оставаться консервативными, а при формировании «повестки дня» исходят из интересов, прежде всего, органов власти, зачастую формируя деформированную картину мира [7].

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №19-011-00566А.

1. Банных Г. А., Зайцева Е. В., Костина С. Н., Кузьмин А. И. 2019. Образ многодетной матери в пространстве российского Интернета. Социум и власть 1 (75): 42-52.
2. Белковский С. В. 2013. Концепт «Семья» в современной массовой российской прессе. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, (4-2), 193-199.
3. Грудина Т.Н. 2014. Социологический портрет многодетной семьи в России. [Электронный ресурс]. Научный интернет-журнал «Семья и демографические исследования». Режим доступа: <https://riss.ru/demography/demography-science-journal/5274/> (дата обращения 01.08. 2019).
4. Грудина Т. Н. 2012. Ценность многодетной семьи. Социология 3: 102-104.
5. Костина С. Н., Зайцева Е. В., Кузьмин А. И. 2018. Состояние системы государственной поддержки многодетности на региональном уровне. В сборнике IX Уральского демографического форума: Демографическая и семейная политика в контексте целей устойчивого развития, Институт экономики УрО РАН, Екатеринбург, Россия 8-9 June 2018, Том I., pp. С.553-563.
6. Мищенко В. А. 2013. Образ российской семьи в средствах массовой информации. Вестник Новосибирского государственного педагогического университета, (6 (16)), 77-82.
7. Новак А. А. 2018. Особенности формирования повестки дня региональных СМИ. Вопросы теории и практики журналистики 7 (1): 129-144.
8. Хуснутдинова Г. Ф. 2015. Отношение социума к феномену многодетности (региональный аспект). Современные проблемы науки и образования 1-1: 1448-1456.

Кошелев А.А.

Феномен предпринимательства и молодежного предпринимательства сквозь призму концепций западных и отечественных исследователей

*Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского
(Россия, Саратов)*

doi: 10.18411/lj-08-2019-20

idsp: ljjournal-08-2019-20

Аннотация

В данной статье автором рассмотрены теоретические аспекты предпринимательства и молодежного предпринимательства в контексте различных социальных и гуманитарных концепций. Целью исследования являлось теоретическое осмысление различных подходов для выявления категории молодежное предпринимательство. В качестве метода был использован теоретический анализ, позволяющий рассмотреть данный феномен с различных позиций научного знания. Основным результатом исследования стала авторская попытка систематизировать и интегрировать различные взгляды для выявления определения молодёжного предпринимательства, что на наш взгляд, может использоваться в преподавании дисциплин социологического факультета, специальности «Организация работы с молодежью»

Ключевые слова: предпринимательство, молодежное предпринимательство, ценности, бизнес, молодежь.

Abstract

In this article the author considers the theoretical aspects of entrepreneurship and youth entrepreneurship in the context of various social and humanitarian concepts. The aim of

the study was the theoretical understanding of different approaches to identify the category of youth entrepreneurship. As a method, theoretical analysis was used, which allows to analyze this phenomenon from different positions of scientific knowledge. The main result of the study was the author's attempt to systematize and integrate different views to identify the definition of youth entrepreneurship, which in our opinion can be used in the disciplines of the faculty of sociology, specialty " Organization of work with youth»

Keyword: entrepreneurship, youth entrepreneurship, values, business, youth.

