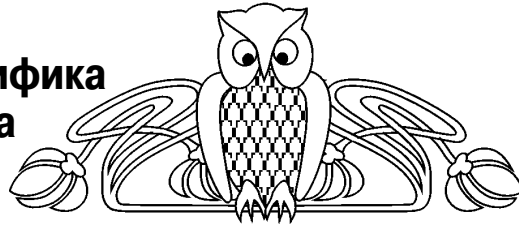




Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 1. С. 48–54
Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Sociology. Politology, 2021, vol. 21, iss. 1, pp. 48–54

Научная статья
УДК 316.454.3
<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-1-48-54>

Социально-демографическая специфика молодежного предпринимательства в г. Саратове



И. А. Бегина

Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, Россия, 410012, г. Саратов, ул. Астраханская, д. 83

Бегина Ирина Александровна, кандидат философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии регионов, begininaia@info.sgu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3944-5237>

Аннотация. По результатам социологического исследования методом анкетирования, проведенного в 2020 г., доказано, что специфика молодежного предпринимательства в Саратове непосредственно связана с социально-демографическими характеристиками. Существуют преимущественно мужские сферы предпринимательской деятельности, такие как промышленность, строительство и транспорт. Возраст в значительной степени определяет сферу интересов личности, ее ценности, опыт, что оказывает влияние на выбор сферы предпринимательской деятельности. Для младшего возраста это торговля, для старшего поколения – сфера услуг, другие сферы. Мотивационное ядро молодых предпринимателей находится в зависимости от гендерной идентичности. У женщин это внутренние мотивы: желание заниматься любимым делом, независимость, у мужчин – внешние мотивы: повышение доходов, общественное признание. Мотивация определяется и общей направленностью личности, которая зависит от возраста и жизненных обстоятельств. В возрастной группе от 18 до 22 лет среди мотивов преобладает стремление к независимости, в группе от 23 до 26 лет основным мотивирующим фактором выступает желание заниматься тем, что нравится, в возрастной группе от 27 до 34 лет – повышение доходов. Популярность различных источников информации о предпринимательской деятельности также в значительной мере находится в зависимости от возраста. Доверие к различным курсам и тренингам проявляют, как правило, представители более молодых когорт. С возрастом их популярность спадает. Представители старших категорий предпринимателей больше доверяют Интернету и своим знакомым. Существует прямая зависимость между возрастом и использованием услуг банковского кредитования. Чем старше предприниматель, тем чаще он прибегает к использованию банковского кредитования, так как более стабилен в жизни, у него больше возможностей для использования данной услуги и дальнейшего погашения кредита. Проблемы молодых предпринимателей существенно коррелируют с возрастом или полом, хотя они и ведут свою деятельность в одних и тех же условиях существующей реальности, зависящих от экономического и политического состояния региона. Опыт молодых предпринимателей, который зависит от возраста, находит отражение в самооценке своего бизнеса. Чем старше индивид, тем более положительную оценку своему делу он дает.

Ключевые слова: мотивы предпринимательской активности молодежи, влияние пола, возраста на молодежное предпринимательство

Для цитирования: Бегина И. А. Социально-демографическая специфика молодежного предпринимательства в г. Саратове // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т. 21, вып. 1. С. 48–54. <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-1-48-54>

Статья опубликована на условиях лицензии Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

Article
<https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-1-48-54>

Social and demographic specifics of youth entrepreneurship in Saratov

Irina A. Beginina, begininaia@info.sgu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-3944-5237>

Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia

Abstract. The results of the sociological survey conducted in 2020 proved that the specifics of youth entrepreneurship in Saratov is directly related to socio-demographic characteristics. There are predominantly male-dominated business activities such as industry, construction and transport. The age largely determines the sphere of interests, values and experience of the individual, influencing the choice of business. For the younger age it is trade, for the older generation it is the service sector and other areas. The motivational core of the young entrepreneurs depends on their gender identity. For women, they are internal motives: the desire to do what they like, independence; for men, they are external motives: increased income and public recognition. Motivation is determined by the general orientation of the person, which depends on the age and life circumstances. In the age group from 18 to 22 the desire for independence prevails. In the group from 23 to 26 the main motivating factor is the desire to do what they like. In the 27–34 age group the income growth is the main motive. The popularity of various sources of business



