

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ПЛАНАХ ВЫПУСКНИКОВ ШКОЛ

Статья посвящена готовности подростков (выпускников школ Томской области) к такой форме экономического поведения, как предпринимательство, и основана на результатах ежегодного социологического мониторинга. Особое внимание уделено следующим вопросам: есть ли место в планах выпускников школ предпринимательской деятельности, как оценивают они престиж и востребованность данного вида активности.

Ключевые слова: предпринимательство; намерения школьников; востребованность профессии.

Проблемы предпринимательства, бизнеса, в частности малого бизнеса, востребованы (пусть дискретно) последние двадцать лет, но актуализация этих вопросов в контексте модернизации России значительно возросла именно сейчас [1–3]. Можно установить дату начала (чему посвящено немало исследовательских работ) предпринимательства как социально-экономической инновации, но, к сожалению, трудно назвать финальное время. Является ли предпринимательство социальной инноватикой в полном смысле слова? Как преобразуются представления об этом виде социальной практики, становится ли она социально-культурной нормой или каким-либо из образцов поведения для российского населения, особенно молодежи? Вот небольшой перечень вопросов, которые не устают задавать государственные служащие и формулировать исследователи.

Так, вопросам готовности молодежи к предпринимательской деятельности посвящено немало исследований и статей. Ключевыми факторами подобного интереса, по мнению социологов, являются: а) «социокультурные и экономические особенности современного общества»; б) «исторические особенности формирования российской бизнес-среды»; в) «вызовы и риски ближайших перспектив российского предпринимательства» [4. С. 54].

Данная статья посвящена вопросам готовности подростков (выпускников школ Томской области) к такой форме экономического поведения, как предпринимательство, и основана на результатах ежегодного социологического мониторинга (размер генеральной совокупности две тысячи человек, выборка гнездовая) жизненных планов выпускников школ, проводимого с середины 1990-х гг. и по сегодняшний момент областным Центром профориентации населения при поддержке департамента образования администрации г. Томска. Фокус внимания в мониторинге (помимо основных целей) был сосредоточен на следующих вопросах:

- есть ли место предпринимательской деятельности в планах и намерениях выпускников школ области;
- как оценивают престиж и востребованность данного рода деятельности подростки;
- какие свойства труда являются наиболее привлекательными для выпускников.

Неотъемлемой частью планов и намерений подростков является профессиональное самоопределение. Выбор профессии превращается в наиболее ответственный из всех других выборов, так как он является не только предпосылкой самореализации личности в трудовой деятельности, но и средством обеспечения успеха в других сферах жизни. Посредством профессионального самоопределения молодой человек включает-

ся во множество социальных процессов: формирование образа, стиля жизни, адаптация к современным непростым условиям, социальная мобильность (перемещение в социальном пространстве) и т.д.

Через оценки различных профессий формируется и когнитивный, и поведенческий структурные элементы представлений школьников о самих профессиях, их выборе. Сам акт выбора является внутренним компонентом свободы личности, ее возможностью поступать, включаться во внешние обстоятельства в соответствии с внутренними потребностями, а в целом – самореализовываться.

Одной из задач мониторинга являлось отслеживание динамики отношения респондентов к различным профессиям: школьники отвечали на ряд вопросов, связанных с их желаниями и намерениями относительно будущей профессии, а также им было предложено оценить престиж и востребованность той или иной профессии на рынке труда.

Анализ результатов показал следующее. Постоянными лидерами выбора будущей профессии современных выпускников являются профессии экономиста и юриста (первое и второе места). Этим профессиям отдают предпочтение в среднем 6–7% опрошенных из числа указавших будущую профессию, причем особых расхождений в зависимости от пола и места проживания (городские или сельские школьники) не наблюдается. Далее расположились программисты и врач, но эти профессии имеют расхождения по гендерному признаку. Так, юноши чаще желают быть программистами (1-е место в этой группе), а у девушек эта профессия – только на 9-м месте, и наоборот, профессия врача более привлекательна для слабого пола (3-е место), у юношей – только 8-е место.

В середине рейтинга находятся профессии менеджера и дизайнера. Эти профессии чаще выбирают выпускники школ областного центра (4-е и 5-е места соответственно), значительно реже – юноши из городов области (12-е и 14-е места). В зависимости от места проживания также по-разному оценивается профессия инженера, ее чаще выбирают школьники из городов Томской области (9-е место) и значительно реже – из сельской местности (17-е место). По отношению к инженерным специальностям у современных подростков в последние три года наблюдается устойчивый интерес. С 2008 г. профессия инженера в группе юношей занимает одну из лидерских позиций (2-е место), да и у девушек с двадцатых мест (в начале 2000-х гг.) переместилась на 14-е место (в этом году). Профессия предпринимателя в рейтинге реально выбираемых профессий занимает лишь двадцатые места (табл. 1).

