

Волков С. И.,

студент 3 курса специальности «Социология»
специализации «Экономическая социология», Институт социально-
гуманитарного образования УО «Белорусский государственный
экономический университет»,
член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ ЖИТЕЛЕЙ ТЕРРИТОРИИ, ПОСТРАДАВШЕЙ ОТ АВАРИИ НА ЧАЭС

В условиях современной рыночной экономики распространение предпринимательских структур является одним из главных условий развития рынка труда. Особенно актуален данный способ стимулирования трудового рынка для сельских территорий, а также территорий, пострадавших от аварии на ЧАЭС. Как правило, для данных регионов характерны проблемы, связанные с нехваткой рабочих мест, а также низкой мотивированностью жителей к открытию собственного дела.

Проведенные исследования показали, что около 20 % респондентов, которые хотели бы открыть свое дело, ощущают отсутствие необходимого знания об условиях регистрации, льготах и пр., а также испытывают сложности с решением юридических вопросов (оформление документов для регистрации и т. д.), а также ждут более серьезной поддержки от государства и местных властей [1]. Хотя в исследуемых регионах функционирует достаточно большое количество центров поддержки предпринимательства (в Гомельской области – 9, в Могилевской – 10, в Брестской – 12), а также инкубаторов малого предпринимательства (соответственно – 2, 5 и 3), однако большинство населения о них судя по всему не знает или не имеет возможностей воспользоваться их услугами (территориальная отдаленность от места жительства, отсутствие финансовых возможностей оплатить консультации и т. д.).

Наиболее активный интерес к информации об условиях и возможностях ведения частного бизнеса в своем населенном пункте проявляют респонденты в возрасте 16–29 лет и 30–44 лет. 16,6 % – проявляют постоянный интерес и от 33,6 до 36,6 % интересуются данной информацией хотя бы иногда. Меньше других проявляют интерес к данному рода информации опрошенные старшей возрастной категории (60 лет и старше) – при ответе на данный вопрос 85,3 % из них выбирали вариант ответа «меня эта тема не интересует» [1].

Также при изучении предпринимательской активности у жителей территории, пострадавшей от аварии на ЧАЭС, следует обратить внимание на ряд социокультурных факторов, влияющих на мотивацию к открытию собственного дела.

Результаты были получены в ходе проведения социологического исследования Центром социально-гуманитарных исследований БГЭУ¹. Генеральной совокупностью исследования выступает население в возрасте 16 лет и старше, проживающее в городских населенных пунктах и в сельских (поселковых) советах Брестской, Могилевской и Гомельской областей, полностью или частично загрязненных радионуклидами.

В данном исследовании использовалась вероятностная многоступенчатая стратифицированная территориальная выборочная совокупность. Общий объем выборочной совокупности составил 2800 человек (в т. ч. 800 респондентов выборки, представленной соисполнителями). Предельная ошибка выборки составляет $\pm 3,7\%$ при доверительной вероятности 95,0%. В ходе анализа данных исследования, основные причины нежелания заниматься предпринимательской деятельностью, на которые ссылались респонденты были следующие (в порядке снижения частоты упоминания): «У меня нет для этого денег, и я не знаю, где их взять» – 27,5% в среднем по выборочной совокупности, что, в принципе, объяснимо, т. к. на первом этапе к открытию бизнеса всегда требуются большие денежные вложения, а население в исследуемых районах не отличается высоким материальным достатком. Причем на отсутствие денег чаще ссылались респонденты Брестской области (29,6%). «Меня это не интересует, это не мое» – 24,4% в целом по выборочной совокупности респондентов считающих, что не обладают «предпринимательской жилкой» больше оказалось в Могилевской области (33,9%). «Не тот возраст, нет здоровья» – 23,5% в среднем по выборке. Чаще других данную причину указывали респонденты из Брестской области (35,3%). «Слишком много трудностей с организацией своего дела» – 19,6% опрошенных: чаще других эту причину указывали в Брестской области (22,2%).

Вариант ответа «У нас в стране сложно заниматься предпринимательством, бизнесом» отметили 19,5% респондентов. Это мнение несколько в большей степени поддерживают опрошенные Гомельской области (20,5%). «У меня нет соответствующих способностей, знаний» – 13,7%. Наибольшее количество респондентов, которые не уверены в своих силах было в Брестской области (15,4%) [2].

Подводя итог исследования, следует сказать, что наиболее значимой группой социокультурных факторов, которая влияет на развитие предпри-

¹ Эмпирическая база получена в 2019 году в рамках реализации научно-исследовательского проекта по заданию «Провести социологический мониторинг оценок населения эффективности реализации целей устойчивого развития, в том числе и возможностей трудоустройства в районах пострадавших от аварии на ЧАЭС (по различным сферам экономики)» Государственной программы по преодолению последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС на 2011–2015 годы и на период до 2020 года, выполняемого совместно ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси» и УО «Белорусский государственный экономический университет» (№ госрегистрации: 20192156).

нимательства является категория личных, вытекающих из понимания индивидуальных характеристик, ограничений и установок, препятствующих развитию бизнес инициативы. Затем по значимости наблюдается группа факторов, которая измеряется субъективным пониманием и осмыслением предпринимательской инфраструктуры региона. В ходе проведенного анализа данных исследования выяснилось, что влияние внешней социальной среды на предпринимательские установки менее значимо. Одной из главных проблем, препятствующих развитию бизнеса, является малая информированность жителей о возможностях организации своего дела.

Таким образом, для стимулирования предпринимательской инициативы на уровне респондента необходимо сделать упор на развитие внутренней мотивации посредством трансляции социальной рекламы и создания образа успешных предпринимателей, которые находятся в разных возрастных категориях, имеют различный уровень достатка и образования. Исходя из того, что большей мотивацией к получению информации об предпринимательстве обладают респонденты в возрасте от 16 до 29 лет, в изучаемой местности необходимо более системное внедрение образовательных программ, курсов и в целом возможностей, направленных на повышение уровня финансовой и предпринимательской грамотности населения.

Список литературы

1. Рекомендации по формированию установок самореализации и закрепления молодежи в районах, наиболее пострадавших от аварии на ЧАЭС / Минск: Институт социологии НАН Беларуси, 2019. – 49 с.
2. Отчет о научно-исследовательской работе по теме: провести социологический мониторинг оценок населения эффективности реализации целей устойчивого развития, в том числе и возможностей трудоустройства в районах пострадавших от аварии на ЧАЭС (по различным сферам экономики) / Минск: Институт социологии НАН Беларуси, Институт социально-гуманитарного образования Белорусский государственный экономический университет, 2019. – 215 с.

Галиновский А. Д.,

студент 3 курса специальности «Социология»
специализации «Экономическая социология», Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский государственный экономический университет», член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ОБЩЕСТВА ПОТРЕБЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Сегодня нередко ученые-социологи сопоставляют уровень жизни советских граждан с современным. Это сравнение помогает объяснить поведение современного потребительского поведения жителей постсоветских