

УДК 338.49

*В. А. Иншаков, Н. В. Ивашкина, Л. Ю. Максимова, Л. А. Автайкина*

ГКУ «Научный центр социально-экономического мониторинга»,  
Республика Мордовия, г. Саранск, email: ivashkina-rrri@mail.ru

## **ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ: КТО ХОЧЕТ СТАТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ?**

**Ключевые слова:** предпринимательство, бизнес, предпочтения, установки, мотивация предпринимательской деятельности, образ современного предпринимателя, опрос, мнения, желания, оценки.

Данная статья рассматривает некоторые проблемы, влияющие на формирование предпринимательского сообщества. Создание благоприятных условий для того, чтобы умные, хорошо образованные и перспективные граждане, имеющие предпринимательскую «жилку», захотели построить свой бизнес, авторы считают перспективным направлением для социально-экономического развития региона. На основе результатов социологического опроса авторами были сделаны выводы, что большинство респондентов не имеют желание заниматься предпринимательством, лишь четверть респондентов когда-либо хотела открыть свой бизнес. Среди тех, кто когда-нибудь хотел иметь свое дело больше мужчин, нежели женщин. Желание заняться бизнесом чаще возникает у молодого поколения, причем больше у мужчин. В ходе опроса было выявлено, что в целом современный предприниматель оценивается респондентами достаточно положительно. Опрошенные отмечали, что современный бизнесмен способен идти на риск, принимать решения и отвечать за них. Проведенный анализ мотивов и готовности к предпринимательской деятельности способствует определению существующих преград, и станет эффективным механизмом для формирования бизнес сообщества. Рассмотрение региональных отличий в степени готовности к предпринимательской деятельности позволяет сделать прогноз развития бизнеса на данной территории. Результаты подобных исследований, способствуют разработке мероприятий по улучшению восприятия условий ведения бизнеса.

*V. A. Inshakov, N. V. Ivashkina, L. Y. Maksimova, L. A. Avtaikina*

Scientific Center for Social and Economic Monitoring, Republic of Mordovia, Saransk,  
email: ivashkina-rrri@mail.ru

## **POTENTIAL ATTITUDES TOWARDS ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: WHO WANTS TO BECOME AN ENTREPRENEUR?**

**Keywords:** entrepreneurship, business, preferences, attitudes, motivation of entrepreneurial activity, the image of a modern entrepreneur, polling, opinions, desires, assessments.

This article examines some of the issues affecting the formation of the entrepreneurial community. The authors consider the creation of favorable conditions for smart, well-educated and promising citizens with an entrepreneurial spirit to want to build their own business as a promising direction for the socio-economic development of the region. Based on the results of the sociological survey, the authors concluded that the majority of respondents do not have a desire to engage in entrepreneurship, only a quarter of the respondents have ever wanted to start their own business. There are more men than women among those who have ever wanted to have their own business. The desire to do business more often arises among the young generation, and more often among men. In the course of the survey, it was revealed that, in general, the modern entrepreneur is assessed by the respondents rather positively. The respondents noted that a modern businessman is able to take risks, make decisions and be responsible for them. The analysis of motives and readiness for entrepreneurial activity contributes to the identification of existing barriers, and will become an effective mechanism for the formation of a business community. Consideration of regional differences in the degree of readiness for entrepreneurial activity allows us to make a forecast of business development in a given territory. The results of such studies contribute to the development of measures to improve the perception of the business environment.

Одним из основных механизмов развития рыночной экономики является рост предпринимательских инициатив среди граждан России. Во многом благодаря активизации предпринимательской деятельности обеспечивается стабили-

зация экономической обстановки, на товарных рынках появляется разнообразная продукция, призванная удовлетворять различные запросы потребителей, снижается безработица и социальная напряженность в обществе. В этой связи,

развитие малого и среднего предпринимательства, которое должно способствовать росту числа владельцев собственного бизнеса и принятию мер, позволяющих раскрыть предпринимательский потенциал российского общества, является приоритетным в экономической политике государства. Так кто же такой – предприниматель, в науке по-прежнему нет четкого понимания этой категории. Образ жизни или это профессия? Какие установки на открытие своего дела, бизнеса существуют у современного человека, каким предприниматель видится простыми гражданами – вот вопросы, которые необходимо учитывать органам власти при разработке механизмов по формированию благоприятного предпринимательского климата.

