

Трибуна молодого ученого

УДК 316.334.2

ЧЕСТНЫХ Юлия Сергеевна

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Ленинградский проспект, 49, Москва, 125993, Россия.

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0287-548X>

Честных Юлия Сергеевна, студент, Факультет социологии и политологии, г.
Москва/ E-mail: julia.96tmb@yandex.ru

**СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ МОЛОДЕЖИ НА
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ИНТЕРНЕТЕ**

Аннотация

Предмет/Тема. Активное развитие информационно-коммуникационных технологий привело к появлению новых форм экономической деятельности, одной из которых является предпринимательство в Интернете.

Цель данного исследования стало изучение социальных установок молодежи на предпринимательскую деятельность в Интернете.

Методология. Анализ опирался на количественный метод исследования – электронный опрос (анкетирование). Полученные данные позволили охарактеризовать социальные установки студентов на Интернет-предпринимательство, а также раскрыть методические основы изучения установок молодежи относительно электронного предпринимательства. На основе результатов социологического исследования было проведено описание включенности студентов в виртуальное пространство.

В ходе анализа данных были применены такие методы как анализ документов, одномерное распределение, простые и агрегированные индексы, статистика χ^2 . Полученные результаты позволили обосновать актуальность глубинного изучения социальных практик и Интернет–угроз, возникающих в процессе реализации предпринимательских намерений.

Выводы. Исследователем были сделаны выводы о выраженности и содержании социальных установок московских студентов на Интернет-предпринимательство. В ходе дальнейшего изучения представленной темы автором рекомендуется обратить внимание на весь спектр факторов, влияющих на уровень социальных установок молодежи на Интернет-предпринимательство. В частности, следует проанализировать правовые механизмы защиты и поддержки молодых предпринимателей в Интернете.

Ключевые слова: интернет–предпринимательство, предпринимательская деятельность в интернете, социальные установки, молодежь.

JEL classification: L26, L81

Young scientist tribune

Yulia S. Chestnykh

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-0287-548X>

Student, Faculty of Social and Political Sciences, Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia.

E-mail: julia.96tmb@yandex.ru

YOUNG PEOPLE'S SOCIAL ATTITUDES TOWARDS INTERNET ENTREPRENEURSHIP

Abstract

Subject/Topic The active development of information and communication technologies has led to the emergence of new forms of economic activity, one of which is entrepreneurship on the Internet.

Goals/Objectives The purpose of the research is the study of the young people's social attitudes towards the entrepreneurship on the Internet.

Methodology The analysis was based on a quantitative research method - electronic survey (questioning). The data have allowed to describe social attitudes of students towards the Internet entrepreneurship and to justify the methodological basics of studying the social attitudes of young people towards e-entrepreneurship. Based on the results of the sociological study, students' inclusion in the virtual space was described. In the analysis such methods as document analysis, one-dimensional distribution, simple and aggregated indices, statistics χ^2 were applied. The obtained results have allowed to substantiate the relevance of a deep study of social practices and the Internet threats that arise in the process of implementing entrepreneurial intentions.

Conclusions and Relevance The conclusions were made about the subject and content of social attitudes of Moscow students towards Internet entrepreneurship. In further studying of the issue the author recommends to draw the attention to the whole range of factors influencing the level of social attitudes of young people towards Internet entrepreneurship. In particular, the legal mechanisms of protection and supporting of the young entrepreneurs on the Internet should be analyzed.

Keywords: *Internet-entrepreneurship, entrepreneurship on the Internet, social attitudes, the youth.*

Активное развитие информационно-коммуникационных технологий привело к появлению новых форм экономической деятельности, одной из которых является предпринимательство в Интернете. За последние годы объем электронного рынка стремительно вырос. [1] В настоящий момент предпринимательская деятельность в Интернете изучена фрагментарно, отсутствует систематический подход к ее исследованию. При этом, молодежь является самой вовлеченной группой в Интернет-пространство, именно поэтому изучение социальных установок студентов (как одних из представителей молодежи) на предпринимательскую деятельность в Интернете сегодня становится особенно важным.