information is also greatly based on the age. The confidence in the various courses and trainings is usually demonstrated by younger cohorts. As they grow older, their popularity declines. The representatives of older categories of entrepreneurs trust the Internet and their friends more. There is a direct correlation between the age and the use of bank lending services. The older the entrepreneur is, the more often he/she resorts to the use of bank lending, as he/she is more stable in life and has more opportunities to use this service and further repay the loan. The problems of young entrepreneurs are significantly correlated with the age or gender, although they operate in the same conditions of the existing reality, depending on the economic and political state of the region. The experience of young entrepreneurs which depends on the age is reflected in the self-assessment of their business. The older the individual is, the more positively he/she evaluates his work.

Keywords: motives of youth entrepreneurship, gender, age impact on youth entrepreneurship

For citation: Beginina I. A. Social and demographic specifics of youth entrepreneurship in Saratov. *Izvestiya of Saratov University. New Series. Series: Sociology. Politology*, 2021, vol. 21, iss. 1, pp. 48–54 (in Russian). <https://doi.org/10.18500/1818-9601-2021-21-1-48-54>

This is an open access distributed under the terms of Creative Commons Attribution License (CC-BY 4.0)

В странах с рыночной экономикой предпринимательство необходимо для нормального функционирования экономики страны и развития регионов. Молодежное предпринимательство является важнейшим стратегическим ресурсом для развития малого и среднего бизнеса, для решения проблем занятости и безработицы. Молодежное предпринимательство по праву относится к наиболее перспективным направлениям развития предпринимательского сектора экономики России, поскольку молодежь является той социальной группой, которая отличается наибольшей мобильностью, креативностью, склонностью к инновациям и риску, а инновации, как известно, составляют базис предпринимательской деятельности¹.

Важность данного факта подчеркивает повышение государственной поддержки: создание площадки «Опора России», деятельность которой направлена на решение многих проблем, с которыми сталкиваются предприниматели². Но, несмотря на эти меры по стимулированию развития молодежного предпринимательства, проблема все еще остается не решенной. Сложившиеся экономические обстоятельства и институциональные условия выступают барьерами в становлении и развитии молодежного предпринимательства в России. Молодежь предпочитает более стабильную работу в госкомпаниях или в престижных крупных фирмах³.

Предпринимательство устойчиво входит в число наиболее активно развиваемых направлений как в зарубежной (М. Вебер, В. Зомбарт, А. Маршалл, А. Смит, Ж.-Б. Сэй, Й. Шумпетер), так и отечественной в социологии (Т. И. Заславская, В. В. Радаев, А. В. Бусыгин, А. В. Безгодов и др.). Молодежное предпринимательство довольно часто подвергается глубокому анализу с позиций особенностей молодежного предпринимательства в России⁴, перспектив его развития⁵, включая контекст молодежной политики⁶, его роли в становлении среднего класса⁷ и развития регионов⁸, роли системы образования в развитии молодежного предпринимательства как оплота инновационного предпринимательства⁹ и инновационного развития общества в целом¹⁰. Однако до сих пор молодежное предпринимательство сталкивается с целым рядом значимых барьеров, что накладывает отпечаток на структуру и харак-

тер их деятельности. Так как в основе выделения этой категории предпринимателей лежат возрастные критерии, то исследование социально-демографической специфики молодежного предпринимательской деятельности на сегодняшний день представляется особенно важным.

В 2020 г. было проведено социологическое исследование, в ходе которого методом анкетирования было опрошено 380 саратовских предпринимателей по квотной выборке. В опросе приняли участие 49% мужчин и 51% женщин. Возраст респондентов был ограничен 35 годами, которые формально служат индикаторами выделения молодых предпринимателей¹¹: 8% опрошенных относятся к возрастной группе до 19 лет; 27% – от 20 до 24 лет; 34% – от 25 до 29 лет; 31% от 30 до 34 лет.