Системным изучением и первым, кто начал рассматривать предпринимательство с научной точки зрения, стал экономист Р. Кантильон, который разработал качественные характеристики особого субъекта экономической деятельности – предпринимателя. Он определил предпринимателя как человека, наделенного специфическими чертами: способного брать на себя риск по созданию нового предприятия, разработке новых идей, новых видов услуг [1]. В работах известного экономиста А. Смита можно найти определение предпринимателя, как человека, имеющего собственный капитал, который довольно часто сам участвует в деле. Он преследует свои интересы и реализует собственные идеи, подвергаясь при этом экономическим рискам, во многом обуславливающим получение прибыли [2].

В дальнейшем определяющей характеристикой предпринимательства выступает не собственность на капитал, а возможности организовать и управлять предприятием. Такую трактовку дают Ж. Б. Сэю и Дж. С. Милль, которые в своих исследованиях уже рассматривают предпринимателя как организатора и управленца, хозяйствующего субъекта, который все время, находится в поиске новых рыночных комбинаций [3].

Значительный вклад в развитие теории предпринимательства внес экономист, социолог и историк экономической мысли Й. Шумпетер. Он определяет предпринимателя как новатора с твор-

ческой жилкой, который реализует свои возможности в сфере предпринимательской организационно-управленческой деятельности [4].

Трактовка предпринимателя как новатора, участвующего в создании новых рыночных отношений, требует особого осмысления сферы потребностей и мотивов предпринимателя. По мнению ученого, основными мотивами предпринимательской деятельности становятся стремление индивида к самореализации, достижению личной творческой независимости, созданию собственного бизнеса и завоеванию ключевых позиций на рынке. Все это позволяет формировать особые качественные характеристики, которые присущи предпринимателю. К ним можно отнести: волю к действию, инициативность и избирательность интеллекта, возможность самостоятельно справляться с возникающими препятствиями и противостоять противодействующей среде, умение влиять на других людей при помощи собственного авторитета, довольно развитые возможности предвидения и интуиции [4].

Румынские ученые С. Русу, Ф. Исак, Р. Куретяну, отмечают, что предпринимательство довольно сложный процесс, связанный со многими трудностями. По их мнению, бизнесмены должны обладать уникальными чертами личности, такими как хорошие коммуникативные навыки, терпение, дальновидность и многие другие [5].

Одним из первых отечественных ученых, который начал изучать предпринимательство с позиций экономической социологии стал В. В. Радаев. По его мнению, предпринимательство этот уникальный социально-экономический феномен, являющийся результатом формирования в российском обществе новой социальной структуры, которая отличается специфическими социально-психологическими и культурными характеристиками [6].

Невзирая на большое количество проблем и преград, Россия сумела добиться определенного прогресса в развитии предпринимательской среды, почти каждый дееспособный человек может организовать собственное дело, проявить с наибольшей эффективностью свой индивидуальный творческий по-

тенциал. В России продолжается формирование нового слоя людей – предпринимателей, которым характерны предприимчивость, тяготение к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности, способность создавать собственное дело, преодолевая сопротивление среды и добиваясь поставленной цели [7].

### Материалы и методы

В марте 2020 г. Государственным казенным учреждением «Научный центр социально-экономического мониторинга Республики Мордовия» был проведен репрезентативный анкетный опрос «Резервы гармонизации социальных отношений в Мордовии», позволивший определить желание населения заниматься предпринимательской деятельностью и его отношение к представителям бизнеса.

