

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ОЦЕНКАХ СТУДЕНТОВ ИНЖЕНЕРНЫХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

О.В. Кобяк

Белорусский государственный университет
пр-т Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь
aleh.kabiak@mail.ru

Аннотация: В рамках теории социального действия Макса Вебера построена эмпирическая типология студентов Белорусского национального технического университета по критерию ведущего мотива занятия предпринимательской деятельностью. Представители первого типа, главным образом, стремятся к максимизации дохода (26,5%). Второй тип – это молодые люди, нацеленные на профессиональную самореализацию (34,0%). Студенты третьего типа хотят, чтобы бизнес стал стабильным и спокойным компонентом их привычной повседневности (12,4%). Сторонники четвертого типа желают, чтобы своё дело было в радость и являлось источником вдохновения (27,1%). Наибольшими потенциальными конкурентными преимуществами отличаются представители второго и четвертого типов. Они отличаются более выраженной социально-профессиональной самодостаточностью, возлагают меньшие надежды на внешнюю финансовую поддержку и более глубоко понимают важность развития коммуникативных качеств в структуре компетенций предпринимчивого человека.

Ключевые слова: *предпринимательская деятельность; студенты; предприниматели; инженерные специальности; малое промышленное предпринимательство; социально-профессиональная самодостаточность.*

THE MOTIVES OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE ASSESSMENTS OF STUDENTS OF ENGINEERING SPECIALTIES

A.V. Kabiak

Belarusian State University
Nezavisimosti av., 4, 220030, Minsk, Republic of Belarus

Annotation: In the framework of the theory of social action of Max Weber, an empirical typology of students of the Belarusian National Technical University was built according to the criterion of the leading motive of doing business. Representatives of the first type, mainly seek to maximize income (26.5%). The second type is young people aimed at professional self-realization (34.0%). Students of the third type want the business to become a stable and calm component of their usual everyday life (12.4%). Supporters of the fourth type want their business to be a joy and a source of inspiration (27.1%). Representatives of the second and fourth types differ in the greatest potential competitive advantages. They are distinguished by a more pronounced social and professional self-sufficiency, have less hope for external financial support, and more deeply understand the importance of developing communicative qualities in the competence structure of an entrepreneurial person.

Keywords: *business activities; students; entrepreneurs; engineering specialties; small industrial entrepreneurship; social and professional self-sufficiency.*

Актуальность изучения мнения студентов инженерных специальностей о предпосылках и факторах включения социальных субъектов в предпринимательскую деятельность обусловлена возрастающим интересом исследователей к роли и значению малого промышленного предпринимательства в развитии национальной экономики Беларуси. «В условиях доминирования крупных промышленных предприятий доля малых промышленных предприятий составляет 90% при их выручке не более 10% объёма промышленного производства республики. Данный факт указывает на потребность повысить эффективность их деятельности» [1, с. 118]. Чтобы развивать малое промышленное предпринимательство как социальный институт, нужно понимать, какие мотивы движут субъектами, потенциально готовыми включиться или уже включёнными в данный процесс. С этой целью мы проанализировали результаты социологического опроса среди студентов, обучающихся по инженерным специальностям, выполненного в рамках совместного белорусско-украинского гранта «Интеграция инженерного образования и бизнес-образования в технических университетах Украины и Беларуси как фактор развития национальных экономик» (2016–2018 гг., проект осуществлён при финансовой поддержке Белорусского республиканского фонда фундаментальных исследований (БРФФИ), научный руководитель – С.В.Костюкевич). Анонимный анкетный опрос был проведен на базе Белорусского национального технического университета (БНТУ) в апреле–мае 2017 г. (выборка случайная стратифицированно-гнездовая со сплошным опросом на последнем этапе; целевая группа – студенты инженерных специальностей четвёртого и пятого курсов; опрошены 848 человек) [1, с. 119]. В ходе анализа результатов опроса мы построили эмпирическую типологию студентов БНТУ в зависимости от ведущего мотива занятия бизнесом. В качестве дифференцирующего был выбран альтернативный вопрос анкеты «Чего бы Вы хотели достичь в первую очередь, развивая собственный бизнес?». На него ответили 836 чел. Выбор респондентом одного из четырёх вариантов ответа был основанием его отнесения к соответствующему мотивационному типу.

