,50	+0,69	+0,60	+0,43	+0,68	+0,54
Успешно продвигаться по службе, делать карьеру	+0,53	+0,82	+0,66	+0,53	+0,57	+0,55
Зарабатывать хорошие деньги	+0,77	+0,88	+0,82	+0,89	+0,86	+0,88
Иметь хорошие условия и режим труда	+0,79	+0,91	+0,85	+0,82	+0,87	+0,84
Работать без перегрузок	+0,37	+0,74	+0,54	+0,63	+0,79	+0,70
Иметь доступ к льготам, социальному пакету, социальным гарантиям	+0,34	+0,57	+0,45	+0,59	+0,71	+0,64
Работать на солидном предприятии, в престижной организации	+0,28	+0,42	+0,35	+0,40	+0,65	+0,51
Иметь возможность сочетать трудовые и семейные обязанности	+0,48	+0,75	+0,61	+0,59	+0,81	+0,69
Иметь хорошие возможности обучения	+0,43	+0,69	+0,55	+0,45	+0,67	+0,54

Примечание. Индексы рассчитаны по вопросу «Что для Вас наиболее важно в работе?», шкала от «+1» до «-1», чем ближе значение индекса к «+1», тем выше важность трудовой ценности.

Источники: составлено автором.

Для девушек в возрасте 16—23 года практически все факторы трудовой мотивации имеют уровень значимости выше «+0,5», а наиболее важно в работе иметь хорошие условия и режим труда и зарабатывать большие деньги. С увеличением возраста (24—30 лет) для девушек возрастает значимость работы без перегрузок, возможности работать на солидном предприятии, в престижной организации, возможность сочетать трудовые и семейные обязанности. А снижается значимость таких факторов, как возможность работать над интересными и новыми проектами, успешно продвигаться по службе, делать карьеру, быть относительно самостоятельным в работе. В целом для девушек более значимы, чем для молодых людей, такие факторы трудовой мотивации, как возможность сочетать трудовые и семейные обязанности, приносить пользу людям, работать без перегрузок, иметь доступ к льготам, социальному пакету, социальным гарантиям и т.п.

Согласно данным проведенного исследования для белорусской молодежи характерен довольно высокий уровень ориентации на занятие предпринимательской деятельностью: в возрастной группе 16—23 года 50 % молодежи хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью, а в возрастной группе 24—30 лет данный показатель составил 39,7 %, при этом в возрастной группе от 31 года и старше его значение снижается уже до 14,2 %. Отметим, что уже имеют свой бизнес 3,3 % молодежи в возрасте от 16 до 23 лет и 6,5 % в возрасте от 24 до 30 лет. С увеличением возраста растет доля тех, кто не хотел бы заниматься предпринимательской деятельностью (табл. 4).

Таблица 4. Ориентации молодежи на занятие предпринимательской деятельностью в разрезе возрастных групп, %, 2016 г.

Показатель	16—23 года	24—30 лет	31 год и старше
Хотели бы заниматься предпринимательством	50,0	39,7	14,2
Не хотели бы заниматься предпринимательством	22,4	35,3	66,4
Уже имеют свой бизнес	3,3	6,5	4,9
Затруднились ответить	24,3	18,5	14,4
Всего	100,0	100,0	100,0

Источники: составлено автором.

Анализ ориентаций молодежи на занятие предпринимательской деятельностью в разрезе регионов показывает, что наиболее высокая доля молодежи по сравнению с другими регионами, которая ориентирована на занятие предпринимательской деятельностью в Минске (16—23 лет — 60,4 %; 24—30 лет — 47,9 %), Гродненской области (16—23 лет — 53,8 %; 24—30 лет — 50,0 %), Минской (16—23 лет — 57,6 %; 24—30 лет — 44,1 %) и Брестской областях (16—23 лет — 27,8 %; 24—30 лет — 55,1 %), а в наименьшей мере такие ориентации присущи молодежи в Витебской (16—23 лет — 46,7 %; 24—30 лет — 21,7 %) и Могилевской областях (16—23 лет — 33,3 %; 24—30 лет — 20,7 %).

