

УДК 316.334.23

**А. Г. Злотников** (zlot@tut.by),  
кандидат экономических наук, доцент, профессор  
Белорусского торгово-экономического  
университета потребительской кооперации

**Е. П. Багрянцева** (ger07@mail.ru),  
кандидат технических наук, доцент, проректор  
Белорусского торгово-экономического  
университета потребительской кооперации

**В. И. Воруева** (itc.bteu@gmail.com),  
начальник центра информационных технологий  
Белорусского торгово-экономического  
университета потребительской кооперации

## ДУХ НОВАТОРСТВА СТУДЕНТОВ БЕЛОРУССКОГО ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ КОМПЕТЕНЦИИ

В статье представлены материалы социологического исследования духа предпринимательства студентов университета в рыночных условиях. Рассматривается взаимосвязь образовательного процесса и непосредственной социальной среды в деле формирования духа предпринимательства.

The article presents the materials of a sociological study of the spirit of entrepreneurship of university students in market conditions. The article considers the relationship between the educational process and the direct social environment in the formation of the spirit of entrepreneurship.

**Ключевые слова:** дух предпринимательства; предпринимательские компетенции; предпринимательские намерения; образовательный процесс; непосредственная социальная среда.

**Key words:** entrepreneurial spirit; entrepreneurial competence; entrepreneurial intentions; educational process; direct social environment.

### Введение

В марте 2020 года в Белорусском торгово-экономическом университете потребительской кооперации (БТЭУ) было проведено исследование по вопросам дорожной карты в целях совершенствования деятельности университета при использовании элементов модели «Университет 3.0» и «Университет 4.0». Оно направлено на комплексное развитие научно-исследовательской, инновационной, предпринимательской деятельности и современной цифровой образовательной инфраструктуры университета. Целью исследования являлось изучение факторов формирования предпринимательских намерений студентов учреждения высшего образования потребительской кооперации. В основу исследования положена методология международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey – GUESSS).

**Методика исследования.** Проведенное социологическое исследование включало в себя, во-первых, элементы современных цифровых технологий. Опрос был осуществлен в системе online. Во-вторых, при исследовании личных мотивов, роли семьи и университета, влияющих на формирование предпринимательского духа студентов, учитывался и белорусский социально-экономический контекст, связанный с ситуацией в целом в Республике Беларусь и особенностями

регионального развития. В-третьих, особенность методики социологического исследования состоит в сплошном опросе студентов факультета экономики и управления и коммерческого факультета в ходе практических занятий преподавателей кафедры информационно-вычислительных систем. И, в-четвертых, учитывался опыт исследования предпринимательского духа в Республике Беларусь 2016 года, которое было проведено Ассоциацией бизнес-образования по Гранту, финансируемому USAID (Ассоциацией по международному развитию Соединенных Штатов Америки). Были опрошены 716 респондентов из 15 учреждений высшего образования (УВО), в том числе и 15 человек из БТЭУ. Наибольшее количество опрошенных являлись студентами Белорусского государственного университета – 294, в том числе 128 респондентов – студентами Школы бизнеса и технологии БГУ.

*Характеристика респондентов БТЭУ.* Выборочная совокупность опрошенных составила 341 человек, значительная часть которой представлена студентами дневной формы обучения – 95,7%, магистрантами – 4,3%. В вопросе приняли участие 39,7% студентов 1-го курса, 35,3% студентов 2-го курса, 21,8% студентов 3-го курса, 3,2% студентов 4-го курса. Большинство студентов выпускного курса в момент проведения опроса проходили преддипломную практику.

Среди респондентов 54,3% мужчин и 45,7% женщин. Специализация респондентов следующая: экономика и управление на предприятии – 27,6%, логистика – 17,3, экономика электронного бизнеса – 17,0, мировая экономика – 13,9, экономическое право – 7,9, коммерческая деятельность – 6,7, маркетинг – 6,1 и другая – 3,5%. Место проживания студентов до поступления в БТЭУ: Минск – 1,3%; областные центры – 33,3; другие крупные города (численность населения свыше 100 тыс.) – 22,7; большие города (от 50 тыс. до 100 тыс. чел.) – 9,4; средние города (от 20 тыс. до 50 тыс.) – 8,4; малые города (от 10 до 20 тыс.) – 9,4; мелкие города (численность населения менее 10 тыс. чел.) и поселки городского типа – 9,7 и сельская местность – 5,8%.

