

Привлекательность семейного бизнеса как модели будущей занятости для молодежи: проблемы и возможные решения



Мурзина Юлия Сергеевна

Кандидат психологических наук, доцент кафедры общей и социальной психологии Школы образования Тюменского государственного университета, Тюмень, Российская Федерация
e-mail: y.s.murzina@utmn.ru

Аннотация

В работе представлен анализ государственных программ и инструментов развития молодежного и семейного предпринимательства. Актуальность исследования связана с тем, что семейный бизнес имеет более высокие темпы роста и устойчивость во времена кризисов, поэтому семейные компании могут стать драйвером развития национальной экономики. Целью работы являлось изучение динамики карьерных предпочтений студентов в 2021-2023 гг. Для оценки были предложены 3 карьерные стратегии: построение собственного бизнеса, работа в крупной компании, построение семейного бизнеса. Исследование проводилось в рамках Международного научного проекта InterGen. Эмпирическая база – 488 испытуемых. Результаты статистического анализа показали, что самая предпочитаемая карьера – это построение собственного бизнеса, далее следует – работа в крупной компании. Наименее привлекательной является перспектива создания / продолжения семейного бизнеса (выявлено значимое снижение за 2 года). Предлагаются 10 направлений по популяризации семейного бизнеса в России.

Ключевые слова

• молодежное предпринимательство • карьерные ориентации • семейный бизнес • трудоустройство • популяризация бизнеса •

Благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках проекта № 24-28-01571 «Социально-психологические характеристики преемников семейного бизнеса» https://rscf.ru/prjcard_int?24-28-01571

Введение

Современное экономическое и технологическое развитие государств невозможно представить без их участия в глобальных цепочках создания добавленной стоимости. Развитие национальных экономик, обеспеченное международной торговлей, исторически сопровождалось не только взаимным обменом новыми знаниями и технологиями, но и острой конкурентной борьбой, выражающейся в применении меркантилизма, протекционизма, системных мер государственного давления и ограничений с целью защиты национальных интересов и формирования неэкономических конкурентных преимуществ [1].

В условиях конкурентной борьбы и ограничений, накладываемых на крупные национальные предприятия, диверсификация экономики возможна за счет развития малого и среднего бизнеса, обладающего гибкостью, способностью к инновациям, высокой скоростью реагирования и адаптации к изменяющимся условиям рынка [2].

На основе десятилетнего исследования в 43 странах выяснено, что семейное предпринимательство (семейные фирмы, компании) в среднем имеют более высокие темпы роста по сравнению с несемейными компаниями [10], а наличие формальных и неформальных механизмов управления¹ в семейном бизнесе содействует его устойчивости во времена кризисов [5]. При этом ряд исследований подчеркивают слабую связь между семейным предпринимательством и инновациями в стабильное время и высокую связь в нестабильное, вызванное стремлением к сохранению фирмы как дела всей жизни [6; 8; 10]. С учетом представленных данных, в том числе международных исследований, семейные компании могут стать драйвером развития национальной экономики на современном этапе ее развития. Кроме этого, такая форма занятости будет способствовать объединению семьи в процессе общей трудовой деятельности, повышению доходов и экономической социализации молодежи (преемников бизнеса).

По оценкам экспертов «СберБизнес», 74% малых и средних предприятий в РФ – это семейные компании.² В связи с этим появляется вопрос: насколько семейный бизнес является привлекательной и перспективной моделью будущей занятости среди молодежи? Как происходит его поддержка и популяризация?

В конце 2018 г. начал работу Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы»,³ который направлен на развитие всех форм предпринимательства в РФ.

¹ Формальные механизмы реализуются через действующие организационные положения и локальные нормативные акты, а неформальные – через межличностные и семейно-родственные отношения.

² Торгово-промышленная палата Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: <https://family.tprrf.ru/> (дата обращения: 25.05.2024).

³ Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/directions/nacionalnyy_proekt_maloe_i_srednee_predprinimatelstvo_i_podderzhka_individualnoy_predprinimatelskoy_iniciativy/ (дата обращения: 01.06.2024).

Вместе с тем, можно отметить, что работа по развитию молодежного и семейного предпринимательства ведется с разной интенсивностью. Кратко представим государственные и муниципальные программы по развитию этих форм предпринимательства.

Развитие молодежного предпринимательства осуществляется в рамках Государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика».⁴ Основные мероприятия программы начали реализовываться с 2016 г. по следующим направлениям:

- популяризация предпринимательской деятельности среди молодых людей в возрасте 14-30 лет;
- обучение субъектов молодежного предпринимательства;
- поддержка реализации молодежных инновационных проектов.

Рассмотрим существующие практики по обучению предпринимательской деятельности.