Рейтинги профессий по оценкам школьников (по годам)

Профессия	Реально выбираемая				Престижная				Востребованная		
	1996	2001	2005	2009	1996	2001	2005	2009	2001	2005	2009
Экономист	1	1	1	1	2	2	2	2	2	7	4
Юрист	2	2	3	2	1	1	1	1	4	5	3
Программист	7	2	2	3	5	4	3	3	3	1	2
Врач	4	5	4	4	3	6	7	4	1	2	1
Менеджер	15	6	7	5	15	3	5	6	17	11	9
Дизайнер	–	18	10	6	–	15	9	9	–	17	12
Инженер	10	5	6	7	14	11	10	8	–	15	7
Нефтяник	–	16	9	8	–	17	6	5	7	3	8
Психолог	9	8	5	9	9	5	13	11	15	16	14
Учитель	5	7	14	10	6	16	17	12	5	4	6
Предприниматель	19	21	23	24	16	7	8	7	13	8	14

С одной стороны, рейтинг профессии предпринимателя (хотя предпринимательство в узком смысле не является профессией, это скорее вид активной социальной практики, позволяющей реализовать свои материальные и социокультурные потребности, но школьники могли указывать на этот вид деятельности как на профессию) как выбираемой желаемой профессии на будущее не очень высок.

Но рейтинг предпринимателя как престижной профессии в последние годы значительно возрос. Так, если в конце 1990-х «предприниматель» по своей значимости занимал в перечне престижных профессий только 16-е место, то в 2001 г. в рейтинговых «гонках» за престиж вышел на 7-е место и последние три года удерживал эти позиции, опережая такие профессии, как журналист, бухгалтер, психолог и дизайнер.

Данный факт роста престижа предпринимательства немаловажен, так как на выбор профессии, помимо различных факторов, влияет такая характеристика профессии, как престиж, которая выражает социальную значимость профессии, ее публичное признание, является основой социального статуса и социального влияния. Обеспечивается это влияние за счет того, что престиж как ценность вида деятельности (важность занятия) предоставляет индивиду возможности, которых нет у других, дает доступ к получению тех или иных социальных благ. Тем самым для молодых престиж специализированной деятельности может являться некой точкой отсчета, которая определит вектор выбора будущей профессии, следовательно, перспективы предпринимательства как желаемого профессионально-экономического поведения молодежи неограниченны.

Имея возможность сравнить рейтинг выбираемых и престижных профессий, можно установить частоту совпадений, которая свидетельствует о том, что общественное признание, популярность профессии в значительной степени влияет на профессиональные намерения современных школьников. Практически полное совпадение в оценках имеют «лидеры выбора» – экономист, юрист, программист, врач, менеджер. Профессия предпринимателя, наоборот, показывает значительные различия в оценках значимости и будущности намерений школьников, в рейтинге престижных она занимает 7-е место, но как реальную будущую профессию школьники ее практически не рассматривают.

Другой характеристикой профессии, влияющей на профессиональные планы подростка, является ее востребованность на рынке труда. Ведь если не учитывать

того, что сегодня «нужная профессия» за время подготовки к ней может стать ненужной, непопулярной, то в последующем потребуются значительные дополнительные усилия от индивида, для того чтобы успешно встроиться в социальную жизнь.

По мнению школьников, самыми востребованными через пять лет будут профессии врача и программиста, так считают 15–17% респондентов независимо от пола и возраста. Каждый десятый опрошенный предположил, что также необходимыми будут профессии юриста и учителя. Предприниматель же опять находится в нижнем ярусе рейтинга, занимая 14-е место.

Сравнение перечня привлекательных для подростков профессий и необходимых, по их мнению, на рынке труда через три-пять лет показывает меньшую степень совпадений. Школьники высказывают сомнения по поводу спроса на такие профессии, как экономист, менеджер, дизайнер, психолог и предприниматель (в списке востребованных профессий они занимают более низкие позиции).

Хотя востребованность профессии является некоторым аргументом в пользу ее выбора, но все-таки до конца эта характеристика не заменяет такие свойства профессии, как возможность сделать карьеру, творческий характер труда, достойный заработок и т.д. Поэтому во взаимодействии человека с профессией существенным являются не только его оценки ее значимости и востребованности, но и характеристики самой профессии, а также отношение к ним субъекта выбора.

В связи с этим в мониторинге планов школьников отслеживались мотивы выбора профессии, в качестве которых учитывались следующие характеристики. Прагматические, обеспечивающие витальные потребности индивида (хорошая зарплата, комфортные условия труда и легкость трудоустройства); статусно-рыночные (престиж профессии, возможность сделать карьеру и проявить предприимчивость) и социальные (творческий характер труда и возможность приносить пользу людям).

