



МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС КАК СПОСОБЫ СОЦИАЛЬНОЙ АДАПТАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОБИЛЬНОСТИ МОЛОДЕЖИ

Ю. В. Мананникова, И. А. Плотникова (Пензенский государственный университет, г. Пенза, Россия)

Рассматриваются теоретические основы социальной адаптации и профессиональной мобильности молодежи на российском и региональном рынках труда, на которых в последние годы сохраняется дисбаланс между спросом и предложением трудовых ресурсов по профессионально-квалификационному составу и уровню подготовки. Приводится анализ соответствующих статистических данных и результатов исследований авторов по проблемам профессионального самоопределения молодежи, обучения предпринимательской деятельности в региональной системе профессионального образования, развития семейного бизнеса в условиях Пензенской области. Даются краткие практические рекомендации по оптимизации процесса трудоустройства молодых специалистов, облегчения их социальной адаптации и профессиональной мобильности в масштабах регионального рынка труда.

Ключевые слова: предпринимательство; малый бизнес; семейный бизнес; профессиональное образование; социальная адаптация; профессиональная мобильность; учащиеся; молодежь.

SMALL ENTREPRENEUSHIP AND FAMILY BUSINESS AS MODES OF YOUTH'S SOCIAL ADAPTATION AND PROFESSIONAL MOBILITY

Yu. V. Manannikova, I. A. Plotnikova (Penza state university, Penza, Russia)

The paper is concerned with theoretical foundations of social adaptation and professional mobility among young people in Russian and regional labor markets where in recent years there remains an imbalance between supply and demand of manpower in terms of qualifications required and level of corresponding skills.

The authors analyse available statistical data and research results obtained by other authors concerned with problems of professional identity among young people and with teaching entrepreneurship in regional system of higher education, development of family business in the context of Penza region.

Short practical recommendations about optimisation of employment among young specialists, facilitation of their social adaptation and professional mobility in terms of regional labor market are provided.

Keywords: business; small business; family business; professional education; social adaptation; professional mobility; pupils; youth.

В настоящее время в России продолжается процесс трансформации, затрагивающий все сферы жизни общества. Начавшиеся в 1990-е гг. и продолжающиеся по сей день изменения оказали влияние не только на экономическую и политическую составляющие страны, но и на социальное самочувствие ее населения. В этой связи особое беспокойство вызывают социальное положение и жизненные установки молодежи, являющиеся основным ресурсом перспективного развития России и каждого из ее регионов. Процесс перестройки российского общества в соответствии с новыми принципами экономического, социально-политического и культурного развития не может считаться успешным,

если он не обеспечивает оптимальные условия для социальной адаптации и мобильности молодого поколения. Эффективным способом корректировки сложившейся ситуации является обучение молодежи предпринимательской деятельности в рамках системы профессионального образования с целью последующего расширения сегмента малого и семейного бизнеса.

В классической социологии под социальной адаптацией принято понимать «процесс и результат активного приспособления индивида к условиям новой социальной среды» [9, с. 3]. Для молодежи социальная адаптация происходит как гибко организованная в новых условиях поисковая (в том числе предприниматель-



ская) активность, тесно взаимосвязанная с процессом социальной мобильности. Согласно определению П. Сорокина, «под социальной мобильностью понимается любой переход индивида, или социального объекта, или ценности, созданной или модифицированной благодаря деятельности, от одной социальной позиции к другой» [11, с. 373]. Профессиональная мобильность молодежи (как одно из направлений ее социальной мобильности) включает овладение системой обобщенных профессиональных приемов и умение эффективно их применять в смежных отраслях профессиональной деятельности. Восходящее течение профессиональной мобильности молодежи предполагает ее обучение перспективной смежной профессии (например, предпринимательству) и перемещение молодых специалистов на новый профессиональный уровень. Таким образом, в условиях социально-экономических изменений современного российского общества профессиональная мобильность выступает важным компонентом квалификационной структуры молодого специалиста.

Анализируя процессы социальной адаптации и профессиональной мобильности, протекающие в современном российском обществе, И. П. Попова отмечает: «Наступление периода относительной стабилизации с начала 2000-х г. представляется, с одной стороны, тенденциями к определенной упорядоченности в регулировании профессиональной структуры, а с другой, к ограничению определенных каналов профессиональной мобильности. Однако очевидна потребность в расширении возможностей массовой социальной, в том числе профессиональной мобильности, имеющей позитивный характер и «работающей» на эффективное развитие профессиональной структуры» [7, с. 17].

