

*Легкая П. В.,*

студентка 2 курса специальности «Социальная работа»  
(социально-педагогическая деятельность),  
факультет социально-педагогических технологий  
УО «Белорусский государственный педагогический университет  
имени М. Танка», г. Минск

## **ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КОМПЕТЕНЦИИ КАК ЖИЗНЕННАЯ ПЕРСПЕКТИВА СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ**

Сегодня развитие молодежного предпринимательства является приоритетной задачей. Однако формирование социально ответственных, устойчивых предпринимателей невозможно без комплексной предпринимательской экосистемы, важнейшим элементом которой является предпринимательская культура. Именно сформированная предпринимательская культура поможет избежать эффекта «скрытого предпринимательства», обеспечит прямую положительную связь между ростом числа малых предприятий и социально-экономическим развитием.

Формирование новых подходов к развитию предпринимательства требуют уточнения и переосмысления исходных понятий «предприниматель», «предпринимательство», «предпринимательская культура», «молодежное предпринимательство» и др. Их «размытость», на наш взгляд, ведет к неэффективности разрабатываемых и реализуемых на государственном и муниципальном уровнях мер поддержки с неточно сфокусированной направленностью.

Можно отметить, что существует огромное количество определений понятий «предприниматель» и «предпринимательство». Однако во всех рассмотренных определениях можно выделить три характеристики: поведения предпринимателя и его навыков; предпринимательского процесса и событий, являющихся его частью; результатов предпринимательской деятельности.

Необходимыми качествами и одновременно показателями здорового состояния и развития предпринимательства являются интенсивность выбора новых членов и напряженность конкурентной среды бизнеса. В свою очередь, количество и мотивированность молодежи, пополняющей сферу предпринимательства в качестве ее агентов, являются важнейшей составляющей этих процессов. Этот факт определяет закономерный исследовательский интерес к проблеме направленности молодежи на предпринимательскую деятельность, который усиливается с учетом следующих обстоятельств.

Во-первых, это социокультурные и экономические особенности современного общества. Наличие мотивации к занятию собственным бизнесом среди представителей различных социальных групп и слоев становится од-

ним из основополагающих факторов инновационного развития общества, необходимость которого подчеркивается руководством и в нашей стране [4].

В этой связи особую значимость приобретает предпринимательская активность среди молодежи. Молодежь является наиболее креативной и динамичной частью современного общества, и то, насколько она мотивирована к предпринимательской деятельности, влияет на конкурентоспособность и динамичность как экономики, так и общества в целом каждой конкретной страны.

Во-вторых, к ним можно отнести исторические особенности формирования белорусской бизнес-среды. Это, на настоящий момент, системное отставание сфер малого и среднего предпринимательства по сравнению с экономиками развитых стран. Отсюда актуализируется необходимость «стартовать с опережением», что под силу в большей степени предпринимателям, находящимся в наиболее креативном возрасте. Поэтому на плечи генерации молодых предпринимателей в ближайшем будущем ляжет задача количественного и качественного роста белорусского бизнеса.

В-третьих, это вызовы и риски ближайших перспектив белорусского бизнеса. Помимо экономического кризиса, значимой в этом плане представляется перспектива вступления во всемирную торговую организацию. Существующие практики предпринимательства (завышенные аппетиты в ценообразовании, коррупция и т. д.) могут послужить серьезным препятствием для успешной конкуренции белорусских субъектов бизнеса на международном рынке. В этой связи отсутствие наработанного опыта ведения предпринимательской деятельности у молодых бизнесменов становится преимуществом.

Таким образом, проанализировав существующие взгляды на определение понятия «предпринимательство», мы видим, что внимание всегда сосредотачивалось на развитии уже действующего субъекта и характеристике содержания самой категории «предприниматель», в то время как термин «предпринимательская культура» начинает активно применяться во второй половине XX века.

Значительное большинство современной молодежи принимает предпринимательскую деятельность в качестве своей реальной жизненной перспективы. А молодежное предпринимательство является ресурсом модернизации и повышения конкурентоспособности не только белорусского бизнеса, но и Беларуси в целом.

#### Список литературы

1. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма / М. Вебер // Избранные произведения / сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – С. 149–152.
2. Друкер, П. Ф. Инновации и предпринимательство / П. Ф. Друкер. – М.: Наука, 1992.
3. Стрелкова, К. Нравственные ценности в подготовке будущих предпринимателей / К. Стрелкова // Человеческий капитал и профессиональное образование. – 2014. – № 1. – С. 20–24.

<http://edoc.bseu.by>

*Леошко М. А.,*

студентка 4 курса специальности «Социология»  
специализации «Экономическая социология»,

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

### **ВОВЛЕЧЕНИЕ СТУДЕНТОВ В УЧАСТИЕ В БИЗНЕСЕ КАК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС**

Развитие Республики Беларусь на данном этапе связано с информатизацией и внедрением инноваций во все сферы жизни. В результате чего Беларусь должна прийти к инновационной экономике. Это предполагает повышение уровня образования работника, воспитание в нем новаторского и экономического мышления, способность к перемене профессии.

Рынок труда сегодня отличается высоким уровнем конкуренции, а потому уже не достаточно теоретических знаний, важно уметь применять эти знания на практике. Умение работать с новыми технологиями, самостоятельно принимать решения, объективно оценивать ситуацию – все это, главные требования к специалисту.

Одним из вариантов решения данной проблемы является вовлечение студентов в участие в бизнесе. Молодежь является наиболее активным слоем общества, который способен генерировать идеи и является источником инновации.

В нашей стране, на сегодняшний день, обучение студентов на базе бизнес-компаний, не является приоритетным направлением, однако, примеры такой деятельности есть. Распространенной практикой как в Республике Беларусь, так и в ряде других стран стало открытие бизнес-инкубаторов, есть и такие, которые открываются при ВУЗах. Бизнес-инкубаторы призваны поддержать бизнес на первых его этапах. Здесь предоставляется помощь в аренде площади, оказании юридических и бухгалтерских услуг, предоставлении консультации и обучении.

Для того, чтобы повысить эффективность деятельности бизнес-компаний, необходимо построить систему социального управления бизнесом с использованием социальных технологий.

Бизнес представляет собой систему, состоящую из подсистем, связанных между собой. Соответственно, бизнес как социальная организация – это группа людей, среди которых воспроизводятся социальные отношения, направленные на достижение целей.