**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования**

**«Национальный исследовательский университет**

**«Высшая школа экономики»**

**Факультет менеджмента**

**Кафедра инновационного менеджмента**

Свердлик Марина Юрьевна

**ИССЛЕДОВАНИЕ ОБРАЗА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ У ШКОЛЬНИКОВ НИЖНЕГО НОВГОРОДА**

Выпускная квалификационная работа по направлению

080200.62 – «Менеджмент»

группа № 10М1

|  |  |
| --- | --- |
| Рецензентк. э. наук, доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М. Г. Назаров | Научный руководительк. э. наук, доцент\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Н. Г. ШубняковаВыполнила Студентка группы № 10М1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_М. Ю. Свердлик |

Нижний Новгород, 2014

**Содержание**

[**Введение 3**](#_Toc389052486)

[**1.1 Подходы к определению предпринимательства 6**](#_Toc389052487)

[**1.2. История предпринимательства в России 9**](#_Toc389052488)

[**1.3 Российский предприниматель в 90-е гг. прошлого века 17**](#_Toc389052489)

[**Глава 2. Анализ образа предпринимателя в России 23**](#_Toc389052490)

[**2.1 Исследования образа предпринимателя 90-х гг. 23**](#_Toc389052491)

[**2.2 Образ современного предпринимателя в России 33**](#_Toc389052492)

[**Глава 3. Исследование образа предпринимателя у школьников Нижнего Новгорода 46**](#_Toc389052493)

[**3.1. Анкетирование школьников Нижнего Новгорода 46**](#_Toc389052494)

[**3.2 Разработка рекомендаций 58**](#_Toc389052495)

[**Заключение 67**](#_Toc389052496)

[**Списоклитературы 70**](#_Toc389052497)

[**Приложение 77**](#_Toc389052498)

**Введение**

В настоящее время в России предпринимательство в складывающихся рыночных условиях постепенно становиться заметным экономическим явлением, а сами предприниматели утверждаются в качестве нового для российского общества типа хозяйствующего субъекта. Необходимо задуматься о будущем предпринимательства. Молодое поколение – это база для активности в данной сфере. Поэтому в рамках данной работы будет рассмотрена тема отношения к предпринимательству именно детей школьного возраста.

Возрастные особенностями школьников характеризуются периодом активного процесса самосознания, размышления о перспективах своей жизни, формирования образа будущего, путей его достижения. Знакомство с образом современного предпринимателя закладывает в сознании школьников соответствующую систему ценностей, стимулирует развитие активной жизненной позиции, созидательного отношения к окружающему миру, определенных черт характера: целеустремленности, ответственности и т. д. Таким образом, проблема отношения к предпринимательству должна быть решена именно в детском возрасте, а именно школьном, когда формируется понимание основных аспектов будущей жизнедеятельности.

Сущность предпринимательства рассматривалось такими разными зарубежными учеными как М. Вебер, П. Дракер, В. Зомбарт, А. Коул, А. Маршалл и другие. Одни определяют понятие предпринимательства как особый тип деятельности в социуме, которая связана с инновациями и рискованным поведением (П. Дракер), другие - как разновидность хозяйственной деятельности (Л. Вальрас, Р. Кантильон, Р. Коуз, А. Маршалл), различая, однако, понимание содержания данной деятельности, третьи (М. Питерс, Р. Хиэрич) как процесс формирования чего-либо нового и приумножения, таким образом, вкладываемого капитала. Анализируя степень разработанности проблемы, стоит отметить, что такими исследователями и учеными как В.П. Безобразов, H.A. Бердяев, С.Н. Булгаков, Г. К. Гинс, И.А. Ильин, П. Г. Любомиров, Н.И. Павленко, И.Т. Посошков, С. Г. Струмилин, В.Н. Татищев и C.JI. Франк рассматривалась история возникновения предпринимательства в России, Г.П. Черниковым, О.В. Крыштановской, В.А. Давыденко, О.В. Перепелкиным, Н.А. Воробьевой, О.Р. Верховской, рассмотрено формирование образа предпринимателя в России среди взрослого населения, но конкретные исследования, нацеленные именно на детей, не присутствуют.

Очень важным в наши дни становится правильное понимание предпринимательской деятельности среди молодого поколения для развития будущего предпринимательства, этим же фактом обуславливается актуальность настоящей работы. Таким образом, целью данной работы становится получение полного представления о том, каким Нижегородские школьники видят образ предпринимателя в настоящее время.

Задачи:

1) Проанализировать историю становления предпринимательства в российском обществе, также особенности русского менталитета, связанные с формированием образа предпринимателя в 90-е гг. прошлого века;

2) Проанализировать результаты существующих исследований, посвященных проблематике предпринимательства и образа предпринимателя в России;

3) Собрать и проанализировать данные об отношении Нижегородских школьников к предпринимательству и их готовности самим запускать собственное дело;

4) Разработать рекомендации по результатам, полученным по итогам исследования.

В данном исследовании выдвигается гипотеза о том, что образ предпринимателя утратил негативную окраску для школьников, которая была приобретена в 90-е гг. прошлого века, и молодое поколение относится к этой сфере деятельности с энтузиазмом, интересом и уважением.

Объектом исследования станут учащиеся 9-11 классов школ Нижнего Новгорода, а предметом их собственное отношение и видение предпринимателя.

Теоретическая часть данной работы будет основываться на анализе и синтезе литературы по теме истории формирования предпринимательства в России, существующих исследований, касающихся образа предпринимателя и отношении к нему детей школьного возраста. Эмпирической базой исследования станет анкетирование нижегородских школьников, учащихся старших классов, последующий анализ полученных данных и формулирование выводов о подтверждении или опровержении сформулированной гипотезы.

Новизна исследования будет иметь практическое значение для понимания основных проблем в восприятии предпринимательства молодым поколением и формировании позитивного образа предпринимателя. Рекомендации, разработанные по итогам исследования, будут нацелены на создание и поддержание положительного имиджа предпринимательской активности и привлечении молодежи к активности в данной среде.

Данная работа состоит из трех глав. В первой главе даны различные подходы к определению предпринимательства. Рассмотрена история формирования образа предпринимателя в России. Во второй главе представлен анализ существующего положения предпринимателя в России и ряда исследований, посвященных данной тематике. Третья глава содержит исследование, посвящённое образу предпринимателя, который формируется в настоящее время среди школьников Нижнего Новгорода.

**Глава 1. Предпринимательство в России**

**1.1 Подходы к определению предпринимательства**

Предпринимательство складывается и функционирует под влиянием множества взаимодействующих и взаимосвязанных объективных и субъективных факторов. В научной литературе данное понятие причисляется к ряду сложных общественных явлений, которые требуют междисциплинарного анализа.

Множество определений и разночтений в интерпретациях предпринимательства этого феномена свидетельствует о некоторой неопределенности этого понятия. Оно рассматривалось такими разными зарубежными учеными как М. Вебер, П. Дракер, В. Зомбарт, А. Коул, А. Маршалл и другие. Одни определяют понятие предпринимательства как особый тип деятельности в социуме, которая связана с инновациями и рискованным поведением (П. Дракер), другие - как разновидность хозяйственной деятельности (Л. Вальрас, Р. Кантильон, Р. Коуз, А. Маршалл), различая, однако, понимание содержания данной деятельности, третьи (М. Питерс, Р. Хиэрич) как процесс формирования чего-либо нового и приумножения, таким образом, вкладываемого капитала. В.П. Безобразов, H.A. Бердяев, С.Н. Булгаков, Г.К. Гинс, И.А. Ильин, П.Г. Любомиров, Н.И. Павленко, И.Т. Посошков, С.Г. Струмилин, В.Н. Татищев и C.JI. Франк занимались историческим аспектов возникновения предпринимательства в России, Г.П. Черниковым, О.В. Крыштановской, В.А. Давыденко, О.В. Перепелкиным, Н.А. Воробьевой, О.Р. Верховской были проведены исследования относительно российского образа предпринимателя.

Интересна трактовка предпринимательства и предпринимателя в “Толковом словаре живого великорусского языка” Владимира Даля. Слово “предпринять” он трактует как “затевать, решиться исполнить какое-либо новое дело, приступить к совершению чего-либо значительного”. Предприимчивый торговец, по Далю, - “склонный, способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый, решительный, отважный на дела этого рода”.

По мнению ГЛ. Черникова, проанализировавшего представления о предпринимательстве в дореволюционной России и на Западе, данное «понятие непременно предполагает такие аспекты:

1. Персональная заинтересованность в результатах деятельности, которая нацелена на получение прибыли, материальное обогащение (может быть, не только оно одно, но все же обязательно и материальное);

2. Предприниматель ни перед кем не несет ответственности за свою деятельность. Он ведет ее на свои страх и риск, она зависит от его инициативности и предприимчивости;

3. Для осуществления деятельности предприниматель и реализации материального интереса предприниматель должен обладать свободой, т.е. быть хозяином собственного предприятия;

4. Общество влияет на деятельность предпринимателя, он зависит от норм, регулирующих межличностные отношения (Черников, 1999).

Также существует точка зрения Г. К. Гинса о том, что «предприимчивость всегда была источником накопления новых полезных навыков я способом приспособления к новым условиям существования». Уже свыше десяти лет в России осуществляет переход к совершенно новым, принципиально иным социально-экономическим отношениям. Поэтому развитие у людей предприимчивости является не только экономической проблемой, но и важной социальной задачей.

В другом месте своего фундаментального исследования проблем предпринимательства Г. К. Гинс подчеркивает, что предприниматели с точки зрения их роли в народном хозяйстве представляет собой активную силу, которая наподобие дрожжей заставляет формироваться другие хозяйственные элементы, составляя из них предприятие, обслуживающее общество и создающее его благополучие. Продолжая это сравнение, Г. К. Гинс отмечает, что «дрожжи дают желательный результат только при известных благоприятных условиях, их действие дает должный эффект только при надлежащей температуре. Так точно и деятельность предпринимателя может быть успешной только при наличии для нее благоприятных условий. Чрезвычайно важно, каково отношение общества к предпринимателю, поощряет ли оно его деятельность и ценит те услуги, которые предприниматель ему оказывает, создавая новые виды приложения труда и новые материальные блага» [17, c.121].

Из всех приведенных определений следует, что предприниматели под собственные ответственность и риск осуществляют ведение бизнеса и способствуют развитию экономики.

Целям данной работы более всего подходит определение этого понятия, которое было сформулировано основателем Гарвардского исследовательского центра по истории предпринимательства А. Коулом. По его мнению, предпринимательство представляет собой «целесообразную деятельность индивида или группы ассоциированных индивидов, предпринятая с целью создать, сохранить, увеличить ориентированную на получение прибыли организованную единицу, являющуюся совокупностью ресурсов, капитала, информации и труда, чтобы добиться денежной или иной выгоды, которая является мерой его успеха» [8. c.12].

**1.2. История предпринимательства в России**

Приступая к изучению темы предпринимательства и проблемы отношения к нему необходимо обратиться к истории предпринимательства в России. По данной проблематике проведено небольшое количество исследований, поэтому стоит рассмотреть более широкий круг источников, которые затрагивают тему становления предпринимательства и образа предпринимателя.

Трудовая мотивация, этика труда и экономический менталитет в России не были изучены в качестве отдельных проблем исторических исследований. Но стоит отметить, что в русской культуре испокон веков складывалось достаточно самобытное отношение к трудовой культуре, богатствам, деньгам, качествам предпринимателя и многому другому. То есть происходила независимая выработка социумом норм и критериев добросовестности и праведности труда, поведения предпринимателя, что впоследствии стало культурной традицией, которая переходит из поколения в поколение.

Первое упоминание об интересующей теме было замечено в «Домострое» — памятнике русской литературы XVI века, который является сборником правил, советов и наставлений по всем направлениям жизни человека и семьи, включая общественные, семейные, хозяйственные и религиозные вопросы. Формы хозяйствования, которые описаны в книге, помогают понять истоки предпринимательства на Руси. «Люди торговые и мастеровые, и земледельцы тоже пусть праведным только и благословенным торгуют, и производят, и пашут - без покражи, разбоя и грабежа, без поклепов и лжи, клеветы и обманов; пусть торгуют и промышляют нажитым праведными трудами, не ростовщичеством, но благодаря приплоду. Труду и всякому урожаю, исполняют дела свои добрые по христианскому закону и по заповедям господним: угодит в сем мире, вечную жизнь заслужит» [26, c.16] - таким образом, критерии праведности и нравственности труда формулируются в данном произведении. Также стоит упомянуть о том, что в «Домострое» говорится о необходимости рационального ведения хозяйства, которое должно базироваться на строгом расчете и смекалке. «Всякому человеку: богатому и бедному, большому и малому должно все рассчитать и размерить, исходя из ремесла и из доходов, а также и по имуществу» [26, c. 51]. Для своего хозяйства и экономики домохозяину необходимо в разных ситуациях реализовать наиболее подходящую форму организации и выбрать наилучшую ориентацию хозяйства, которая связанна с ориентацией на отрасль или рынок. Отметается, что идеальная «экономика» должна быть организована по типу семейного корпоративизма, в котором существует уникальный тип взаимоотношений, а именно: различные формы патернализма и опеки, некоторые послабления младшим, бедным и зависимым, сплоченность семьи, а также гармония в обществе и духовности.

Как можно заметить, предпринимательство представляется в форме домостроительства, в нем прибыль не предстает самоцелью, деловые отношения регулируются определенным нравственно-трудовым порядком, который порицает несправедливые отношения между хозяином и работником, а также слепое поклонение деньгам. Таким образом, в «Домострое» формируется идеал трудовой жизни любого русского человека - крестьянина, купца, боярина и даже князя.

Рассматривая историю становления предпринимательства, стоит отметить, что в XVIII в. становится характерным понимание и признание большой роли торговли и купечества в росте благосостояния государства. Существенно повлияло на формирование отечественного понимания и отношения к труду, экономической культуре и нравственному поведению предпринимателя произведение, которое вышло в 1724 г. - «Книга о скудности и богатстве» И.Т. Посошкова. Автор был по происхождению крестьянином и по роду занятий купцом, в некоторой мере стоявшим у истоков отечественной экономики, представленной в этом известном сочинении социально-экономической программе купечества посвящено немало работ. До сих пор историки-экономисты обращаются к его идеям. Купечество в книге представляется ведущим в обществе, также автор замечает, что его в «ничтожность повергать не надобно, понеже без купечества никакое не токмо великое, но и малое царство стоять не может» [35, c. 312].

Но с другой стороны также присутствует достаточно нелицеприятная характеристика русского купечества, а именно недостаточная честность в коммерции: «Купцы меж собою союзства нимало не имеют, обманывают друг друга, торгуют плохим товаром, бессовестно наживаются» [35, c.335]. По мнению Посошкова, устранить такие проблемы можно было только при помощи внешних принудительных мер. Но в целом, автор говорил только лишь о значимой роли купечества в делах государства, не прибегая к более детальному описанию его образа.

Во взглядах дворянских историков прослеживалось несколько иное отношение к купечеству. Например, такой яркий представитель этой среды, как князь М.М. Щербатов не одобрял тот факт, что купцы считали себя равными дворянам в достоинстве и чести, хотя «по испытанию моему знаю, что откупа и подряды, где они корону обманывают, составляют главные источники богатства их». В.Н. Татищев в «Представлении о купечестве и ремеслах» упоминает о важности купечества для государства и его благосостояния, но также отмечаются случаи вреда государству, происходящие из-за воровства, нечестности и подлога. «Нет ни одного ремесла или рукоделия, которое у нас делается и в рядах продается, чтоб каково коварства и обману не было, что не токмо стыд, но и государственный убыток».