Развитие процессов социальной адаптации и профессиональной мобильности молодежи тесно связано с проблемами самоопределения абитуриентов при выборе специальности для получения профессионального образования. Самоопределение молодежи в современном обществе детально исследовали ученые

Д. Л. Константиновский, Е. Д. Вознесенская, Г. А. Чередниченко, Ф. А. Хохлушкина. Ими был проведен подробный анализ влияния экономической, демографической, образовательной, социально-психологической и других подсистем общества на формирование ценностных ориентаций молодежи [3]. Изменения, начавшиеся в 90-е годы XX в. и продолжающиеся по настоящее время, наложили свой отпечаток на все сферы жизни и особенно заметно повлияли на сознание молодых людей. Спрос на рынке труда на многие профессии резко снизился, сократился размер заработной платы молодых специалистов. Престиж, повышенный материальный уровень жизни стали доступны без высокого уровня образования. «Если в прошлом общество предоставляло молодому человеку гарантии на труд и выбор профессии (полная занятость, распределение рабочей силы из центра, относительно выровненные стартовые возможности и профессиональная мобильность), то с переходом к рыночной экономике вся ситуация, связанная с трудом человека в обществе, кардинально изменилась» [3, с. 359]. Данная ситуация характерна как для России в целом, так и для ее отдельных регионов. «В регионах наблюдается отражение общих тенденций с особенностями, обуславливаемыми относительно более высоким или низким уровнем жизни населения, состоянием рынка труда в регионе, спецификой финансирования образовательных учреждений, определяемой как возможностями, так и приоритетами местной администрации» [3, с. 60]. Таким образом, социальная адаптация и мобильность молодежи в современных условиях объективно затрудняются рядом проблем, важную роль среди которых играют проблемы профессионального самоопределения и трудоустройства молодежи по полученной специальности. В этой связи необходим анализ указанных проблем не только по России в целом, но и в отдельных регионах, одним из которых является Пензенская область.

Комментируя проблему профессионального самоопределения молодежи в региональном разрезе, следует отметить, что

по итогам опроса учащихся 9–11 классов школ Пензенской области (ноябрь 2013 г., $n = 1000$) авторам удалось выяснить перспективные планы респондентов после окончания школы. Основная масса старшеклассников (95,6 %) стремится к получению профессионального образования, лишь небольшая часть молодых людей (2,8 %) планирует после окончания школы пойти в армию, а 1,6 % – начать трудовую деятельность без получения профессионального образования. Таким образом, важной ступенью жизненной стратегии для большинства молодежи является получение профессионального образования.

Однако современная молодежь очень редко задумывается о своем будущем, поступая на ту или иную специальность. Многие абитуриенты не имеют четкого представления о востребованности специалистов на рынке труда. В результате преобладает случайный, внесоциальный выбор будущей профессии, влекущий за собой личные и социальные издержки. Следует отметить, что в последние годы на российском и региональном рынках труда сохраняется дисбаланс между спросом и предложением трудовых ресурсов по профессионально-квалификационному составу и уровню подготовки (табл. 1) [10].

Т а б л и ц а 1

Сравнительная динамика показателей трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования 2010–2013 гг. (по состоянию на конец года), %

Уровень образования	НПО				СПО				ВПО			
	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013	2010	2011	2012	2013
Российская Федерация	54,2	54,7	56,2	57,3	49,3	53,2	55,3	57,1	64,7	62,6	64,7	66,7
Пензенская область	51,8	49,5	51,0	60,3	58,8	56,6	60,7	60,1	63,2	62,1	60,6	66,5

На основе представленных данных целесообразно провести сравнительный анализ показателей трудоустройства молодых специалистов на российском и региональном рынках труда в целом и в разрезе уровней профессионального образования. Согласно данным мониторинга распределения выпускников 2010–2013 гг. по каналам занятости, общие показатели трудоустройства выпускников системы профессионального образования в среднем по России составляют более половины от общего объема ежегодного выпуска кадров рабочих и служащих (2010 г. – 56,1; 2011 г. – 56,8; 2012 г. – 58,7; 2013 г. – 60,4 %). Анализ представленных данных позволяет выявить небольшую положительную тенденцию ежегодного увеличения доли трудоустроенных выпускников учреждений профессионального образования в масштабах российского рынка труда.

За последние три года на территории Пензенской области (также, как и на территории РФ в целом) прослежива-

ется отчетливая тенденция повышения средних показателей трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования (2010 г. – 57,9; 2011 г. – 56,1; 2012 г. – 57,4; 2013 г. – 62,3 %). Обобщая представленные данные следует отметить, что за период 2010–2013 гг. средний показатель трудоустройства выпускников в масштабе российского рынка труда составляет 58,0 %, а в масштабе регионального рынка труда он немного выше – 58,4 %. Однако, как на российский, так и на региональный рынок труда, часто попадает рабочая сила, не пользующаяся достаточным спросом и не способная выдержать конкуренцию [15].

