

УДК 331.5;378.4

DOI 10.52928/2070-1632-2026-75-2-16-20

**АНАЛИЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В СФЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО
ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ***канд. экон. наук, доц. С.А. КАСПЕРОВИЧ**(Белорусский государственный технологический университет, Минск)**Е.В. КЛИМУК**(Барановичский государственный университет)*

Исследование предпринимательских предпочтений у студентов является инструментом стратегического планирования, который позволяет не только готовить квалифицированные кадры, но и формировать устойчивую национальную инновационную экономику, повышать её конкурентоспособность и адаптивность к современным вызовам. Статья посвящена исследованию предпринимательских предпочтений у студенческой молодежи, рассмотрению данного вопроса в работах отечественных и зарубежных исследователей, проведению анкетирования студентов среди четырех учреждений высшего образования Брестской области и города Минска. В ходе проведенного анкетирования был выявлен низкий уровень вовлеченности студенческой молодежи в образовательных программах, конкурсах бизнес-идей, также недостаточный уровень информированности студентов о проводимых в университетах мероприятиях в области бизнес-проектирования. Авторами разработан комплекс предложений по дальнейшему развитию молодежного инновационного предпринимательства в учреждениях высшего образования Республики Беларусь, в т.ч. внедрение дополнительных механизмов активизации участия студентов и их вовлечения в инновационно-предпринимательскую деятельность, внедрение модели развития предпринимательских компетенций молодежи на основе модели инновационно-предпринимательской экосистемы УВО, актуализацию учебных планов и другие.

Ключевые слова: *молодежное инновационное предпринимательство, мотивы, предпринимательские предпочтения, предпринимательские компетенции, меры поддержки.*

Введение. Молодёжное инновационное предпринимательство – это стратегический ресурс для развития национальной экономики, повышения инновационного потенциала страны и решения социально-экономических задач. Поддержка и развитие молодежного инновационного предпринимательства представляет собой инвестиции в будущее. В Республике Беларусь для молодежи создан широкий спектр возможностей для запуска и развития инновационных проектов.

В стране сформирована эффективная институциональная база регулирования предпринимательской деятельности, мер поддержки и стимулирования инновационно-предпринимательской деятельности молодежи. Одной из задач в приоритете «Занятость молодежи» Стратегии развития государственной молодежной политики является развитие молодежного предпринимательства, в том числе в социальной сфере¹. В Национальной стратегии устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 года представлены п. 5.2 «Развитие науки и содействие инновациям» и п. 8.3 «Развитие малого и среднего предпринимательства»². В программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2026–2030 годы в гл. 7 представлены п. 7.2 «Повышение наукоёмкости экономики и ускорение инновационного развития экономики» и 7.8 «Развитие предпринимательства и повышение эффективности управления государственными активами» с перечнем задач³. В Стратегии «Наука и технологии: 2018 – 2040» в качестве общих принципов развития кадрового потенциала в Республике Беларусь в рамках активизации процессов создания задела для передовых технических укладов выделены: усиление кооперации образования, фундаментальной и прикладной науки; стимулирование развития творческих, изобретательских и предпринимательских способностей личности на протяжении всей жизни⁴.

Существенный вклад в сферу молодежного инновационного предпринимательства вносит сформированная инфраструктура субъектов инновационной деятельности. Основные субъекты инновационной инфраструктуры в Республике Беларусь, в том числе функционирующие на базе УВО, подробно рассмотрены в работе авторов [1] с систематизацией направлений деятельности данных субъектов. С целью формирования и развития у молодежи компетенций в области инновационного предпринимательства в марте 2026 г. в Парке высоких технологий было зарегистрировано общественное объединение «Молодежное инновационное сообщество «Стартапспейс»», которое будет функционировать на базе 12 вузов страны. Основная цель деятельности данного объединения – помочь молодежи запустить свой стартап и попробовать себя в предпринимательстве.

¹ URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=C22100349>.

² URL: <https://economy.gov.by/uploads/files/NSUR/natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-razvitija-respubliki-belarus-na-period-do-2040-goda.pdf>.

³ URL: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=P925v0001>.

⁴ URL: https://nasb.gov.by/congress2/strategy_2018-2040.pdf.