Опрос показал, что 61,90% молодых бизнесменов, преимущественно девушки (62,7%), работают как индивидуальные предприниматели; 39%, преимущественно юноши (40,8%), – в формате общества с ограниченной ответственностью; 94,0% молодых предпринимателей трудятся в малом бизнесе, 6,0% – в среднем. В табл. 1 отражено гендерное распределение респондентов по различным сферам предпринимательской активности. Преимущественно мужскими областями являются оптовая и розничная торговля (28,6%), сельское хозяйство (6,1%), промышленность (2,0%), транспорт (4,1%), строительство (8,2%) и информационные технологии (2,0%), культура и досуг (4,1%). Направления, в которых превалирует доля женщин, – финансы, кредит, страхование (3,9%), образование и наука (17,6%), реклама, консалтинг, PR (15,7%), а также сфера услуг (33,3%).

Данные табл. 2 свидетельствуют, что сфера услуг, самая популярная среди предпринимателей, особенно значима в возрасте 23–34 лет. Это может быть обусловлено тем, что с взрослением, приобретением новых знаний, в том числе профессиональных, повышается экспертность. Как итог – таким людям проще предлагать свои услуги или организовывать их оказание в какой-либо сфере. Среди предпринимателей от 18 до 26 лет преимущественной сферой бизнеса является оптовая и розничная торговля. Но доля занятых в данной области снижается с возрастом. Образовательная сфера наиболее привлекательна в возрасте 23–26 лет. Реклама, особенно



Таблица 1

Влияние пола молодежи на сферы предпринимательской деятельности, % по полу

Сфера предпринимательской деятельности респондентов	Пол		Итого
	мужской	женский	
Сфера услуг	22,4	33,3	28,0
Оптовая и розничная торговля	28,6	23,5	26,0
Образование и наука	10,2	17,6	14,0
Реклама, консалтинг, PR	10,2	15,7	13,0
Сельское хозяйство	6,1	2,0	4,0
Культура и досуг	4,1	3,9	4,0
Строительство	8,2	–	4,0
Финансы, кредит, страхование	2,0	3,9	3,0
Транспорт	4,1	–	2,0
Промышленность	2,0	–	1,0
IT	2,0	–	1,0
Итого	100,0	100,0	100,0

Таблица 2

Влияние возраста на выбор сферы предпринимательской деятельности, % по возрасту

Сфера предпринимательской деятельности респондентов	Возраст				По выборке
	18–22	23–26	27–30	31–34	
Сфера услуг	9,5	32,1	30,8	36,00	28,0
Оптовая и розничная торговля	38,6	35,7	23,1	16,00	26,0
Образование и наука	14,3	21,4	15,4	4,00	14,0
Реклама, консалтинг, PR	28,1	10,7	–	8,00	13,0
Сельское хозяйство	–	–	7,7	8,00	4,0
Культура и досуг	9,5	–	7,7	–	4,0
Строительство	–	–	7,7	8,00	4,0
Финансы, кредит, страхование	–	–	7,7	4,00	3,0
Транспорт	–	–	–	8,00	2,0
Промышленность	–	–	–	4,00	1,0
IT	–	–	–	4,00	1,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,00	100,0

в социальных сетях, наиболее популярна среди молодежи от 18 до 22 лет, так как не требует значительных финансовых затрат. Молодые люди наиболее чувствительны к изменяющимся информационным реалиям, что обуславливает их высокую вовлеченность в сетевую рекламную деятельность (social media marketing). С возрастом популярность этой сферы падает. Такие сферы, как сельское хозяйство, строительство, финансы, кредит, страхование, оказываются в поле предпочтений начиная с 27 лет. Транспорт, промышленность IT-технологии становятся объектом молодого предпринимательства с 31 года и старше, что связано с необходимостью серьезных профессиональных знаний, опыта и навыков.

Анализ мотивационного ядра молодых предпринимателей (табл. 3) показал, что наиболее значимым мотивом к предпринимательской деятельности является желание заниматься тем,

что нравится (57%). Особенно это выражено у девушек (62,7%). Мотивирующим фактором также является стремление к повышению доходов (52%), которое может обеспечить бизнес. Эта позиция ярче проявилась среди юношей (59,2%). На третьем месте – стремление к независимости, что особенно свойственно девушкам (39,2% против 38% по выборке). Таким образом выявлены гендерные различия мотиваторов предпринимательской деятельности. Юноши более заинтересованы в повышении своих доходов, стремлении к общественному признанию, в родственных отношениях и личных интересах. Девушки руководствуются стремлением заниматься интересующим их делом, тягой к независимости, желанием повысить свой социальный статус и реализовать сугубо личные цели.