*Методология исследования.* Дух предпринимательства можно сравнить с понятием «дух капитализма», введенным М. Вебером в его классической работе «Протестантская этика и дух капитализма» [1]. Мы не отождествляем их, но методологическая ценность понятия «дух» Макса Вебера означает исследование совокупности объективных и субъективных факторов любой деятельности. Дух предпринимательства является многосторонним понятием, отражающим направленность, и дает характеристику субъективных и объективных действий его акторов в этой сфере, степень их вовлеченности в создание бизнеса. Для студенчества важнейшим элементом предпринимательского духа в условиях ответа на извечную проблему «Кем быть?» является намерение быть предпринимателем. Предпринимательское намерение молодежи в условиях трансформации социально-экономических механизмов современного общества является доминирующей чертой. Это намерение отражает прежде всего внутреннюю психологию молодежи – быть независимым в своих действиях. В Республике Беларусь этому способствует и состояние рынка труда. За годы текущего десятилетия занятость в экономике ежегодно сокращалась на 40 тыс. чел. В результате наблюдается разочарование в работе в отечественных крупных компаниях.

В ходе проведенного исследования анализу были подвергнуты такие аспекты духа предпринимательства, как намерение им заняться и компетенции – представление о сущности предпринимательства и предпринимательского поведения. Исследование выявляет основные тенденции духа предпринимательства среди студенчества, а также влияние внешней (университетской) среды. В деле формирования духа предпринимательства отводится роль личным мотивам, являющимся результатом влияния университета и семьи.

На формирование предпринимательских намерений студентов БТЭУ влияют пять основных групп факторов: 1) социально-экономический компонент в стране в целом; 2) семья; 3) личные мотивы; 4) университетская среда; 5) социально-культурный контекст развития предпринимательства в целом.

Ответы на вопрос исследования «Какую карьеру Вы предпочитаете выбрать?» свидетельствуют, что, во-первых, более 60% респондентов уже в какой-то степени определились в отношении субъекта хозяйствования для своей деятельности. Во-вторых, у более половины среди них имеется ярко выраженная предпринимательская ориентация – предпринимательский дух. Так, 43,1% хотели бы трудиться в собственной фирме, причем одна треть из них – в качестве ее учредителя (владельца) и две трети – как предприниматели. Один из каждых двенадцати опрошенных ориентируется на уже существующие коммерческие структуры: фирма своих родителей (почти 40% из тех, кто выбрал вариант «как преемник»); более 60% указали вариант «фирма, которая пока не находится под контролем моей семьи». Вероятно, это предполагает «удачную» женитьбу или замужество или с теми, кто уже владеет предпринимательской структурой, или с их детьми.

В принципе, ориентация респондентов на собственный или семейный субъект хозяйствования (фирму) в своей основе имеет реальную почву. Почти трое из каждых четырех опрошенных указали, что они имеют родственников и свойственников, занимающихся предпринимательством. Это, прежде всего, родители (или оба родителей, или кто-либо один из них) – 33,7%, затем – свойственники (дядя, тетя и др.) – 26,2%, а также другие близкие люди – брат, сестра, бабушка, дедушка (14,2%).

В качестве наемного работника свою карьеру видит только каждый десятый респондент (10,4%). Причем, три из каждых четырех, указавших на вариант «наемный работник», считают, что этот субъект хозяйствования должен быть или большой компанией – с численностью персонала 250 и более сотрудников, или компанией среднего размера – с численностью более 50 человек. Величина компании означает, во-первых, ее стабильность, во-вторых, возможность дальнейшего профессионального роста и, в-третьих, поддержку и наставничество со стороны опытных работников. К сожалению, ни один из респондентов не видит себя в вузовской (академической) карьере.

Что это означает? Можно предположить несколько интерпретаций (гипотез). Во-первых, только небольшая часть планирующих связать свою предпринимательскую деятельность с бизнесом своих родителей не хотят попадать в зависимость от них, а хотят самостоятельности, что одновременно отражает и наиболее высокую долю предыдущего варианта (в собственной фирме). Но, во-вторых, две трети респондентов, выбравших вариант «фирмы, которые пока не находятся под контролем их семей», вероятно, рассчитывают на брак с лицами или их близкими, имеющих собственный бизнес.