Представители *Первого* типа хотят, в первую очередь, «зарабатывать солидные деньги, причём, неважно в какой сфере деятельности». В терминологии Макса Вебера [2, с. 628–630] это целерациональный тип социального действия. Главную роль здесь играет интерес и, прежде всего, – экономический интерес. Группу таких студентов мы условно назвали «Зарабатывающие». Они составляют 26,5% от числа ответивших. Представители *Второго* типа хотят, прежде всего, «стать мастером своего дела, реализовать себя». По М. Веберу это ценностно-рациональный тип социального действия. Основную роль здесь играет культура – глубинные нормативные основания, которые в каждом человеке выступают мощными регуляторами его образа мышления и выбора поведения. Группу сторонников такого выбора мы назвали «Мастеровые». Они составили 34,0%. Представители *Третьего* типа стремятся, в первую очередь, к «такой организации бизнеса, когда он – повседневная, привычная и надёжная защита». В терминологии М. Вебера это традиционный тип социального действия. Такой тип реализуется в силу сложившихся привычек и стереотипов. Группу приверженцев такого типа мы условно назвали «Ординарные». Они составили 12,4%. Представители *Чет-*

вёртого типа, главным образом, мечтают о таком бизнесе, который бы приносил радость и удовольствие и был бы источником вдохновения. По М. Веберу это аффективный тип социального действия. Основную роль играют эмоции, чувства человека. Таких респонденты объединены в группу с условным названием «Вдохновлённые». Их оказалось 27,1% от всех студентов, включённых в типологию.

На первый взгляд может показаться, что если мы говорим о развитии предпринимательства, то наиболее перспективными в этом деле будут «Зарабатывающие». Вместе с тем, результаты исследований показывают, что стремление к коммерческому эффекту как таковому порождает тип экономического поведения, который может быть выигрышным в тактике, но часто проигрывает в стратегии [см.: 3, с. 152]. Носители такого типа в постоянной погоне за сиюминутной выгодой упускают из виду генеральные тенденции. В то же время носители профессионального типа поведения, в нашем случае – «мастеровые» пусть не так быстро, но с большей степенью надёжности и весомости результата, добиваются своих целей.

Чтобы проверить валидность данного утверждения применительно к студентам БНТУ мы рассчитали значения *показателя социально-профессиональной самодостаточности* для всех выделенных групп. Социально-профессиональная самодостаточность складывается в сознании будущего молодого специалиста, главным образом, из двух составляющих: мотивационной и ценностно-нормативной. Последняя составляющая фиксирует, насколько в индивидуальном сознании будущих молодых специалистов представлены такие важные компоненты, как «трудолюбие», «усердие», «хорошее образование», «профессиональный опыт», «высокая квалификация». Именно весомое присутствие этих компонентов способствует выработке стратегически успешных типов профессионального поведения. Мотивационная составляющая фиксирует, насколько усердно студенты готовы заниматься собственным профессиональным совершенствованием в настоящее время. Итак, показатель социально-профессиональной самодостаточности – это комплексный показатель, который включает четыре частных показателя: два ценностно-нормативных и два мотивационных. Подробные расчёты значений показателя по 5-ранговой шкале в диапазоне от 1 (минимум) до 5 (максимум) представлены в отдельном научном издании, выпущенном по результатам вышеуказанного гранта БРФФИ [4, с. 42–44].

По показателю социально-профессиональной самодостаточности выделенные группы выстраиваются в такую иерархию: 1) Вдохновлённые (3,228); 2) Мастеровые (3,212); 3) Зарабатывающие (3,116); 4) Обыкновенные (3,057). Как видим, «Зарабатывающие» занимают лишь третью позицию, уступая «Вдохновлённым» и «Мастеровым». Таким образом, они сравнительно менее самодостаточны и в большей степени подвержены воздействию внешних факторов. Сформулированный тезис подтверждается распределениями ответов студентов из выделенных групп на вопрос «Какие условия способствовали бы открытию Вашего бизнеса в производственной сфере?». По частоте выбора мы построили следующие иерархии пяти самых сильных факторов для каждой группы. «Зарабатывающие»: 1) наличие собственного стартового капитала; 2) наличие инженерной идеи под бизнес-проект; 3) финансовая поддержка со стороны государства;

4) прохождение производственной практики у предпринимателя; 5) наличие продуманного механизма коммерциализации идеи. *«Мастеровые»*: 1) наличие инженерной идеи под бизнес-проект; 2) наличие собственного стартового капитала; 3) наличие продуманного механизма коммерциализации идеи; 4) профессиональное консультирование на начальном этапе; 5) прохождение производственной практики у предпринимателя. *«Ординарные»*: 1) наличие собственного стартового капитала; 2) наличие инженерной идеи под бизнес-проект; 3) наличие продуманного механизма коммерциализации идеи; 4) профессиональное консультирование на начальном этапе; 5) финансовая поддержка со стороны государства. *«Вдохновлённые»*: 1) наличие собственного стартового капитала; 2) наличие инженерной идеи под бизнес-проект; 3) наличие продуманного механизма коммерциализации идеи; 4) профессиональное консультирование на начальном этапе; 5) прохождение производственной практики у предпринимателя.