Результаты социологических опросов выпускников учреждений профессионального образования, проведенных авторами, подтверждают отсутствие намерений у значительной доли молодых специалистов работать по полученной специаль-



ности. Отмеченная проблема особенно актуальна для выпускников учреждений НПО и СПО. Эта же тенденция косвенно прослеживается и по итогам анализа показателей трудоустройства в разрезе уровней профессионального образования. За период 2010–2013 гг. средние показатели трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования в масштабах российского рынка труда составляют: НПО – 55,6; СПО – 53,7; ВПО – 64,7 %. Данная тенденция сохраняется и в масштабе регионального рынка труда, где показатели трудоустройства выпускников в разрезе уровней профессионального образования следующие: НПО – 53,2; СПО – 59,1; ВПО – 63,1 % [10]. Все перечисленные аспекты прямо или косвенно характеризуют показатели качества профессионального образования и позволяют сделать вывод о необходимости их значительного повышения.

В настоящее время на федеральном и региональном уровнях принимаются антикризисные меры по поддержке и переобучению нетрудоустроенной молодежи, однако ситуация меняется в лучшую сторону очень медленно и по-прежнему остается достаточно проблематичной. На региональном уровне также предпринимаются дополнительные меры по содействию социальной адаптации, профессиональной мобильности и трудоустройству молодежи. Например, в Пензенской области большое внимание уделяется развитию молодежного предпринимательства как дополнительного варианта трудовой занятости. С 2004 г. в регионе осуществляется работа по развитию предпринимательской деятельности в учреждениях профессионального образования, регулярно проводятся обучающие семинары. В 2005 г. в Пензенской области была утверждена программа «Лидер в социальной и предпринимательской деятельности» на 2005–2008 гг., которая в 2009 г. была пролонгирована. В рамках данной программы прошло несколько конкурсов с предоставлением грантов на приобретение оборудования для реализации лучших предпринимательских проектов. В последние годы при поддержке органов региональной и муни-

ципальной власти в рамках региональной системы профессионального образования начался активный процесс регистрации индивидуальных предпринимателей (ИП), создания открытых акционерных обществ (ООО) и кооперативов. По данным Министерства образования Пензенской области, в регионе по состоянию на 01.01.2014 г. на базе учреждений НПО и СПО функционировали 72 субъекта предпринимательства, а на базе учреждений ВПО – свыше 24 субъектов предпринимательства [12].

Данные инновации в учебном процессе позитивно воспринимаются учащимися и студентами. Результаты соответствующих исследований подтверждают, что не менее 2/3 опрошенных обучаются предпринимательству с удовольствием. В процессе обучения предпринимательской деятельности молодежь видит следующие положительные стороны: дополнительная теоретическая подготовка, дополнительные часы по практическим занятиям, встречи с предпринимателями и бизнесменами, возможность участвовать в деятельности малых предприятий на базе учебного заведения и др. Оптимальным показателем итогов обучения предпринимательству в региональной системе профессионального образования является то, что после окончания учебного заведения собственное дело планируют открыть 58,0 % опрошенных из числа учащихся и студентов [4, с. 63–64]. Итоги интервью с руководителями учреждений профессионального образования, проведенного при поддержке Министерства образования Пензенской области в декабре 2013 г., подтверждают, что большинство руководителей выделяют обучение молодежи предпринимательству и создание субъектов бизнеса на базе образовательных учреждений как одно из приоритетных направлений деятельности, способствующих повышению качества профессионального образования в условиях региона [6, с. 109]. Таким образом, стратегической целью развития предпринимательской деятельности в региональной системе профессионального образования являются облегчение процесса социальной адаптации и трудоустройства молодых

специалистов, подготовка их к самостоятельному ведению малого и созданию семейного бизнеса.

Семейный бизнес – особая форма малого бизнеса, в рамках которой члены семьи и другие родственники являются собственниками и работниками своего предприятия. Понятие «семейный бизнес» не является новым для российской экономики. Давно используемый в западной практике, но пока не получивший широкого распространения на территории РФ, семейный бизнес относится к категории «забытое старое». С давних пор в России существуют семейные традиции, благодаря которым из поколения в поколение передаются секреты профессионального мастерства, жизненный опыт, накопленный годами капитал. Обращаясь к истории изучения предпринимательства и семейного бизнеса, следует отметить разнообразие теоретических подходов к его анализу. Значительный вклад в развитие теории предпринимательства внесла работа М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма». Ученый отмечал, что капиталистическое предпринимательство есть воплощение рациональной организации свободного труда и использование возможностей предпринимательского духа [1, с. 76–77]. В рамках указанной тематики полезно также изучение трудов русских социологов-экономистов, к числу которых относится М. И. Туган-Барановский. Центральное место в его учении занимает понятие «кооперация», понимаемая как различные формы объединения усилий по развитию единоличных хозяйств – кооперативов [14]. В большинстве случаев кооперативы являлись семейными предприятиями. Последовавший за революцией советский период более чем на 70 лет остановил развитие российского предпринимательства, в том числе и семейного бизнеса. Однако семейный бизнес возрождается и претендует на свое существование так же явно, как и столетия назад.