В основу исследования положены системный, компетентностный подходы, позволяющие выявить факторы, способствующие и препятствующие функционированию и развитию молодежного инновационного предпринимательства среди обучающихся. Теоретической основой является анализ отечественных и зарубежных публикаций по теме исследования из базы РИНЦ, КиберЛенинка.

Основная часть. Проведенный анализ научной литературы по тематике представленного исследования позволяет сформулировать перечень обобщений.

В работе [2] отмечено, что «Молодежное предпринимательство (в силу социально-экономических особенностей молодежи, как наиболее активной, креативной, рефлексирующей части общества) является более гибким и восприимчивым к изменениям внешней среды, что способствует реализации инновационного потенциала экономики, коммерциализации инноваций и внедрению инновационных технологий». В работе [3] авторами исследования отмечено, что «Причины и степень включенности молодежи в инновационную деятельность зависит от роста спроса на результаты научно-технической деятельности, так и молодые специалисты ориентированы на те виды деятельности, которые ценятся обществом, государством». Авторами [4] представлена модель предпринимательских компетенций, состоящая из 3-х кластеров: стратегическое планирование, влияние, достижение результатов. В работе [5] представлены факторы, влияющие на процесс перехода от предпринимательских намерений к действиям по созданию бизнеса: факторы индивидуального уровня, факторы микросреды, факторы мезосреды. Авторами исследования [6] отмечено, что эффективная экосистема вуза (бизнес-инкубатор, образовательные программы) выступает катализатором предпринимательских намерений. Авторами исследования [7] предложено дополнить классификацию стимулов, для формирования у молодежи устойчивых мотивов к предпринимательству, двумя группами: 1) профессиональными стимулами, которые «направлены на формирование предпринимательской грамотности и компетенций, позволяющих молодежи открыть и вести собственный бизнес; 2) стимулами, формируемыми образовательной средой, которые «предполагают побуждение молодежи к предпринимательской деятельности со стороны образовательных организаций различных уровней» [8].

На основе результатов проведенного социологического исследования на основе анкетирования студенческой молодежи университетов в некоторых городах Российской Федерации (Москва, Тверь, Астрахань, Тюмень, Казань, Воронеж) авторами статьи [9] сделан вывод о том, что студент, склонный к предпринимательству, чаще всего уже имеет некоторое представление о том, в каком направлении он будет двигаться в процессе своей предпринимательской деятельности. На примере работы Центра поддержки предпринимательства Шадринского государственного педагогического университета представлена программа предпринимательской подготовки студентов, включающая обучающие и просветительские мероприятия и практико-ориентированные мероприятия [10]. В работе [11] на основе проведенного опроса студентов университетов из Москвы, Санкт-Петербурга, Екатеринбург, Волгограда и Тюмени в результате кластеризации выделено 5 типов креативности студентов университетов: кластер 0 «Любители домашнего комфорта», кластер 1 «Практичные профессионалы», кластер 2 «Амбициозные предприниматели», кластер 3 «Прагматичные работники», кластер 4 «Индивидуалисты с идеями». В работе [12] представлена структура уровней деятельности модели вуза по вовлечению в предпринимательский трек студентов, включающая вовлечение, выбор – отбор, акселерацию компетенций, формирование проектов, акселерацию проектов, выбор – отбор проектов, посевную поддержку, полевые испытания проектов и отбор рынком.

С целью анализа уровня развития предпринимательских компетенций у студенческой молодежи нами была разработана анкета, включающая перечень вопросов (29), отражающих информационное обеспечение, учебно-методическое обеспечение учреждений высшего образования в области молодежного предпринимательства, меры государственной поддержки и инструменты стимулирования молодежного инновационного предпринимательства, сферы применения результатов реализации собственных бизнес-идей студентами. Эмпирической базой исследования выступили результаты проведенного анкетирования среди обучающихся УВО Брестской области и города Минска Республики Беларусь. Данный опрос проводился в форме онлайн-анкетирования среди студентов следующих УВО: Белорусский государственный технологический университет, Брестский государственный технический университет, Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина, Барановичский государственный университет. В данных университетах подготовка ведется по инженерно-техническому, экономическому, педагогическому, сельскохозяйственному, естественнонаучному направлениям.