Наряду с респондентами, которые в основном выбрали что-то определенное (более 60%), 38,5% респондентов пока еще с выбором не определились. Из общего числа не определившихся с выбором будущей профессиональной карьеры, у 27,4% респондентов предпринимательством занимаются родители (в т. ч. у 14,4% – отец, у 5,5% – мать и у 7,5% – и отец и мать), а также другие близкие родственники – 9,6% и свойственники – 16,4%. Думается, что, во-первых, в связи с позитивной тенденцией в сфере развития предпринимательства в Республике Беларусь, а также, во-вторых, со сложностями поиска своей ниши на рынке труда, и, в-третьих, в ходе образовательного процесса в университете эти не определившиеся, чьи родственники занимаются предпринимательством, к моменту получения диплома о высшем образовании пополнят число ориентирующихся заниматься предпринимательством.

Важным фактором любой деятельности является мотивация, как совокупность объективных и субъективных факторов, исследованию которой был посвящен вопрос «Каковы Ваши мотивы при выборе карьеры?». Исследование мотивации осуществлялось исходя из шкалы Г. Ликерта – каждый из мотивационных факторов по методологии GUESSS предполагалось оценить по семибалльной системе с диапазоном оценок от 1 – полностью не удовлетворен (минимальная оценка) до 7 – полностью удовлетворен (максимальная оценка). Среди 11 показателей наивысший средний балл пришелся на показатель «реализовать свои мечты» – 6,147, «иметь увлекательную работу» – 6,133, на третьем месте – «возможность самостоятельного заработка» – 6,081. Наименьшую значимость имеет вариант «обладать властью» – 5,458, «создавать что-то новое» – 5,534, а также варианты «работать на себя» – 5,550 и «быть свободным во времени» – 5,569 (таблица 1).

Таблица 1 – Иерархия распределения ответов на вопрос online-анкеты «Каковы Ваши мотивы при выборе карьеры?» в зависимости от курса обучения респондентов (шкала Ликерта)

Варианты ответов	Средний показатель	Оценка, баллов		
		1-й курс	2-й курс	3, 4-й курсы
Иметь перспективную многообещающую работу	5,766	5,491	5,625	5,831
Иметь увлекательную работу	6,133	6,358	5,963	5,487
Быть свободным (-ой) во времени	5,569	5,669	5,411	5,462
Быть независимым (-ой)	5,827	5,918	5,710	5,740
Работать на себя	5,550	5,561	5,459	5,688
Принимать самостоятельные решения	5,713	5,805	5,689	5,658
Обладать властью	5,458	5,350	5,514	5,553
Реализовать свои мечты	6,147	6,179	5,860	6,250
Создать что-то новое	5,534	5,452	5,523	6,000
Реализовать собственные идеи	5,922	5,577	5,713	6,039
Иметь возможность самостоятельного заработка	6,081	6,089	5,897	6,325

Имеется дифференциация распределения значимости мотивации предполагаемой карьеры в зависимости от курса обучения. На старших курсах (3, 4-й курсы) на первый план выдвигается мотив «иметь возможность самостоятельного заработка» с индексом 6,325. Впрочем, этот мотив

значим и для студентов младших курсов. Для студентов первого курса он – третий по значимости (6,089), а для студентов второго курса входит в тройку наиболее значимых. Мотив «реализовать свои мечты» является также значимым для всех студентов, независимо от курса их обучения. При этом у старшекурсников ответ «иметь увлекательную работу» – один из менее значимых в отличие от студентов 1-го и 2-го курсов. Но у старшекурсников наблюдается более высокая значимость наряду с мотивом «реализовать свои мечты» таких креативных мотивов, как «создавать что-то новое» и «реализовать собственные идеи» (таблица 2). Думается, что такая ориентация является отражением процесса накопления знаний в образовательном процессе в университете и понимания, что только новое, креативное может способствовать им занять достойное место в новой экономике (таблица 3). Тем более, что этот аспект подтверждается ответами респондентов на вопросы анкеты, где студентам предлагалось назвать имена наиболее известных экономистов и предпринимателей современного мира, России и Беларуси.