Современные проблемы развития семейного бизнеса были исследованы в диссертации Т. Ю. Назаровой «Семейное предпринимательство в Российской Фе-

дерации: направления развития», которая представляет ценность с точки зрения решения социальных проблем благодаря развитию семейного бизнеса. «Современное состояние российской экономики и мирового сообщества выдвигает на первый план не только экономические, но и социальные проблемы. Однако решение этих проблем, тем не менее, лежит именно в сфере экономики. Одной из таких задач является выход из демографического кризиса и решение социальных проблем семьи в целом... Эти аспекты социально-экономического положения Российской Федерации свидетельствуют о необходимости более глубокого теоретического анализа процесса становления и развития семейного предпринимательства на современном этапе, а также требуют разработки системы мер, направленных на повышение качественного уровня государственной поддержки малого бизнеса и, в частности, семейного предпринимательства как одной из его форм» [5].

При формировании благоприятной макро- и микроэкономической среды развития отечественного семейного предпринимательства большое значение имеет процесс интеграции малого семейного бизнеса с системой профессиональной подготовки. Развитие семейного бизнеса и участие молодежи в деятельности семейных предприятий будут способствовать решению проблем социальной адаптации и дальнейшей профессиональной мобильности молодых специалистов. Для этого молодому поколению необходимо изучать основы предпринимательства в учебных заведениях профессионального образования. Важным позитивным аспектом семейного предпринимательства также является преемственность – процесс передачи бизнеса от родителей к детям, благодаря которому автоматически решаются проблемы обучения и трудоустройства детей.

Особый интерес представляет анализ процесса развития семейного бизнеса в масштабе Пензенской области. В этой связи нами было проведено исследование, которое помогло изучить тенденции развития семейного бизнеса в условиях региона и отношение к нему общественности.

Метод проведения исследования – индивидуальный опрос (2011–2012 гг., $n = 480$ единиц). Объектом исследования выступили жители Пензенской области, являющиеся сотрудниками семейных предприятий.

Рассмотрим подробнее некоторые полученные результаты. Что касается отношения опрошенных к развитию семейного бизнеса в Пензенской области, то 90,2 % респондентов ответили положительно; 1,5 – отрицательно; а 8,3 % затруднились ответить на этот вопрос.

Основной причиной для занятия семейным бизнесом является желание приобрести материальную независимость. Процесс создания малых предприятий имеет в своей основе ряд предпосылок (рис. 1). Однако только 25,8 % занимаются семейным бизнесом по профилю полученного образования, 19,4 % респондентов считают это соответствие частичным, а образование остальных респондентов (54,8 %) совершенно не соответствует направлению их деятельности в семейном бизнесе.

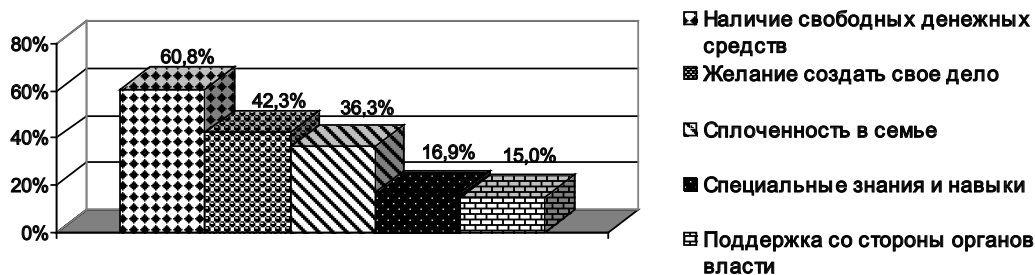


Рис. 1. Предпосылки, необходимые для создания семейного бизнеса, %

Значительная доля опрошенных имеет потенциальный интерес к повышению своего образовательного уровня, а также потребность в обучении основам ведения малого бизнеса младшего поколения своей семьи, однако региональный рынок образовательных услуг пока не вполне удовлетворяет их потребности в получении основного и дополнительного профессионального образования по указанным направлениям.