Международный конкурс «Мой первый бизнес»⁵ – один из флагманских проектов президентской платформы «Россия – страна возможностей», в котором принимают участие школьники и студенты в возрасте от 14 до 23 лет. В рамках программы слушатели проходят образовательные блоки. Эксперты программы (блогеры, предприниматели, представители профильных департаментов власти) проводят обучающие мероприятия, а потом отбирают лучшие проекты и поддерживают их развитие.

Всероссийская программа молодежного предпринимательства «Я в деле».⁶ Главные принципы программы: преобладание практики над теорией (70% практики, 30% теории); обучение происходит в системе «опыт – наставник – среда». Программа включает предпринимательский курс «START UP», в рамках которого участники создают MVP⁷ и доводят его до первой прибыли, а также две предпринимательские игры «Рынок и капитал» и «Big Business Game». Эффективность программы в 2022 г. в Тюменской области составила 16% – участники продолжают свою работу в качестве предпринимателей (данные получены на основе экспертной оценки руководителя программы в Тюменской области).

Помимо этого, в Российской Федерации с 2022 г. реализуется Федеральный проект «Платформа университетского технологического предпринимательства»,⁸ направленный на раскрытие предпринимательского потенциала молодежи и подготовку профессионалов в области технологического предпринимательства. Федеральный проект включает в себя системные механизмы, такие как:

- тренинги предпринимательских компетенций: массовая диагностика и развитие предпринимательских компетенций;
- предпринимательские «точки кипения», направленные на методологическую поддержку новых форматов работы инновационной и учебной инфраструктуры университетов;
- университетские стартап-студии, ориентированные на быструю проверку бизнес-идей и массовое «производство» новых компаний;

⁴ Постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 г. № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/all/91503/> (дата обращения: 20.05.2024).

⁵ Международный конкурс «Мой первый бизнес» [Электронный ресурс]. URL: <https://myfirstbusiness.ru/> (дата обращения: 30.05.2024).

⁶ Я в деле [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--b1aeda3a0j.xn--p1ai/> (дата обращения: 02.06.2024).

⁷ MVP (Minimal Viable Product) – минимально жизнеспособный продукт, первоначальная версия продукта или услуги, которая помогает протестировать бизнес-идею.

⁸ Федеральный проект «Платформа университетского технологического предпринимательства» [Электронный ресурс]. URL: <https://univertechpred.ru/> (дата обращения: 20.05.2024).

- университетские акселерационные программы;
- грантовая поддержка студенческих стартап-проектов;
- программа возмещения инвестиций в стартапах частным инвесторам (бизнес-ангелам);
- университетские венчурные фонды, призванные оказать содействие стартапам в преодолении «долины смерти» и перейти к стадии масштабирования продукта.

Так, на базе Тюменского государственного университета с 2022 г. реализуются тренинги предпринимательских компетенций, акселерационные программы и дополненные предпринимательско-технологические стажировки для обучающихся. Стажировки представляют собой внеучебную активность обучающихся, обладающих потенциалом к предпринимательству, и направлены на погружение обучающихся в позицию продуктовых менеджеров при разработке университетом технологических продуктов.

В целом, эксперты РФ отмечают высокую эффективность мероприятий развития молодежного предпринимательства. По данным Центра молодежных инициатив АСИ в 2020 г. 88% учеников старших классов и студентов хотели развивать бизнес или уже занимались этим.⁹ Не случайно в 2021 г. был снижен минимальный возрастной порог для регистрации в качестве самозанятых (с 18 до 16 лет).¹⁰ Однако более 50% опрошенных АСИ молодых людей боятся начинать свое дело из-за нехватки знаний и отсутствия навыков ведения бизнеса⁷.

Подтверждают эффективность методов популяризации молодежного предпринимательства в РФ и результаты социологического исследования жизненных целей молодежи в возрасте от 18 до 24 лет. Абсолютное большинство молодых людей считают важными семейные ценности (здоровье членов семьи и безопасность – 97%); а затем – ценности личностного развития (перспективы продвижения по карьерной лестнице – 81%, социальный статус – 72%).¹¹ Таким образом, карьера является одной из ключевых ценностей для современной молодежи, а предпринимательская деятельность – одним из возможных видов карьерной самореализации. Как показывают результаты исследования аналитиков «Авито», 65% молодых россиян хотели бы открыть свой бизнес, 11% готовят бизнес-план и копят стартовый капитал, а 3% – находятся в процессе открытия или покупки бизнеса.¹²

Обратимся теперь к формам популяризации семейного предпринимательства в РФ. Признание важности семейного бизнеса в России на высшем уровне произошло 2019 г., когда Президент РФ В. Путин дал поручение Торгово-промышленной палате РФ (далее – ТПП) продумать меры господдержки для семейного бизнеса.¹³ К концу 2023 г. ТПП было открыто пять Центров семейного бизнеса, в задачи которых входит поддержка и развитие семейных компаний в регионах. При поддержке ТПП реализуются следующие программы:

- Проект «100 семейных компаний под патронатом президента ТПП РФ» дает семейным предприятиям возможность заявить о своих достижениях, найти новые рынки сбыта, а также обозначить проблемы;

⁹ Вузы поддержат курс на предпринимательство [Электронный ресурс].