Мотивы выбора карьеры получили при опросе наиболее высокие оценки студентов (от 6 до 7 баллов). Более половины респондентов эти мотивы оценили высшими баллами, причем три из этих мотивов (иметь увлекательную работу, реализовать свои мечты и иметь возможность самостоятельного заработка) набрали более 75%. Соответственно и наивысшую оценку (7 баллов) им поставили более половины опрошенных – от 59,69% до 64,19%.

Таблица 2 – Распределение высших оценок мотивов выбора карьеры, %

Варианты ответов	Всего (6–7 баллов)	В том числе	
		6 баллов	7 баллов
Иметь перспективную многообещающую работу	67,65	12,21	55,44
Иметь увлекательную работу	79,69	20,00	59,69
Быть свободным (-ой) во времени	61,76	21,24	40,52
Быть независимым (-ой)	68,30	18,63	49,67
Работать на себя	63,43	16,18	47,25
Принимать самостоятельные решения	66,45	22,48	43,97
Обладать властью	56,87	16,67	40,20
Реализовать свои мечты	78,10	14,05	64,05
Создать что-то новое	63,10	17,15	45,95
Реализовать собственные идеи	71,89	17,97	53,92
Иметь возможность самостоятельного заработка	77,55	13,36	64,19

Как видно из таблицы 3, аудиторным занятиям студенты отдали приоритет, причем, практические занятия, где студенты демонстрируют свои знания, имеют более высокую оценку. Но при этом, ни один из элементов не оценен выше пяти баллов. Такая оценка свидетельствует о наличии в университете значительных резервов образовательного процесса.

Таблица 3 – Оценка значимости составляющих элементов процесса обучения предпринимательству в университете

Варианты ответов	Средний балл	Оценка (6–7 баллов), %
Лекции	4,935	45,6
Практические занятия	4,966	45,9
Самостоятельная работа	4,750	39,1
Образовательные курсы, тренинги	4,597	41,0
Организация конкурсов, бизнес-проектов (Сто идей для Беларуси, МиП, Start UP и др.)	4,873	46,8

Факторы влияния на формирование предпринимательского духа, а также значимость образовательного процесса в университете представлены данными таблицы 4. Основные факторы влияния обусловлены предыдущей и нынешней деятельностью респондентов: прежде всего выделяются хобби или развлечения (46,3%), образовательный процесс (31,9%) и окружающая социальная среда, а также прежняя деятельность респондентов. Фактор «хобби и развлечения» играет решающую роль у респондентов обоего пола: юношей – 48,6% и девушек – 43,6%. Хотя, вероятнее всего вместо термина «развлечения» следовало бы писать «увлечения». Но это, вероятно, связано с нашим неудачным переводом термина «recreational pastime».

Таблица 4 – Распределение ответов на вопрос анкеты «Что оказало влияние на Ваши бизнес-идеи?» (респонденты указывали по несколько вариантов ответов) в зависимости от пола респондентов, в %

Варианты ответов	Распределение ответов		
	Юноши	Девушки	Средний балл
Учеба в университете (тренинги, образовательные курсы)	26,6	33,6	31,9
Занятие исследовательским проектом в университете	5,1	14,1	9,2
Трудовая деятельность вне университета	27,1	19,5	23,6
Члены семьи	27,1	26,2	26,7
Хобби или развлечения	48,6	43,6	46,3
СМИ (телевидение, Интернет и др.)	23,7	32,9	27,4
Самозанятость, прежняя трудовая деятельность	20,3	15,4	18,1
Дискуссия, обсуждение с другими студентами	12,4	15,4	13,8
Дискуссия, обсуждение с людьми, работающими в бизнесе	28,8	20,1	24,8
Друзья вне университета	35,5	28,2	32,2

Хотя фактор образовательного процесса по результатам опроса имеет второй по величине показатель, но к нему стоит приплюсовать еще и роль научно-исследовательской деятельности, как элемента образовательного процесса. В результате на долю университета приходится более 40% (41,1%) влияния на формирования предпринимательского духа. В итоге суммирования показателя «хобби и увлечение» с другими элементами активной деятельности студентов, такими как «прежняя деятельность респондентов» (вариант «трудовая деятельность вне университета» и «самозанятость, прежняя трудовая деятельность») доля их влияния на формирование предпринимательского духа студентов составляет 88%.