Выборка исследования составила 1662 респондента: 58,7% опрошенных – девушки, 41,3% – юноши. В анкетировании принимали участие студенты 1–4 курсов дневной формы получения образования: 25,2% (1 курс), 27,2% (2 курс), 28,2% (3 курс), 19,4% (4 курс). Направления подготовки респондентов по образовательным программам общего высшего образования представлены наличием каждого из профилей: инженерно-техническим – 36,2%; педагогическим – 33,6%; экономическим – 13,5%; правовым – 5,2%; другими профилями – 11,5%.

По результатам опроса 22% респондентов планируют заниматься предпринимательской деятельностью, 22,3% – не планируют. Из общего количества респондентов 55,7% обучающихся пока не определились, планируют ли заниматься предпринимательской деятельностью, что свидетельствует о том, что не все обучающиеся задумываются об открытии собственного дела сразу после окончания университета, что подтверждает необходимость рассмотрения факторов-мотиваторов к предпринимательской деятельности среди молодежи.

Респондентами были определены основные отрасли (можно было выбрать несколько вариантов), в которых планируется реализация инновационных предпринимательских инициатив (рисунок 1).

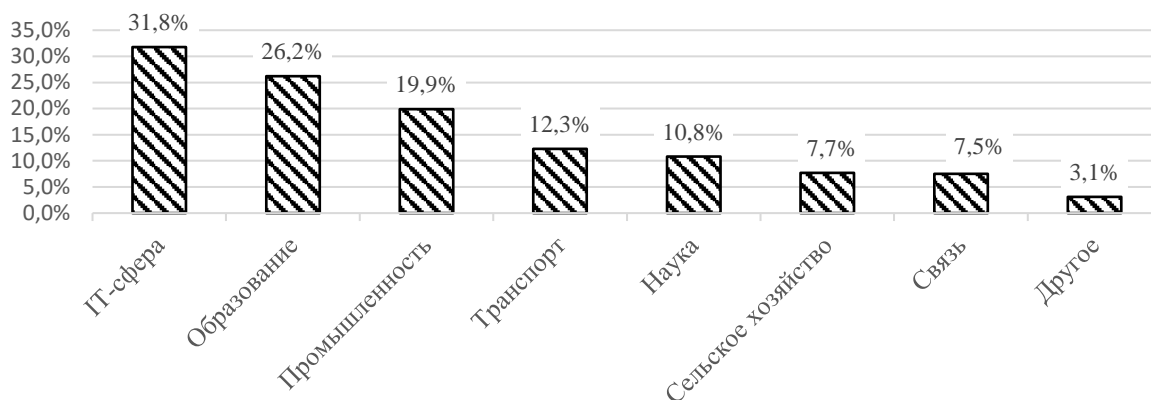


Рисунок 1. – Основные отрасли, в которых планируется реализация респондентами инновационных предпринимательских инициатив, % ответивших респондентов

Как свидетельствуют результаты анкетирования, основными отраслями, в которых планирует молодежь реализацию своих инновационных бизнес-идей, являются информационные технологии (31,8%), образование (26,2%), промышленность (19,9%), транспорт (12,3%), научная деятельность (10,8%), сельское хозяйство (7,7%), связь (7,5%), другие (3,1%). Полученные ответы свидетельствуют об определении респондентами отраслей в структуре национальной экономики исходя из запросов рынка.

Респондентами были распределены по приоритету основные цели, которые будут достигнуты благодаря реализации своих молодежных бизнес-идей в рамках осуществления предпринимательской деятельности. По каждой из шести основных целей респонденты определяли их приоритет (от 1 до 6). На основе расчета суммы произведений количества ответивших респондентов по каждой из основных целей и выбранного балла (при расчете наиболее важной цели соответствовал показатель «6 баллов», наименее важной цели из основных – 1 балл) были определены суммарные баллы (рисунок 2).