Ведение семейного бизнеса отражается и на семейных отношениях: в 52,7 % случа-

ев занятие семейным бизнесом укрепляет семью, в 39,4 – не влияет на семейные отношения и лишь в 7,9 % семей вносит дополнительные конфликты. К сожалению, большинство респондентов (83,5 %) не ощущают реальной поддержки со стороны государства при ведении семейного бизнеса, а 16,5 % видят эту помощь в предоставлении кредитов, ссуд и разнообразных льгот. Особую роль в процессе ведения семейного бизнеса играет своевременный консалтинг (табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Необходимы ли Вашему семейному бизнесу советы бизнес-консультанта по следующим направлениям?», %

Направления консультирования	«Нужно»	«Не нужно»	«Затрудняюсь ответить»
Бухгалтерский учет	35,6	52,7	11,7
Менеджмент	24,2	69,8	6,0
Маркетинг	27,1	60,6	12,3
Юриспруденция	49,8	38,5	11,7
Психология	16,5	72,9	10,6
PR и реклама	46,0	34,4	19,6

Обобщая результаты данного исследования можно сделать вывод, что значительная доля сотрудников семейных предприятий, функционирующих на территории Пензенской области, не имеют профильного профессионального образования и ощущают потребность в приобретении дополнительных знаний и навыков, связанных с развитием предпринимательской деятельности. Консультационная помощь и разнообразные обучающие курсы, связанные со спецификой работы малых и семейных предприятий, являются весьма перспективными направлениями деятельности региональной системы профессионального образования. Это приобретает особую актуальность с учетом демографической ситуации и резкого сокращения числа абитуриентов в последние годы.

Для уточнения проблемных аспектов развития семейного бизнеса на территории Пензенской области авторами также был проведен экспертный опрос руководителей семейных предприятий (февраль 2013 г., $n = 50$). Критериями отбора экспертов выступали: род занятий (социальный статус) – предприниматель; сфера деятельности – семейный бизнес; стаж работы (в качестве главы семейного бизнеса) – более 5 лет; место юридической регистрации (фактического нахождения семейного предприятия) – Пензенская область.

Рассмотрим некоторые итоги данного исследования [6, с. 65–79]. На вопрос, касающийся года основания семейных предприятий, эксперты, на момент опроса возглавляющие данные предприятия не менее 5 лет, ответили следующим образом (рис. 2).

Авторами были получены следующие результаты, характеризующие предпринимательскую активность экспертов по созданию семейных предприятий:

- 1991–1998 гг. – умеренный рост;
- 1999–2002 гг. – снижение уровня;
- 2003–2006 гг. – умеренный рост;
- 2007–2008 гг. – всплеск предпринимательской активности.

Таким образом, начиная с 1991 г. предпринимательская активность на-

селения региона в направлении создания предприятий семейного бизнеса постепенно увеличивалась, достигнув своего максимума к 2007 г. Следует отметить, что эта тенденция находит свое подтверждение в масштабе статистической динамики показателей численности малых предприятий на территории Пензенской области. Согласно данным официальной статистики, с 1991 по 2007 г. в условиях региона наблюдалась умеренная положительная динамика роста числа малых предприятий, а с 2008 г. произошел резкий всплеск предпринимательской активности по созданию малых предприятий, число которых быстро увеличивается вплоть до настоящего времени. В рамках этой тенденции общее число малых предприятий на территории Пензенской области на начало 2009 г. составило 8 880 единиц [13]. К концу 2011 г. на территории Пензенской области функционировало 12 700 малых предприятий, а к концу 2012 г. их насчитывалось уже 17 300 [8]. По данным Пензастата, в 2013 г. на территории региона было образовано 6 500 единиц субъектов малого бизнеса [2]. Следовательно, можно сделать вывод, что число семейных предприятий на территории Пензенской области ежегодно увеличивается пропорционально расширению сегмента малого бизнеса в целом.

Особое внимание в рамках экспертного опроса было уделено вопросу преемственности. Большинство руководителей (74 %) прилагают усилия для вовлечения молодого поколения семьи в развитие семейного бизнеса. Это является позитивной тенденцией, поскольку для сохранения и расширения данного вида предпринимательской деятельности в будущем необходимы трансляция социально-экономического опыта и передача практических навыков успешного ведения бизнеса молодому поколению, которое, в свою очередь, передаст эти знания и навыки детям и внукам. 52 % респондентов отмечают, что младшее поколение семьи желает продолжить развитие семейного бизнеса, а 48 % опрошенных утверждают обратное.