Кумулятивное значение влияния окружающей непосредственной социальной среды на намерение заняться предпринимательской деятельностью составляет более 83% (семьи – 26,7%, друзей – 32,2%, а также влияние людей, работающих в бизнесе, – 24,8%). То есть доминирование однозначного фактора на процесс формирования предпринимательского духа не существует, что и отражают данные ответов о влиянии тех или иных факторов. Но и роль образовательного процесса также высока.

Главной идеей международного проекта GUESSS является исследование отношения студенчества к развитию предпринимательства. В этом плане прежде всего важно понимание сути предпринимательства, т. е. предпринимательских компетенций. Этот аспект в анкете раскрывает вопрос «Как Вы представляете предпринимательство?», результаты которого по шкале Ликерта представлены в таблице 5. Все составляющие элементы, предложенные методологией проекта GUESSS, имеют высокую оценку – более пяти баллов. Самая высокая оценка (6,041) у показателя «успешное управление бизнесом», что характеризует важность менеджерских качеств. Высока оценка и показателя «наличие лидерских качеств и умения общаться» (5,891).

Таблица 5 – Оценка значимости ряда факторов предпринимательства (на основе ответов респондентов на вопрос анкеты «Как Вы представляете предпринимательство?»)

Варианты ответов	Средний балл	Удельный вес оценки 6–7 баллов, %
Выявление новых возможностей для бизнеса	5,601	63,0
Коммерциализация новой идеи или разработки	5,698	63,9
Наличие лидерских качеств и умения общаться	5,891	75,1
Создание новых услуг и продуктов	5,701	62,3
Создание профессиональной среды	5,679	65,6
Управление инновациями в рамках компании	5,619	65,6
Успешное управление бизнесом	6,041	77,2

Удельный вес высоких оценок (6–7 баллов), в том числе и максимальной (7 баллов) также характерен для показателей «успешное управление бизнесом» и «наличие лидерских качеств и умения общаться». Меньший удельный вес факторов («создание новых услуг и продуктов» – 62,3% и «коммерциализация новой идеи или разработки» – 63,9%) обусловлен реальной экономической ситуацией в стране. Это связано с тем, что создание новых услуг и продуктов и коммерциализация



новой идеи или разработки являются актуальными проблемами белорусской экономики. И более низкий их рейтинг в опросе коррелирует с реальной ситуацией в белорусской экономике, где многие субъекты хозяйственной деятельности «работают на склад».

В формировании механизма предпринимательских намерений важная роль принадлежит не только личным мотивам, являющимся результатом влияния университета, социальной среды, но и практическим шагам. Этот аспект в исследовании отражал вопрос online-анкеты «Если Вы собираетесь быть предпринимателем, то, что Вы уже предпринимаете (предприняли) для начала бизнеса?» с 13 показателями возможных действий (таблица 6).

Таблица 6 – **Распределение ответов на вопрос «Если Вы собираетесь быть предпринимателем, то, что Вы уже предпринимаете (предприняли) для начала бизнеса?» (респонденты могли указывать несколько вариантов ответов) в зависимости от пола респондентов, %**

Варианты ответов	Распределение ответов		
	Юноши	Девушки	Средний показатель
Закупка оборудования, сырья, техники	19,2	14,8	17,2
Маркетинг и продвижение товаров	24,3	27,5	25,8
Обсуждение продукта или бизнес-идеи с потенциальными потребителями	19,2	23,5	21,2
Обучение на тренингах	25,5	34,9	29,8
Подача заявки на патент, авторские права, торговую марку	11,3	10,1	10,7
Поиск партнеров	21,5	38,3	29,1
Попытки привлечь внешнее финансирование	13,0	14,8	13,8
Продажа продукции или услуг	27,1	19,5	23,6
Развитие продукта или услуги	14,1	26,2	19,6
Регистрация бизнеса	19,8	20,1	19,9
Сбор информации о рынках и конкурентах	29,4	38,9	33,7
Составление бизнес-плана	26,0	42,0	35,6
Участие в конкурсах для проработки бизнес идеи	15,3	19,5	17,2