Проблемная ситуация в сфере поддержки государством молодежного Интернет-предпринимательства заключается в том, что в настоящее время среди молодежи увеличивается активная группа людей, имеющая социальные установки (в том числе проверенные опытом) на занятие Интернет-предпринимательством, что является важным фактором для экономического развития страны. С другой стороны, недостаточны условия для реализации социальных практик, что, в свою очередь, создает предпосылки для социальной напряженности, снижения экономической

активности молодых людей, появления новых рисков, препятствующих росту экономического благосостояния.

В социологическом смысле предпринимательская активность часто рассматривается как фактор трансформации социально-экономических отношений. Это связано с социальными аспектами предпринимательства, потому что, с одной стороны, социум является ресурсом предпринимательской деятельности, а, с другой, предпринимательская деятельность своими результатами влияет на состояние общества. [2]

Предприниматель определяется в ряде теорий как хозяйственный субъект, функцией которого является осуществление новых комбинаций и который выступает в качестве активного субъекта предприятий. Главной особенностью социального класса предпринимателей считается его немногочисленность, так как предприниматели – это талантливые, креативные люди, новаторы (в широком смысле этого слова), соответственно, их меньшинство. [3]

Предпринимательство в силу своей природы предполагает реализацию новаторских практик. При этом, в класс «инноваторов» входит не более 2,5% от всего населения. Под инноваторами в молодежной среде понимаются молодые люди, жители крупных городов, во многом космополитичные и склонные к повышенной территориальной и социальной мобильности. Они имеют доход выше среднего, обладают сравнительно высоким социальным статусом, значительным человеческим и социальным капиталом. [4]

Проведенный анализ научных публикаций в электронной библиотеке eLIBRARY.RU позволил оценить контексты использования термина «Интернет-предпринимательство», который раскрывается в рассматриваемой отечественной литературе в следующих аспектах:

- как предпринимательская деятельность в условиях современных экономических реалий России [5], [6];
- как вид предпринимательской деятельности в контексте особенностей и стандартных характеристик любой формы предпринимательства [7];
- категориального анализа дефиниций предпринимательства, осуществляемого в интернет-пространстве [8] и другие.

Характерной является позиция ряда авторов, которые исходят из того, что по мере распространения новых информационных технологий и сети интернет, все большее число фирм вовлекаются в сферу электронного предпринимательства, при этом интернет-среда открывает для предпринимательства новые экономические возможности, что позволяет создавать новые предприятия, ориентированные только на электронную коммерции, и использовать традиционным предприятиям элементы электронной коммерции в своей бизнес-практике. [9]

В социальной психологии широко представлен подход о неразрывной связанности личности с деятельностью, которую она осуществляет. Так как социальная установка, определяемая как диспозиция личности,

функционирует как элемент психологической и социальной структуры личности, то действия, мысли и чувства индивида организуются в соответствии с этой установкой и с учетом социального объекта. [10] Более того, установлена взаимосвязь между социальными потребностями и социальными установками личности, согласно которой потребности индивида формируют установки. [11]

Применимо к рассматриваемой теме, социальные установки студентов на предпринимательскую деятельность в Интернете есть специфические предрасположенности молодых людей к восприятию, анализу и оценке социальных стимулов Интернет-пространства, формирующиеся и функционирующие при осуществлении электронной предпринимательской деятельности.

В управленческом дискурсе под установками на Интернет-предпринимательство понимается совокупность социальных характеристик личности по состоянию включенности в Интернет-коммуникации, оценки позитивности работы в Интернете, готовности к Интернет-деятельности, а также в выборе предмета деятельности в Интернет-предпринимательстве и уровне притязаний на осуществляемую деятельность в Интернет-сети.

В целях изучения социальных установок молодежи на предпринимательство в Интернете в январе-феврале 2018 года проведено социологическое исследование среди обучающихся в вузах г. Москва. Всего опрошено 210 студентов социально-гуманитарного, лингвистического (30,5%), экономического (22%), технического, строительного (14,5%), аграрного (13%), творческого (7,5%), юридического (6,5%), медицинского (4%), военного (2%) профилей обучения. В опросе приняли участие, как бакалавры, так и магистры всех форм обучения. Преимущественно это студенты-бакалавры (93%), обучающиеся на очной форме (88%). Результаты социологического исследования представительны на уровне ошибки 6,5% и доверительной вероятности 95% для студенческой молодежи города Москва.