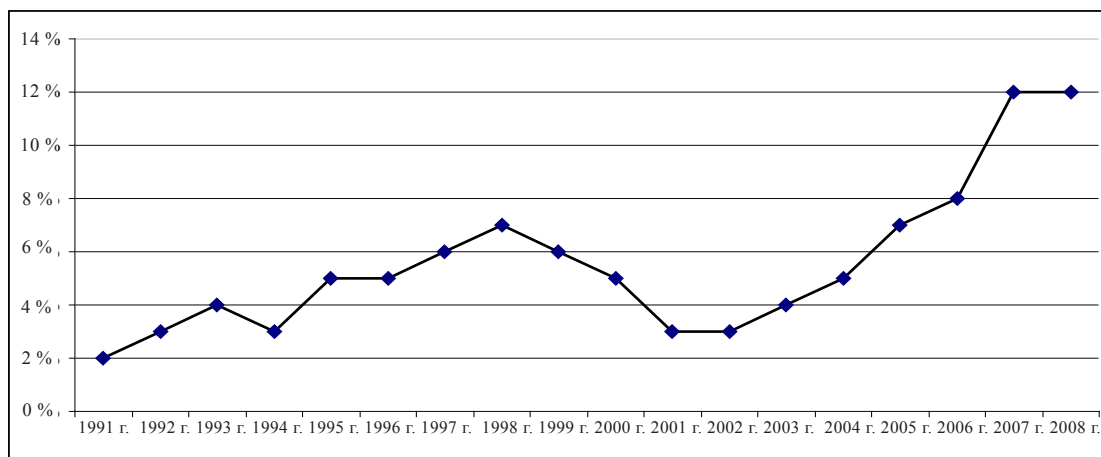


Рис. 2. Динамика создания предприятий семейного бизнеса в условиях региона (1991–2008 гг.)

Согласно данным, полученным в ходе опроса, основной причиной, побуждающей молодое поколение продолжать семейный бизнес является интерес (38,2%), далее следуют материальные потребности (26,4) и стабильность (17,6). Кроме того, важную роль играют продолжение семейных традиций (11,8), независимость и ответственность (по 3% соответственно).

Заблаговременно прогнозируя данную ситуацию, можно своевременно сориентировать молодежь на получение профессионального образования, необходимого для ведения семейного бизнеса. Таким образом, на смену основателям семейных предприятий, в большинстве случаев не имеющих специальной подготовки для ведения данного вида бизнеса, со временем придут дипломированные специалисты, обладающие соответствующей профессиональной подготовкой. Данная позитивная тенденция позволит укрепить позиции семейных предприятий на региональном рынке труда, а в перспективе будет способствовать облегчению социальной адаптации и профессиональной мобильности молодежи.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать следующие основные выводы:

1. На современном этапе развития российского общества большое значение имеет деятельность по обеспечению оптимальных условий социальной адаптации и профессиональной мобильности мо-

лодежи. В этой связи необходим анализ проблем профессионального самоопределения и трудоустройства молодежи на федеральном и региональном уровнях.

2. В последние годы на российском и региональном рынке труда сохраняется дисбаланс между спросом и предложением трудовых ресурсов по профессионально-квалификационному составу и уровню подготовки. Показатели трудоустройства выпускников системы профессионального образования, как в целом по России, так и в Пензенской области, составляют немного более половины от объема ежегодного выпуска кадров рабочих и служащих. Более высокие показатели трудоустройства отмечаются у выпускников вузов, а выпускники учреждений НПО и СПО часто не способны выдержать конкуренцию на рынке труда и не желают работать по полученной специальности.

3. С целью разрешения указанных проблем на федеральном и региональном уровнях предпринимаются антикризисные меры, направленные на поддержку нетрудоустроенной молодежи, однако ситуация остается достаточно проблематичной. Поэтому необходимо предпринимать дополнительные меры по содействию социальной адаптации, профессиональной мобильности и трудоустройству молодежи на региональном уровне.

4. В Пензенской области уделяется большое внимание развитию мо-



лодежного предпринимательства как дополнительного варианта трудовой занятости. Министерством образования Пензенской области реализуются соответствующие программы, проводятся семинары и конкурсы. Перспективными целями развития предпринимательской деятельности в региональной системе профессионального образования являются облегчение процесса социальной адаптации и трудоустройства молодых специалистов, подготовка их к самостоятельному ведению малого и созданию семейного бизнеса.

5. Семейный бизнес – особая форма малого бизнеса, в рамках которой члены семьи и другие родственники являются собственниками и работниками своего предприятия. Число семейных предприятий на территории Пензенской области ежегодно увеличивается пропорционально расширению сегмента малого бизнеса в целом.

6. При формировании благоприятной социально-экономической среды для развития семейного бизнеса большое значение имеют интеграция и социальное партнерство с учреждениями профессионального образования. У значительной доли предпринимателей существует потенциальный интерес к повышению своего образовательного уровня и обучению основам ведения малого бизнеса младшего поколения семьи, однако региональный рынок образовательных услуг пока не вполне удовлетворяет их потребности в получении основного и дополнительного профессионального образования по указанным направлениям.