В опросе приняло участие 1000 жителей региона согласно квотной выборке. Среди опрошенных 60,3% – жители городской местности, 39,7% – сельской. По гендерному признаку респонденты распределились следующим образом: 54,8% – женщины и 45,2% – мужчины. Опрос был проведен среди населения старше 18 лет: 44,8% принявших участие в опросе имеют возраст от 50 лет и старше, треть (34,6%) – от 30 до 49 лет и пятая часть (20,6%) – от 18 до 29 лет. Большинство респондентов (60,8%) являются русскими, 19,1 и 13,9% указали свою национальность как мордвин (мордовка)-мокша и мордвин (мордовка)-эрзя соответственно, 5,2% опрошенных – татары. Более половины (56,0%) опрошенных жителей Мордовии имеют высшее образование, 24,9% – начальное и среднее профессиональное образование, 9,3% – общее (основное, среднее), 7,9% – неоконченное высшее и 1,9% отметили, что имеют ученую степень.

### Результаты исследования и их обсуждение

Согласно результатам социологического опроса, желание когда-либо заняться бизнесом возникало у 24,7% респондентов. Большинство опрошенных (59,8%) никогда не хотели осуществлять предпринимательскую деятельность, 2,3% отметили, что имеют свое дело (бизнес) и 13,2% затруднились ответить.

Желание заниматься предпринимательством мужчины имели чаще женщин (33,0% и 17,9% соответственно). Среди тех, кто размышлял о возможности открыть свое дело, больше жителей городской местности, чем сельской (26,4% и 22,4% соответственно).

Полученные нами данные соотносятся с исследованиями, проведенными Всероссийским центром изучения общественного мнения на протяжении ряда лет. Так в ходе опроса «Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России», респондентам был задан вопрос «Хотели ли Вы когда-либо иметь собственный бизнес, стать предпринимателем?». В 2019 г. лишь четверть респондентов (25,0%) ответили на него «скорее хочу», 63,0% дали отрицательный ответ, 10,0% заявили, что у них есть свой бизнес и 2,0% затруднились ответить («Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России». [Электронный ресурс]. Режим доступа: [https://wciom.ru/fileadmin/file/reports\\_conferences/2019/Predprinimatelstvo2019](https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2019/Predprinimatelstvo2019))

Анализ ответов на вопрос о желании заниматься предпринимательством в Республике Мордовия, в зависимости от возраста опрошенных, показал, что молодежь от 18 до 29 лет гораздо чаще задумывается над возможностью начать свое дело. Так 42,7% респондентов данной категории дали положительный ответ, в то время как в группе опрошенных в возрасте от 30 до 49 лет таких 26,6%, а среди старшего поколения (от 50 лет и старше) – лишь 15,0%. Необходимо отметить, что желание заняться бизнесом возникает у 56,6% молодых мужчин в возрасте от 18 до 29 лет и у 29,9% женщин данной возрастной категории.

Распределение ответов по национальному признаку дало интересный результат. Установки на организацию своего бизнеса чаще встречались у представителей татарской национальности – 32,7%, нежели у русских – 26,0%, мордвы (мокша) – 22,0% и мордвы (эрзя) – 20,1%.

О возможных перспективах создания своего бизнеса больше других говорили респонденты холостые (не замужние) (42,7%), а также проживающие без регистрации брака (39,3%). Среди женатых (замужних) та-

кое желание отмечали 22,5% опрошенных, у разведённых – 11,6%.

В настоящее время существует ряд государственных программ для граждан, оставшихся без работы, направленных на возможность развития бизнеса. В этой связи представляют интерес ответы респондентов, которые сталкивались с проблемами при трудоустройстве или обеспокоены стать безработными, на вопрос о желании открыть свое дело. Среди опрошенных, которые имели проблемы с трудоустройством за последние 2-3 года, менее трети (28,9%) указали, что хотели бы заниматься предпринимательской деятельностью. Респонденты, испытывающие сильное или частичное беспокойство по поводу возможности стать безработным, также имеют желание вести бизнес (26,3% и 23,7% соответственно).