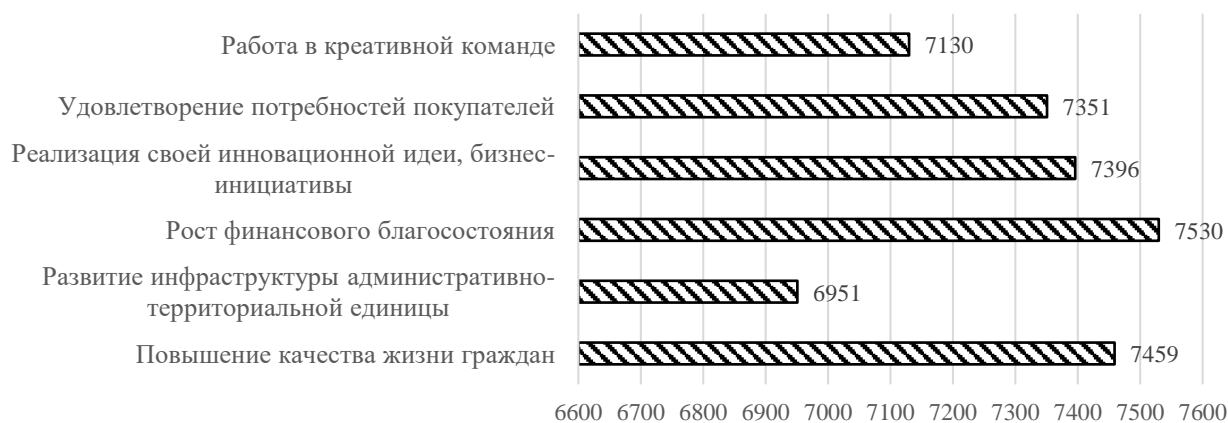


Рисунок 2. – Распределение по приоритету основных целей, которые будут достигнуты благодаря реализации молодежных бизнес-идей, суммарные баллы

В качестве наиболее важных целей респондентами были выбраны повышение качества жизни граждан (7459 баллов), рост финансового благосостояния (7530 баллов). Также следует отметить высокий уровень суммарного балла по другим основным целям: реализация инновационной идеи, бизнес-инициативы, удовлетворение потребностей покупателей, развитие инфраструктуры административно-территориальной единицы, работа в креативной команде. Данная расстановка целевых ориентиров свидетельствует о понимании студенческой молодежью важности и необходимости обеспечения и экономического, и социального эффектов от предпринимательской деятельности и осознанной необходимости собственного вклада в общественное производство страны.

При реализации собственного бизнес-проекта 52,5% респондентов определенно хотели бы и 43,6% возможно хотели бы включить элементы инновационных технологий, что свидетельствует о понимании высокой роли и значимости новшеств, инновационных разработок для обеспечения конкурентоспособности бизнес-проекта. На основе ответов обучающихся определено, что 28,2% респондентов считают, что они не обладают необходимыми знаниями и информацией о пошаговой процедуре открытия бизнеса, 29,9% респондентов ответили, что обладают данными знаниями и информацией частично. Свой уровень компетенций в области бизнес-

планирования 32% респондентов считают недостаточным, частично считают уровень компетенций достаточным 26,3% респондентов. В области аналитики 28,2% респондентов считают свой уровень компетенций недостаточным, частично достаточным считают уровень данных компетенций 23,7% респондентов. Полученные ответы свидетельствуют о необходимости проведения для заинтересованных обучающихся тематических обучающих мероприятий, реализации образовательных программ.

Оценивая готовность обучающихся к предпринимательской деятельности среди опрошенных студентов, следует отметить низкий уровень наличия предпринимательского опыта 83,7%, а также готовность будущих молодых предпринимателей к единоличному (31,2% респондентов) или коллективному (68,8%) ведению бизнеса. Полученные результаты свидетельствуют о приоритетности выбора коллективной формы организации бизнеса на первоначальном этапе становления собственного бизнеса, возможности перераспределения функций, обязанностей, ответственности участников бизнеса, понимания эффективности командной работы.

Следует отметить низкий уровень участия студенческой молодежи в конкурсах (программах) с презентацией своих бизнес-идей (10,5% респондентов участвовали в конкурсах), кроме того, низкий уровень желаний студенческой молодежи принять участие в данных конкурсах (программах) (24,5% респондентов планируют принять участие). Данные ответы говорят о необходимости внедрения дополнительных форм вовлечения молодежи в данные конкурсы для презентации инновационных бизнес-идей, их дальнейшего развития, практической апробации и внедрения. В качестве наиболее распространенных конкурсов, в которых обучающиеся принимали участие, были выбраны респондентами Республиканский молодежный проект «100 идей для Беларуси» (18% респондентов), конкурсы молодежных проектов на базе университетов (14,6%), Республиканский конкурс молодежных инициатив (17,2%), Республиканский конкурс инновационных проектов (5,9%).