Предпринимательская деятельность – это многогранный процесс, и эта многогранность отражена в тех действиях, которые собираются предпринять или уже предприняли респонденты. В основном, пока это сводится к подготовительным шагам, наиболее распространенные из которых это: составление бизнес-плана (35,6%), сбор информации о рынках и конкурентах (33,7%), обучение на тренингах (29,8%) и поиск партнеров (29,1%). О том, что это многогранный процесс, на наш взгляд, респонденты-девушки больше осознают, чем респонденты-юноши. Девушки предпринимает в 1,35 раза шагов больше, чем юноши: на трех девушек приходится 10 таких действий, т. е. столько, сколько таких действий приходится на четырех юношей, что свидетельствует о большей женской осторожности, основательности. И, как следствие, в реальном предпринимательском поприще Беларуси доля женщин меньше, чем мужчин.

Одна из сложнейших проблем в любой сфере, в том числе в жизни молодежи, – это проблема выбора. Поэтому немалое значение в деле выбора респондентами объекта предпринимательства имеет вопрос «Если Вы планируете или уже начали заниматься бизнесом, то в какой сфере?». Распределение ответов на этот вопрос по 12 основным направлениям представлен в таблице 7.

Таблица 7 – **Распределение ответов на вопрос «Если Вы планируете или уже начали заниматься бизнесом, то в какой сфере?» (респонденты могли указывать несколько вариантов ответов) в зависимости от пола респондентов, %**

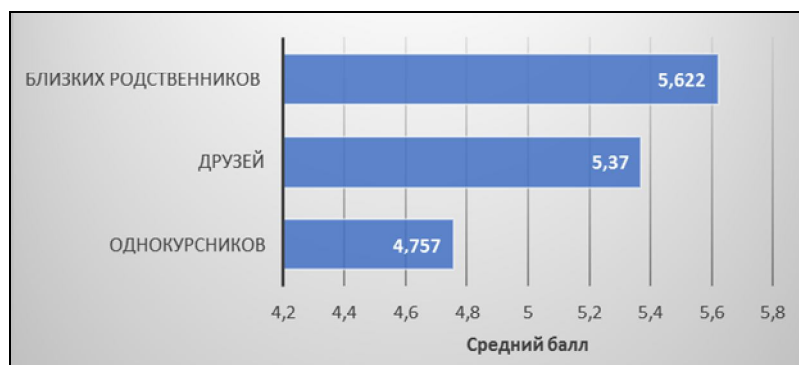
Варианты ответов	Распределение ответов		
	Юноши	Девушки	Средний показатель
Здравоохранение и социальная защита	7,9	7,4	7,7
Информационные технологии (в том числе программные) и средства связи	33,3	41,6	37,1
Консультативные услуги (ИТ, управление персоналом, юридические услуги, менеджмент, налоги)	14,7	22,1	18,1
Косметические, массажные и парикмахерские услуги	9,6	30,9	19,3

Окончание таблицы 7

Варианты ответов	Распределение ответов		
	Юноши	Девушки	Средний показатель
Образовательные услуги и профессиональное обучение	7,9	8,1	8,0
Производственная сфера	18,8	10,7	13,5
Реклама (дизайн), маркетинг	28,8	30,2	29,4
Строительство, ремонт	14,1	6,7	10,7
Торговля (оптовая и розничная)	39,0	28,9	34,4
Транспортные услуги	14,7	12,8	13,8
Туризм и индустрия развлечений	14,7	28,2	20,9
Финансовые услуги (включая банковскую сферу, страхование, инвестиции, недвижимость)	20,9	17,4	19,3

Результаты опроса показывают, что в основном выбор сферы деятельности отражает профессиональные интересы и образование в БТЭУ и связан с теми специальностями, по которым респонденты учатся. Это прежде всего сферы информационных технологий (37,1%), торговли (34,4%), маркетинга (29,4%) и туризма (20,9%). Поэтому к образовательному процессу в БТЭУ предъявляются высокие требования, чтобы обеспечить выпускникам конкурентоспособность на рынке труда Беларуси.