Руководитель исследования – Ю.С. Честных, научный руководитель исследования – доктор социологических наук, доцент, М.В. Кибакин. Собранный первичный материал прошел верификацию и экспертизу на предмет качества и достоверности, а также включен в научный архив Департамента социологии, истории и философии Финансового университета.

Отношение опрошенных к Интернет-предпринимательству характеризуется их включенностью в виртуальное взаимодействие, а также выраженностью установок на предпринимательскую деятельность в Интернет-пространстве.

Полученные данные позволяют говорить о высоком уровне включенности студентов в виртуальное взаимодействие. Основная часть молодежи использует Интернет каждый день (98%), проводя более 5 часов своего времени в нем (63,5%). Основными целями использования Интернета

являются коммуникация (92,5%) и учебная деятельность (60,5%). При этом, 1/5 часть студентов связывает свою деятельность в Интернете с работой.

По мнению 65,5% студентов, предпринимательство в Интернете является перспективным направлением. Примечательно, что с предложениями о возможном заработке в Интернете сталкивались преимущественно все студенты (94,5%), опыт заработка в электронной сети был у 40%. Среди тех, у кого был опыт предпринимательства в Интернет-пространстве хотя бы 1 раз, находятся студенты всех направлений подготовки, кроме военных. В ближайшие 12 месяцев планирует начать Интернет-предпринимательство 33% молодежи.

Во время исследования также была получена характеристика взаимодействия студентов с субъектами предпринимательской деятельности в Интернете. Эта информация получена от тех студентов, у которых есть знакомые, занимающиеся в настоящее время или ранее Интернет-предпринимательством. Таких участников исследования примерно половина (48%). Более 42% студентов указали, что их знакомые занимаются/занимались данным видом деятельности более 1 года. Специализация – продажи, интернет-магазин (47,37%). Примерный доход этих Интернет-предпринимателей был не более 30 000 руб. Однако каждый 6 студент указал, что заработок их знакомых был более 90 000 руб. При этом, данный вид деятельности не был основным способом получения дохода (68,14%).

Для дополнительной характеристики изучаемого явления был применен индексный метод. Расчет индексов производился на основе первичной информации, сгруппированной по вариантам ответа в вопросе. Количество ответов (или проценты) по каждому варианту ответа взвешивалось на коэффициенты от 0 до 1. Полученные взвешенные данные суммировались, а затем делились на количество респондентов (или 100%). Общая цифра характеризует уровень выраженности того или иного показателя. При этом, чем данная цифра ближе к 1, тем уровень выраженности сильнее.

Нормированные индексы были посчитаны по 7 показателям, в качестве которых выступали

1. использование студентами Интернета в рабочих целях;
2. наличие опыта заработка в Интернете;
3. оценка перспективности предпринимательской деятельности в Интернете;
4. наличие/отсутствие планов относительно начала предпринимательской деятельности в Интернете в ближайший год;
5. видение Интернет-предпринимательства в качестве основного вида деятельности;
6. чтение специализированной литературы в сфере Интернет-бизнеса;
7. посещение профильных мероприятий.

Указанные показатели были поделены на 4 группы в зависимости от уровня индекса.

В первую группу вошел индекс перспективности предпринимательства в Интернете, который составил 0,6700.

Во вторую группу были включены индекс наличия планов о начале предпринимательской деятельности в Интернете (0,4375) и индекс планирования начала интернет-предпринимательства в качестве основного вида деятельности (0,3650).

В третьей группе расположены индексы использования Интернета в рабочих целях (0,2500) и наличия опыта заработка в Интернете (0,2300).

В четвертую группу вошли индекс обращения студентов к специализированной литературе (0,0650) и индекс посещения мастер-классов и т.п., посвященных коммерческой деятельности в Интернете (0,1200).

Помимо подсчета простых нормированных индексов, был проведен расчет агрегированных индексов на основе уже рассчитанных 7 показателей. По каждому респонденту был получен общий индекс, который затем суммировался с общими индексами других респондентов и делился на их количество. Полученную оценку, равную 0,3042, назвали уровнем предпринимательской активности студентов в Интернете.

Последним этапом в анализе данных стал подсчет статистики χ^2 в зависимости от пола студента по двум показателям:

1. наличие опыта предпринимательской деятельности в Интернете;
2. наличие планов о начале предпринимательской деятельности в Интернете.