Как белорусская молодежь оценивает бизнес-среду в Беларуси? Полученные данные, показывающие, что с увеличением возраста уровень ориентаций на занятие предпринимательской деятельностью снижается, говорят о том, что начало трудовой деятельности и практическое знакомство с институциональной средой на сегодняшний день негативно влияют на бизнес-установки молодежи. Молодежь из возрастной группы (24—31 год) более критично оценивает состояние бизнес-среды в Беларуси, чем респонденты в возрастной группе 16—23 лет. К факторам, в наибольшей мере сдерживающим предпринимательскую инициативу, молодежь отнесла факторы внешней среды: «экономическую нестабильность в стране», «высокие налоги и сборы», «сложность оформления, регистрации своего предприятия, ведения документации», «отсутствие необходимой информации» и «несовершенство или отсутствие необходимых законов, регулирующих развитие бизнеса». На сдерживающие субъективные факторы указали меньше респондентов, однако в целом чуть менее 1/3 молодежи от занятия предпринимательством удерживает отсутствие уверенности в своей конкурентоспособности (табл. 5).

Таблица 5. Распределение ответов молодежи на вопрос «А что, на Ваш взгляд, мешает Вам открыть свое дело, заняться бизнесом?» в разрезе возрастных групп, %, 2016 г.

Показатель	16—23 лет	24—30 лет
1	2	3
Экономическая нестабильность в стране	52,4	66,6

Окончание табл. 5

1	2	3
Высокие налоги, сборы	42,4	58,0
Нет уверенности в своей конкурентоспособности	28,9	26,4
Сложность оформления, регистрации своего предприятия, ведения документации	24,4	20,8
Отсутствие необходимой информации	28,5	19,3
Несовершенство или отсутствие необходимых законов, регулирующих развитие бизнеса	13,9	22,7
Опасение помех со стороны местных властей	9,3	23,4
Боязнь коррупции в органах управления	6,6	23,8
Негативное отношение местной администрации к предпринимательству	5,3	12,2
Мои опасения: я настороженно отношусь ко всему новому, не люблю менять устоявшийся образ жизни	8,3	9,2
Отсутствие необходимых для предпринимательской деятельности личностных качеств	9,8	6,5
Боязнь криминальной угрозы	7,5	7,1
Не позволяют возраст, здоровье	28,0	2,8

Источники: составлено автором.

Таким образом, можно заключить, что в своем большинстве белорусская молодежь разделяет рыночные ценности: положительно относится к конкуренции, разделяет ценности свободы бизнеса и ограничения государственного регулирования, признает справедливость экономической дифференциации в обществе и т.д. Анализ факторов трудовой мотивации показывает, что для всей белорусской молодежи в работе наиболее значимы оплата труда и хорошие условия и режим труда, однако негативной тенденцией для развития экономики является тот факт, что изначально высокая значимость фактора работы над интересными и новыми проектами с увеличением возраста молодежи снижается, что свидетельствует о недоиспользовании инновационного потенциала молодежи. В целом для белорусской молодежи характерен довольно высокий уровень ориентации на занятие предпринимательской деятельностью, который сдерживает от реализации на практике в большей мере такие факторы внешней среды, как экономическая нестабильность в стране и высокие налоги и сборы.

Литература

1. Сечко, Н. Н. Роль малых и средних предприятий в формировании национальной инновационной системы Беларуси / Н. Н. Сечко // Социол. исслед. — 2008. — № 9. — С. 52—58.
Sechko, N. N. The Role of Small and Medium Enterprises in the Formation of National Innovative System in Belarus / N. N. Sechko // Sociol. Research. — 2008. — № 9. — P. 52—58.
2. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь / И. В. Медведева [и др.]. — Минск : Нац. стат. ком. Респ. Беларусь, 2016. — 368 с.
Small and medium-sized business in the Republic of Belarus / I. V. Medvedeva [et al.]. — Minsk : Nat. Statist. Comm. of the Rep. of Belarus, 2016. — 368 p.
3. Сечко, Н. Н. Інавацыйная ўспрымальнасць беларускай моладзі / Н. Н. Сечко // Весці БДПУ. — 2010. — № 3 (65). — С. 30—34.
Sechko, N. N. Innovative receptivity of Belarusian young people / N. N. Sechko // News BSPU. — 2010. — № 3 (65). — С. 30—34.

Статья поступила в редакцию 21.11.2016 г.