Рассматривая мотивацию молодых предпринимателей (табл. 4), можно заметить, что в



возрастной группе от 18 до 22 лет среди мотивов превалирует стремление к независимости, которое с возрастом снижается. На втором месте у этой категории молодых предпринимателей – стремление заниматься интересующих их делом и повышать свои доходы (по 57,1%). Зачастую молодежь данного возраста до сих пор находится на попечении родителей, из-за учебы не имеет возможности устроиться на высокооплачиваемую работу на полный рабочий день, соответственно, не имеет средств, чтобы жить самостоятельно. Отсюда желание стать независимыми, что и побуждает их начинать свой бизнес, чтобы обеспечить свою жизнь. Однако больше других к этому стремятся 27–30-летние молодые предприниматели (61,5%). Люди в этом возрасте активно развиваются, создают семьи, на это необходимы средства. Так что бизнес становится основным источником высокого дохода, который

не может обеспечить обычная работа со сравнительно невысокой заработной платой. В группе 23–26-летних еще более доминирует стремление заниматься делом, которое нравится (60,7%). Однако с возрастом этот мотив постепенно снижает свою актуальность. Повышение своего социального статуса как мотиватор к предпринимательской деятельности с возрастом повышает свою актуальность. С возрастом ослабевает такой мотив, как родственные связи. Чем человек моложе, тем сильнее он зависит от своей семьи, однако по мере взросления это утрачивается.

Молодые саратовцы активно используют различные источники информирования о том, как правильно вести бизнес (табл. 5). При этом наибольшую популярность среди респондентов всех возрастов имеют интернет-ресурсы (73%). Здесь они могут на бесплатной (чаще всего) основе получать необходимую информацию, связываться

Таблица 3

Влияние гендерной принадлежности молодежи на мотивы предпринимательской деятельности, % по положительным ответам, по полу

Мотивы предпринимательской деятельности	Пол		По выборке
	мужской	женский	
Желание заниматься тем, что нравится	51,0	62,7	57,0
Повышение доходов	59,2	45,0	52,0
Стремление к независимости	36,7	39,2	38,0
Желание признания со стороны общества	36,7	33,3	35,0
Повышение социального статуса	14,3	19,6	17,0
Родственные связи	12,2	7,8	10,0
Личный интерес	2,0	–	1,0
Реализация других целей	–	2,0	1,0

Таблица 4

Влияние возраста на мотивацию предпринимательской деятельности, % по возрасту

Мотивы предпринимательской деятельности	Возраст				По выборке
	18–22	23–26	27–30	31–34	
Повышение доходов	57,1	39,3	61,5	52,0	52,0
Повышение социального статуса	9,5	21,4	11,5	24,0	17,0
Стремление к независимости	71,4	28,6	34,6	24,0	38,0
Желание заниматься тем, что нравится	57,1	60,7	57,7	52,0	57,0
Желание признания со стороны общества	23,8	46,4	42,3	24,0	35,0
Родственные связи	14,3	10,7	11,5	4,0	10,0
Личный интерес	–	–	–	4,0	1,0
Реализация других целей	–	–	–	4,0	1,0

Таблица 5

Влияние возраста на способы получения информации о ведении бизнеса, % по возрасту

Информационные источники	Возраст				По выборке
	18–22	23–26	27–30	31–34	
Курсы и тренинги	76,2	46,4	38,5	32,0	47,0
Обучающие книги	14,3	28,6	19,2	20,0	21,0
Интернет-ресурсы	66,7	71,4	69,2	84,0	73,0
Друзья/знакомые	41,0	18,0	37,0	40,0	33,5
Организации по поддержке предпринимательства	14,3	7,1	30,8	12,0	16,0



с экспертами и по желанию фильтровать информацию. При этом нет ощущения навязывания, как это может происходить при личном контакте во время тренингов, что не вызывает у респондентов внутреннего конфликта. Такой источник, как курсы и тренинги, имеет наибольшую популярность у молодежи от 18 до 22 лет (76%), и его популярность снижается с повышением возраста респондентов. Это может быть обусловлено тем, что молодые люди наиболее открыты новому, с легкостью готовы платить за знания. В то время как более старшее поколение недоверчиво относится к подобным мероприятиям, воспринимает курсы и тренинги только как способ организаторов заработать.