Такое отношение к купечеству, их ценностям и предпринимательской деятельности имело место в дворянской среде в XIX в. Но творчество представителей либерально-буржуазных кругов отражало необходимость реабилитации появлявшейся российской буржуазии, а также обосновывало желание получения более высокой оценки обществом. Например, один из идеологов купечества H.A. Полевой говорил о высокой позиции в обществе людей, обладающих крупными капиталами. По его мнению, в социуме высокую оценку получали те, кто нажил свое состояние собственным трудом, не обманывая и не воруя.

Конец XIX в. – это то время, когда начались предприниматься попытки выявления отличительных и самобытных черт предпринимательства в России, связанные с особенностями русского менталитета и характера. Опровергается мнение об отсутствии у русского народа склонности к целенаправленной деятельности, сопряженной с различного рода рисками для получения выгоды. Можно сказать о том, что начинают выделяться качества, способствующие проявлению предпринимательской активности. К примеру, историк В.П. Безобразов говорит о таких чертах, как сила воли и характера, самообладание, чувство меры и практичность (Безобразов, 1923).

В общественно-научных кругах на рубеже XIX - XX вв. начинаются дискуссии по вопросам о труде и собственности, что произошло из-за необходимости определения дальнейшего направления развития страны и развернувшегося спора о судьбе отечества среди интеллигенции. Эта тема была затронута такими представителями русской философии, как И.А. Ильин, H.A. Бердяев, С.Н. Булгаков и C.JI. Франк. Основной базой их работ стало выделение духовно-религиозной составляющей собственности и труда, что помогло расширить представление о сути предпринимательской и хозяйственной деятельности.

К примеру, И.А. Ильин считал, что настоящую инициативу невозможно пробудить только материальными стимулами. Ее появление возможно только через духовное и материальное единение человека и объекта его труда, таким образом, речь идет о частной собственности (Ильин, 1962). Те люди, которые не имеют частной собственности, также не имеют и желания трудиться, стремления к совершенствованию. Если рассматривать христианскую точку зрения, то собственность человека предстает идолом, которому необходимо служить из собственных духовных целей. В русской православной философии существовало неприятие западного мнения об индустриализации и сопряженного с ним такого человеческого типа, как «хомоэкономикус», который был возвеличен М. Вебером. Особенно ярым противником таких взглядов выступает С.Н. Булгаков. Он говорит о том, что труд должен сочетать в себе свободу и необходимость, а стремление к наживе и богатству не представляется в его понимании высокой задачей. Основополагающей мыслью для Булгакова становится недопустимость разделения на материальное и духовное.

Вышеназванные православные философы, анализируя духовные и нравственные особенности ведения хозяйства, приходят к выводу о том, что в России имеет место противоречивость духовно-нравственных ориентиров, аспектов хозяйственной жизни населения и потребностью в экономическом росте России. Несмотря на то, что этот факт оценивался и оценивается в качестве позитивной особенности русской духовности и считался большим преимуществом «русского душевного типа» перед западноевропейским, все же стоит отметить, что в целом такая ситуация оказывала сдерживающее влияние на рост и развитие экономики.

Из более поздних работ, затрагивающих тему судьбы предпринимательства в России, стоит отметить исследование А. П. Субботина, в котором большое внимание было уделено анализу предпринимательства. Автор занимался темой «Мальцевский заводской район. История и настоящее экономическое положение» (1892), в своей работе экономические проблемы и трудности относительно развития металлургической промышленности центральной России связывал с личностными особенностями предпринимателя. С его точки зрения, если бы все предприниматели того времени, как С.И. Мальцев, добросовестно выполняли свое дело, отличались трудолюбием, бережливостью, чистоплотностью, относились к работникам по-христиански – т. е., представляли бы собой «положительный тип, совершенно противоположный типу обыкновенного фабриканта - эксплуататора», «то в России жилось бы лучше и русский народ не испытал бы таких жестоких перипетий» [40, c. 2]. В то время данное мнение разделялось большинством. Такие материалы, которые основаны на фондах делопроизводства различных предприятий и воспоминаниях современников и по сей день не теряют актуальность, но в них присутствует некоторый пропагандистский характер, что даже способствовало в какой-то степени идеализации личности С.И. Мальцева и общего характера трудовых и производственных отношений на заводах.

Последующие исследования проявлений «внеэкономического» фактора в работе российских предпринимателей и социально-экономическом облике предпринимателя практически отсутствовало во времена Советского Союза. Последователи К. Маркса не могли допустить никакого проявления духовности в облике предпринимателя, делая из него только лишь эксплуататора.

Стоит отметить, то некоторым ученым удалось подойти вплотную к существующей проблеме, но по каким-либо причинам им приходилось отступать и уходить в другие аспекты темы. Такими работами являются вышедшие в 30 - 50-х гг. обладающих большим авторитетом исследователей социально-экономической истории России П. Любомирова, С. Струмилина, Н. Павленко, в которых сделана попытка воссоздать историю отечественной металлургической ческой промышленности. Ими были проанализированы такие аспекты, как история возникновения металлургических заводов, участие государства в процессе их создания, влияние природно-географических условий на местоположение предприятий, проиллюстрирована преемственность в формировании промышленных районов. Однако слишком большой уклон в сторону технологической, организационной и экономической составляющих производственного процесса не позволил исследователям сфокусироваться на выявлении черт личности и образа его основной движущей силы, а именно предпринимателя.

Как можно заметить, в традициях российской дореволюционной и советской интеллектуальной мысли данный вопрос не получил достаточного освещения и не вызывал особого интереса. Когда в то же время на Западе он традиционно привлекал и привлекает к себе и сейчас достаточно пристальное внимание среди научной литературы, периодики и публицистики. Традиция, возникшая с появлением труда Макса Вебера, стремительно набирала силу вместе с формированием современного индустриального и постиндустриального общества на Западе (Вебер, 1994).

Несомненно, важнейшей заслугой М. Вебера стал тот факт, что в начале XX века его понятие хозяйственной этики поставило вопрос об обусловленности возникновения экономического мышления, которое связано с буржуазным предпринимательским капитализмом и не может рассматриваться отдельно в качестве идентичного возникновению капиталистической организации труда. Также Вебер предпринимал попытки определить влияние религии на характер хозяйственной и экономической мысли. Он считал, что православие, обладающее эмоциональной религиозностью в отличие от рациональной составляющей протестантизма, не дает достаточных возможностей для систематизации всех проявлений жизни. Также, по его мнению, эмоциональная составляющая в православии способствует жажде наживы и тягу к авантюрам, в то время, как протестантизму присущи рациональность, понимание профессии и систематизация жизни (Вебер, 1994).

Впоследствии трансформация экономических отношений в бывшем СССР началась, по сути, в 1989 г. после появления закона о кооперации, с помощью которого создавалась правовую основу для законной трудовой деятельности в негосударственном экономическом секторе и возможности возникновения частных предприятий. Принятие этого закона, несомненно, стало толчком для формирования современного предпринимательства, вызвало к нему довольно обширный интерес.

Образ предпринимателя в прошлом в России сложился довольно противоречивый с множеством достоинств, благодаря выдающимся личностей деятелей данной сферы и особой духовной составляющей, чем выгодно отличался от предпринимателей других стран, но имел и недостатки, выражающиеся в жажде наживы и некоторой неблагочестивости. Но впереди его ждала настоящая предпринимательская революция 90-х гг., когда образ трансформировался и несколько принял иной характер.

**1.3 Российский предприниматель в 90-е гг. прошлого века**

Важнейшим периодом для российского предпринимательства и понимания образа современного предпринимателя стало такое переходное время, как 90-е гг. прошлого века. В 1990 - 1991 гг. в обществе произошли радикальные изменения по отношению к частной собственности и предпринимательской деятельности, метко названные Г.П. Черниковым «предпринимательской революцией». Впервые за многие десятилетия декларировалась свобода предпринимательства, частная собственность получила равные права наряду с другими формами.

Изменения, которые происходили в это время можно назвать настоящей предпринимательской революцией. Впервые, по прошествии многих десятилетий отдается предпочтение свободе предпринимательства, а частная собственность получает права наравне с другими формами. Проблемы, которых в это время возникает немало, не исключают возможности формирования серьезной социальной базы предпринимательства. Об этом факте свидетельствует включение ученых и инженеров, но стоит отметить, что криминальные структуры также проникают в предпринимательскую сферу, в число «новобогачей» и владельцев крупных капиталов (Черников, 1992).

Капиталистический путь развития России, на который она начала возвращаться в 90-х гг., поставил вопрос о создании благоприятных условий для роста и развития предпринимательства и в целом всей экономики страны. Перед государством встают различные проблемы, которые необходимо решать, нужно задуматься о создании правовой базы предпринимательской деятельности, выработать принципы и механизмы взаимодействия с государством, морально-нравственное оправдание предпринимательства и результатов его деятельности (богатства, капитала и т. д.), утверждение принципов частной собственности и, наконец, формирование предпринимателя с присущими ему экономическим мышлением, этикой хозяйства и мотивацией труда, который ориентирован на риск и активность в предпринимательской деятельности.

Следует отметить, что отношение исследователей к проблеме труда в России, аспектам нравственности и психологии в деятельности предпринимателей, духовным ценностям и неэкономическим составляющим трудовой деятельности изменяется с течением времени. Разработки в рамках данной тематики начинают иметь широкое распространение в начале 90-х гг. Более всего это выражалось в проведении различных конференций на тему изучения цивилизационных основ жизнедеятельности русского человека, аспектов русского менталитета и истории торговли, промышленности и предпринимательства.

Мнения о предпринимательстве становятся противоречивыми. С одной стороны в 90-ее гг. отмечается повальное увлечение данным занятием, в обществе существует высокая степень его признания, моральной легитимности. Но с другой стороны, нередко встречаются не самые положительные характеристики, к примеру, о том, что честный бизнес в России невозможен, или же бизнес оценивается только как спекулятивный. Подобные мнения в некоторой степени сокращали число желающих заняться предпринимательской деятельностью. Равные возможности для всех отсутствуют, наблюдается не слишком благоприятная обстановка относительно общественного признания и морального оправдания богатств и накоплений, как и несколько столетий назад. Отрицательное отношение к данным атрибутам предпринимательства во многом объясняются особенностями русского менталитета, от которых нельзя отступить ни при каких условиях, а так же сформировавшимся в сознании общества представлении о справедливом и равном распределении всего национального богатства. Также положение становится еще более тяжелым из-за непродуманности мер, которые могло бы применить государство в случаях экономических преступлений.

Стоит выделить такие аспекты трудовой мотивации, как ориентация на прибыль и доход, а также личностные и психологические особенности, где предпринимательский успех выражается в верном восприятии радостей и страхов, опасений и тревог в зависимости от склада ума, мировоззрений и убеждений. Цивилизованное понимание предпринимательского успеха определяется главным образом морально-нравственными и этическими, и только затем - финансовыми моментами. Данные критерии успеха, утвердившиеся в странах с развитой рыночной экономикой не нашли места в отечественном предпринимательстве, где деньги, капитал и прибыль выступают в качестве единственной самоцели предпринимательской деятельности и практически отождествляются с ее успехом. Успех должен быть достигнуть любыми методами, в то время как духовная оставляющая исключена практически полностью.

Значительным недостатком предпринимательства был недостатков в духовно-нравственных основах деятельности, т.е. так называемый социо-культурный вакуум, который приводил к некоторой потери способности реагировать на социальные и духовные нужды общества, отчуждению предпринимателей от него. Данные причины становятся барьером для оформления предпринимательства как развитого социального института и органичного продолжения всей деятельности общества. Этот факт коренным образом влияет на надежды и планы реформаторов по отношению к рыночному будущему России, реальности ее шансов со временем стать в один ряд с передовыми странами мира или же, наоборот, оказаться позади общественного мирового прогресса. Но в целом можно сделать вывод о том, что представление о русских людях, как не способных к предпринимательской деятельности, данный стереотип, который сформировался в прошлом и имел широкое распространение впоследствии, должен отрицаться, как опровергаемый настоящей действительностью и противоречащий историческим фактам.

Изменение характера взаимодействия экономической и социальной функций предпринимательской деятельности вызывает повышение роли предпринимателя в социуме. Таким образом, роль современного предпринимателя состоит не только в создании новых рабочих мест, уплаты налога государству и администрации. Предпринимательская деятельность содержит в себе процесс создания среднего слоя, на котором базируется общество с развитой рыночной экономикой. Одной из важнейших социальных функций российского предпринимательства является также и создание здоровой конкурентной среды на рынке, адекватное отношение к бизнес-партнерам, особенно среди наиболее быстро растущей части предпринимательского слоя - малого и среднего предпринимательства. Важной функцией предпринимательства является создание механизма социального партнерства, призванного снижать социальную напряженность и предотвращать социальные конфликты (Радаев, 1995).

Также популярным является мнение о бесперспективности российского предпринимательства, которое вытекает из обобщенного представления об отличительном пути развития нашей страны, в которой в силу исторических традиций, учитывая социальные и духовные, менталитет европейского типа не может прижиться и только порождает хищнические формы хозяйствования, приводящие к серьезным социальным проблемам. Таким образом, российское общество выглядит неприспособленным к мировой хозяйственной системе и неспособности к интеграции с ней, причем препятствием к этому предстают культурные и духовные традиции.

Более того, только в начале 1990-х гг. проблемы плановой регулируемой экономики уступили место фигуре предпринимателя как главному действующему лицу рыночной экономики. Но и к концу 90-х гг. слова «предприниматель» «деловой человек», «бизнесмен» не получили еще того общественного статуса, каким они пользовались в дореволюционной России и имеют сейчас в странах с развитыми рыночными отношениями. Как справедливо отмечает Г.П. Черников, долгие годы предпринимательство у нас не ценилось, а наказывалось.

Предпринимательство как ключевое понятие экономической жизни десятилетиями игнорировалось в отечественной литературе как научного, так и прикладного характера, что отражало в целом идеологию монопольного хозяйствования. С переходом России к формированию рыночных отношений оно все более оказывается в центре внимания деловых кругов, ученых, политиков, наконец, средств массовой информации. С предпринимателем, его способностями и инициативами связывают надежды на возрождение эффективного производства, развитие внешнеэкономической деятельности, распространение норм деловой этики, создание новаторских структур и укрепление стабильности в российском обществе. «Теперь надо признать, - говорилось в программе, разработанной под руководством академика С.С. Шаталина еще в 1990 г., - что единственный ресурс, на который можно делать ставку при переходе к рынку, — это потенциал человеческой активности, основывающийся на стремлении людей самим обеспечить себе нормальные условия жизни. В конкурентной борьбе на рынках должны участвовать на равных основаниях акционерные, арендные, частные и государственные предприятия. Никакие идеологические соображения не могут быть выше эффективности общественного производства» [21, c.24].

Подводя итоги анализа ситуацию в предпринимательской деятельности и обобщая множество противоречивых точек зрения, можно сделать некоторые выводы по данной проблеме. В 1990-х гг. предприниматель становится центральной фигурой экономических преобразований. Мало того, именно он, организуя всевозможные союзы, лиги, ассоциации, а в последнее время и политические объединения, становится пионером формирования гражданского общества, важным фактором социального прогресса. В государственном масштабе предпринимательство становится реальной политической силой.