Опрос выявляет и ряд противоречий, одно из которых – это противоречие между высокими оценками респондентами роли предпринимательства (вопрос «Как Вы представляете предпринимательство?» – см. таблицу 3), с одной стороны, и низкими оценками (критическим отношением непосредственной социальной среды студентов БТЭУ, с другой стороны, к их желанию заниматься предпринимательством (вопрос «Как реагируют на Ваше желание (или Вашу деятельность) заняться предпринимательством?» (рисунок).



**Оценка отношения окружающей среды к желанию респондентов заниматься предпринимательством**

Так, если средний балл оценки респондентами семи различных компонентов предпринимательства варьируется от оценки 5,601 (низшая оценка) до 6,041 (высшая оценка), то оценка различных социальных групп значительно ниже. А оценка непосредственной социальной среды (однокурсников, друзей и близких родственников) – несколько ниже (средний индекс 5,25). Впрочем, при оценке непосредственной социальной среды других исследований (таблица 8) выявляется, что во всех опросах этот показатель (однокурсники) самый низкий.

**Таблица 8 – Сравнительная оценка роли социальной среды при выборе карьеры предпринимателя по результатам проведенных исследований**

Показатели	Индекс по результатам опросов			
	БТЭУ	Республика Беларусь [2, с. 31]	Международный индекс [3, с. 38]	Санкт-Петербургский государственный университет [3, с. 38]
Однокурсники	4,76	5,60	5,61	5,37
Друзья	5,37	5,94	6,03	5,66
Близкие родственники	5,62	5,88	6,00	5,56
Средний индекс	5,25	5,81	5,88	5,53

### Заключение

Исследование выявляет, что в целом большая часть респондентов БТЭУ уже определились в отношении выбора субъекта хозяйствования для предпринимательской деятельности. И у более половины из них сформировалась предпринимательская ориентация – предпринимательский дух. И это естественно для учреждения высшего образования, девиз которого «Будь Творцом Экономики Успеха». Вместе с тем, имеется дифференциация в значимости мотивации предполагаемой карьеры в зависимости от курса обучения. Эта дифференциация является результатом отражения процесса накопления знаний в ходе учебы в университете и понимания того, что может помочь занять достойное место в новой экономике.

Исследование выявляет ряд противоречий. Наиболее существенно одно из них – противоречие между макроуровнем и микроуровнем социальной среды формирования и реализации предпринимательского духа. Более конкретно оно проявляется в противоречии между реальным состоянием развития предпринимательства в Республике Беларусь, с одной стороны, и высокими запросами к предпринимательству и высокой оценкой его роли студентами на личностном уровне, с другой стороны.

Предложим несколько гипотез о причинах этих противоречий. Одна из них связана с более высоким значением роли семьи в формировании предпринимательских намерений, тем более, что в предпринимательской сфере работает значительная часть членов семьи респондентов.

Вторая гипотеза отражает противоречие различных сторон непосредственной социальной среды: между высоким уровнем оценки предпринимательства респондентами и низкой оценкой на личностном уровне их однокурсников. Однако в исследовании в БТЭУ разница между высокой и низкой оценками значительно большая, чем в других исследованиях. Это противоречие связано с особенностями методики этих исследований. В цитируемых в тексте исследованиях выборочная совокупность представлена также и теми, кто занят в предпринимательстве.

Вместе с тем, университет, готовящий кадры для современной «экономики успеха», выполняет свою функцию формирования духа предпринимательства, понятие которого по аналогии с веберовской характеристикой «духа капитализма» многогранно: «оно должно быть постепенно скомпоновано из отдельных составных частей, взятых из исторической действительности» и оно может быть «дано не в начале, а в конце нашего исследования» [1, с. 70–71].

### Список использованной литературы

1. **Вебер, М.** Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер // Избранные произведения : [пер. с нем.] / сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайдено. – М. : Прогресс, 1990. – С. 44–344.
2. **Marozau, R.** Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. National Report Republic of Belarus 2016 / R. Marozau, V. Apanasovich. – Minsk : School of Business and Management of Technology of BSU, 2016. – 44 p.
3. **Широкова, Г. В.** Факторы формирования предпринимательских намерений российских студентов / Г. В. Широкова, Т. В. Цуканова, К. А. Богатырева // Вест. С.-Петербург. ун-та. Сер. Менеджмент. – 2015. – Вып. 3. – С. 21–46.

*Получено 02.06.2020.*