Если мы говорим о развитии малого промышленного предпринимательства в Беларуси как о механизме пополнения государственного бюджета за счёт налоговых поступлений, то в этом аспекте самыми «желанными» для государства, конечно, являются «Мастеровые» и «Вдохновлённые» предприниматели – они не включают государственную финансовую поддержку в перечень наиболее значимых для них факторов открытия бизнеса в производственной сфере. При этом представители мотивационной группы «Мастеровых» при ответе на вопрос «Какие условия способствовали бы открытию Вашего бизнеса в производственной сфере?» продемонстрировали самую высокую, по сравнению с другими группами, частоту выбора таких вариантов ответа, как: «Прохождение производственной практики у предпринимателя» (39,9%); «Получение практических навыков ведения бизнеса в стартапах при ВУЗе» (29,0%) и «Обучение предпринимательским знаниям и умениям в ВУЗе» (22,1%). Словом, они настроены на повышение своей конкурентоспособности через образование и практический опыт работы. А представители мотивационной группы «Вдохновлённых» отличились сравнительно более высокой самостоятельностью и верой в собственные силы. Они демонстрируют меньшую степень зависимости в деле открытия собственного бизнеса как от финансовой поддержки со стороны государства (макроуровень), так и от поддержки родных и близких (микроуровень). В общем, они верят в себя, в свои силы и возможности. Объединяющей характеристикой двух вышеназванных групп, по сравнению с двумя другими, является более выраженное (фактурное) представление о предприимчивом человеке как о субъекте-носителе таких качеств, как: расчётливость; эрудированность и широкий кругозор; ответственное поведение. Со всем неплохо... Если попытаться описать идеальный портрет общественно востребованного сегодня в Беларуси предпринимателя, то это, помимо прочего, безусловно расчётливый, но, вместе с тем, образованный, эрудированный, культурный человек с ответственным социальным и экономическим поведением. Поэтому мы можем говорить о том, что представления «Вдохновлённых» и «Мастеровых» о современном предприимчивом человеке в сравнительно большей степени социально оправданы.

Таким образом, по совокупности показателей самыми перспективными в плане создания условий для их дальнейшего воспроизводства являются именно мотивационные типы «Мастеровых» и «Вдохновлённых». Представители указанных типов обладают сравнительно более высокими шансами, как добиться больших индивидуальных результатов в бизнесе, так и внести более весомый вклад в развитие малого промышленного предпринимательства в Беларуси. Их основными конкурентными преимуществами являются более выраженная социально-профессиональная самодостаточность (в том числе – меньшие надежды на внешнюю финансовую поддержку) и более глубокое понимание важности развития коммуникативных качеств в структуре компетенций предприимчивого человека. При ответе на вопрос «Какие качества характерны для предприимчивого человека?» и «Вдохновленные» и «Мастеровые» на 1-ое место (по частоте выборов) поставили вариант «Коммуникативность и умение ладить с людьми» (для сравнения, у «Ординарных» он лишь на 3-ем месте, а у «Зарабатывающих» вообще не входит в первую тройку). То, что среди студентов, представители указанных типов в своей сумме составили большинство («Вдохновлённые» – 27,3% и «Мастеровые» – 33,5%) говорит о правильной и перспективной образовательной среде БНТУ, стимулирующей развитие у учащихся, наряду с профессиональными, таких качеств, которые помогут становлению будущих успешных хозяйствующих субъектов в сфере малого промышленного предпринимательства в Республике Беларусь.

Библиографические ссылки

1. Андрос И.А. Студенты инженерных специальностей как перспективный кадровый потенциал малого промышленного предпринимательства / Журн. Белорусского государственного ун-та. Социология. 2018. № 3. С. 118–130.
2. Вебер М. Избранные произведения. М. : Прогресс, 1990. 808 с.
3. Кобяк О.В. Экономическое поведение: принципы и методы социологического моделирования. Минск : РИВШ, 2015. 240 с.
4. Костюкевич С.В. Подготовка инженера-предпринимателя: предпосылки, факторы, перспективы. Минск : РИВШ, 2018. 74 с.

УДК 316.74:37(072)(075.8)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Н.В. Курилович

Белорусский государственный университет
пр-т Независимости, 4, 220030, Минск, Республика Беларусь
nv_kurilovich@mail.ru

Аннотация. С позиций мировой и национальной статистики анализируются ключевые индикаторы образовательного потенциала Республики Беларусь. Рассматриваются основные факторы дифференциации образовательного потенциала белорусского общества: феминизация образования, урбанизация и имущественное неравенство населения. Отмечается, что в целом для белорусского государства характерен значительный образо-