В регионах России, в Саратовской области созданы государственные фонды по поддержке предпринимательства: «Фонд микрокредитования субъектов малого предпринимательства Саратовской области», образованное по распоряжению Правительства Саратовской области № 132-ПР от 10.06.2009 г.; «Центр поддержки предпринимательства», «Бизнес-инкубатор». В Саратовском государственном университете им. Н. Г. Чернышевского также существует свой центр поддержки предпринимательства. Наряду с этим существует множество негосударственных коммерческих предприятий, оказывающих поддержку предпринимателям. В ходе исследования было выявлено, что только 30,0% молодых предпринимателей обращались за помощью в специализированные организации (девушки немного чаще – 31,4%), средняя оценка помощи от

этих организаций – 3,41 балла. Что касается банковского кредитования, четверть респондентов (24%) ответили, что прибегали к услугам банков при развитии своего дела. Однако средний балл кредитования малого и среднего бизнеса в г. Саратов в итоге составил 3 балла. В табл. 6 отражено, что чем старше респонденты, тем большая их доля прибегает к использованию банковского кредитования, когда появляется стабильное материальное положение, позволяющее использовать услуги банковского кредитования.

Высокая конкуренция, чрезмерное налогообложение и недостаток денежных средств на развитие являются самыми актуальными проблемами молодых предпринимателей в Саратове. О наличии данных проблем заявили 51, 48 и 46% респондентов соответственно. В табл. 7 отражены гендерные особенности проблем молодых предпринимателей и их распределение по полу. Существуют проблемы, практически одинаково характерные для предпринимателей мужчин и женщин: высокая конкуренция (по 51,0%), недостаток опытных и квалифицированных кадров (30,6% юношей и 29,4% среди девушек), лень (32,0% – по выборке, 32,7% – у юношей и 31,4% – у девушек). Среди мужчин немного чаще вызывают озабоченность высокие налоги (57,1%), недостаток денежных средств (53,1%), недостаток необходимой информации (18,4%), коррупция (20,4%, среди женщин – в 2,5 раза реже). Женщины больше озабочены бумажной волокитой (33,3%), проблемами с поставками (19,6%) и страхами (17,6%), видимо, в силу большей

Таблица 6

Влияние возраста на использование услуг банковского кредитования, % по возрасту

Использование услуг банковского кредитования	Возраст				По выборке
	18–22	23–26	27–30	31–34	
Да	9,5	10,7	30,8	44,0	24,0
Нет	90,5	89,3	69,2	56,0	76,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Таблица 7

Влияние гендерной принадлежности на трудности при развитии своего дела, % по полу, по положительным ответам

Трудности респондентов при развитии своего дела	Пол		По выборке
	мужской	женский	
Высокая конкуренция	51,0	51,0	51,0
Высокие налоги	57,1	39,2	48,0
Недостаток денежных средств	53,1	39,2	46,0
Лень	32,7	31,4	32,0
Недостаток опытных и квалифицированных кадров	30,6	29,4	30,0
Бумажная волокита	22,4	33,3	28,0
Недостаток необходимой информации	18,4	15,7	17,0
Проблемы с поставками /подрядчиками	10,2	19,6	15,0
Страхи	12,2	17,6	15,0
Коррупция	20,4	8,0	14,1



эмоциональности. Несмотря на значительный интерес молодежи к предпринимательству, с которым связано ее стремление к самостоятельности, трудовой автономности (желание работать на себя), стабильному доходу, сама социально-экономическая реальность российского общества не способствует реализации желаний и стремлений молодежи заняться предпринимательской деятельностью. С ней у молодежи ассоциируются страх перед неудачей, последствия банкротства, высокая юридическая ответственность¹².