Рассматривая прошлое российского предпринимательства и его состояние к 90-м гг., можно сделать вывод об его наследственности и изменчивости. Российское предпринимательство имеет, в некоторой степени, отличающиеся от запада ориентиры, имеет уникальную экономическую сущность, но в то же время не может справить с размыванием духовных ориентиров. Находя константы и доминанты исторической ретроспективы, которые позволяют самоопределиться российскому предпринимательству, как явлению отличному от европейской модели, можно обнаружить и определенную унификацию его экономической сущности, и размывание традиционных духовных ориентиров.

Во все времена предпринимательство испытывало некоторое давление со стороны государства и неблагоприятной политической ситуации, которая не давала предпринимателям возможности для самореализации и самовыражения. Причем этими мыслителями такая ситуация возводится в ранг традиции, в связи с чем они утверждают, что для России на протяжении веков социально-политическая ситуация не создавала условий для формирования так называемого экономического человека.

# Глава 2. Анализ образа предпринимателя в России

# 2.1 Исследования образа предпринимателя 90-х гг.

Для оценки социального статуса предпринимателя, анализа его роли в жизни общества необходимо иметь четкое представление о социально-культурном облике предпринимателя, знать его личностные черты, мотивы деятельности и др. Первостепенным в анализе этих проблем становится вопрос о социально-экономических корнях предпринимателей, их социально-демографических характеристиках.

Стартовые условия для развития предпринимательства в нашей стране заметно отличаются от тех, в которых развивалось предпринимательство на Западе, где принципы демократии, конкуренции, инновации, частной собственности и индивидуализма являются главными, формируемыми и развиваемыми на протяжении столетий и характеризующими национальных условий, которые существуют в данной сфере. Специфика российского предпринимательства заключается в том, что оно развивалось в обществе с изолированной экономикой, при отсутствии у населения опыт экономической самодеятельности и реальных гражданских свобод; где социально-функциональная структура иерархична и централизована. Экономика была полностью огосударствлена, индустриализация не завершена, с низкими (но сравнению с Западом) жизненными стандартами и систематическим неудовлетворением базовых материальных потребностей (в жилье, питании, медицинском обслуживании). В условиях господства административно-командной системы я подавления политического инакомыслия у людей развивались усталость, апатия, неверие в возможность позитивных перемен, падал интерес к труду.

Стоит отметить, что за многие десятилетия последовательного н органичного индустриального роста в развитых капиталистических странах накопился огромный потенциал образованных и развивших свои способности людей, объективно подготовленных к предпринимательской деятельности. В России н других постсоветских странах ситуация иная. По мнению некоторых исследователей, слой предпринимателей пополняется в основном за счет самых низкооплачиваемых категорий интеллигенции, рассчитывающих в бизнесе получить то, что много лет не доплачивало государство, а также руководителей всех уровней, чьи связи и управленческий опыт обеспечивают им «плавучесть» при любых социальных катаклизмах.

Далее будет рассмотрен ряд исследований, посвященных предпринимателям тех лет. Например, по мнению О. Крыштановской, в первое время формирования рынка в нашей стране бизнесмены рекрутировались главным образом из двух слоев, диаметрально противоположных по своему месту в общественной иерархии (Крыштановская, 2002):

1. Бизнесмены - номенклатурщики. Первой попыткой старой элиты заняться легально бизнесом было создание в 1987 г. центров научно-технического творчества молодежи (ЦНТТМ) при горкомах, райкомах КПСС и ВЛКСМ.

Номенклатура всеми способами стремилась сохранить баснословные привилегии. Кроме налоговых льгот это давало возможность использовать государственные закупки по импорту с дальнейшей перепродажей товаров через коммерческие организации. Разница же между государственной и рыночной ценой образует сверхприбыль. В этой же плоскости находятся операции, проводимые с «лимитированными» товарами, распределением которых занимался Госснаб. Дочерние предприятия КПСС и ВЛКСМ имели возможность купить то, что никто больше купить не мог, по низким государственным ценам и потом продать по рыночным.

2. Бизнесмены - парвеню («выскочки», выходцы из люмпенизированных групп). Этот тип преуспевающих дельцов рекрутировался преимущественно из неудачников разного сорта. Здесь собраны люди, не достигшие вершин в своей профессии и потому с легкостью ее оставившие, или те, кто профессии не имел вовсе. Здесь заметно выделяются два поколения: 30 - 40 лет и 20 - 30 лет.

Первые - в большинстве своем дипломированные специалисты, зашедшие в бывшей карьере в тупик и неудовлетворенные достигнутым благосостоянием на государственной службе. Лишь 10 % из них занялись бизнесом в сфере деятельности, соответствующей их профессии (в основном это врачи, шоу-бизнесмены, инженеры).

Предприниматели «новой волны» (20 - 30 лет), как правило, не успели приобрести профессию. Эта молодые люди начали заниматься бизнесом очень рано (многие в 15 - 16 лет). Еще в школе они «делали деньги» на небольших спекуляциях, перепродавая электронику и модную одежду. Получив аттестат, устраивались на такую работу, которая оставляла им много свободного времени для «бизнеса»» т.е. легально работая сторожем за мизерную заработную плату, они основной доход имели от спекуляций, а теперь пришли в легальный бизнес.

Другую категорию миллионеров, по мнению О. Крыштановской, составляют бывшие «цеховики». Это подпольные дельцы, которые делали деньги еще в брежневские годы на государственных предприятиях, где создавались нелегальные цеха по производству той же продукции, что изготовлялась на основном производстве. Товары производились из «сэкономленного сырья» и не учитывались в официальных документах. Прибыль от продажи распределялась между всеми участниками дела. Многие из этих миллионеров имеют за своими плечами уголовное прошлое, сидели в тюрьмах. Но теперь они заняли весьма прочное место в частном секторе становящейся рыночной экономики, так как обладают уникальным многолетним опытом бизнесменов (Крыштановская, 2002).

Принятие Государственной программы развития предпринимательства способствовало росту интереса к бизнесу и в других слоях населения России. Уже первые полгода показали, что становление социального слоя предпринимателей идет достаточно быстрыми темпами. По данным проведенного в мае 1992 г. центром СоциоЭкспресс Института социологии всероссийского опроса населения (выборка 2000 чел., представительная по основным социально-демографическим параметрам для взрослого населения; интервью по месту жительства), 2,2 % от общей численности опрошенных (а не только активной части) уже открыли свое дело и еще 9,5 собираются 49 (Крыштановская, 2002).

Основываясь на экспертном опросе, В. А. Давыденко представляет сходное, но более подробное описание социальных групп, которые стали базовыми для первых предпринимателей.

При группировке полученных экспертных данных, можно проследить тенденцию «исторического подхода» к анализу возникновения предпринимательства самими предпринимателями. Так, отмечалось, что первые предприниматели - «горби-кооператоры», чей основной ресурс - денежный капитал, полученный в коммерческих сделках. Как правило, он формировался из «нелегальных», с точка зрения тогдашнего законодательства. Источником, а главной сферой их деятельности и, соответственно, направленностью «предпринимательского поведения» являлась мелкооптовая и розничная торговля. При чем, разумеется, были «организаторы» («мозговые центры») и «исполнители» данного процесса (Давыденко, 1995).

Следующая группа, из которой вышли российские предприниматели—самая крупная и влиятельная. Это группа, состоящая из бывших «партноменклатурщиков», чиновников государственного аппарата, директоров и их заместителей государственных предприятий, руководителей на местах, их заместителей, различных бывших «общественных организаций». Они пользуются своим былым положением среди властных структур управления и связи, уже налаженные в прошлом, с целью присвоить государственную собственность и развернуть коммерческую деятельность. Весьма распространенным и повсеместным явлением в российском бизнесе был захват ключевых мест бывшими партийными и комсомольскими работниками. Данной группе присуща специфическая «этакратическая» нормативная культура; широкий спектр неформальных связей, через которые проходили значительные денежные обороты.

Следующая группа - это «независимые предприниматели», которые, как правило, были «простыми советскими инженерами». Это люди, которые начали заниматься предпринимательской деятельностью в силу "внешней необходимости", когда предприятие переставало платить заработную плату. Также это могло происходить за счет получения кредитов, как правило, благодаря личным связям, или за счет собственных финансовых накоплений, полученных по родственным каналам. Выбранная группа характеризуется неоднородностью: она состоит из различных "подгрупп" и выброшенных на улицу безработных (разного рода маргиналы). Но наиболее существенная подгруппа создается среди бывшей интеллигенции технической сферы, а также специалистов с инженерным образованием, которые никогда не занимались «примитивной деятельностью», например, торговлей. С точки зрения некоторых предпринимателей подобная деятельность, может приносить большую прибыль, например, некоторые выпускники технических вузов, которые остались безработными, отдают предпочтение коммерческой деятельности, перепродают бытовую технику, за 2-3 года обеспечивают себя большой квартирой, машиной и прочими материальными ценностями, которые они не смогли бы получить, долгое время работая в госструктурах.

Последнюю группу представляют так называемые дельцы теневой экономики, которые работали в дающих право на кредиты, аренду, приобретение недвижимости и выдающих всевозможные «разрешения». Именно представители этой группы отвечают за формирование образа предпринимателя, связанного с нелегальной активностью.

Подводя итоги, стоит отметить, что структура бизнес-элиты постоянно претерпевала изменения, вносимые жизнью и другими объективными обстоятельствами. В последние годы заметно некоторое «вытеснение» тех, кто вышел из «низов», что коснулось управленцев в особенности. Также ощутимо, но в меньшей степени это почувствовали «физики» и «комсомольцы». Дифференциация выявляется в данных группах— одни вытесняются за пределы рейтинга, а другие поднимаются в его верхнюю часть. На середину рейтинга плотно обосновались «директора» и «банкиры» - они все более становятся близки к «становому хребту» российского бизнеса, и, в том числе, бизнес-элиты. В целом к концу 90-х гг. время первоначального накопления заканчивается и начинается конкурентная борьба за места в лидерской группе (Давыденко, 1995).

Проанализировав судьбу предпринимательства в 90-х гг., далее хотелось бы обратить внимание на социально-психологический портрет предпринимателя тех лет. Для этого далее будет представлен анализ результатов исследования GLOBE, проведенного во второй половине 90-х гг.

Для глубокого изучения факторов российской национальной деловой культуры в рамках исследовательской программы GLOBE были получены результаты по России и проведено сравнение этих результатов с данными по другим странам. Несмотря на некоторую ограниченность и условность выборки респондентов, данный проект является одним из самых первых исследований российского менеджмента, который признан международно и создан с использованием апробированных методов качественного и количественного анализа. Также в данное исследование вовлечено большое количество информации о менеджменте других стран.

Исследование GLOBE в России было проведено в 1995-1996 годах. По нашей стране были собраны анкеты от 450 менеджеров из трех различных сфер деятельности (соответственно по 150 анкет).

Приведенные данные, по-видимому, принимают не абсолютный, а относительный характер и понимаются при соотнесении с результатами обработки ответов менеджеров других стран. Приведенная ниже таблица дает представление о местонахождении России в сравнении с другими 52 странами, участвовавшими в исследовании.

Таблица 1. Результаты GLOBE по России 1996 (рейтинг)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Переменная** | **Ранг России: организация «как есть»** | **Ранг России: общество «как должно быть»** |
| **Ориентация на результаты** | 3 | 6 |
| **Ориентация на будущее** | 1 | 22 |
| **Различия полов (муж /жен.)** | 52 | 33 |
| **Гуманистическая ориентация** | 25 | 42 |
| **Дистанция власти** | 41 | 19 |
| **Индивидуализм/коллективизм** | 41 | 35 |
| **Избежание неопределенности** | 1 | 38 |

Наиболее выделяющимся и инновационным сегментом малого предпринимательства предстают молодые предприниматели, т.е. те, кто еще находится на обучении или не так давно покинули стены университетов и используют передовой опыт в мире и отрасли, последние инновационные технологии и методики, как конкурентное преимущество в условиях рыночной борьбы.

Направленность, характер и эффективность предпринимательской деятельности определяются особенностями возраста и пола, образовательным и культурным уровнем культуры и образованности бизнесменов. Социально-демографические характеристики предпринимателя, которые приводят исследователи, немного различаются в зависимости от конкретных условий, масштабов, или задач социологического исследования. Обратимся к некоторым из представленных в научной литературе данных о половозрастных характеристиках и уровне образованности предпринимателей.

В соответствии с результатами исследований Фонда общественного мнения, лишь 2% молодёжи в возрасте до 30 лет являются начинающими предпринимателями. И по результатам тех же исследований из всех запускающихся предпринимательских проектов в России более четверти, а именно 27%, запускаются людьми из молодого поколения (Грачев, 1999).В России, которая выступает частью мирового экономического сообщества, преломляются общие закономерности развития управленческой деятельности. Многие процессы, происходящие в современном мире, вписываются в логику общего движения, принимают собственные своеобразные формы. На поверхности заметно смешение экономических форм, "укладов капитализма", уровней технологического развития отраслей и, как следствие, - ряд различных форм управления. Но есть и очевидные положительные примеры, о которых на Западе сообщают как об эффективном и успешном управлении. Если рассмотреть эти примеры успеха более подробно, то становится вполне очевидным, что эти фирмы выбирают ориентиры инновационного управления, которые во многом схожи с передовым опытом зарубежных менеджеров, но опираются на национальные преимущества конкурентоспособности, учитывая и организационные.

Еще в конце 80-х и начале 90-х годов, в период последовательного углубления хозяйственного кризиса многие отечественные хозяйственники затруднялись содержательно ответить на вопрос о сильных сторонах менеджмента в России, и, конечно, не мечтали об экономическом успехе.

Несмотря на этот факт, имеются некоторые позитивные стороны, что необходимо понимать при создании стратегии бизнеса и организационного развития компаний. Предприниматели и менеджеры к положительным сторонам российского менеджмента причисляют такие обстоятельства, как умение браться за крупные проекты и реализовывать их; упорство и смелость в достижении целей; большой опыт коллективизма, работы бригадах в и группах; особенно высокий уровень образования в инженерной сфере; широкое распространение русского языка на территории бывшего СССР и за ее пределами; хорошее знание иностранных языков; адаптивность к различным переменам, которая особенно заметна среди молодого поколения; богатые природные ресурсы; включенность в мощные структуры взаимодействия бизнеса и государства, но и части теневых структур; развитая российская диаспора в других странах; прочные связи со странами, которые традиционно тяготят к России; атмосфера, которая сочетает многонациональность, различные культуры, формы поведения и традиции; терпимость и интерес к иностранцам и многое другое (Грачев, 1999).

Один из наиболее значимых выводов исследования заключается в том, что корпоративная практика в России занимает маргинальное положение в международной системе координат по большинству параметров GLOBE. Этим и подтверждается часто неустойчивый и не всегда предсказуемый характер деятельности российского внутрифирменного управления при взаимодействии с зарубежным менеджментом. Более того, подтверждаются и культурные особенности переходной экономики, и разнонаправленность интенсивных эмпирических поисков, а также недостаточность знаний о наиболее важных тенденциях в международном менеджменте.

Предварительная картина исследований ставит российских менеджеров вовсе не в один ряд с менеджерами ведущих развитых стран. Наоборот, во многих случаях по базовым социокультурным параметрам менеджмента Россия занимала места рядом либо с представителями стран третьего мира, либо с бывшими союзниками социалистического лагеря.