Инновационный тип предпринимательства отличает инновационный характер в сфере производства или услуг. Производство новой продукции невозможно без наличия и выработки креативных идей. Приобрести навыки методов генерации инновационных идей студенты могут, посещая различного рода инновационные конкурсы и мероприятия. Ответы респондентов свидетельствуют о низком уровне участия студенческой молодежи в обучающих программах по тематике бизнес-планирования (7,2% респондентов участвовали в данных программах) и желаний принять участие в данных программах (28,3% респондентов планируют принять участие). Полученные результаты позволяют сделать вывод о необходимости внедрения дополнительных (новых) форм информирования, проведения обучающих мероприятий по тематике бизнес-планирования для студенческой молодежи.

Необходимо отметить, что в университетах созданы условия для студентов по развитию бизнес-компетенций (62,1% респондентов ответили, что в их университете реализуются образовательные программы по развитию бизнес-компетенций) и организуются необходимые площадки для презентации молодежных бизнес-идей (77% респондентов ответили, что в их университетах проводятся конкурсы молодежных бизнес-идей). Уровень информированности студенческой молодежи о проводимых в университете образовательных программах, конкурсах формируется из официальной страницы университета в социальных сетях (57,3% респондентов), официальной страницы университета в сети Интернет (52,6%), чатов в учебных группах (44,1%), информационных часов (37,7%), афиш на информационных стендах в университете (33,5%). Студенческая молодежь знает о таких мерах государственной поддержки молодежного предпринимательства и инструментах его стимулирования, как проведение конкурсов молодежных инновационных проектов, бизнес-проектов (44,9%), реализация бизнес-идеи на льготных условиях в качестве резидента технопарка (44,3%), проведение образовательных программ (44,1%), выделение грантов, ваучеров на реализацию инновационного проекта (38,4%).

Заключение. Анализ результатов проведенного анкетирования позволяет сделать следующие выводы:

Для большей части студентов предпринимательская деятельность является привлекательной. Определенная часть студентов при открытии своего дела будет применять инновационные технологии. Целевая ориентированность студентов в области предпринимательства связана с реализацией бизнес-идей в сфере информационных технологий, образования, промышленности, научной деятельности, сельского хозяйства, транспорта, связи с целью повышения качества жизни граждан, обеспечения финансового благополучия.

В ходе анкетирования была выявлена низкий уровень вовлеченности студентов в участие в образовательных программах, конкурсах бизнес-идей. Полученные ответы респондентов свидетельствуют о недостаточном уровне информированности студентов о проводимых в университете программах, конкурсах и недостаточном уровне осведомленности студентов о существующих мерах поддержки МИП.

С целью дальнейшего развития МИП представим, на основе результатов данного исследования, следующие предложения:

– Внедрить дополнительные механизмы активизации участия студентов и их вовлечения в инновационно-предпринимательскую деятельность университета.

– Внедрить модель развития предпринимательских компетенций молодежи на основе модели инновационно-предпринимательской экосистемы УВО.

– Включить в учебные планы учебные дисциплины (факультативы) в направлении развития компетенций студенческой молодежи в области бизнес-планирования, анализа, проектного менеджмента.

– Разработать программы образовательных мероприятий, обучающих курсов в области бизнес-планирования, инновационного предпринимательства и реализовать для заинтересованных студентов.

– Организовать работу объединения (структурного подразделения) по развитию молодежных предпринимательских инициатив (центр развития молодежных инициатив, стартап-центр, стартап-лаборатория, лаборатория бизнес-проектирования и др.).