В ходе опроса жители республики высказали свое восприятие относительно представителей предпринимательской среды (рис. 1). Современного предпринимателя они считают человеком, способным идти на риск (45,4%), принимать решения и нести ответственность за них (45,3%). Немаловажным фактором при занятии бизнесом респондентам представляется наличие связей (27,5%).

Важно отметить, что большинство оценок образа современного предпринимателя являются положительными, лишь 10,9% респондентов определили его как спекулянта, 10,7% – как авантюриста и 6,9% – как человека, зарабатывающего нечестным путем.

В положительном отношении к предпринимателям и мужчины, и женщины сошлись во мнениях. Отрицательных оценок больше у мужчин. Так, они чаще женщин определяли современного предпринимателя как спекулянта (14,4% и 8,1% соответственно) и авантюриста (12,2% и 9,3% соответственно).

В зависимости от места проживания респондентов мнения об образе современного предпринимателя имеют некоторые различия (рис. 2).

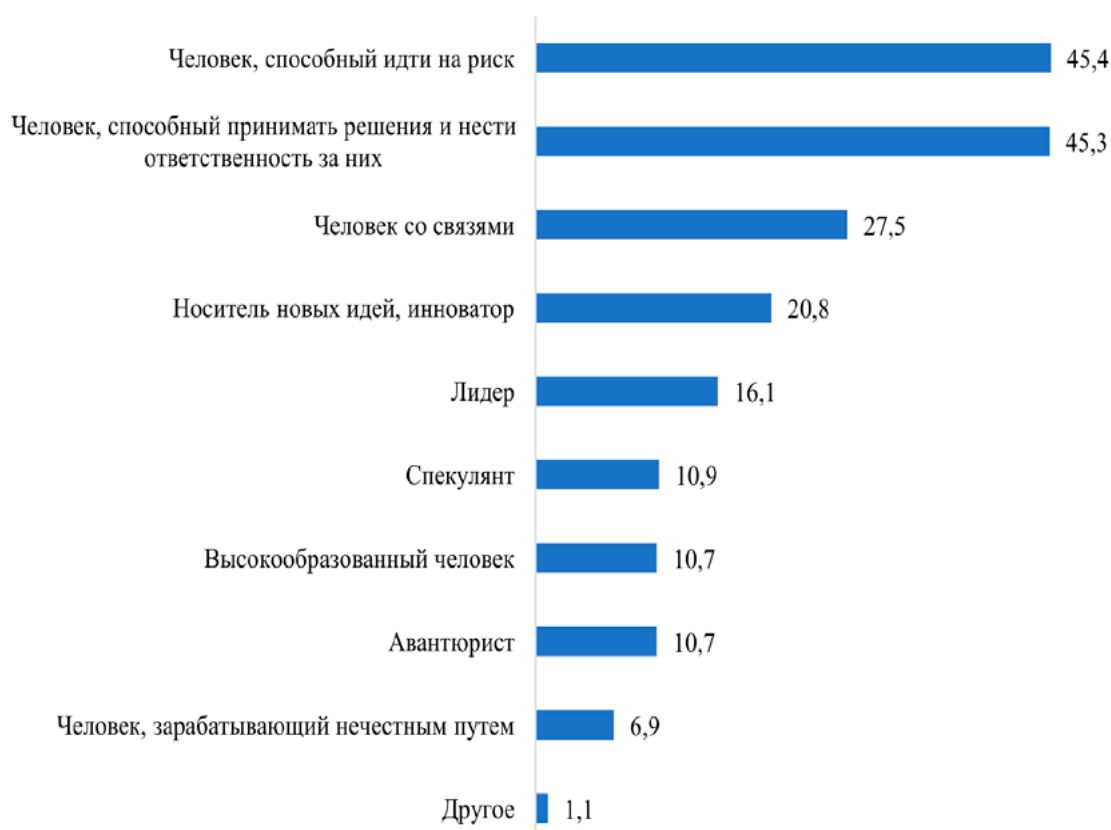


Рис. 1. Ассоциации респондентов относительно образа современного предпринимателя, %