Попытки изучить проблему предпринимательства, так или иначе наблюдались в науке самых разных периодов, но следует подчеркнуть, что данный феномен по-прежнему актуален в исследовательских практиках и требует тщательного анализа на разных уровнях гуманитарного знания. В нашей статье мы сконцентрируем внимание на некоторых концепциях западных и отечественных исследователей, чье мнение, на наш взгляд, актуально и в наше время, а, следовательно, заслуживает пристального внимания. В первую очередь хотелось бы отметить трактовку ирландского экономиста и коммерсанта Ричард Кантильона, который конце XVII – начала XVIII веков впервые употребил понятие «предприниматель», идентифицируя таким образом индивида склонного к риску для достижения больших показателей. Главное, что отличало данного изыскателя, что он отлично знал особенности предпринимательства изнутри, а, следовательно, мыслил, как практик. По его мнению, в подобного рода деловой активности имеет место быть некоторый дисбаланс между спросом и предложением на рынке, который создает все необходимые условия для извлечения прибыли, развивая тем самым конкуренцию, как неотъемлемый элемент рыночных отношений [1, с. 231]. Теория А. Смита – английского экономиста второй половины XVII века – стала толчком к следующему этапу в развитии и понимании предпринимательских общественных отношений. Можно отчасти идентифицировать А. Смита, как последователя физиократов, считавших, что народное богатство создается в сфере производства, а не в сфере обмена. В тоже время, в отличие от своих предшественников, он не был склонен жестко противопоставлять сельскохозяйственный труд всякому другому. Адам Смит один из первых показывает эгоистическую сторону предпринимательства [2, с. 96-102]. Он говорит, что в своей хозяйственной деятельности человек непрерывно нуждается в сотрудничестве с другими людьми. Эти люди могут не являться его друзьями, родственниками, и, тем не менее, они поддерживают его, при этом преследуя свои собственные интересы. Следовательно, важнейший принцип делового мира: не следует экономическому партнеру говорить о своих потребностях и нуждах, акцентируя внимание лишь на его выгоде. В трудах выдающегося американского экономиста Шумпетера И, на наш взгляд, были рассмотрены проблемы теории и практики предпринимательства, которые являются актуальными и для российского социума [3, с. 58-60]. Речь идет о концептуальных основах деятельности предпринимателя, его мотивах, целях и личных качествах. Шумпетр И. одним из первых систематизировал теорию прибыли, как результат инновационной деятельности компании, при этом актуализируя новатора, как важного элемента предложенной системы. Не менее интересной является концепция, предложенная специалистом в области менеджмента П. Друкером, который опираясь на теоретические подходы французского экономиста Ж-Б. Сэя, полагал, что основная задача предпринимателя заключается в перемещении экономических ресурсов из области низкой производительности и доходов в область, где прибыльность и производительность намного выше [4, с. 98].

В тоже время следует подчеркнуть, что в последнее время, все чаще акцентируется внимание на феномене молодежного предпринимательства, что на наш взгляд, связано с попыткой осмыслить молодежь с различных научно-практических подходов. В этой связи, под молодежным предпринимательством, следует понимать

рыночную деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства). Что касается юридических лиц, то они должны соответствовать следующим критериям:

1. Средний возраст штатных работников, а также возраст руководителя не превышает 30 лет.
2. В уставном капитале, доля вкладов которых не старше 30 лет превышает 75 процентов [5, с. 98].

Э.Ю. Коческова, более глобально трактует данное понятие, а именно, как сферу общественных отношений, в которую входит как экономическое взаимодействие, так и молодежная политика государства [6, с. 98]. Кроме того, некоторые специалисты характеризуют молодежное предпринимательство, как динамичный процесс создания новой ценностной категории, которая эффективно объединяет ресурсы для использования имеющихся возможностей по удовлетворению существующих или создаваемых потребностей [7, с. 98]. Проведенный исследовательский анализ, позволяет интегрировать все обозначенные подходы и предложить авторское понятие в трактовке данного социального феномена. И так, на наш взгляд, молодежное предпринимательство – это особая, относительно автономная научная категория рыночной активности, реализуемая индивидами определенном возрастном интервале (до 30 лет), интегрирующая доступные ресурсы, профессиональные навыки, личные качества, позволяющие конкурировать в бизнес-среде в целях максимизации прибыли. При этом нужно учитывать специфические признаки молодежного предпринимательства – это расположенность к риску, гибкость, мобильность, инновационная активность.

Следовательно, предпринимательство, это особый вид деятельности, основанный на инновационной деятельности, эгоизме и прибыли, как результат взаимодействия субъектов в условиях рынка. В то время как молодежное предпринимательство новая ценностная категория в бизнесе, изучение которой еще предстоит осуществлять на стыке различных гуманитарных и социальных дисциплин.

1. Щербина, Л. В. История экономики [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. В. Щербина. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2019. — 159 с. — 978-5-9758-1798-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81012.html>
2. Заславская, М. Д. История экономики [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / М. Д. Заславская. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, 2018. — 294 с. — 978-5-394-01963-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/85219.html>
3. Курс по истории мировой экономики [Электронный ресурс] / . — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск : Сибирское университетское издательство, Норматика, 2016. — 185 с. — 978-5-4374-0167-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65180.html>
4. Семенова, И. И. История менеджмента [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / И. И. Семенова. — 2-е изд. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 199 с. — 978-5-238-01330-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/81778.html>
5. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года», «Собрание законодательства РФ», 15.12.2014, № 50, ст. 7185.
6. Коческова Э.Ю. Исследования основных проблем и перспектив развития молодежного предпринимательства в РФ, *JuvenisScientia*, 2016. № 1. С. 50-51.
7. Иванова А.В. Комплексная оценка факторов развития молодежного предпринимательства в университетской среде, Автореферат, Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, 2013. 18 с.