URL: <https://plus.rbc.ru/news/5fbcc52f7a8aa93b6bf411e6> (дата обращения: 04.06.2024).

¹⁰ Стать самозанятым можно будет с 16 лет во всех регионах страны [Электронный ресурс].

URL: <https://rg.ru/2020/06/29/stat-samozaniatym-mozhno-budet-s-16-let-vo-vseh-regionah-strany.html> (дата обращения: 04.06.2024).

¹¹ Ценности молодежи [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cennosti-molodezhi> (дата обращения: 04.06.2024).

¹² Почти 90% молодых россиян рассказали о желании открыть свое дело [Электронный ресурс].

URL: <https://iz.ru/1704027/2024-05-30/pochti-90-molodykh-rossiian-rasskazali-o-zhelanii-otkryt-svoe-delo> (дата обращения: 04.06.2024).

¹³ Путин призвал уточнить понятие «семейный бизнес» [Электронный ресурс].

URL: <https://tass.ru/ekonomika/6665069> (дата обращения: 08.05.2024).

- Проект «100 надежд бизнеса» – флагманский проект ТПП по поддержке и развитию молодежного предпринимательства, целью которого является дать молодому поколению семейных предпринимателей реальный опыт построения собственного бизнеса;
- Всероссийский семейный совет – выездной формат мероприятий, основной задачей которого является знакомство с передовым опытом семейного предпринимательства в разных регионах РФ;
- Всероссийский форум семейного предпринимательства «Успешная семья – успешная Россия» – ежегодное масштабное мероприятие, объединяющее семейных предпринимателей со всей страны, представителей региональных и федеральных органов власти, ведущих спикеров и экспертов институтов развития; в 2024 г. День предпринимательства был посвящен тематике семейного бизнеса и прошел на всех площадках ТПП в разных городах РФ.¹⁴

Однако, как показывает анализ новостного контента на платформе «Смотрим» (платформа объединяет контент всех активов ВГТРК: федеральные телеканалы «Россия», «Россия 24», «Россия Культура», а также международный «РТР-Планета», региональное вещание 79 филиалов по всей стране),¹⁵ новостные блоки практически не освещают мероприятия по семейному бизнесу. Информация о будущих или прошедших мероприятиях ТПП размещается, прежде всего, на сайте Палаты и иногда на региональных каналах.

Вместе с тем можно констатировать, что за последние три года появилось большое количество художественных фильмов, в которых сюжет полностью или частично строится на основе негативных особенностей семейного бизнеса. Примерами могут быть фильмы «Золотое дно» (2024), «Сестры» (2021-2023), «Чебурашка» (2023), «Рваный ветер» (2019-2023), «Мажоры на мели» (2021), «Дом Гуччи» (2021) и др. Во всех этих кинолентах очень красочно представлены сложности взаимоотношений в семейном бизнесе – предательство, ссоры, убийства из-за денег или наследования бизнеса. В силу этого, в массовом сознании, в том числе в сознании молодежи формируется представление о том, что семейный бизнес – это конфликтная система взаимоотношений, и заниматься предпринимательством лучше независимо от родственников.

Исходя из проведенного анализа, мы сформулировали гипотезу: семейный бизнес как форма будущей занятости для молодежи менее привлекателен по сравнению с собственным бизнесом.

Методы и выборка

Цель нашего эмпирического исследования – изучить динамику карьерных ориентаций и выяснить, насколько семейный бизнес является привлекательной моделью будущей занятости для молодежи.

Исследование проводилось в рамках проекта InterGen,¹⁶ направленного на выявление особенностей семейного предпринимательства в 9 странах и изучение отношения студентов к построению совместного бизнеса с родственниками. Руководитель проекта – Д. Павлов (доцент Университета г. Руссы, Болгария). Для кросс-культурного исследования в 2021 г. был разработан авторский опросник InterGen, включающий 61 вопрос [4]. Основной целью опросника является

¹⁴ Пятый Всероссийский Форум семейного предпринимательства «Успешная Семья – Успешная Россия!» подводит итоги [Электронный ресурс]. URL: <https://family.tpprf.ru/families/news/5723960/> (дата обращения: 01.06.2024).