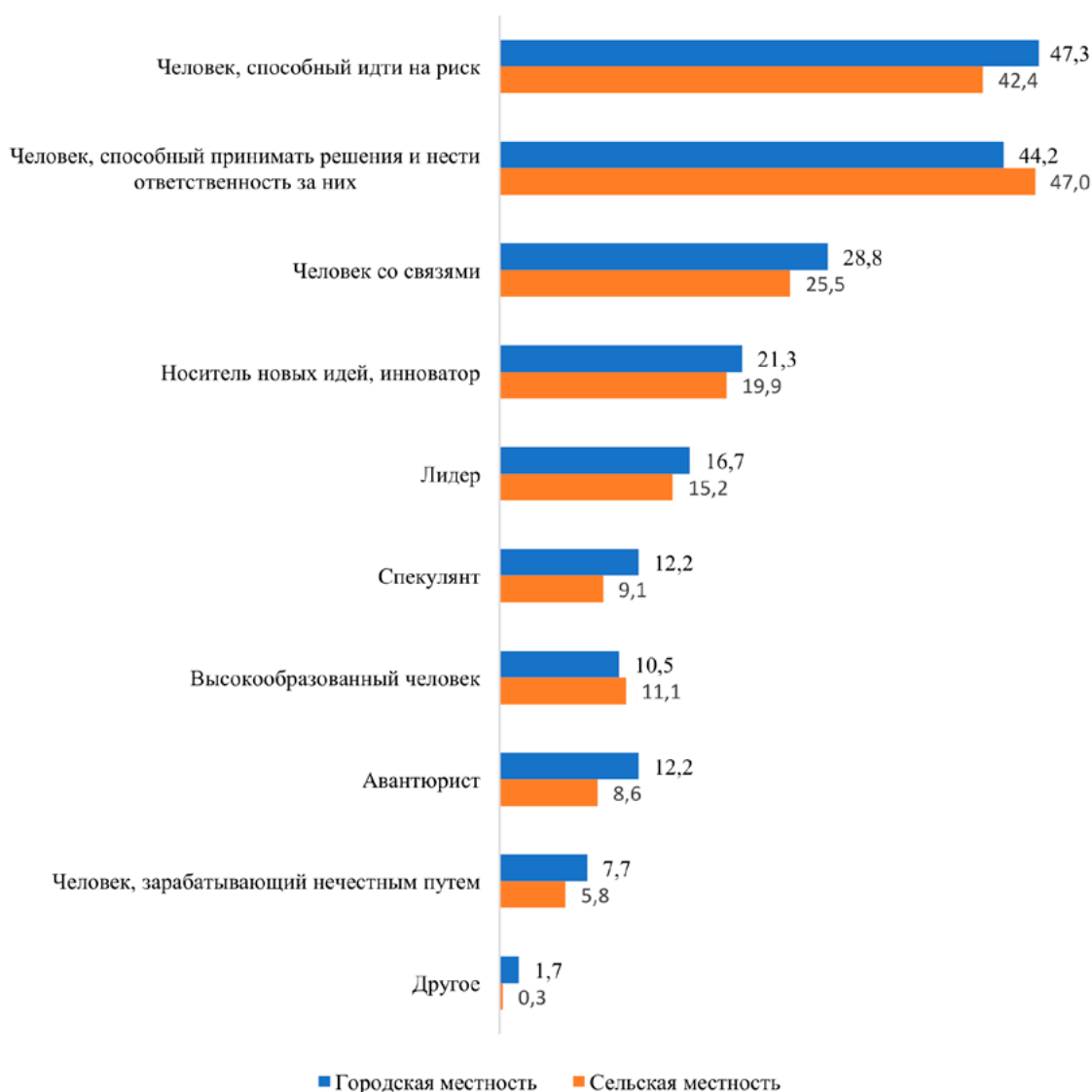


Рис. 2. Ассоциации относительно образа современного предпринимателя в зависимости от места жительства респондентов, %