Таким образом, по результатам проведенных исследований общий для России образ руководителя представляется следующим - это противоречивая личность с ярко выраженным жестким автократическим стилем поведения. Он обладает способностью принимать собственные решения и принимать на себя ответственность за эти решения. Он или она автономны, не пытаются сохранить репутацию, действуют, быстро, открыто, и достаточно компетентно в нестабильной внешней среде. Однако лидер слабо нацелен на конечный результат деятельности, а лишь ориентирован на сам процесс, в то же время очень внимателен к собственному статусу. Но слишком агрессивный стиль поведения и отсутствие, неумение видеть будущего не позволяют ему стать сильным харизматическим лидером и успешным в долгосрочной перспективе.

Выводы не представляются оптимистичными, что подтверждает выдвинутую гипотезу о негативном имидже предпринимателя в 90-х гг. Однако в данном случае следует учитывать переходный этап, на котором находится страна, начальный характер подобных проектов, и необходимость дальнейшей проработки проблематики сопоставления менеджмента России с другими странами в международной системе координат.

**2.2 Образ современного предпринимателя в России**

Далее в рамках данной работы будут представлен анализ существующих исследований относительно образа современного предпринимателя для того, чтобы конкретизировать задачи настоящего исследования и уделить больше внимания наиболее важным и наименее проработанным аспектам. Во-первых, актуальным представляется глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM). Данное исследование является проектом, созданным ведущими бизнес-школами мира по организации исследований стран по аспектам развития предпринимательства и обмену информацией о состоянии предпринимательской активности.

В исследовании GEM отмечаются два главных типа мотивации предпринимателей:

1. предприниматели «по возможности», т.е. добровольные предприниматели (opportunity-driven entrepreneurs) — те предприниматели, которые стараются получать преимущества от предпринимательской деятельности и пользоваться всеми открывающимися возможностями;

2. предприниматели «по необходимости», т.е. вынужденные предприниматели (necessity-driven entrepreneurs) — те предприниматели, которые начинают заниматься бизнесом, потому что они не имеют иной возможности получать доход.

Но стоит отметить, что данное разграничение усложняет глубокое понимание мотивации, так как респонденты при ответе на различные вопросы анкеты, при выборе между вариантами ответов «использую новые бизнес–возможности» и «не имею лучших возможностей для работы» и могут сделать выбор в пользу позитивного ответа, даже если в реальности их мотивация ближе ко второй альтернативе (Bosma, 2010). Поэтому мотивация предпринимателей, руководствующихся в своей деятельности возникающими возможностями, подвергается более подробному изучению. В данном исследовании респонденты были разделены на три группы. В первую группу отнесли те из них, кто в качестве основной мотивации называет рост доходов. Для представителей следующей группы наиболее существенным мотивом становится независимость. Последнюю группу составляют те, кто пользуется возможностями предпринимательства для поддержания собственного дохода. В действительности данная предпринимательская группа близка, по сути, к предпринимателям «по необходимости». Предприниматели, вовлеченные в эту деятельность добровольно и мотивированные использованием возможностей для увеличения дохода и получением независимости в работе, образуют группу «высокопритязательных» предпринимателей (Верховская, 2013).

Данные GEM демонстрируют тот факт, что по мере экономического развития уровень тех, кто близок к вынужденному предпринимательству, снижается, в то время как добровольная мотивация и уровень высоких притязаний в предпринимательстве растут. Предпринимательство на добровольной основе имеет более высокий экономический потенциал и, более того, демонстрирует более стремительный рост производительности труда и создает больше рабочих мест.

На протяжении всего времени проведения исследований в России наблюдается постоянная структура мотивации — около 70% предпринимателей отмечали, что используют открывающиеся возможности для запуска собственного дела. Но можно констатировать, что в 2013 г. доля добровольно мотивированных предпринимателей уменьшается и составляет уже более 60%. Этот показатель приближается к своему значению посткризисного уровня 2010 г. Большинство российских предпринимателей видят открытие собственного дела как добровольную активность, но мотивацией выступает не желание приумножить его или добиться независимости, а поддержание уровня собственных доходов. Так, 40% молодых и уже устоявшихся предпринимателей на добровольной основе отметили, что их предпринимательская деятельность связана с поддержание дохода, что фактически приближает их к вынужденным предпринимателям. Также высока доля смешанной мотивации, когда предприниматели не могут точно определить, что побуждает их к вовлечению в предпринимательскую деятельность. Особенно высок это показатель у группы нарождающихся предпринимателей – 36% опрошенных.

При сравнении мотиваций различных групп начинающих предпринимателей можно сказать, что те респонденты, которые были вовлечены в создание новых фирм в 2013 г. считают, что развитие бизнеса будет успешным существенно реже, чем те, кто основал бизнес еще в 2009–2012 гг. В мотивах данной группы предпринимателей превалирует поддержание дохода, и только лишь менее четверти (22,8%) входят в группу высокопритязательных предпринимателей. Данная предпринимательская группа должна иметь интерес к поиску новых способов развития бизнеса и использовании всех возможностей. Сравнивая долю высокопритязательных предпринимателей на ранней стадии с показателями прошлых лет, можно отметить ее сокращение с 44% до 32%, причем за счет начинающих предпринимателей.

Поиском преимуществ от предпринимательской деятельности в основном занимается более молодая и активная группа населения – возрастная группа от 25 до 44 лет (56%). В то же время 40% из тех, кто вынужден заниматься предпринимательством, входя в возрастной диапазон от 25 до 34 лет. Стоит отметить, что различий в структуре мотивации мужчин и женщин не наблюдается – большинство мужчин и женщин начинают бизнес, используя появившиеся возможности (соответственно 61% и 64%), а чуть менее трети являются вынужденными предпринимателями. Сравнительный анализ добровольных и вынужденных ранних предпринимателей продемонстрировал, что добровольные предприниматели характеризуются более высоким уровнем формального образования, большей склонностью к рискованной деятельности, большей вовлеченностью в сети предпринимательства, а также более высоко оценивают статус предпринимателя в обществе и чаще считают карьеру предпринимателя удачным выбором по сравнению с вынужденными предпринимателями (Верховская, 2013).

Очевидно, низкая доля высокопритязательных предпринимателей негативно характеризует российское предпринимательство. Данные GEM демонстрируют, что в большинстве экономически развитых стран доля высокопритязательных предпринимателей в 2,7 раза больше, чем вынужденных (Xavier, 2013), т.е. даже в условиях наличия различных предложений на рынке труда развитие институтов в этих странах делает предпринимательство привлекательным в основном за счет предоставления возможности самореализоваться. При имеющемся состоянии структурных условий развития предпринимательства россияне не осознают возможных преимуществ, которые связаны с ведением собственного бизнеса.

На желание стать предпринимателем и начать свое дело также оказывают влияние такие социально-демографические характеристики, как пол, возраст и уровень образования.

При анализе социально-демографической структуры в соответствии с методологией проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» исследовались основные группы предпринимателей: потенциальные предприниматели; респонденты, имеющие предпринимательские намерения; ранние предприниматели, включая нарождающихся и владельцев нового бизнеса; а также устоявшиеся предприниматели.

Высоким уровнем формального образования, большей склонностью к риску, большей включенностью в предпринимательские сети, а также выше оценивают статус предпринимателя в обществе и чаще считают карьеру предпринимателя удачным выбором по сравнению с вынужденными предпринимателями.

В России гендерная структура предпринимательства типична для европейских стран-участниц: мужчины показывают большую вовлеченность в деятельность во всех предпринимательских группах. Доля мужчин, которые планируют в ближайшие три года основать свое дело, составляет 54% против 46% у женщин. При среднем уровне предпринимательских намерений в 2012 г. равном 3,8%, только 4,3% всех мужчин и 3,3% всех женщин имеют намерение стать предпринимателями

Среди потенциальных предпринимателей также выше доля мужчин – 59% против 41% у женщин. 6,8% всех мужчин и 4,3% всех женщин увидели благоприятные условия для создания собственного дела и сочли, что обладают достаточными познаниями для создания компании.

Гендерное соотношение среди ранних предпринимателей стабильно по годам. В 2012 г. доля мужчин составила 59,2% и 40,8% – женщин. Активность ранних предпринимателей мужчин в 1,5 раза выше активности женщин – 5,35% мужчин и 3,42% женщин. На протяжении нескольких последних лет мужчины проявляют большую активность и в основании нового бизнеса.

Активность нарождающихся предпринимателей–мужчин в 1,7 раз превышает активность нарождающихся предпринимателей–женщин (3,2% и 1,9%, соответственно). Исследование показало, что довольно значимым фактором, который влияет на меньшее участие женщин в организации нового бизнеса, является боязнь не добиться успеха.

Соотношение мужчин и женщин среди устоявшихся предпринимателей в 2012 г. продемонстрировало распределение в пользу женщин – 52,2% против 47,8%. Активность мужчин, которые вовлечены в управление компаний, существующих уже более 3,5 лет, в 2012 г. была выше, чем женщин – 2,16% и 1,95% соответственно. По сравнению с ранними предпринимателями гендерная активность среди устоявшихся предпринимателей практически не различалась. Это может свидетельствовать о том, что мужчины более склонны к стремительному предпринимательскому старту, но менее благополучны на стадии выживания бизнеса (Верховская, 2013).

В российское предпринимательство вовлечены все возрастные группы, однако возрастная структура не предстает однородной. По данным 2012 г. средний возраст российского раннего предпринимателя составляет 36 лет. Для группы ранних предпринимателей характерно преобладание возрастного диапазона «25–34» – 36,4%. Индекс предпринимательской активности в данной возрастной группе составляет 6,7%, в то время как более молодая («18–24») и средневозрастная («35–44») группы, соответственно, имеют индекс активности, равный 4,2%. Относительно высока в сравнении с предыдущим годом доля возрастной группы «45–54», которая демонстрирует второй по значению индекс активности – 4,6%. Во всех возрастных группам преобладают мужчины, за исключением группы «45–54», в которой количество мужчин и женщин одинаково.

Средний устоявшийся предприниматель на семь лет старше раннего, его возраст составляет 43 года. Устоявшиеся предприниматели почти не имеют гендерных различий в возрастных группах. Среди устоявшихся предпринимателей преобладают возрастные группы «35–44» и «45–54». Активность устоявшихся предпринимателей этих возрастных групп составляет 3,4% и 3,0 % соответственно. Превалирование этих групп отмечалось в течение всего периода наблюдений, начиная с 2006 г.

Как для ранних, так и для устоявшихся предпринимателей характерна низкая вовлеченность населения в возрасте от 55 до 64 лет. У обеих групп активность едва превышает 1%. Это присуще и группа потенциальных предпринимателей и людей, которые имеют предпринимательские намерения с преобладанием возрастной группы от 25 до 34 лет.

Также аспектами предпринимательской деятельности, связанными с возрастом, занимались и другие исследователи. Например, по данным О.В. Перепелкина, распределение предпринимателей по возрасту дает следующую картину: 40 % респондентов стали предпринимателями в возрасте от 31 до 40 лет и еще 18 % - в возрасте от 41 до 45 лет. Около 30 % мелких и средних предпринимателей – в возрасте не старше 30 лет. Они моложе крупных российских бизнесменов и гораздо моложе бывших директоров государственных предприятий. Предприниматели моложе 30 лет составляют довольно большую группу 25 -30 %, от 30 до 40 лет - 30 - 40 %, старше 40 лет - около 30 %(Перепёлкин, 2006).

По данным Российского независимого института социальных национальных проблем, женщины составляют всего треть контингента предпринимателей. Они приходят в бизнес и начинают преуспевать в нем, как правило, в более зрелом возрасте, чем мужчины. Численность женщин-предпринимателей старшего возрастного диапазона (40 — 50 лет) в полтора раза выше, чем младшего (20 - 30 лет), а у предпринимателей-мужчин превалирует младшая возрастная группа (26% против 23%).

По уровню образования женщины-предприниматели немного уступают мужчинам: среди них доля лиц с высшим образованием составляет около 59 % (среди мужчин - 80 %), хотя в целом по трудоустройству населению РФ доля лиц с высшим образованием среди женщин выше, чем среди мужчин. Половина предпринимателей среди женщин - бывшие служащие (у мужчин же эта социальная группа дает только 25% численности предпринимателей).

В малом и среднем бизнесе женщины-предприниматели тяготеют более к сферам таким сферам как торговля и бытовые услуги, причем наиболее уверенно они чувствуют себя во главе предприятий с числом занятых от 5 человек до 50 человек, уступая мужчинам риски, связанные с очень крупными или же, наоборот, со чересчур мелкими предприятиями.

Примыкающие возрастные группы - молодежь от 20 до 30 лет и лиц более зрелого возраста от 40 до 50 лет - по численности примерно равны по сравнению друг с другом: на них приходится соответственно 22% и 24 % опрошенных. Однако, в отличие от стабильного ядра, численное соотношение между ними значительно варьирует в зависимости от сферы деятельности. В области инжиниринга, в промышленном строительстве, а также в производстве потребительских товаров и средств производства, т.е. там, где требуется большой опыт и знание конкретных видов производственной деятельности, численность старшей возрастной группы в 2-3 раза выше, а в торговле и, особенно в посреднической деятельности доминирует молодежь. Характерно также, что на более мелких предприятиях преобладают представители младшей возрастной группы, а на более крупных - старшей: во главе предприятий с числом занятых от 1 до 5 человек представителей младшей возрастной группы в полтора раза больше, чем старшей, а среди предпринимателей, возглавляющих предприятия с числом занятых более 100 человек, доля старшей возрастной группы в три раза выше, чем младшей (Перепелкин, 2006).

Наиболее ярко выраженной тенденцией в изменениях возрастной структуры предпринимательской среды является ее ускоряющееся омоложение, главным образом за счет вытеснения предпринимателей старше 40 лет молодежью в возрасте до 50 лет при стабильном удельном весе центрального ядра предпринимателей, имеющих возраст от 30 до 40 лет. Доля старшей возрастной группы во вновь создающихся предприятиях за последние четыре года сократилась с 50 % до 21 %, а младшей соответственно с 15 % до 43 %. Исследователи считают, что усиление тенденции к омоложению предпринимательской среды отчасти обусловлено также сдвигами в отраслевой структуре милого и среднего бизнеса в пользу торгово-посреднических операций, где занята в основном молодежь.

Таким образом, вопрос развития и становления системы стимулирования и развития молодёжного предпринимательства является актуальной задачей для экономики страны и развития малого предпринимательства в частности.

По сравнению с западными странами молодежь в России демонстрирует некоторое отличие в видении руководителя, что демонстрирует исследование компании Hays.

По результатам опроса, в котором участвовали около 1000 человек в возрасте от 18 до 30 лет, подавляющее большинство представителей молодого поколения хотят видеть своего руководителя авторитарным, но в то же время справедливым. Он должен обладать умением четкой постановки задач, давать указания сотрудникам по поводу их рабочих обязанностей, говорить, что и каким образом должно быть сделано. Среди западных сверстников такой тенденции не наблюдается. Этот факт может быть объяснен наличием не слишком упорядоченного менеджмента в российских организациях. Уровня западного менеджмента в России компании еще не достигли (Авшалумова, 2014).

Также стоит отметить, что в отличие от зарубежной аудитории российские сотрудники не хотят видеть своего руководителя в роли босса-ментора. Тогда как для западных сверстников данный образ наиболее привлекателен. Такое положение вещей может быть прямым следствием политики авторитаризма последнего десятилетия.

