

## Специфика доверия в неформальном секторе молодёжного бизнеса

Научный руководитель – Морозов Анатолий Алексеевич

*Грошева Любовь Игоревна*

*Кандидат наук*

Тюменское высшее военно-инженерное командное училище (военный институт) имени маршала инженерных войск А.И. Прошлякова, Гуманитарных наук, Гуманитарных и общенаучных дисциплин, Тюмень, Россия

*E-mail: malivia@rambler.ru*

Развитие неформального сектора экономики является своеобразным ответом на вызовы и барьеры к благоприятному развитию бизнеса. Молодёжь, как наиболее склонная к рисковому поведению категория населения в значительной мере отражает тенденции современного общества - рост неформальных способов ведения дел и бизнеса в целом.

Среди специфических черт неформального молодёжного бизнеса (не зарегистрированного в государственных органах) следует выделить деятельность в условиях постоянного риска и высокой конкуренции, что требует формирования особых качеств и навыков, позволяющих сохранять позиции и наращивать потенциал созданной бизнес-единицы [2]. Общество, как комплекс вызовов и рисков сформировалось ещё в работах У. Бека, который отразил высокую изменчивость и интенсивность современной жизни. Особенности процесса принятия рискованных решений у молодёжи, согласно исследованиям Ю.А. Зубок и В.И. Чупрова [1, с. 20] обусловлены самореализацией, самоопределением, долгосрочным планированием и прогнозированием. Отмеченные факторы могут быть трансформированы в категорию управляемых, однако зачастую молодые люди предпочитают импульсный подход к саморазвитию.

Неформальный молодёжный бизнес позиционируется государством как негативное явление, которое необходимо трансформировать в легализованные формы деятельности. Однако объёмы существующей неформальной экономики показывают, что процесс трансформации затруднён, а уровень доверия молодых бизнесменов к официальным структурам способствует сохранению сложившейся тенденции.

С целью оценки уровня и качества доверия молодых бизнесменов неформального сектора экономики, автором в сентябре-ноябре 2016 года был проведён экспертный опрос, охвативший 67 человек в возрасте 18-30 лет, осуществляющих свою предпринимательскую деятельность без официальной регистрации в различных регионах России.

Следует отметить, что наиболее высокий уровень доверия молодые бизнесмены проявляют по отношению к бизнес-сообществу (73 %), которое представлено аудиторией форумов, интерактивных площадок, социальных сетей. Именно социальный капитал отмечен в качестве основного поставщика достоверной и актуальной информации. При этом к организаторам подобных мероприятий (АМПП, Росмолодёжь) бизнесмены проявляют большую осторожность - 57 % опрошенных. В ряду причин подобного явления отмечаются: узкая специализация площадок, низкая информативность и актуальность предоставляемого материала, специфичность подачи информации, превалирование «саморекламы» над актуальным материалом. Бизнесмены подчёркивают, что предлагаемые истории успеха, как мотиваторы для легализации и повышения эффективности собственной деятельности, недостаточно эффективны. 19 % экспертов осуществляли проверку качества бизнес-планов и фактов результативной деятельности указанных примеров. Согласно их оценке: в большинстве случаев материал является умелым конструктом, не имеющим связи с действующим предприятием.

Относительно способов получения информации, предприниматели в большей мере ориентированы на самообразование и самостоятельную поисковую деятельность. В 54,5 % случаев предпочтения данного вида повышения квалификации обусловлено отсутствием ощущаемой гарантии качества официального образовательного продукта. Согласно результатам опроса, доверие к государственным и региональным образовательным программам выразили менее 10 %, в то время как предпочтительность услуг бизнес-инкубаторов (в случае их наличия в регионах) выбрали 43,4 % опрошенных. Бесплатные целевые консультации в рамках акций регионального значения также оцениваются молодыми людьми достаточно скептически. Из негативных аспектов отражено сомнение в квалификации консультантов, ввиду «молодости их вида» и недостаточно убедительной речевой культуры.

Самообразование как инструмент снижения рисков в сфере принятия решений предполагает обращение к различного рода источникам на основе самостоятельного аналитического отбора. Таким образом, предполагалось наличие свода порталов и интернет-площадок, к которым обращение со стороны предпринимателей было наиболее ожидаемым. Однако респонденты в большинстве случаев не смогли конкретизировать используемые ресурсы. Треть опрошенных смогла сформулировать примерные сферы знаний, которые охватывают доверительные ресурсы. Таким образом, каждый новый запрос, в том числе, касательно уже анализируемых ранее сфер деятельности, формируется заново посредством поисковых систем, так как конкретизация интернет-источников у молодых бизнесменов вызвала затруднения - 37,5 % не смогли назвать конкретных ресурсов, кроме случайного поиска в системе google.com.

Говоря об источниках информации в целом, помимо виртуальных порталов в несколько меньшем масштабе - 23,5 % бизнесменов выразили доверие к рекомендациям и помощи родственников и знакомых. В ходе сравнения с аналогичными данными по легализованным предпринимателям, результаты показали достаточно позитивную оценку бизнес-инкубаторам и технопаркам. Следует отметить, что в регионах с их присутствием в виде отдельных организаций, желательность обращения к ним зафиксирована на уровне 49 %, в то время как к инкубаторам при вузах и научно-исследовательских центрах отношение ещё более позитивно - 70,1 %.

Доверие к различным источникам СМИ, как в печатном, так и электронном формате, проявилось неоднозначно. Отдельные издания позиционировались как актуальные и надёжные, другие - несмотря на их принадлежность к официальным органам власти - оценивались негативно. Ответы по данной позиции практически не имели общего тренда.

Таким образом, исследование отразило основную проблему развития неформального молодёжного бизнеса - недостаточный уровень доверия к официальным представителям поддержки молодёжного бизнеса. Коррекция сложившейся ситуации, согласно мнению бизнесменов заключается в оперативном обновлении предоставляемой информации, качественной обратной связи с бизнесом, учёте опыта и практики международного сотрудничества, а также в разработке системы гарантий и санкций, применяемых к официальным порталам по поддержке предпринимательства за предоставление неактуальной либо недостоверной информации.

### Источники и литература

- 1) Вишневский Ю.Р., Шапко В.Т. Социология молодёжи. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2006. – 430 с.
- 2) Церетели Л. Развитие молодёжного предпринимательства: сегодня и завтра // Общественный Совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-

Петербурга. [Электронный ресурс]// Режим доступа: [http://www.ossfb.ru/experts/otrasli\\_MB/razvitie\\_molod\\_predpr.php](http://www.ossfb.ru/experts/otrasli_MB/razvitie_molod_predpr.php).