В первом случае, эмпирическая статистика χ^2 составила 87,01, и она превысила теоретическую статистику. Во втором случае, эмпирическая статистика χ^2 составила 140,52, которая также превысила теоретический показатель. Исходя из этого, можно сделать вывод, что пол является значимой характеристикой в исследуемом явлении. Мужчины в большей степени интересуются предпринимательской деятельностью в электронной сети, обладая уже определенным опытом Интернет-предпринимательства и планируя дальнейшую деятельность, связанную с Интернет-пространством.

Таким образом, социологический анализ установок молодежи на Интернет-предпринимательство позволил разработать авторское определение изучаемого термина, что дает научные основания для дальнейшего глубокого изучения социальных установок на предпринимательскую деятельность в сети.

Примененные методы социологического исследования позволили сделать выводы о выраженности и содержании социальных установок московских студентов на Интернет-предпринимательство. Получена информация относительно включенности молодежи в Интернет-предпринимательство; рассмотрены факторы, определяющие уровень

социальных установок; доказана ведущая роль студенческой среды на формирование социальных установок молодежи. В ходе дальнейшего изучения представленной темы необходимо обратить внимание на весь спектр факторов, влияющих на уровень социальных установок молодежи на Интернет-предпринимательство. В частности, следует проанализировать правовые механизмы защиты и поддержки молодых предпринимателей в Интернете. Рекомендуется провести более глубокий анализ социально-психологических свойств и качеств личности, занимающейся предпринимательской деятельностью в Интернете. Особым объектом исследования должны стать причины прекращения предпринимательской активности в Интернет-среде.

Список источников:

1. Data Insight [Электронный ресурс] // Исследовательское агентство. URL: <http://www.datainsight.ru/> (дата обращения: 18.10.2018).
2. Кислин 2008 - Кислин Д.В. Основные подходы в исследовании феномена предпринимательства // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2008. С. 208-216.
3. Шумпетер 1982 - Шумпетер, Й. А. Теория экономического развития. М., 1982. С.49-60.
4. Rogers E. 2010 - Rogers E. Diffusion of Innovations. — 4-е изд. — Simon and Schuster, 2010
5. Ахметова 2013 – Ахметова М.Р. Интернет-предпринимательство как фактор современного экономического роста России / Научные труды Вольного экономического общества России. 2013. Т. 172. С. 23-31.
6. Юлдашева, Сайфуллин, Саетгариева 2017 – Юлдашева О.Н., Сайфуллин А.М., Саетгариева А.С., Ефимова А.С. Особенности развития предпринимательства в России в условиях санкций / В сборнике: Актуальные проблемы социального, экономического и информационного развития современного общества Материалы II Ежегодной Всероссийской научно-практической конференции. Главный редактор А.И. Уразова. 2017. С. 390-394.
7. Титова 2017 – Титова Э.А. Интернет-предпринимательство: особенности ведения и отличия от классического / В книге: Экономика, экология и общество России в 21-м столетии сборник научных трудов 19-й Международной научно-практической конференции. 2017. С. 486-490.
8. Дегтерева 2013 – Дегтерева А.О. Проблемы категориальной определенности дефиниций предпринимательской деятельности, осуществляемой с помощью средств интернета (интернет-предпринимательство) / Научное обозрение. 2013. № 7. С. 106-113.
9. Смахтина, Кузьменко 2015 – Смахтина А.А., Кузьменко О.Р. Интернет-предпринимательство сегодня и завтра / В сборнике: Перспективы развития Восточного Донбасса Материалы VI-й Международной и 64-й Всероссийской научно-практической конференции. Министерство образования и науки Российской Федерации, Южно-Российский государственный политехнический университет (НПИ) имени М.И. Платова, Шахтинский институт (филиал) ЮРГПУ(НПИ) им. М.И. Платова. 2015. С. 282-285.

10. Гулевич, Безменова 1999 - Гулевич О. А., Безменова И. К. Аттитюды и их взаимодействие с поведением. - М.: Рос. психол. о-во, 1999. С. 144.

11. Надирашвили 1975 – Надирашвили Ш. А., Социальная психология личности, Тб., 1975. С.130

References:

Data Insight [Electronic resource] // Research Agency. URL: <http://www.datainsight.ru/> (appeal date: 10/18/2018).