- Разработать и организовать межвузовские мероприятия в сфере МИП для студентов.
- Использовать дополнительные источники информирования молодежи о мерах государственной поддержки МИП, проводимых конкурсах бизнес-идей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Климук В.В., Климук Е.В. Инфраструктура поддержки молодежного инновационного предпринимательства в учреждениях высшего образования Республики Беларусь // Вестник БарГУ. Серия: Исторические науки и археология. Экономические науки. Юридические науки. – 2024. – № 2(16). – С. 51–62.
2. Развитие молодежного предпринимательства в механизме индустриально-инновационного роста Республики Казахстан / Ж.С. Хусаинова, Ж.М. Жаргай, Ж.Г. Адилова, Д.Е. Бектлеева, Г.М. Абауова. – Караганда: ТОО Изд-во «Арко», 2020. – 388 с.
3. Борис О.А., Никулина А.В. Выявление мотиваторов к инновационному предпринимательству современной молодежи // Beneficium. – 2022. – № 3(44). – DOI: [https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2022.3\(44\).98-104](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2022.3(44).98-104).
4. Алёшина А.Б., Чкония Д.Т. Факторы реализации предпринимательских намерений студентов // Научные исследования экономического факультета. Электр. журн. – 2022. – Т. 14. Вып. 3. – С. 81–99. – DOI: <https://doi.org/10.38050/2078-3809-2022-14-3-81-99>.
5. Богатырева К.А., Широкова Г.В. Подходы к исследованию «Разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2017. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-issledovaniyu-razryva-mezhdu-namereniyami-i-deystviyami-v-predprinimatelstve> (дата обращения: 02.05.2026).
6. Богатырева К.А., Широкова Г.В. От предпринимательских намерений – к созданию бизнеса: опыт российских студентов // Форсайт. – 2017. – Т. 11. – № 3. – С. 25–36. – DOI: <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2017.3.25.36>.
7. Каверина Н.А. Предпринимательство как будущая трудовая деятельность студентов экономического вуза // Теория и практика общественного развития. – 2025. – № 11. – DOI: <https://doi.org/10.24158/tipor.2025.11.6>.
8. Волкова А.С., Кудяева М.М. Мотивация молодежного предпринимательства и стимулирование ее формирования // Экономика труда. – 2021. – № 11. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-molodezhnogo-predprinimatelstva-i-stimulirovanie-ee-formirovaniya> (дата обращения: 01.05.2026).
9. Винокурова Н.А., Комарова К.А., Светлов Н.М. Кто хочет стать миллионером? Портрет российского студента, желающего стать предпринимателем // ЭПП. – 2022. – № 2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kto-hochet-stat-millionerom-portret-rossiyskogo-studenta-zhelayuschego-stat-predprinimatelem> (дата обращения: 01.05.2026).
10. Бурнашева Э.П. Развитие предпринимательских компетенций студентов как основная идея Центра поддержки предпринимательства в вузе // Креативная экономика. – 2022. – Т. 16, № 10. – С. 3827–3838. – DOI: <https://doi.org/10.18334/ce.16.10.116311>.
11. Лугин Д.А. Типы креативности студенческой молодежи в контексте перспектив инновационной экономики // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2025. – № 4(80). – С. 151–158. – DOI: https://doi.org/10.52452/18115942_2025_4_151.
12. Беляков К.О. Семь уровней и семь шагов предпринимательского трека в университете // Инновации. – 2021. – № 4(270). – С. 3–10. – DOI: <https://doi.org/10.26310/2071-3010.2021.270.4.001>.

Поступила 25.05.2026

ANALYSIS OF ENTREPRENEURIAL PREFERENCES IN THE FIELD OF YOUTH INNOVATIVE ENTREPRENEURSHIP AMONG STUDENTS

S. KASPEROVICH

(Belarusian State Technological University, Minsk)

E. KLIMUK

(Baranovich State University)

The study of entrepreneurial preferences among students is a strategic planning tool that allows not only to train qualified personnel, but also to create a sustainable national innovative economy, increase its competitiveness and adaptability to modern challenges. The article focuses on the study of entrepreneurial preferences among students, the analysis of this issue in the works of domestic and foreign researchers, and the survey of students from four higher education institutions in the Brest region and the city of Minsk. During the conducted questionnaire, a low level of student involvement in educational programs, business idea competitions, as well as a lack of awareness among students about the business projecting events held at universities, was revealed. The authors have developed a set of proposals for the further development of youth innovative entrepreneurship in higher education institutions of the Republic of Belarus, including the introduction of additional mechanisms for intensifying the participation of students and their involvement in innovative entrepreneurial activities, the introduction of a model for developing entrepreneurial competencies among young people based on the model of the innovation and entrepreneurial ecosystem of HEE, the updating of curricula, and others.

Keywords: youth innovative entrepreneurship, motives, entrepreneurial preferences, entrepreneurial competencies, support measures.