7. С целью дальнейшей оптимизации процессов социальной адаптации и профессиональной мобильности молодежи в условиях Пензенской области органам исполнительной власти и учреждениям профессионального образования необходимо продолжить работу по содействию развитию предпринимательства, уделив особое внимание следующим перспективным направлениям:

– повышение уровня информированности населения региона по вопросам предпринимательства;

– организация консалтинга и обучающих курсов по проблемам ведения малого и семейного бизнеса;

– развитие социального партнерства учреждений профессионального образования с предприятиями малого и семейного бизнеса;

– активное привлечение обучающихся к деятельности малых предприятий и производственных участков на базе учреждений профессионального образования;

– формирование деловых компетенций обучающихся в процессе предпринимательской деятельности для создания семейного бизнеса после завершения обучения.

Малое предпринимательство и семейный бизнес, играя важную роль в решении экономических и социальных задач, способствуют созданию новых рабочих мест на региональных рынках труда. Создание культуры предпринимательства жизненно необходимо для того, чтобы экономика Пензенской области, как и других субъектов РФ, могла быть конкурентоспособной в будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные произведения / М. Вебер ; под общ. ред. Ю. Н. Давыдова. – Москва : Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Информация о деятельности предприятий малого бизнеса и индивидуальных предпринимателей на территории Пензенской области за январь – декабрь 2013 г. – Пензастат, 2014. – 11 с.
3. Константиновский, Д. Л. Когда наступает время выбора : Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений / Д. Л. Константиновский [и др.]. – Санкт-Петербург : Изд-во РХГИ, 2001. – 568 с.
4. Мананникова, Ю. В. Предпринимательская деятельность в системе НПО как механизм формирования деловых компетенций учащихся : региональный аспект / Ю. В. Мананникова, Н. И. Макеев // Социология образования. – 2012 г. – № 10. – С. 60–71.
5. Назарова, Т. Ю. Семейное предпринимательство в Российской Федерации : направления развития : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.01, 08.00.05 / Т. Ю. Назарова. – Тамбов, 2008. – 149 с.
6. Плотникова, И. А. Семейные предприятия и развитие малого бизнеса в регионе (социологическое исследование) : монография / И. А. Плотникова.



ва ; под ред. Ю. В. Мананниковой. – Прага : Vědecko vydavatelské centrum “Sociosféra-CZ”, 2014. – 130 с.

7. Попова, И. П. Профессиональная мобильность : субъективная позитивная динамика / И. П. Попова ; под ред. В. А. Мансурова // Социальная динамика и трансформация профессиональных групп в современном обществе. – Москва : Изд-во Ин-та социологии РАН. – 2007. – 290 с.

8. Регионы России. Социально-экономические показатели, 2013. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156. – Дата обращения: 03.03.2014.

9. Российская социологическая энциклопедия / под ред. Г. В. Осипова. – Москва : НОРМА-ИНФРА·М, 1999. – 672 с.

10. Система интерактивного мониторинга трудоустройства выпускников (СИМТ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://симт.рф/Views/Main/35>. – Дата обращения: 01.12.2013.

11. Сорокин, П. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов. – Москва : Политиздат, 1992. – 543 с.

12. Субъекты предпринимательства, осуществляющие деятельность на базе профессиональных образовательных организаций в 2013–2014 гг. Министерство образования Пензенской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://minobr-penza.ru>. – Дата обращения: 01.03.2014.

13. Тенденции развития малого бизнеса в Пензенской области. Информационно-аналитический центр «Парето» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pareto-center.ru/smi-35.html>. – Дата обращения: 01.12.2013.

14. Туган-Барановский, М. И. Социальные основы кооперации / М. И. Туган-Барановский. – Москва : Экономика, 1989. – 509 с.

15. Manannikova, Yu. V. Entrepreneurial Activity in the System of Primary Professional Education as a Mechanism for the Formation of the Students' Business Competencies The Regional Aspect / Yu. V. Manannikova, N. I. Makeev // Russian Education & Society. – 2013. – Vol. 55, No. 10. – P. 3–19.

Поступила 14.01.14.

Об авторах:

Мананникова Юлия Владимировна, доцент кафедры коммуникационного менеджмента ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет» (Россия, г. Пенза, ул. Красная, д. 40), кандидат социологических наук, manannikowa@mail.ru

Плотникова Ирина Александровна, аспирант кафедры коммуникационного менеджмента ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет» (Россия, г. Пенза, ул. Красная, д. 40), Iren_2807@mail.ru

Для цитирования: Мананникова, Ю. В. Малое предпринимательство и семейный бизнес как способы социальной адаптации и профессиональной мобильности молодежи / Ю. В. Мананникова, И. А. Плотникова // Интеграция образования. – 2014. – № 2 (75). – С. 55–65. DOI: 10.15507/Inted.075.018.201402.055

REFERENCES

1. Veber M. Protestantskaja jetika i duh kapitalizma. Izbrannye proizvedenija [Protestant ethics and spirit of capitalism. The chosen works]. Moscow, Progress Publ., 1990, 808 p.