Относительно мотивов занятия предпринимательской деятельностью лидирует возможность получать стабильный высокий заработок. Гибкость рабочего графика и свобода, которые так популярны среди западной молодежи, отходят на второй план. Российская молодежь (76%) имеет очень высокий предпринимательский потенциал, выше он только в Бразилии и Китае, а страны Европы и США проигрывают по данным показателям.

В целом по сравнению с зарубежной молодежью российская предстает более консервативной. В России поколенческие ценности проигрывают семейным. Страна, культура и семья — важнее (Авшалумова, 2014).

Стоит также отметить исследование, проведенное в городе Кемерово в 2008–2009 гг. Целью данного исследования являлось изучение социальных представлений о предпринимателе у различных социальных групп (школьники, студенты, работающие, пенсионеры) (Воробьева, 2010).

По результатам исследования в социальных представлениях о предпринимателе преобладают представления о нем как о мужчине (школьники – 64 %, студенты – 80 %, работающие – 68 %, пенсионеры – 84 %). В социальных представлениях о возрасте предпринимателя преобладает возраст в диапазоне от 30 до 35 лет. Во мнениях об уровне образования предпринимателя также замечается общая тенденция – это два и более высших образования. Это позволяет утверждать о том, что образ предпринимателя в целом характеризуется как высокообразованная личность.

Семейное положение предпринимателя определяется подавляющим числом респондентов как женат/замужем (школьники – 80 %, студенты – 84 %, работающие – 76 %, пенсионеры – 76 %). В представлениях о количестве детей у предпринимателя также заметна всеобщая тенденция – это два ребенка (школьники – 44 %, студенты – 80 %, работающие – 52 %, пенсионеры – 60%) (Воробьева, 2010).

В ходе контент-анализа были выделены категории, отражающие отношение различных групп к предпринимателю. Отношение населения к образу предпринимателя во всех рассматриваемых социальных группах в большинстве случаев, как правило, положительное. Однако, как демонстрируют результаты, у группы пенсионеров отношение к предпринимателям наименее положительное по сравнению с остальными группами.

Одним из показателей отношения к предпринимательству является желание респондентов заниматься данной сферой деятельности. В группе школьников и работающих на вопрос о желании заняться предпринимательской деятельностью преобладает ответ – «Хочу, но не имею стартового капитала». В группе студентов к данному ответу присоединяется ответ – «Хочу, и возможность сделать это в будущем есть». В группе пенсионеров в действительности единственный ответ на данный вопрос – «Хочу, но не позволяют возраст и здоровье».

Анализ ответов о личностных особенностях предпринимателя предоставил данные о следующих наиболее часто упоминаемых характеристиках: «трудолюбие», «предприимчивость», «развитое умение прогнозирования», «расчетливость». Школьники, студенты и работающие в группе коммуникативных характеристик чаще выделяют «общительность», а в группе пенсионного возраста – «решительность». В отношении к себе доминирует качество «уверенность». Среди других личностных особенностей в образе предпринимателя также преобладает «целеустремленность».

В ходе контент-анализа были выявлены категории в социальных представлениях, характеризующие отношение предпринимателя к людям.

В социальных представлениях о предпринимателе в контексте отношения к людям преобладает характеристика «умение контактировать с людьми». Однако у группы пенсионного возраста в образе предпринимателя более высоко представлено негативное отношение предпринимателя к людям. Так же существуют представления о возможной незаконной деятельности предпринимателя, которые преобладают в группах школьников, студентов и пенсионеров. Среди необходимых условий для начала предпринимательской деятельности статистически достоверно были выделены следующие, наиболее часто выбираемые категории: стартовый капитал, личные связи в органах власти (муниципальной, городской, региональной), наличие четкого плана развития бизнеса и особый предпринимательский склад характера.

Таким образом, проанализировав результаты исследования можно утверждать, что:

1. Образ предпринимателя включает:

1) Социально-демографические характеристики:

- возраст – 30 – 35 лет;

- пол – мужской;

- образование – высшее (или два высших);

- семейное положение – женат, имеет двое детей;

2) Социально-психологические:

- обладает следующими деловыми качествами: трудолюбием, предприимчивостью, развитым умением прогнозировать, расчетливостью, целеустремленностью;

- в отношении к людям общителен и решителен;

- уверен в себе.

3) социально-экономические: для начала предпринимательской деятельности предприниматель использует стартовый капитал, личные связи в органах власти, имеет четкий план развития бизнеса.

2. Отношение к предпринимателю у различных социальных групп – положительное.

3. Существуют некоторые отличия в содержании социальных представлений о предпринимателе у различных социальных групп по следующим параметрам:

- отношение пенсионеров к предпринимателям менее положительно, чем среди остальных социальных групп; у данной группы также преобладает более негативное представление об отношении самого предпринимателя к окружающим людям;

- пенсионеры в группе коммуникативных характеристик чаще выделяют «решительность», а школьники, студенты и работающие –

«общительность» (Воробьева, 2010).

Таким образом, проанализировав существующие исследования по проблематике образа предпринимателя в России, были выявлены наиболее значимые и наименее разработанные вопросы, касающиеся восприятия данной профессии. Можно сказать о том, что в обществе сформировался в целом положительный образ предпринимателя, но некоторые аспекты требуют дальнейшей проработки.

 Обобщая проанализированные данные, для собственного исследования следует сконцентрироваться именно на школьниках старших классов, как на группе, обладающей высоким потенциалом при выборе предпринимательской карьеры. Также, учитывая тот факт, что в России присутствуют определенные культурные особенности, и существует тенденция к не слишком мотивированному занятию предпринимательской деятельностью и концентрации на доходах, важно отследить какие мотивы движут школьниками при выборе карьерного пути. Более того, необходимо получить ответы на вопросы о таких личных качествах, как стремление к новому, открытость новым идеям, а также о предпочтении карьеры наемного работника или предпринимателя, чтобы выявить реальные тенденции среди молодого поколения. Также важными представляются вопросы относительно ассоциаций, возникающих с понятием предприниматель и личных черт характера школьников.

**Глава 3. Исследование образа предпринимателя у школьников Нижнего Новгорода**

**3.1. Анкетирование школьников Нижнего Новгорода**

Возрастные особенности школьников характеризуются периодом активного процесса самосознания, размышления о перспективах своей жизни, формирования образа будущего, путей его достижения. Знакомство с образом современного предпринимателя закладывает в сознании школьников соответствующую систему ценностей, стимулирует развитие активной жизненной позиции, созидательного отношения к окружающему миру, определенных черт характера: целеустремленности, ответственности и т. д.

В современных условиях рыночной экономики и капиталистических форм отношений людей, всё более востребованной становится воспитание экономически компетентной, конкурентно способной личности. Школьный возраст предрасположен к нормотворческой деятельности. Этому способствует и социальная ситуация, в которой происходит социальное и индивидуальное развитие личности школьника и те психические новообразования, которые типичны для школьника: любознательность, потребность в деловых отношениях и способность к их организации.

Ориентация школьников на будущее тесно связана с выбором профессии. Предпринимательство в настоящее время не является профессией (в привычном ее понимании). Эта социальная общность, к которой в современном обществе сложилось неоднозначное отношение, связанное, во-первых с кризисной практикой начального периода становления предпринимательства, во-вторых с отсутствием социальной практики рыночных отношений у большей части нашего общества. Поэтому знакомство с современными предпринимателями, их деятельностью, системой отношений становится актуальным именно на данном этапе. Таким образом, склонность к предпринимательству и характерные черты личности возможно выявить еще в совсем юном возрасте.

Обобщая данные существующих исследований, стоит сконцентрироваться именно на школьниках старших классов как на аудитории, обладающей высоким потенциалом при выборе предпринимательской карьеры. Обращая внимание на то, что в России предпринимательской деятельность не всегда мотивирована и преимущества ее видны не всем, необходимым представляется отследить мотивы школьников при выборе карьерного пути. Также, необходимо проанализировать личные качества школьников как будущих предпринимателей, а также предпочтение в карьере. Наиболее важными представляются вопросы относительно ассоциаций для выявления реальных тенденций в отношении к предпринимательству среди молодого поколения.

Предметом данного исследования является образ предпринимателя, что подразумевает под собой не внешние особенности человека, а именно ассоциации, возникающие с данным понятием и отношение к его деятельности. Эти аспекты будут рассмотрены с помощью прямых и вопросов относительно определения предпринимателя и косвенных о восприятии профессии близкими школьников, их собственного отношения и качеств, выделяемых респондентами как наиболее важных и присущих именно им.

Для того чтобы наиболее полно исследовать восприятие предпринимательства школьниками представляется целесообразным выбрать метод группового очного анкетирования. Данный метод позволяет наиболее четко следовать установленному плану исследования, так как выбраны закрытые вопросы для сбора конкретной информации, необходимой в ходе работы.

Так как необходимо охватить массовую аудиторию для наиболее точных результатов, метод анкетирования также позволит сделать это с наименьшими затратами и в наиболее короткие сроки.

Для того чтобы получить ответы на интересующие вопросы, были опрошены 1257 человек. Выборку составили учащиеся 9-11 классов школ Нижнего Новгорода. Анкеты были вручены и собраны у респондентов по месту их учебы. Респонденты отвечали на вопросы о таких личных качествах, как стремление к новому, открытость новым идеям, а также о предпочтении карьеры наемного работника или предпринимателя. Более того, были заданы вопросы относительно мотивов карьерного пути и, личных черт характера. Стоит отметить, что также школьникам были задан вопрос о различных ассоциациях, возникающих с понятием предприниматель.

Возраст опрошенных варьировался от 14 до 18 лет, распределение по полу сформировалось следующим образом – 40% школьников мужского пола и 60% женского.

Подавляющее большинство опрошенных ассоциируют понятие предприниматель с определением бизнесмена, которое имеет достаточно нейтральную окраску (58,9%), также популярным стал ответ «владелец», который был выбран четвертью участвующих в опросе. Около 5% считают, что предприниматель – это, в первую очередь, трудоголик, что стало третьим по популярности ответом. Хозяином или же коммерсантом предпринимателя посчитали около 2% школьников. Варианты ответов «теневик», «делец», «босс» и «олигарх», имеющие негативную окраску, набрали каждый менее 1% голосов, что свидетельствует о положительной тенденции по отношению к предпринимателям среди школьников и подтверждает выдвинутую гипотезу о смене взглядов современного молодого поколения. (См. Приложение Рис.2)

Что касается открытости нижегородских школьников новым идеям и перспективам, то в данном случае можно говорить о большой готовности к изменениям в жизни и принятии новых идей. Подавляющее большинство школьников в количестве более 45% выбирали наивысший балл, свидетельствующий о стремлении ко всему новому среди молодежи. (Рис.3)

Такие показатели сигнализируют о том, что учащиеся обладают достаточной гибкостью, которая необходима для ведения собственного дела. Предпринимательская активность предполагает гибкость и способность быстро реагировать на изменения. Владелец малого предприятия тоже должен быть гибким и уметь приспосабливаться.

В следующем вопросе, касающемся привлекательности профессии предпринимателя, подавляющее большинство респондентов согласились с этим утверждением (77,6%), а также более 30% поставили наивысший балл утверждению о том, что предпринимательство предполагает для них больше преимуществ, чем недостатков. Необходимо заметить, что около 79% опрошенных хотели бы стать предпринимателем при возможности и наличии необходимых ресурсов, 41% из которых отметили наиболее сильное желание, но их количество сокращается при ответе на вопрос об удовлетворении от данной профессии, где наибольшее количество опрошенных все же согласны с этим утверждением, но не выбирают высшую оценку. (Рис.4)

Отношение окружающих тем, кто выбирает сферу предпринимательства, также стало важным аспектом в рамках рассмотрения данной темы. Большинство опрошенных отмечают, что люди из их окружения положительно отреагируют на выбор карьеры предпринимателя. Например, 83% респондентов считают, что их родители и члены семьи полностью одобряют стремление к предпринимательской деятельности, 79% то же говорят и о своих друзьях, и 64% скорее сориентированы на их мнение, чем не уделяют ему совершенно никакого внимания. Мнение остальных окружающих представляется положительным для 70% школьников, но уже не столь важным. Около 21% имеют нейтральное мнение относительно обеспокоенности позицией посторонних, и 16% совершенно не беспокоит мнение других людей. Данные опроса говорят о том, что ученики как будущие предприниматели больше всего уверенны в своей семье и ориентируются на ее точку зрения (81,5%). (Рис.5, рис.6)

Ориентация на семью просто необходима начинающему предпринимателю. Поддержка со стороны семьи очень важна в тяжёлых условиях, когда организация деятельности предприятия требует напряженной работы и значительных личных жертв. Такая поддержка даже может принимать форму помощи на практике, например, в административных или иных вопросах.

Когда работа сопряжена с множеством проблем, то такие проблемы обладают тенденцией усугубляться при недостатке поддержки со стороны семьи. Напротив, при дополнительной поддержке проблемы могут решаться легче и быстрее. Например, при отсутствии владельца бизнеса члены его семьи могут помогать в обработке заявок или решать же другие вопросы. Более того, положительная реакция семьи на выбор карьеры предпринимателя сигнализирует о его позитивном образе и у окружающих.

Выбирая между карьерой наемного сотрудника и предпринимателя, большинство школьников склоняются к предпринимательской деятельности (77%). Однако совершенно готовых стать предпринимателями чуть меньше, чем тех, кто скорее склонен предпочитать эту профессию – 25% против 27%. Этот факт говорит о том, что среди учащихся есть желание связать жизнь с данной сферой, но все же не все уверенны, что это именно то, чего они хотят. В свою очередь 15,5% респондентов не решили, какой выбор им ближе, и около 8% предпочли карьеру наемного сотрудника. (Рис.7)

Мотивы при выборе карьерного пути также были освещены в данном исследовании. Для многих учащихся очень важно воплотить собственную мечту в будущем, развиваться как личность, получать большой доход, дать возможность своим детям унаследовать бизнес. Также опрошенные хотели бы получить признание, добиться высокого положения в обществе, получить больше возможностей и гибкости для личной жизни и быть начальником самому себе. (Рис.8) Данные мотивы при выборе будущей карьеры свидетельствуют о готовности выбрать предпринимательскую деятельность. Но такие аспекты, как продолжение семейной традиции или же следование культовой фигуре в той или иной сфере не слишком популярны среди молодого поколения. Также, возможно в силу юного возраста, респонденты не удели достаточного внимания социальной и экологической миссии профессии.

Стоит отметить, что карьера предпринимателя таит в себе некоторые опасности и подводные камни. Поэтому респондентам был задан вопрос о том, что заставило бы их все же выбрать путь наемного работника. Наиболее популярным стало опасение недостаточности средств для создания собственного бизнеса (53%), также некоторые сомнения вызвала стабильность занятости и дохода и риски (49%), которые приходится брать на себя владельцу собственного бизнеса (48%). Около 40% отметили, что не уверенны в достаточности собственных знаний для создания бизнеса. Кроме того, были названы такие факторы, как боязнь нового, занятие большого количества времени, нежелание прогореть, дополнительные риски по деньгам и кредитам, страх перед неудачей. (Рис. 9)

Школьники понимают, что любое предприятие нуждается в руководителе, который способен справиться с неминуемыми преградами и проблемами и даже иногда пойти на некоторые жертвы. Те, кто решают начать свое дело, должны всегда помнить, что это подразумевает исключительную самодисциплину и готовность работать напряженно долгое время, необязательно со скорым получением доходов. Также руководитель должен понимать, что возможен и отказ от отпусков, и почти постоянная работы по вечерам и выходным дням. Более того, придется сокращать время, которое уделяется личной жизни и семье.