В иерархии мотивов выбора профессии лидирующее положение, причем с большим отрывом от других характеристик профессии, занимает хороший заработок (табл. 2).

Вторые и третьи места принадлежат статусным характеристикам: карьере и престижу. Гендерные различия накладывают отпечаток на оценки привлекательности профессии. Среди юношей большая доля тех, кого интересуют прагматические характеристики труда: заработок, легкость трудоустройства и условия труда (в среднем на 8–10%).

Мотивы выбора профессии (по группам опрошенных, %)

Мотив выбора	Место жительства			Пол		Класс	
	Томск	Города области	Районы области	Юноши	Девушки	9-й	11-й
Хороший заработок	68	65	60	68	61	68	63
Карьера	46	42	38	40	43	40	40
Престиж профессии	39	39	35	35	40	38	36
Приносить пользу людям	26	27	37	26	34	34	35
Комфортные условия	28	29	29	34	24	28	2
Творческий характер	23	25	16	14	27	18	21
Легко найти работу	20	17	18	23	15	18	19
Требуется предприимчивости	7	8	7	7	7	6	10

У девушек чаще доминируют аспекты социальной и творческой направленности: приносить пользу людям, возможность заниматься творчеством и престиж профессии. Но объединяет и тех и других низкая оценка такой характеристики работы, как возможность проявить предприимчивость. Причем мониторинг позволяет выявить следующую тенденцию: в мотивационной структуре выпускников школ усиливаются из года в год мотивы материального порядка, а также все более привлекательными являются статусные аспекты профессиональной деятельности. Такой мотив выбора профессии, напрямую связанный с предпринимательством, как возможность проявить предприимчивость, по сравнению с 2000 г. снизил свои показатели почти в два раза (так, если в прошлые годы 15% опрошенных указывали на него как важное условие выбора профессии, то сегодня только 8%).

Респондентам также было предложено ответить на вопрос в свободной форме, что они понимают под предпринимательством и хотели бы они заниматься этим видом деятельности. Современные подростки достаточно полно характеризуют предпринимательство, по мнению большинства, это «вид активной экономической деятельности, направленный на получение прибыли». 57% опрошенных сделали акцент именно на получение прибыли, каждый пятый, кроме личного обогащения, включает в свое понимание предпринимательства «производство товаров или услуг». Часть респондентов дополняют свои описания следующими характеристиками: «предприниматель работает только на себя», «эта деятельность связана с риском», «она требует самостоятельности», «очень престижна, отражает твою независимость и твой статус» и т.д.

Из тех, кто ответил на открытый вопрос, больше половины (61%) выразили не просто свои сомнения по поводу занятия бизнесом, но и высказали определенное «нет». В качестве основных причин треть респондентов

указывала на отсутствие у себя необходимых специальных качеств, которые бы позволили заниматься этим родом активности. Некоторые уточняли, что «не хотелось бы брать на себя ответственность». Каждый десятый акцентировал внимание на жесткой конкуренции и нежелании подвергать себя риску. Часть школьников (9%) откровенно высказывались: «бизнес – это слишком сложно» или «мне это не интересно». И, наконец, 7% респондентов указывали, что в государстве, где «нет гарантий и стабильности», предпринимательство «не может быть привлекательной сферой» деятельности. «Апофеозом» мнений выпускников школ о бесперспективности включения себя в бизнес может служить цитата одного одиннадцатиклассника: «откровенно сырая законодательная база и довольно неопределенная политика государства».

Таким образом, результаты мониторинга позволили выявить следующее: с одной стороны, высказывания выпускников школ о предпринимательстве схожи с интерпретациями исследователей, но с другой – данный вид деятельности явно не входит в планы и намерения подростков, не является частью их жизненных стратегий. Причиной подобного противоречия, на наш взгляд, является то, что образ предпринимательской деятельности не стал частью общественного сознания, неким паттерном поведения, а значит, пока не появились предпосылки (или рано говорить о них, или уже упущены) для формирования нового социального субъекта (актора), способного изменять «заведенный порядок» и «изменять социальные структуры».

Возможно, через несколько лет предпринимательство как будущее поле приложения усилий молодых будет не только привлекательно, но и реально; тогда о предпринимательстве можно будет говорить как о социально-экономической инновации в полном смысле этого слова. Собственно, одна из таких задач и стоит перед нашим обществом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. М., 2003. 246 с.
2. Радаев В.В. Экономическая социология. М., 2005. 603 с.
3. Верховин В.И., Зубков В.И. Экономическая социология. М., 2005. 457 с.
4. Каптур В.В. Предпринимательство как жизненная перспектива современной молодежи (на примере Томской области) // Вестник ТГУ. Философия. Социология. Политология. 2009. № 1 (5). С. 53–68.

Статья представлена научной редакцией «Философия, социология, политология» 28 сентября 2010 г.