Kislin D.V. The main approaches in the study of the phenomenon of entrepreneurship [Kislin D.V. Osnovnyie podhodyi v issledovanii fenomena predprinimatelstva] // Bulletin of the Nizhny Novgorod University. N.I. Lobachevsky, 2008 [Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N.I. Lobachevskogo, 2008].

Schumpeter, J.A. Theory of Economic Development. M., 1982 [Shumpeter, Y. A. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. M., 1982].

Rogers E. Diffusion of Innovations. - 4th ed. - Simon and Schuster, 2010.

Akhmetova M.R. Internet entrepreneurship as a factor of modern economic growth in Russia [Ahmetova M.R. Internet-predprinimatelstvo kak faktor sovremennogo ekonomicheskogo rosta Rossii] / Scientific works of the Free Economic Society of Russia. 2013. V. 172. P. 23-31 [Nauchnyie trudyi Volnogo ekonomicheskogo obschestva Rossii. 2013. T. 172. S. 23-31].

Yuldasheva ON, Saifullin AM, Saetgarieva A.S., Efimova A.S. Features of the development of entrepreneurship in Russia in terms of sanctions [Yuldasheva O.N., Sayfullin A.M., Saetgarieva A.S., Efimova A.S. Osobennosti razvitiya predprinimatelstva v Rossii v usloviyah sanktsiy] / In the collection: Actual problems of social, economic and informational development of modern society Materials of the II Annual All-Russian Scientific and Practical Conference. Chief Editor A.I. Urazova. 2017. p. 390-394 [V sbornike: Aktualnyie problemyi sotsialnogo, ekonomicheskogo i informatsionnogo razvitiya sovremennogo obschestva Materialyi II Ezhegodnoy Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Glavnyiy redaktor A.I. Urazova. 2017. S. 390-394].

Titova E.A. Internet entrepreneurship: features of reference and differences from the classic [Titova E.A. Internet-predprinimatelstvo: osobennosti vedeniya i otlichiya ot klassicheskogo] / In book: Economics, Ecology and Society of Russia in the 21st century, a collection of scientific papers of the 19th International Scientific and Practical Conference. 2017. p. 486-490 [V knige: Ekonomika, ekologiya i obschestvo Rossii v 21-m stoletii sbornik nauchnyih trudov 19-y Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. 2017. S. 486-490].

Degtereva A.O. Problems of categorical certainty definitions of entrepreneurial activity carried out using the Internet (Internet entrepreneurship) [Degtereva A.O. Problemyi kategorialnoy opredelenosti definitsiy predprinimatelskoy deyatel'nosti, osuschestvlyаемoy s pomoschyu sredstv interneta (internet-predprinimatelstvo)] / Scientific Review. 2013. No. 7. P. 106-113 [Nauchnoe obozrenie. 2013. # 7. S. 106-113].

Smakhtina A.A., Kuzmenko O.R. Internet entrepreneurship today and tomorrow [Smahtina A.A., Kuzmenko O.R. Internet-predprinimatelstvo segodnya i zavtra] / In the collection: Prospects for the development of Eastern Donbass Materials of the VIth International and 64th All-Russian Scientific-Practical Conference. Ministry of Education and Science of the Russian Federation, South-Russian State Polytechnic University (NPI) named after M.I. Platova, Shakhtynsky Institute (branch) of the South Russian State Pedagogical University

(NPI) M.I. Platov. 2015. p. 282-285 [V sbornike: Perspektivyi razvitiya Vostochnogo Donbassa Materialyi VI-y Mezhdunarodnoy i 64-y Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Ministerstvo obrazovaniya i nauki Rossiyskoy Federatsii, Yuzhno-Rossiyskiy gosudarstvenniy politehnicheskii universitet (NPI) imeni M.I. Platova, Shahtinskiy institut (filial) YuRGPU(NPI) im. M.I. Platova. 2015. S. 282-285].

Gulevich O. A., Bezmenova I. K. Attitudes and their interaction with behavior. - M.: Ros. psychol. Is, 1999. p. 144 [Gulevich O. A., Bezmenova I. K. Attityudy i ih vzaimodeystvie s povedeniem. - M.: Ros. psihol. o-vo, 1999. S. 144].

Nadirashvili S. A., Social psychology of personality, TB., 1975, p. 130 [Nadirashvili Sh. A., Sotsialnaya psihologiya lichnosti, Tb., 1975, s.130].