Респонденты отдают себе отчет в том, что существенным фактором успешного бизнеса является умение принимать собственные решения и придерживаться выбранной позиции. В случае, когда результат имеет немаловажное значение, следует тщательно обдумать все вероятные исходы событий и выбрать оптимальный.

Можно сделать вывод о том, что современные школьники имеют верное представление о предпринимательской активности. В бизнесе существует необходимость обязательного анализа ситуации, учета всех обстоятельств и решительность в действиях. Основным условием является умение решать проблемы эффективно и оригинально, способность к одновременному занятию множеством сложных проблем с целеустремленностью.

Более того, респондентам был задан вопрос об обратной ситуации, когда им пришлось предпочесть карьеру предпринимателя, нежели наемного сотрудника. Для школьников важными причинами показались личная независимость, интерес к работе, возможность распоряжаться собственным временем так, как хочется, а также самореализация. Не готовы респонденты менять путь наёмного сотрудника на предпринимательский поддаваясь поведению на всех остальных. Напротив, было отмечено, что выбор профессии предпринимателя означает предпочтение возможности самому вести дела своей компании, следование общественным тенденциям и нежелание подчиняться. (Рис. 10)

Данная тенденция имеет позитивный характер, т. к. характеристикой, общей для успешных предпринимателей является потребность и желание управлять и обладать властью. Предприниматели готовы нести личную ответственность за свою деятельность. Такие люди обычно получают неподдельное удовольствие от обладания властью, осознают и принимают на себя личную ответственность. Для них характерна твердая, но основанная на реальном положении вещей вера в себя, умение добиваться целей в личной жизни и бизнесе, что крайне необходимо. Предприниматели не имеют необходимости получать указания от других, способны и готовы действовать самостоятельно, чего и необходимо достичь начинающим предпринимателям, которыми могут стать сегодняшние школьники.

Себя респонденты описывали как общительных, энергичных, отзывчивых, склонных к творчеству, целеустремленных. Чуть реже были выделены такие качества, как образованность, рациональность, аккуратность, организованность, сдержанность. Беззаботность и неорганизованность не присущи респондентам по их мнению.

По данному аспекту можно отметить, что учащиеся готовы к ведению организованного бизнеса, в котором необходимо прибегать к планированию. Планирование является одним из основным необходимых элементов для организации и деятельности любого предприятия. Руководитель должен быть способен отчетливо задавать реалистичные для достижения, но довольно высокие показатели плана, подвергать их постоянному анализу и коррекции, чтобы они соответствовали имеющимся ресурсам и целям предприятия.

Такие социально-демографические характеристики как пол и возраст также оказывают влияние на видение предпринимательской деятельности, желание стать предпринимателем и организовать свое дело. Поэтому далее более подробному сравнительному анализу были подвергнуты вопросы относительно ассоциаций с предпринимательством и предпочтений карьеры наемного сотрудника либо же предпринимателя в зависимости от пола и возраста.

Например, среди мужской половины опрошенных лидирует мнение о том, что предпринимателя можно определить как бизнесмена. Того же мнения придерживается и женская аудитория. На втором месте определение «владелец», которое, однако, вырывается вперед среди школьниц с разницей в 9%. На третьем месте по популярности у обоих полов понятие «трудоголик», которое ученики выбирают чаще, чем ученицы с разрывом в 2%. (Рис.14)

Те, кто ассоциирует предпринимателя с трудоголиком, тяготеют к предпринимательской деятельности, среди выбравших понятия «бизнесмена» и «владельца» желание чуть снижается, но все еще находится на высоком уровне. (Рис. 17)

Что касается возраста опрошенных, то здесь все складывается следующим образом. Старшие школьники (18 лет) выбирают вариант ответа «бизнесмен» (около 73%). Вариант «трудоголик» также выделили около 7% учеников старших классов в возрасте 17-18 лет. Среди учеников четырнадцатилетнего возраста около 6,5% отмечают ассоциацию с капиталистом. Поэтому пункту также наблюдается некоторый рост с уменьшением возраста. При движении от старшего возраста к младшему ассоциация с владельцем возникает гораздо чаще – от 20% до 32,2%. Хозяин и коммерсант неожиданно отмечаются учениками среднего и старшего возраста – 16 и 17 лет. (Рис. 13)

Сопоставляя результаты опроса по ассоциациям и возрасту можно сделать вывод о том, что ученики старших классов более верно понимают сущность предпринимательства, необходимость постоянного труда и вовлеченности в процесс. В то время как более младшие школьники понимают профессию предпринимателя скорее как владельца собственного бизнеса, склонны ассоциировать его с материальной стороной вопроса.

Также была выявлена взаимосвязь между полом и готовностью стать предпринимателем. Мужская аудитория выявила наибольшее желание заняться предпринимательской деятельностью. Ими были выбраны наивысшие баллы, 5 баллов - 25,4%, 6 и 7 баллов – по 26,2%. Стоит отметить, что среди юношей никто не уверен в полной приверженности к наемному труду. Женская часть респондентов также отдает предпочтение профессии предпринимателя, однако с обратной тенденцией – 27,4% школьниц выбирает 5 баллов, 24,4% - 6 и 23,8 – 7.

Также многими не было высказано четкого предпочтения наемному труду или карьере предпринимателя - 13,7% мальчиков и 16,6% девочек. (Рис. 15)

Как можно заметить, юноши проявляют больше инициативы в выборе карьеры предпринимателя. Этот факт легко сопоставляется с настоящим положением дел в России, т.к. в подавляющем большинстве российские предприниматели мужчины. Бизнес всегда требовал таких качеств, как воля к победе и стремление к господству. Сама ситуация на российском рынке, требующая постоянного преодоления препятствий и чуть ли не ежедневного подвига (в отличие от положения бизнесменов на Западе, где большинство предпринимательских операций почти автоматизированы), делает массовый приход женщин в бизнес практически невозможным. Но с другой стороны, отрыв женской части респондентов не слишком велик, что свидетельствует о постепенном изменении общей мнения, что предпринимательство – мужская профессия.

Самые младшие (14) и самые старшие (18) из респондентов скорее склоняются к предпринимательской деятельностью, но не имеют полной уверенности в выборе данной карьеры. Среди 15- и 17-летних учащихся наибольшее количество готовых основать собственное дело. То же происходит и в группе 16-летних с чуть меньшей выраженностью. В самой младшей подгруппе резко возрастает количество неопределившихся с карьерным путем. Также чуть менее выражена склонность к выбору предпринимательской деятельности с уменьшением возраста опрашиваемых.

По данным результатам заметен факт, что младшие из респондентов еще не готовы сделать выбор в пользу карьеры предпринимателя, что может быть объяснено их возрастом, который еще не требует окончательного определения сферы будущей деятельности. Напротив, старшие школьники выражают большую обеспокоенность данным вопросом и демонстрируют более четкое распределение по выбору карьеры. (Рис. 16) В старшем подростковом возрасте главным новообразованием, как правило, считается профессиональное и жизненное самоопределение, понимание своего места в перспективе. Удовлетворенность настоящим и устремленность в будущее является наилучшим фактором для благополучного развития личности.

Что касается личных качеств женской и мужской аудитории, присущих респондентам, то по данным опроса школьницы чаше отмечают себя как аккуратных, организованных и творческих натур. Также ими отмечается чуть более высокий уровень образования. В мужской группе лидируют такие качества как целеустремленность и рациональность. Но в то же время обоими группами выделяется некоторая несдержанность и беззаботность. (Рис. 18, рис.19)

Такое распределение представляется вполне логичным, т. к. у полов разная тяга к самоутверждению и сила темперамента, что объясняет некоторую небрежность. А девочки и женщины чаще более консервативны, эмоциональны и тревожны, что и демонстрируют результаты опроса и чем может быть объяснена чуть меньшая тяга к предпринимательству.

Таким образом, можно сделать следующие выводы по итогам исследования. Нижегородские школьники полностью уверенны в своем умении устанавливать и достигать цели и задачи, брать на себя ответственность за и идеи и решения, умении защищать собственные интересы и даже основать собственную фирму и привести ее к успеху. В них заложен высокий предпринимательский потенциал. Но стоит отметить, что они пока не слишком уверенны в разработке финансового анализа, расчете рисков и полном соответствии образу предпринимателя.

В отношении зависимости выбора карьерного пути от пола и возраста респондентов, а также взаимосвязи с видением профессии предпринимателя можно сделать вывод о положении дел, которое в целом присуще российскому обществу, что подтверждает результатами ранее проведённых исследований и среди взрослого населения. Юноши более целеустремлены, но менее организованы, а девушки более аккуратны и сосредоточены, но менее мотивированы. Стоит выделить женскую аудиторию, которая старается не отставать и также имеет желание заниматься предпринимательством, что демонстрируется не слишком большим различием в результатах. Об образе предпринимателя у опрошенных общие представления о предпринимателе, но учащиеся выпускных классов глубже осознают суть предпринимательской деятельности.

В целом имидж предпринимателя утратил негативную окраску, приобретя положительные черты. Школьники энергичны, целеустремлены, общительны, чем выгодно отличаются от более взрослого поколения. Этот момент не должен быть упущен, школьники должны видеть преимущества занятия бизнесом, образ предпринимателя должен сохраняться в позитивном ключе для того, чтобы получить поколение, которое готово заняться собственным делом и преуспеть в данной сфере.

Профессиональная ориентация современных школьников имеет свою специфику, поскольку выбор профессии в настоящее время проходит опосредованно, через выбор вуза. Потому партнерство университета и школы является взаимодополняющим и создает условия для осмысленного выбора своего жизненного пути.

**3.2 Разработка рекомендаций**

По результатам проведенного исследования были разработаны следующие рекомендации. Образ предпринимателя в целом предстает положительным для современного школьника, но процент тех, кто полностью уверен в выборе карьеры предпринимателя составляет 24,9%, а в дальнейшем при поступлении в вуз их число может снизиться и более. Учитывая этот факт, логичным представляется проведение мероприятий по поддержанию позитивного видения предпринимательской деятельности среди школьников.

Для того чтобы образ предпринимателя формировался в положительном ключе еще в школьном возрасте, необходимо начинать заботиться об этом как можно раньше. Таким образом, процесс обучению предпринимательству следует осуществлять таким образом, чтобы у школьников формировались соответствующие профессионально важные качества (уверенность в себе, коммуникативность, способность к самоутверждению, уравновешенность, толерантность, высокая мотивация к достижению успеха, готовность к сотрудничеству, объективность и др.); владение техниками управления (самоконтроль, готовность к инновациям, интеллектуальная активность, умения взаимодействия, принятия решений, планирования карьеры и др.). Это возможно если подготовка будет строиться по нескольким направлениям, например, образовательное, деятельность с активным привлечение действующих предпринимателей.

Таким образом, в данной ситуации представляется целесообразным создание Клуба юного предпринимателя.

Необходимо отметить, что данные мероприятия лучше всего проводить на базе вуза, а именно Высшей школы экономики. Вуз имеет большое количество ресурсов и возможностей, заинтересован в подготовке мотивированных и перспективных абитуриентов. Исходя из последних федеральных стандартов, на которое переходят школы Нижнего Новгорода, в обязательную программу для школьников будет входить проектная деятельность (Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"), которую будет возможно осуществлять в рамках Клуба юного предпринимателя на базе Нижегородского филиала Высшей школы экономики. Также, данный клуб станет полем деятельности и для студентов вуза, которым будет предоставлена возможность проводить семинары, организовывать встречи с настоящими предпринимателями, которые могут поделиться реальным опытом создания бизнеса с молодым поколением.

Также на базе Клуба юного предпринимателя и НИУ ВШЭ возможно создание бизнес-инкубатора, который сможет оказывать помощь наиболее перспективным школьникам, обладающим инновационными идеями или разработками.

Более того, профессиональная ориентация современных школьников имеет свою специфику, поскольку выбор профессии в настоящее время проходит опосредованно, через выбор вуза. Потому партнерство университета и школы является взаимодополняющим и создает условия для осмысленного выбора своего жизненного пути.

Стоит отметить, что Нижегородский филиал НИУ ВШЭ уже имел опыт проведения подобных мероприятий. Например, в 2013-2014 учебном году была организована Школа юного предпринимателя, где учащиеся также могли получать знания по вопросам предпринимательства, а также был проведен конкурс проектов и разработок для школьников. В данном случае же, создание Клуба юного предпринимателя будет направлено на систематизацию подходов к обучению и сочетанию большего количества возможных способов получения знаний и навыков предпринимательской деятельности. Отличительной чертой Клуба будет его постоянная основа, регулярное проведение семинаров, лекций, встреч с бизнесменами и конкурса проектов.

Также в ВУЗе существует бизнес-клуб "Предприниматель", участниками которого являются студенческая и предпринимательская аудитории, но нет возможности развития для идей детей. Создание аналогичного клуба для школьников поможет именно в решении данной проблемы. Бизнес-инкубатор смог бы дать возможность тем учащимся, кто мечтает основать свое дело в будущем, в осуществлении этой мечты и обеспечить переход со стадии идеи в реальный бизнес, не дав школьникам потерять свою мотивацию.

Более того НИУ ВШЭ имеет опыт проведения молодежных бизнес-форумов, таких, как «Поволжье 2013». Данный опыт может быть использован в организации Летней школы для желающих членов Клуба.

Действующие форматы зарекомендовали себя как успешные, что повышает шансы на успех Клуба юного предпринимателя. Целями, с которыми будет создан Клуб и бизнес-инкубатор, являются – поддержание позитивного образа предпринимателя у школьников и рост интереса к предпринимательской деятельности, также содействие профессиональной ориентации школьников и формирование активной жизненной позиции.

Для достижения поставленной цели, в рамках Клуба и бизнес-инкубатора будут реализованы следующие задачи:

1. обучение базовым понятиям предпринимательства и совершенствование полученных навыков;
2. помощь в профессиональном определении школьников;
3. создание благоприятных условий для появления, развития и реализации бизнес-идей среди школьников;
4. обеспечение взаимодействия школьников с успешными предпринимателями;

Целевой аудиторией данного мероприятия являются ученики старших 8-11 классов школ Нижнего Новгорода, входящих в Университетский округ НИУ ВШЭ.

Набор школьников в Клуб юного предпринимателя будет происходить на конкурсной основе. Учащимся будет предложено пройти тестирование, отражающее их желание заниматься предпринимательской деятельностью. По условиям отбора набраны будут наиболее мотивированные школьники, которые выразили полную уверенность выборе карьеры предпринимателя. Такой отбор может быть проведен на основе исследования образа предпринимателя у школьников Нижнего Новгорода, который включает в себя вопрос о выборе карьеры предпринимателя либо наемного работника.

Деятельность Клуба юного предпринимателя будет реализовываться в нескольких направлениях, которые включают в себя образовательный и проектный аспекты, а также встречи с успешными предпринимателями.

В рамках образовательного аспекта будут проводиться семинары, на которых школьники получат возможность узнать об основах предпринимательской деятельности. Что касается проектов, то в данном случае ученики смогут разрабатывать свои собственные идеи и бизнес-планы, презентовать его на конкурсе, организуемом Клубом и получить оценку экспертной комиссии, состоящей из преподавателей вуза и других экспертов в предпринимательской деятельности. Также будут организованы бизнес-классы предпринимателей на базе Высшей школы экономики в Нижнем Новгороде, где школьники смогут узнать о реальных историях успеха и секретах запуска собственного дела.