Из данных табл. 8 видно, что субъективная оценка результатов предпринимательской деятельности различается в зависимости от пола. Женщины чаще удовлетворены тем, что получают независимость и возможность заниматься любимым делом (по 60,8%), также это возможность выделиться и проявить себя (41,2%). Мужчины больше удовлетворены высоким доходом и признанием со стороны общества (по 36,7%), а также результатами своего саморазвития (2,0%). Данные результаты соотносятся с мотивами предпринимательской деятельности. Таким образом, можно сказать, что и юноши, и девушки получают от бизнеса то, на что больше направлены их интересы.

В ходе анализа зависимости результатов предпринимательской деятельности от возраста респондентов (табл. 9) было выявлено, что чем старше респонденты, тем чаще они удовлетворены высоким доходом как результатом своего бизнеса. В возрастной группе от 18 до 22 лет

это 4,8% в сравнении с 48,0% в группе от 31 до 34 лет. Данная корреляция может быть обусловлена тем, что с возрастом увеличивается экспертность в определенной сфере, опыт в бизнесе, что в свою очередь влияет на уровень доходов. Поэтому повышение с возрастом предпринимателя удовлетворенности доходом, возможностью выделиться, признанием общества растет. С возрастом снижается доля молодых предпринимателей, считающих результатом своего бизнеса независимость, статусность и возможность заниматься любимым делом. Это может быть связано с утратой значимости этих мотиваторов предпринимательства. Влияние на данный показатель может оказывать тот социальный пласт, в котором изначально находятся молодые люди.

Что касается оценки предпринимателями успешности своего бизнеса (табл. 10), можно сказать, что молодежь в возрасте от 23 до 34 лет оценивает свое дело как скорее успешное, чем неуспешное. Чего нельзя сказать о предпринимателях в возрасте от 18 до 22 лет, которые оценивают свой бизнес скорее как неуспешный, чем успешный. Это связано с тем, что молодые люди, которые находятся в возрастной группе от 18 до 22, скорее всего только начали свое дело и не достигли в нем тех высот, о которых мечтали. С повышением возраста респонденты чаще отмечают, что их бизнес успешен.

Таким образом, можно утверждать, что специфика молодежного предпринимательства

Таблица 8
Влияние гендерной принадлежности на мнение о результатах предпринимательской деятельности, % по полу, по положительным ответам

Результат предпринимательской деятельности	Пол		По выборке
	мужской	женский	
Возможность заниматься любимым делом	55,1	60,8	58,0
Независимость	40,8	60,8	51,0
Возможность выделиться и проявить себя	32,7	41,2	37,0
Признание со стороны общества	36,7	23,5	30,0
Высокий доход	36,7	19,6	28,0
Высокий социальный статус	20,4	25,5	23,0
Саморазвитие	2,0	–	1,0

Таблица 9

Влияние возраста на результаты предпринимательской деятельности, % по возрасту

Результаты предпринимательской деятельности	Возраст				По выборке
	18–22	23–26	27–30	31–34	
Возможность заниматься любимым делом	66,7	64,3	53,8	48,0	58,0
Независимость	61,9	57,1	34,6	52,0	51,0
Возможность выделиться и проявить себя	23,8	39,3	57,7	24,0	37,0
Признание со стороны общества	19,0	32,1	46,2	20,0	30,0
Высокий доход	4,8	14,3	42,3	48,0	28,0
Высокий социальный статус	38,1	21,4	19,2	16,0	23,0
Саморазвитие	–	–	–	4,0	1,0



Таблица 10

Влияние возраста на оценку бизнеса, % по возрасту

Самооценка уровня успешности бизнеса	Возраст				По выборке
	18–22	23–26	27–30	31–34	
Не успешен	4,8	3,6	–	12,0%	5,0%
Скорее не успешен, чем успешен	47,6	17,9	30,8	24,0	29,0
Скорее успешен, чем не успешен	33,3	50,0	42,3	32,0	40,0
Успешен	9,5	17,9	26,9	28,0	21,0
Затрудняюсь ответить	4,8	10,7	–	4,0	5,0
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

в Саратове напрямую связана с социально-демографическими характеристиками. Так, промышленность, строительство и транспорт оказались преимущественно в мужском пространстве предпринимательской активности. Гендерная идентичность в значительной мере определяет мотивацию молодых предпринимателей. Девушкам чаще свойственно стремление заниматься любимым делом, независимость, юношам – повышение доходов, общественное признание.