2. Informacija o dejatel'nosti predpriiatii malogo biznesa i individualnih predpriiatii na territorii Penzenskoj oblasti za janvar – dekabr 2013 [Information on activity of small business enterprises and individual entrepreneurs in the territory of the Penza region during January – December, 2013]. Penza, Penzastat Publ., 2014, 11 p.

3. Konstantinovskiy D. L., Voznesenskaya E. D., Cherdnichenko G. A. Kogda nastupaet vremja vybora: Ustrem-lenija molodezhi i pervye shagi posle okonchanija uchebnyh zavedenij [When comes the choice time: Aspirations of young people and the first steps after the graduation of educational institutions]. St. Petersburg, RHGI Publ., 2001, 568 p.

4. Manannikova Yu. V., Makeev N. I. Predprinimatel'skaja dejatel'nost' v sisteme NPO kak mehanizm formirovaniya delovyh kompetencij uchashhihsja: regional'nyj aspekt [Business activity in NGO system as a mechanism for developing business competences among learners: regional aspect]. *Sociologija obrazovaniya* [Sociology of Education]. 2012, no. 10, pp. 60–71.

5. Nazarova T. Yu. Semejnoe predprinimatel'stvo v Rossijskoj Federacii: napravlenija razvitija. Dis. kand. jekon. nauk [Family business in the Russian Federation: lines of development. Kand. nauk (PhD) dis.]. Tambov, 2008, 149 p.

6. Plotnikova I. A., Manannikova Yu. V. Semeinij predpriiatija i razvitie malogo biznesa v regione (sociologicheskoe issledovanie) [Family business and development of small business in the region (sociological research)]. Prague, Vědecko vydavatelské centrum “Sociosféra-CZ” Publ., 2014, 130 p.

7. Popova I. P. Professional'naja mobil'nost': subektivnaja pozitivnaja dinamika [Professional mobility: subjective positive dynamics]. *Social'naja dinamika i transformacija professional'nyh grupp v sovremennom*

obshchestve [Social dynamics and transformation of professional groups in modern society]. Moscow, Institute of Sociology RAS Publ., 2007, 290 p.

8. Regions of Russia. Socio-economical indexes, 2013. Federal State Statistics Service: Available at: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156 (Accessed 3 March 2014).

9. Rossijskaja sociologicheskaja jenciklopedija [Russian sociological encyclopedia]. Moscow, NORMA-INFRA•M Publ., 1999, 672 p.

10. Sistema interaktivnogo monitoringa trudoustrojstva vypusnikov (SIMIT) [System of interactive monitoring of graduates' employment (SIMIT)]. Available at: <http://сimt.рф/Views/Main/35> (Accessed 1 December 2013).

11. Sorokin P. Chelovek. Civilizacija. Obshchestvo [Person. Civilization. Society]. Moscow, Politizdat Publ., 1992, 543 p.

12. Sub'ekti predprinimatel'stva, osyshhestvljaushhie dejatel'nost' na baze professional'nih obrazovatel'nyh organizacij v 2013–2014 gg. [The subjects of business carrying out activity on the basis of professional educational organizations in 2013–2014]. Ministry of Education of the Penza region. Available at: <http://minobr-penza.ru> (Accessed 1 March 2014).

13. Tendencii razvitiya malogo biznesa v Penzenskoj oblasti. Informacionno-analiticheskij centr "Pareto" [Small entrepreneurship development trends in the Penza region. Pareto Information and Analysis Centre]. Available at: <http://www.pareto-center.ru/smi-35.html> (Accessed 1 December 2013).

14. Tugan-Baranovskij M. I. Social'nye osnovy kooperacii [Social bases of cooperation]. Moscow, Economics Publ., 1989, 509 p.

15. Manannikova Yu. V., Makeev N. I. Entrepreneurial Activity in the System of Primary Professional Education as a Mechanism for Developing Students' Business Competencies (the Regional Aspect). *Russian Education & Society*, 2013, vol. 55, no. 10, pp. 3–19.

About the authors:

Manannikova Yulia Vladimirovna, research assistant professor, Chair of Communication management, Penza State University (40, Krasnaya Str., Penza, Russia), Kandidat Nauk (PhD) degree holder in sociological sciences, manannikowa@mail.ru

Plotnikova Irina Aleksandrovna, post-graduate student of Communications Management chair of Penza State University (40, Krasnaya Str., Penza, Russia), Iren_2807@mail.ru

For citation: Manannikova Yu. V., Plotnikova I. A. Maloe predprinimatel'stvo i semejnyj biznes kak sposoby socialnoj adaptacii i professionalnoj mobilnosti molodezhi [Small entrepreneurship and family business as modes of youth's social adaptation and professional mobility]. *Integracija obrazovanija* [Integration of Education], 2014, no. 2 (75), pp. 55–65. DOI: 10.15507/Inted.075.018.201402.055