Деятельность бизнес-инкубатора будет заключаться в помощи при реализации бизнес-идей и проектов школьников, предоставлении необходимых ресурсов и оборудования, информационной поддержке, а также материальной в виде грантов на основание собственного дела.

Клуб юного предпринимателя и инкубатор будут осуществлять сотрудничество с различными организациями, осуществляющими поддержку его деятельности. Партнеры представлены ниже на рисунке 1.

КЛУБ ЮНОГО ПРЕДПРИНИ-МАТЕЛЯ (НИУ ВШЭ НФ)

Рис. 1 Партнеры Клуба юного предпринимателя

* Министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области

Министерство ставит развитие молодежного предпринимательства в качестве приоритетного направления работы. В рамках сотрудничества возможна подготовка и содействие участию в программе «Ты-предприниматель» и ряде других мероприятий, направленных на развитие молодежного предпринимательства в регионе.

Также Министерство способно оказывать финансовую поддержку деятельности бизнес-инкубатора.

* ГУ « Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор»

Бизнес-инкубатор может оказывать информационную поддержку и содействовать в организации мероприятий программы (предоставлять призы в конкурсах бизнес-планов, принимать участие в экспертных комиссиях), а также предоставлять помощь в организации деятельности бизнес-инкубатора для школьников.

* Центр предпринимательства США-Россия (Нижегородское отделение)

Центр может оказывать информационную поддержку, а также помощь в привлечении действующих представителей бизнеса к реализации программы в качестве экспертов, преподавателей или тренеров. Также содействовать организации мероприятий программы и привлекать международных партнеров для проведения мастер-классов и установления взаимосвязей с зарубежными молодежными бизнес-сообществами.

* Нижегородский научно-информационный центр (Дом Ученых)

Дом Ученых может сотрудничать с целью привлечения школьников к участию в Приволжском научно-техническом конкурсе работ РОСТ, направленном на вовлечение молодёжи в инновационную деятельность, а также на повышение эффективности образовательных программ, которые ориентированы на потребности стратегических отраслей экономики.

* Молодёжная Палата Нижнего Новгорода

Палата реализует программу практики для школьников Нижнего Новгорода, которая проводится на базе успешных предприятий малого и среднего бизнеса Нижнего Новгород. По итогам данной практики, школьники пишут отчет с пожеланиями и предложениями по усовершенствованию деятельности компании. В рамках деятельности Клуба юного предпринимателя возможно содействию участию в программе и помощь в ее реализации.

* Межвузовский бизнес-клуб «Предприниматель»

Клуб оказывает помощь в информационной поддержке, содействует участию школьников в сетевых мероприятиях, а также организует бизнес-классы Нижегородских предпринимателей на базе НИУ ВШЭ.

* Ассоциации предпринимателей Нижнего Новгорода

Ассоциации могут оказывать помощь в проведении мероприятий, конкурсов, вручении призов, участвовать в экспертной комиссии.

Для создания Клуба юного предпринимателя будет проведен ряд мероприятий. Во-первых, на подготовительном этапе будет сформирован список участников путем распространения информации по школам, входящим в Университетский округ НИУ ВШЭ и сборе заявок от школьников. Также будет реализован тестовый отбор на основе предпочтений учащихся в будущей карьере, утверждены партнеры Клуба.

Во-вторых, для членов Клуба будут организованы мероприятия по представленным выше направлениям, т.е. регулярные семинары и лекции, бизнес-классы с предпринимателями и конкурс бизнес-планов, проводящийся каждый год.

Конкурс бизнес-планов будет представлять собой итог деятельности членов Клуба, который заключается в полностью продуманном предложении, выставленном на суд экспертной комиссии, состоящей из представителей вуза и других специалистов. Каждый участник Клуба (или группа участников) должен будет самостоятельно подать заявку на участие, а также иметь возможность личных консультаций. По итогам конкурса победители и призеры смогут получить возможность попасть в бизнес-инкубатор для школьников, созданный на базе Клуба юного предпринимателя и получить помощь в дальнейшей разработке своего проекта.

Два раза в год, в конце каждого семестра подводятся итоги деятельности Клуба, проводится анализ состава участников, посещаемость мероприятий, степень удовлетворенности членов Клуба проведенными мероприятиями, составляется отчет, вносятся поправки в дальнейшую деятельность Клуба.

Более подробно деятельность клуба будет представлена в следующей таблице.

Таблица 2. Содержание деятельности Клуба.

|  |  |
| --- | --- |
| **Мероприятие** | **Временные рамки** |
| Семинары / лекции | Каждое воскресенье (сентябрь – январь) |
| Бизнес-классы | Каждая суббота, по верхним неделям(декабрь – февраль) |
| Проектная деятельность | Каждое воскресенье(декабрь – февраль) |
| Индивидуальные консультации | В индивидуальном порядке(март) |
| Конкурс проектов | 15-16 апреля |
| Летняя школа | 5 дней (начало августа) |

Содержание деятельности Клуба включает в себя:

* Семинары по темам основным аспектам предпринимательства;
* Мастер-классы предпринимателей;
* Разработка бизнес-плана и участие в конкурсе с последующей возможностью попасть в бизнес-инкубатор для школьников.
* Летняя школа предпринимателя

Семинары будут проводиться по темам:

* Понятие и история предпринимательства;
* Основы бизнес-планирования;
* Бизнес-модель проекта;
* Маркетинг в современном бизнесе;
* Инновации и их виды в бизнесе;
* Стратегическое планирование бизнеса.

Проведение семинаров планируется каждую неделю по выходным в течение первых пяти месяцев (с сентября по январь) с запуска Клуба для удобства школьников, которые заняты на основной учебе по будням.

Для того чтобы развить предпринимательские навыки предполагается большее вовлечение их в практическую деятельность. Поэтому следующим ключевым механизмом программы является проектная деятельность, которая предполагает активное взаимодействие участников клуба с представителями бизнес-сообщества. Консультации с экспертами помогут в более тщательной проработке проекта, представлении его на конкурс и возможности получить поддержку бизнес-инкубатора.

Подключение проектной деятельности планируется после третьего (с декабря) работы Клуба, когда школьники смогут получить начальную теоретическую базу для создания собственных бизнес-планов. Затем, последний месяц (март) перед проведением конкурса проектов будет отведен для личных консультации по доработке проектов. Сам конкурс полученных разработок будет проведен в апреле, по итогам которого победители получать поддержку бизнес-инкубатора.

Клуб юного предпринимателя также будет реализовывать мастер-классы и привлекать действующих предпринимателей с помощью своих партнеров - Центра предпринимательства США-Россия (Нижегородское отделение), Межвузовского бизнес-клуба «Предприниматель», Молодёжной Палаты Нижнего Новгорода и ассоциациях предпринимателей Нижнего Новгорода.

Мастер-классы будут проводиться также с декабря два раза в месяц. Таким образом, к апрелю школьники смогут подготовить собственные проекты, основываясь на теоретических знаниях и опыте успешных предпринимателей.

Для всех желающих будет создана Летняя школа на базе Нижегородского филиала НИУ ВШЭ и пансионата «Буревестник», где школьники смогут семинары и бизнес-классы знаменитых и успешных предпринимателей, а также сочетать получение знаний с активным отдыхом. Возможна организация тренингов и бизнес-игр, нацеленных на сплочение команды, формирование доверительной атмосферы.

Оценка результативности и эффективности деятельности Клуба будет проводиться в соответствии с количеством успешных проектов, представленных на конкурсе.

Эффективность применения данных рекомендаций может быть оценена с помощью количественного анализа мероприятий, проводимых в Клубе, школ, участвующих в программе, проектов учащихся посещающих Клуб и принимающих участие в конкурсе разработок и бизнес-планов. Также должна быть принята во внимание удовлетворенность членов Клуба проводимыми мероприятиями.

Таким образом, создание Клуба юного предпринимателя будет способствовать поддерживанию позитивного образа предпринимателя путем распространения предпринимательской культуры, предоставления знаний об основных аспектах предпринимательской деятельности. Более того, будут выявлены наиболее перспективные, целеустремленные и мотивированные школьники. Также будет повышен уровень предпринимательских компетенций среди молодого поколения, организовано реальное сотрудничество действующих предпринимателей и потенциальных создателей будущего бизнеса, созданы условия для развития бизнес-идей и превращения в реальный бизнес.

**Заключение**

Подводя итоги, можно сказать о том, что поставленная цель - получить полное представления о том, каким Нижегородские школьники видят образ предпринимателя, достигнута. Для достижения этой цели были проанализированы история становления предпринимательства в российском обществе, также особенности русского менталитета, связанные с формированием образа предпринимателя в 90-е гг. прошлого века. Также проанализированы результаты существующих исследований, посвященных проблематике предпринимательства и образа предпринимателя в России, собраны и подвергнуты анализу данные об отношении Нижегородских школьников к предпринимательству и их готовности самим запускать собственное дело. Более того, разработаны рекомендации по итогам исследования, учтены возможности поддержания позитивного образа предпринимательства и сотрудничества вузов и школ.

В данном исследовании выдвигалась гипотеза о том, что образ предпринимателя утратил негативную окраску, которая была приобретена в 90-е гг. прошлого века, и молодое поколение относится к этой сфере деятельности с энтузиазмом, интересом и уважением. Данная гипотеза нашла свое подтверждение во мнениях современных школьников.

Нижегородские школьники полностью уверенны в своем умении устанавливать и достигать цели и задачи, брать на себя ответственность за и идеи и решения, умении защищать собственные интересы и даже основать собственную фирму и привести ее к успеху. В них заложен высокий предпринимательский потенциал. Но стоит отметить, что они пока не слишком уверенны в разработке финансового анализа, расчете рисков и полном соответствии образу предпринимателя.

В отношении зависимости выбора карьерного пути от пола и возраста респондентов, а также взаимосвязи с видением профессии предпринимателя можно сделать вывод о традиционном положении дел, которое в целом присуще российскому обществу. Юноши более целеустремлены, но менее организованы, а девушки более аккуратны и сосредоточены, но менее мотивированы. Стоит выделить женскую аудиторию, которая старается не отставать и также имеет желание заниматься предпринимательством. Об образе предпринимателя у опрошенных в целом общие, но позитивные представления, которые нуждаются в укреплении и более глубоком понимании.

В сложившихся условиях необходима постоянная поддержка позитивного образа предпринимателя, что может быть реализовано с помощью комплекса мероприятий на основе сотрудничества школ и вузов. Рекомендованные мероприятия позволяют повысить уровень предпринимательских компетенций среди молодого поколения, организовать реальное сотрудничество действующих предпринимателей и потенциальных создателей будущего бизнеса, создать условия для развития бизнес-идей и их превращения в реальный бизнес.

Подводя итоги, можно сказать о том, что молодое поколение нуждается в поддержке со стороны опытных специалистов, которая поможет сформировать и удержать позитивный образ предпринимательства, а также вырастить целеустремленное, активное, подготовленное и поколение молодых предпринимателей.