На выбор поля предпринимательской деятельности значительное влияние оказывает возраст. Для старшей возрастной когорты свойственны сфера услуг и другие сферы, для младших – торговля. Мотивационное ядро определяется и общей направленностью личности, которая зависит от возраста. В возрастной группе от 18 до 22 лет среди мотивов превалирует стремление к независимости, в группе от 23 до 26 лет основным мотивирующим фактором выступает желание заниматься тем, что нравится, в возрастной группе от 27 до 34 лет – повышение доходов. Доверие к различным курсам и тренингам проявляют, как правило, представители более молодых когорт. С возрастом их популярность спадает. Представители старших категорий предпринимателей больше доверяют Интернету и своим знакомым. Чем старше предприниматель, тем чаще он прибегает к использованию банковского кредитования, так как более стабилен в жизни, у него больше возможностей для использования данной услуги и дальнейшего погашения кредита. Опыт молодых предпринимателей, который зависит от возраста, находит отражение в самооценке своего бизнеса. Чем старше индивид, тем более высока его позитивная оценка своего бизнеса.

Примечание

- 1 См.: Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). М.: Прогресс, 1982. С. 159–170.
- 2 См.: Общероссийская общественная организация мало-

го и среднего предпринимательства: [сайт]. URL: <http://opora.ru/about/> (дата обращения: 12.12.2019).

- 3 См.: Итоги ПМЭФ-2018. URL: <https://tass.ru/pmef-2018/articles/5239347> (дата обращения: 14.12.2019).
- 4 См.: Боднар Э. Л., Долгих Д. А. Молодежное предпринимательство: определение, трудности и перспективы развития. URL: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/37887/1/bodnar-dolgikh_ptpu2015.pdf (дата обращения: 14.06.2020).
- 5 См.: Иванов Г. Г., Орлов, С. Л., Баженков Ю. К. Молодежное предпринимательство: современные реалии и взгляд в будущее // Вестник экономики, права и социологии. 2014. № 4. С. 54–58.
- 6 См.: Соколов В. В. Молодежное предпринимательство в системе приоритетов государственной молодежной политики: состояние и механизмы поддержки // Среднерусский вестник общественных наук. Серия: Политология. 2017. Т. 12, № 4. С. 48–55. DOI: 10.22394/2071-2367-2017-12-4-48-55
- 7 См.: Милославский В. Г. Молодежное предпринимательство как фундамент развития среднего класса в России // Молодой ученый. 2016. № 8 (112). С. 594–597.
- 8 См.: Шумик Е. Г., Сарычева М. А., Суворова С. К. Молодежное предпринимательство ключевой фактор развития региона // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2017. Т. 6, № 4 (21). С. 212–215.
- 9 См.: Слепенкова Е. В., Киреева Н. С., Строганов И. А. Студенческие проекты как поддержка малого предпринимательства // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18, № 3. С. 399–404. DOI: 10.18334/ф.18.3.37307
- 10 См.: Чернышева Т. Л. Развитие предпринимательского мышления как миссия опорного университета // Российское предпринимательство. 2017. Т. 18, № 21. С. 3097–3112. DOI: 10.18334/гр.18.21.38588
- 11 См.: О государственной молодежной политике: модельный закон. Принят на тридцать восьмом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ (Постановление от 23 ноября 2012 г. № 38-10). URL: https://base.spinform.ru/show_doc.fwx?rgn=64509 (дата обращения: 14.06.2020).
- 12 См.: Грибанов Г. А. Молодежное предпринимательство в России // Социально-гуманитарные знания. 2019. № 7. С. 134–140.

Поступила в редакцию 18.08.2020, после рецензирования 15.09.2020, принята к публикации 20.10.2020
Received 18.08.2020, revised 15.09.2020, accepted 20.10.2020