Городские жители в основном воспринимают предпринимателя, как человека, способного идти на риск (47,3%), а сельчане чаще считают его способным принимать решения и нести ответственность за них (47,0%). Отрицательно характеризовали предпринимателя больше жители городской местности. Так, авантюристом и спекулянтом его считают по 12,2% опрошенных в городе, в то время как среди сельских жителей таких оценок 8,6 и 9,1% соответственно.

Среди молодежи чаще, чем среди других групп населения, встречаются

ответы, что современный предприниматель – это высокообразованный человек (от 18 до 29 лет – 14,1%, от 30 до 49 лет – 10,1%, от 50 лет и старше – 9,7%). Негативное мнение в основном присуще респондентам старше 50 лет. Предпринимателей считают спекулянтами 13,3% представителей этой возрастной категории.

### Выводы

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что лишь четверть опрошенных жителей Респуб-

лики Мордовия когда-либо хотела заниматься предпринимательством. Полученные нами данные соотносятся с показателями Всероссийского центра изучения общественного мнения.

Среди тех, кто задумывался над возможностью иметь свой бизнес большинство мужчин. Желание открыть свое дело чаще возникает у молодого поколения.

Большинство респондентов, которые сталкивались с проблемами при трудоустройстве за последние 2-3 года, не рассматривают перспективу открытия собственного бизнеса. Лишь у четверти опрошенных, обеспокоенных возможностью стать безработным, есть желание начать свое дело.

В ходе опроса было выявлено, что в основном современный предприниматель у населения вызывает положительные ассоциации. Опрошенные отмечали, что он способен идти на риск, принимать решения и отвечать за них.

Полученные эмпирические данные позволили сделать вывод: несмотря на то, что современный предприниматель оценивается населением Республики Мордовия положительно, пока недостаточно сформированы установки на занятие предпринимательской деятельностью. Как отмечалось ранее, даже угроза стать безработным, не влияет на это желание.

В целом, на основе полученных данных, можно сформировать портрет современного потенциального предпринимателя – это молодой человек в возрасте от 18 до 29 лет, с высшим образованием, не состоящий в браке, житель городской местности.

Полагаем, что требуется разносторонняя работа по привлечению в сферу бизнеса потенциальных предпринимателей, особенно из молодежной среды. На наш взгляд, необходимо масштабное обсуждение того, как вовлечь молодежь в сферу предпринимательства, как помочь им построить рентабельный бизнес.

Анализ мотивов и готовность к открытию своего дела, позволят выявить возможные ограничения, а также будут способствовать развитию предпринимательства. Исследование региональных различий в уровне готовности к открытию своего бизнеса поможет спрогнозировать динамику развития предпринимательства в данном регионе. На основе таких исследований, можно будет разработать меры, которые будут способствовать улучшению восприятия условий для развития предпринимательства и позволят втянуть в этот процесс больше экономически активных граждан.

#### *Библиографический список*

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. – М.: Дело, 1994. – 687 с.
2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2009. – 956 с.
3. Сей Ж.-Б. Трактат по политической экономии. – М.: Дело, 2000. – 407 с.
4. Schumpeter, J. Theory of economic development. Routledge. 2017.
5. Sergiu Rusu, Florin Isac, Radu Cureteanu Entrepreneurship and entrepreneur: A review of literature concepts. //African Journal of Business Management 14 March, 2012. Vol. 6(10), p. 3570-3575,
6. Радаев В. В. Экономическая социология. – М.: ГУВШЭ, 2005. – 436 с.
7. Радаев В. В. Новые российские предприниматели: стратегии хозяйственного развития // Проблемы прогнозирования. – 1994. – № 1. – С. 57-67.