**Список литературы**

1. Авшалумова Р. Российских игреков среда заела / Р. Авшалумова, И. Кравченко // Ведомости. – 2014. - № 90 (3594). – с. 12-15.
2. Акперов И.Г. Психология предпринимательства. / И.Г. Акперов, Ж.Г. Масликова. – М: Финансы и статистика, 2011. – 234с.
3. Антонов И. М. Личность предпринимателя (Социально-философский аспект исследования) : дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11 / Антонов Иван Михайлович ; Чуваш.гос. ун-т. - Чебоксары: ЧГУ, 2003. – 169 c.
4. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Н. Асаул - СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – 336 с.
5. Афанасенко И.Д. Из истории предпринимательства: российский тип предпринимателя / Афанасенко И. Д. // Российское предпринимательство. — 2006. — № 5 (77). — c. 3-7.
6. Балабанов С.С. Имидж предпринимателя у педагогов и учащихся / Балабанов С.С., Воронин Г.Л., Французова Л.Я. // Экономика. Социология. Менеджмент. [Электронный ресурс] / Федеральный образовательный портал Экономика. Социология. Менеджмент. – Электрон. дан. – [М.] : Экономика. Социология. Менеджмент. 2014. – Режим доступа : <http://ecsocman.hse.ru/data/691/921/1216/002.BALABANOV.pdf>, свободный (дата обращения 3.03.2014)
7. Безобразов В.П. Народное хозяйство России / В.П. Безобразов. – Спб, 1923. – 78 с.
8. Бильчак В.С. Эволюция междисциплинарного подхода в исследовании предпринимательства / Бильчак В.С., Дупленко Н.Г. // Вестник Тихоокеанского государственного экономического университета. – 2012. - №1. – 83 с.
9. Блинов А.О. Имидж организации как фактор её конкурентоспособности/ А.О. Блинов, В.Я. Захаров //Менеджмент в России и за рубежом. - 2003. - №4 . - с.35-44.
10. Буров В.Ю. Этапы развития предпринимательства в дореволюционной России / В. Ю. Буров // Российское предпринимательство. — 2013. — № 22 (244). — c. 159-167.
11. Вавилов О. О. Предприниматель как объект социально-экономического исследования : дис. ... кандидата социологических наук : 22.00.03 / Вавилов Олег Олегович ; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – М.:МГУ, 2008. – 187 с.
12. Вебер М. Образ общества: Избранное. / М. Вебер ; пер. с нем. М.: Юрист, 1994. - 704 с.
13. Верховская О.Р. Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России / О.Р. Верховская, М.В. Дорохина// Вестник С.-Петерб. Ун-та. Серия Менеджмент.- 2013. - № 4. – с. 21-27
14. Верховская О.Р. Глобальный мониториг предпринимательства. Национальный отчет. / О.Р. Верховская, М.В. Дорохина // Global entrepreneurship monitor [Электронный ресурс] : нац. исслед. ун-т / Высшая школа менеджмента санкт-Петербургского государственного университета» – Электрон. дан. – [Спб.] : ВШМ СПБГУ, сор 1993-2013. Режим доступа : <http://www.gemconsortium.org/docs/download/3261>, свободный (дата обращения 5.02.2014)
15. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе / Г. Ю. Власов // Российское предпринимательство. — 2011. — № 10 Вып. 2 (194). — c. 11-16.
16. Воробьева Н. А. Образ предпринимателя у школьников, студентов, работающих и пенсионеров / Н.А. Воробьева // Вестник КемГУ. – 2010. - № 3. – с. 21-25.
17. Гинс К. Предприниматель. / К. Гинс. - М. : 1992. - 190 с.
18. Грачев М. Менеджмент в международной системе координат / М. Грачев // Экономические стратегии. – 1999. - №2. - с. 22.
19. Давыденко В.А. Теоретико-методологические аспекты предпринимательского поведения: экономико-социологический подход. / В. А. Давыденко. – Омск : Формат-А, 1995 – 301 с.
20. Дементий Л. И. Личностные основания управления предпринимательской карьерой / Л.И. Дементий // Вестник Омского университета.- 2011. - №6. с. 36.
21. Дубодел А.М. Трудовая мотивация и образ российского предпринимателя: история и современность: автореф. дис. … канд. ист. наук. / А.М. Дубодел ; Мордовский гос. ун-т. — Саранск,1999. - с. 35.
22. Дынкин А.А. Предпринимательство в конце ХХ века / А.А. Дынкин, А.Р. Стерлин, И.В. Тулин. - М. : Наука, 2003. – с. 390.
23. Емельянова В. М. Энциклопедия начинающего предпринимателя: Практические рекомендации / В.М. Емельянова. — М. : Бук-пресс, 2006. с.235-245.
24. Займись делом // Молодежная палата при городской Думе города Нижнего Новгорода [Электронный ресурс]: городская Дума города Нижнего Новгорода. – Электрон. дан. – [Нижний Новгород] : Молодежная палата при городской Думе города Нижнего Новгорода, сор 2012 – 2014. Режим доступа : <http://mpnnov.ru/activities/commission-on-labor-employment-and-entrepreneurship/zaymis-delom.html>, свободный (дата обращения 19.02.2014).
25. Ильин И. А. Путь духовного обновления / И.А. Ильин. - Мюнхен, 1962.– 254 с.
26. Из наследия отечественной экономической мысли. Домострой (фрагменты) // Русский путь в развитии экономики. Сб. статей. - М. : «Домострой», 1993. - 112c.
27. Камалтдинова Р.М. Человеческий капитал современного предпринимателя / Р.М. Камалтдинова // Креативная экономика. — 2011. — № 3 (51). — c. 112-115.
28. Крыштановская О.В. Трансформация бизнес-элиты России: 1998-2002 / О.В. Крыштановская // Социологические исследования. — 2002. — № 8. — с. 22.
29. Ломакин О.Е. Определение основных положений инновационной политики развития институциональной системы государственной поддержки молодежных бизнес-инкубаторов / О. Е. Ломакин // Современная Россия: экономика и государство. – 2010. - №1. – с.15-18.
30. Масюк Н.Н. Волонтерство как способ вовлечения студенческой молодежи в предпринимательскую деятельность / Н.Н. Масюк, Т.В. Конюхова // Российское предпринимательство. — 2013. — № 5 (227). — c. 54-59.
31. Молодежное предпринимательство //Министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области [Электронный ресурс] : Министерство поддержки и развития малого предпринимательства, потребительского рынка и услуг Нижегородской области. - [Нижний Новгород] : Минпред Н.Н.,сор 1993-2013. Режим доступа : <http://minpred.government-nnov.ru/?id=26072>, свободный (дата обращения 15.01.2014)
32. О конкурсе. РОСТ Приволжский научно-технический конкурс работ школьников // Нижегородский научно-информационный центр [Электронный ресурс] / Приволжский научно-технический конкурс работ школьников. – Электрон. дан. – [Нижний Новгород] :Нижегородский научно-информационный центр, 2013. – Режим доcтупа : <http://www.rostsef.ru/>, свободный (дата обращения 13.03.2014).
33. Осипов Ю.М. Основы предпринимательской деятельности/ Ю.М. Осипов. – М. : Наука, 2002.– 320 с.
34. Перепелкин О.В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету / О.В. Перепелкин // Социологические исследования . – 2006. - №1. – с. 34-37.
35. Посошков И. Т. Книга о скудности и богатстве и другие сочинения / И.Т. Посошков. - М. : Формат, 1951. – 456 c.
36. Программы для школ и ВУЗов // Центра предпринимательства [Электронный ресурс] / Центр Предпринимательства. – Электрон. дан. – [М.] : Центр предпринимательства, сор 2002-2014. – Режим доступа : <http://www.cfe.ru/events/schools/>, свободный (дата обращения 13.03.2014).
37. Радаев В.В. Два корня российского предпринимательства: Фрагменты истории/ В.В Радаев. – М. : Мир России, 1995. – с. 159-179.
38. Ревинский И.А. Рецепт успешного бизнеса / И.А. Ревинский // Индустрия рекламы. - 2005. - № 10. - с.16.
39. Ступин А.А. Формирование экономического мышления у школьников / А.А. Ступин, Е.Е. Ступина // Аспирантский сборник НГПУ – 2002 (По материалам научных исследований аспирантов, соискателей, докторантов). – Новосибирск: НГПУ, 2007. – Часть 1. – С. 27 – 39.
40. Субботин А. П. Мальцевский заводской район. История и настоящее экономическое положение /А.П. Субботин. - Спб., 1903. - 83 с.
41. Трусова Л.А. Особенности подготовки взрослого населения к предпринимательской деятельности / Трусова Л.А. – М. : Спутник+, 2011. - с.157-160.
42. Трусова Л.А. Особенности формирования предпринимательских компетенций школьников в условиях социального партнерства / Л.А. Трусова // Современные проблемы науки и образования. – 2012. - №2. – с. 24-33.
43. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ "Об образовании в Российской Федерации"
44. Формы и виды поддержки // Нижегородский инновационнай бизнес-инкубатор [Электронный ресурс] : гос. ун-т / Гос. ун-т “Нижегородский инновационный бизнес-инкубатор”. – Электрон. дан. – [Нижний Новгород] : ГУ НИБИ, сор 2007-2014. Режим доступа : <http://bi-clever.ru/support/forms-and-types-of-support/>, свободный доступ (дата обращения 13.03.2014).
45. Черников Г.П. Предприниматель кто он? Из опыта российского и зарубежного предпринимательства / Г.П. Черников. - М.: Междунар. отношения, 1992. – с.23.
46. Ясин Б.Г. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Б. Г. Ясин, А. Ю. Чепуренко, В. В. Буев. – М. : Издат. дом ГУ ВШЭ, 2003. – 220 с.
47. Bosma N. Global Entrepreneurship Monitor. Global Report / N. Bosma, J. Levie. – Utrecht, Netherlands: Utrecht University,2010. – 104 p.
48. Djankov S. Who Are Russia’s Entrepreneurs? /S. Djankov, E. Miguel, Y. Qian, G. Roland, E. Zhuravskaya // Journal of the European Economic Association. – 2005. – Vol. 2. – p. 7-10.
49. Fine G. Reputational Entrepreneurs and the Memory of Incompetence: Melting Supporters, Partisan Warriors, and Images of President Harding / G. Fine // American Journal of Sociology. – 1996. - Vol. 101, No. 5. – p. 1159-1193.
50. Frese M. Gielnik M. The Psychology of Entrepreneurship. The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior / M. Frese, M. Gielnik. – 2013. – Vol. 15. – 121 p.
51. Gimeno J. Becoming an Entrepreneur: A Theory of Entrepreneurial Identity /J. Gimeno, H. Hoang. - Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2005. – p. 10-12.
52. Lindquist M. Why Do Entrepreneurial Parents Have Entrepreneurial Children? / M. Lindquist J. Sol Van M. Praag // Tinbergen Institute Discussion Paper. – 2012. – p. 2-12.
53. Nee V. Market Transition And Societal Transformation In Reforming State Socialism / V. Nee, R. Matthews. - Ithaca, New York, USA:Cornell University, 1996. – p. 33-35.
54. Smith R. Entrepreneurial Identity and bad boy iconology / R. Smith. - Centre For Entrepreneurship, Aberdeen, USA: Robert Gordon University, 2002. – p. 2-7.
55. Xavier S.R. Global Entrepreneurship Monitor. Global Report / S.R. Xavier, D. Kelley, J. Kew, M. Herrington, A. Vorderwuelbecke, - Babson Park, MA, USA: Babson College, 2013. – 87 p.

**Приложение 1.**

**Опросник исследования**

1. Фамилия, Имя, Отчество
2. Дата рождения
3. Населенный пункт
4. Адрес места жительства
5. Пол
6. Учебное заведение
7. Контактная информация
* Сотовый телефон
* Адрес электронной почты
* Аккаунт в социальных сетях
1. С каким определением у Вас ассоциируется предприниматель?
2. бизнесмен
3. коммерсант
4. хозяин
5. босс
6. теневик
7. делец
8. владелец
9. капиталист
10. трудоголик
11. олигарх
12. другое

***Пожалуйста, в вопросах с 10 по 15 оцените следующие утверждения по шкале от 1 до 7, где 1 – полностью не согласен, 7 – полностью согласен***

1. Оцените, насколько Вы открыты для принятия новых идей или не принимаете любых изменений в своей жизни. Ответ дайте по 7-ми бальной шкале, где 1 – полное неприятие новых идей, 7 – открытость новым идеям.
2. Пожалуйста, укажите, насколько Вы согласны со следующими высказываниями. (Предприниматель – это человек, который может создать свою компанию, купить фирму или унаследовать бизнес от родителей.)
3. Быть предпринимателем для меня означает больше преимуществ, чем недостатков
4. Карьера предпринимателя привлекательна для меня
5. Если бы у меня были возможность и ресурсы, я бы стал предпринимателем
6. Быть предпринимателем – это влечет за собой большое удовлетворения для меня
7. Если Вы выберете карьеру предпринимателя, как отреагируют на это люди из Вашего окружения? (поставьте галочку в столбце выбранной Вами цифры напротив утверждения)
8. Родители/другие члены семьи
9. Друзья
10. Другие люди, чье мнение важно
11. Пожалуйста, укажите, насколько Вас беспокоит мнение следующих людей.
12. Родители/другие члены семьи
13. Друзья
14. Другие люди, чье мнение важно

13. Оцените, насколько Вы предпочитаете карьеру наемного сотрудника или предпринимателя. Ответ дайте по 7-ми бальной шкале, где 1 – быть наемным сотрудником, 7 – быть предпринимателем.

14. Оцените, какие мотивы важны при выборе Вашего карьерного пути

1. Бросать себе вызов
2. Воплотить собственную мечту
3. Развиваться как личность
4. Получать большой личный доход
5. Финансовая безопасность
6. Построить бизнес, который могут унаследовать дети
7. Продолжит семейную традицию
8. Следовать примеру человека, которым я восхищаюсь
9. Быть новатором, на передовой линии новых технологий
10. Разработать идею нового продукта
11. Чего-либо достичь, получить признание
12. Приобрести более высокое положение в обществе
13. Получить большую гибкость для личной жизни
14. Быть собственным начальником
15. Реализовать выявленную мной особую бизнес-возможность
16. Следовать социальной миссии
17. Следовать экологической миссии

***Отметьте галочкой все подходящие Вам утверждения (для вопросов 16-18)***

15. Что из перечисленного может служить для Вас причиной предпочесть карьеру наемного сотрудника нежели предпринимателя? Отметьте галочкой все подходящие Вам утверждения

1. Быть наемным сотрудником подходит больше всего для моей профессии
2. Безопасность/стабильность занятости и стабильный доход от наемной работы
3. Социальное обеспечение (страховка)
4. Это не так рискованно, как работать в собственном бизнесе
5. Слишком большая нагрузка при занятии собственным бизнесом
6. Бюрократия/административные барьеры для собственного бизнеса
7. Недостаточно идей для создания своего бизнеса
8. Недостаточно финансов для создания собственного бизнеса
9. Серьезность и/или необратимость решений при занятии собственным бизнесом
10. Недостаточно знаний о создании собственного бизнеса
11. В наемной работе есть коллеги, а в собственном бизнесе много приходится делать самому
12. Так делают все остальные, это обычная практика
13. Таких причин нет
14. Другое

16. Что из перечисленного может служить для Вас причиной предпочесть карьеру предпринимателя нежели наемного сотрудника?

1. Личная независимость/возможность распоряжаться своим временем
2. Так делают все остальные, это обычная практика
3. Нет необходимости адаптироваться к рабочей среде в другой компании
4. Более интересная работа
5. Возможности для самореализации
6. Более престижно, чем работать по найму
7. У меня есть идея, из которой можно сделать бизнес
8. Личный доход выше в перспективе
9. Мало привлекательных вариантов для работы по найму
10. Члены моей семьи/друзья работают в собственном бизнесе
11. Чтобы избежать неопределенностей, связанных с работой по найму
12. Создание собственного бизнеса подходит больше всего для моей профессии
13. Таких причин нет
14. Другое

***Пожалуйста, в вопросах с 10 по 15 оцените следующие утверждения по шкале от 1 до 7, где 1 – полностью не согласен, 7 – полностью согласен***

17. Используя список черт характера, попробуйте описать себя. Описывайте себя по сравнению с вашими знакомыми ровесниками, а не так, какими бы Вы хотели быть.

1. Общительный
2. Энергичный
3. Отзывчивый
4. Сдержанный
5. Необщительный
6. Творческий
7. Образованный
8. Эмоциональный
9. Беззаботный
10. Целеустремленный
11. Рациональный, разумный
12. Неорганизованный
13. Небрежный
14. Аккуратный
15. Организованный

18. Пожалуйста, укажите степень Вашей уверенности в выполнении следующих ролей/задач.

1. Устанавливать и достигать цели и задачи
2. Генерировать новые идеи
3. Разрабатывать новые продукты и услуги
4. Производить финансовый анализ
5. Снижать риск и неопределённость
6. Рассчитывать риски
7. Принимать решений в условиях неопределенности и риска
8. Управлять временем путем постановки целей
9. Брать на себя ответственность за идеи и решения
10. Основать собственную фирму
11. Привести собственную фирму к успеху
12. Когда Вы думаете о слове «предприниматель», насколько вы соответствуете данному образу?
13. Я обычно могу защитить собственные интересы
14. Когда я создаю план, я практически уверен, что смогу его воплотить

**Приложение 2.**

Рис. 2. Вопрос 8.

Рис. 3. Вопрос 9.

Баллы

Рис. 4. Вопрос 10 .

Рис. 5. Вопрос 11.

Рис. 6. Вопрос 12.

Рис. 7. Вопрос 13.

**1) Бросать себе вызов**

**2) Воплотить собственную мечту**

**3) Развиваться как личность**

**4) Получать большой личный доход**

**5) Финансовая безопасность**

**6) Построить бизнес, который могут унаследовать дети**

**7) Продолжит семейную традицию**

**8) Следовать примеру человека, который восхищает**

 Рис. 8. Вопрос 14.

Рис. 9. Вопрос 15.

**1) Личная независимость/возможность распоряжаться своим временем**

**2) Так делают все остальные, это обычная практика**

**3) Нет необходимости адаптироваться к рабочей среде в другой компании**

**4) Более интересная работа**

**5) Возможности для самореализации**

**6) Более престижно, чем работать по найму**

**7) У меня есть идея, из которой можно сделать бизнес**

Рис. 10. Вопрос 16.

Баллы

Рис. 11. Вопрос 17.

**8) Управлять временем путем постановки целей**

**9) Брать на себя ответственность за идеи и решения**

**10) Основать собственную фирму**

**11) Привести собственную фирму к успеху**

**12) Когда Вы думаете о слове «предприниматель», насколько вы соответствуете данному образу?**

**13) Я обычно могу защитить собственные интересы**

**14)Когда я создаю план, я практически уверен, что смогу его воплотить**

**1) Устанавливать и достигать цели и задачи**

**2) Генерировать новые идеи**

**3) Разрабатывать новые продукты и услуги**

**4) Производить финансовый анализ**

**5) Снижать риск и неопределённость**

**6) Рассчитывать риски**

**7) Принимать решений в условиях неопределенности и риска**

Баллы

Рис. 12. Вопрос 18.

Рис. 13. Зависимость ассоциаций с предпринимателем от возраста респондентов.

Рис. 14. Зависимость ассоциаций с предпринимателей от пола респондентов.

Рис. 15. Зависимость выбора карьеры от пола респондентов.

Рис. 16. Зависимость выбора карьеры от возраста респондентов.

Рис. 17. Зависимость выбора карьеры от представления о предпринимателе.

Рис. 18. Зависимость личных качеств от пола респондентов. Девочки.

Рис. 19. Зависимость личных качеств от пола респондентов. Мальчики.