

социальная роль которого определяется возможностью оказывать влияние на развитие тех или иных тенденций в обществе через подготовку нового поколения к решению насущных социально-экономических задач. Поэтому педагоги должны развивать у обучающихся предпринимательские компетенции, обеспечивающие эффективную интеграцию в инновационное образовательное пространство как с точки зрения реализации профессионального, так и предпринимательского потенциалов.

Таким образом, формирование предпринимательских компетенций у молодого поколения современного общества – один из наиболее важных вопросов развития образования и экономики страны. Именно университеты должны формировать у учащихся необходимые компетенции для занятия предпринимательством. Государству для устойчивого развития и социального прогресса необходимы кадры и граждане, которые могут активно и эффективно вести страну к устойчивому улучшению благосостояния нации и экономически здоровому будущему.

Список литературы

1. *Зайцева, А. С.* Модель формирования предпринимательских компетенций / А. С. Зайцева // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2019. – № 2А. – С. 57–65.
2. Развитие предпринимательских компетенций у студентов технического вуза // Современные проблемы науки и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: science-education.ru/ru/article/view?id=19415. – Дата доступа: 29.11.2020.
3. *Schumpeter, J.* Capitalism, socialism and democracy / J. Schumpeter; Preface. and the General editorship of V. S. Avtonomova. – М.: Ekonomika, 1995. – 540 p.

Прокопович М. С.,

студентка 3 курса специальности «Социология»
специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский
государственный экономический университет»,
член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Молодежь – это часть населения, которая объединена интеллектуальной активностью, мобильностью, желанием изменить жизнь к лучшему, а также амбициозной позицией. Изучая специфику молодежного предпринимательства, следует более точно определить возрастные границы социальной группы, субъективирующей данное явление. Численность молодежи в Беларуси на конец 2019 года составляла 1858,5 тыс. человек, в возрасте от 14 до 31 года, то есть почти каждый пятый житель республики. Данная группа

обладает уникальными качествами, определяющими возможность ее участия в предпринимательской деятельности [2].

Предпринимательская деятельность сегодня – мощная движущая сила социально-экономического развития страны, поэтому все развитые страны обязаны своим высоким уровнем рыночной системы хозяйства именно предпринимательской деятельности [3, с. 37]. По данным национального статистического комитета Беларуси, вклад субъектов малого и среднего предпринимательства в ВВП Беларуси за 2018 г составил 24,6 %, в том числе организациями малого бизнеса – 14,8 %, организациями среднего бизнеса – 6,8 %, индивидуальными предпринимателями – 3 % [4]. Предпринимательство не только удерживает свои позиции в современной рыночной экономике, но и заметно улучшает их.

Один из ведущих мировых исследователей в области молодежного предпринимательства профессор Манфред Ф. Р. Кетс де Вриес в своей работе «Русский характер и стиль руководства» отмечает: «Важным фактором перехода к рыночной экономике является то обстоятельство, что молодежь не несет в себе балласта прошлого, имеющегося у старшего поколения. Молодые люди хотят оставить позади коллективистское наследие, они в гораздо большей степени по сравнению со старшими склонны к предпринимательству» [1, с. 20].

Молодежное предпринимательство является основным стратегическим ресурсом для развития предпринимательской деятельности в Республике Беларусь. Современная белорусская молодежь активно участвует в предпринимательской деятельности. Это происходит главным образом по причине того, что молодые люди не боятся рисковать, они потенциально способны противостоять увеличению работы и нервным нагрузкам, присутствующим в предпринимательской деятельности, особенно на начальном этапе. Кроме того, они готовы обновлять свои знания и навыки в соответствии с быстро меняющимися требованиями производства и рынка. Не менее важным является тот факт, что молодые люди демонстрируют достаточно высокий уровень мобильности при освоении новых рынков. Причины растущего интереса молодежи к предпринимательству связаны с тем, что это открывает возможность самозанятости, создает новые рабочие места, служит источником дохода, самореализации, пути профессионального обучения и взросления. Молодежное предпринимательство находится в центре интересов современного общества и влияет на жизнь всего населения. Маловероятно, что многие сектора экономики могли бы функционировать без бесконечного потока продукции и услуг с участием молодых предпринимателей. Привлечение молодых людей к предпринимательству – это не только увеличение доли малого бизнеса, но и решение проблемы занятости молодежи.

В настоящее время представители молодежи являются одними из наиболее незащищенных участников рынка труда: переход большинства предприятий в руки частных собственников ужесточил требования к профессиона-

лизму и наличию трудового стажа; реформы ликвидировали бронирование и распределение рабочих мест для выпускников вузов; высшее образование по большей части стало коммерческим. В результате получить качественное (и устраивающее по своей практической составляющей потенциального работодателя) образование становится все сложнее, устроиться на работу без трудового стажа (после окончания вуза) практически невозможно. Ухудшение условий вступления молодежи на рынок труда привело к тому, что молодежь стала одной из самых многочисленных групп населения среди официально зарегистрированных безработных. В связи с этим, молодые люди начинают задумываться о создании своего собственного дела.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что развитие молодежного предпринимательства в стране позволит не только решить проблемы в сфере самозанятости молодежи, развить экономический потенциал страны, но и стать одним из ключевых факторов развития рынка труда в Республике Беларусь.

Список литературы

1. Букин, М. М. Особенности становления молодежного предпринимательства / М. М. Букин // Социология. – 2017. – № 14. – С. 13–26.
2. К молодежи относится почти каждый пятый житель Беларуси // Белта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.belta.by/society/view/k-molodezhi-otnositsja-pochti-kazhdyj-pjatyj-zhitel-belarusi-352983-2019. – Дата доступа: 24.11.2020.
3. Нагорнов, В. И. Предпринимательство как фактор производства / В. И. Нагорнов // Экономика. – 2013. – № 12 – С. 37–39.
4. Предпринимательство в представлениях населения Республики Беларусь и факторы, влияющие на предпринимательскую активность // Институт социологии НАН Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: socio.bas-net.by. – Дата доступа: 24.11.2020.
5. Шимов, В. Н. Развитие экономики Беларуси: состояние, проблемы, абрис перспективной трансформации / В. Н. Шимов // Белорусский экономический журнал. – 2014. – № 2. – С. 4–15.

Примак Е. В.,

студент 3 курса специальности «Социология»
специализации «Экономическая социология»,

Институт социально-гуманитарного образования УО «Белорусский
государственный экономический университет»,
член СНИЛ «Экономика, социум и личность», г. Минск

РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В подобные периоды интенсивного общественного развития, сопровождающиеся обострением самых разных противоречий, важную роль играет социальная реклама – как процесс социального взаимодействия и комму-