¹⁵ Платформа «Смотрим» [Электронный ресурс]. URL: <https://smotrim.ru/> (дата обращения: 04.06.2024).

¹⁶ Научный консорциум InterGen [Электронный ресурс]. URL: <https://intergen-theory.eu/> (дата обращения: 04.06.2024).

изучение межпоколенческого семейного бизнеса как инструмента управления стрессом для предпринимателей. Сбор данных проводился онлайн во время занятий со студентами.

В этом исследовании используются данные, полученные только на выборке студентов Тюменского государственного университета: 243 человека в 2021 г. (19% мужчин, 81% женщин) и 245 человек в 2023 г. (32% мужчин и 67% женщин).

Отношение студентов к утверждениям опросника оценивалось с помощью 5-балльной шкалы Лайкерта, где 1 – категорически не согласен, 5 – полностью согласен. В данной работе анализу и обсуждению подлежат следующие утверждения опросника:

Вопрос 2. Предпочитаю работать в крупной компании.

Вопрос 3. Хотелось бы иметь свой бизнес.

Вопрос 29. Я хотел бы иметь семейный бизнес со своими родственниками.

Статистический анализ проводился с помощью программного комплекса Statistica 8.0. Для определения значимости различий применялась описательная статистика и коэффициент Стьюдента.

Обсуждение результатов исследования

На рисунках 1 и 2 представлены карьерные ориентации студентов ТюмГУ в 2021 г. и 2023 г. Ось X показывает степень согласия с утверждением: 1 - категорически не согласен, 2 - скорее не согласен, 3 - не знаю, 4 - скорее согласен, 5 - полностью согласен. Ось Y показывает количество человек, которые сделали этот выбор:

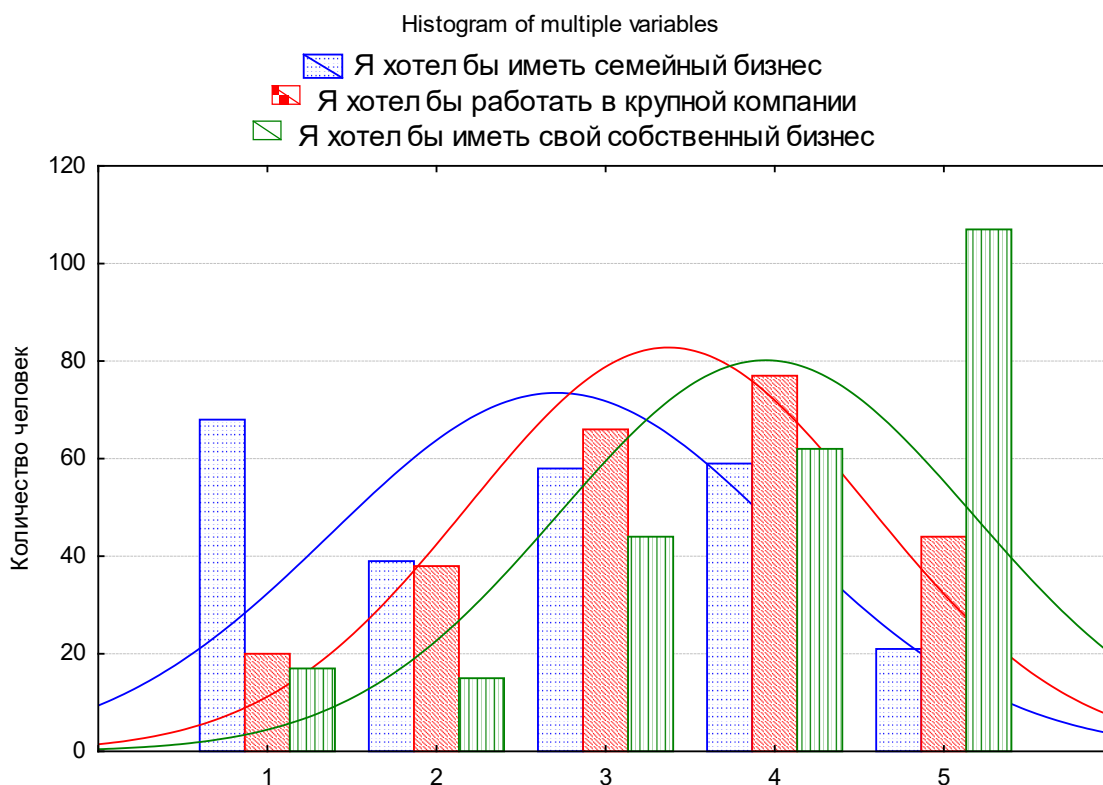


Рисунок 1. Карьерные ориентации студентов в 2021 г. (в абсолютных числах от общего объема выборки)

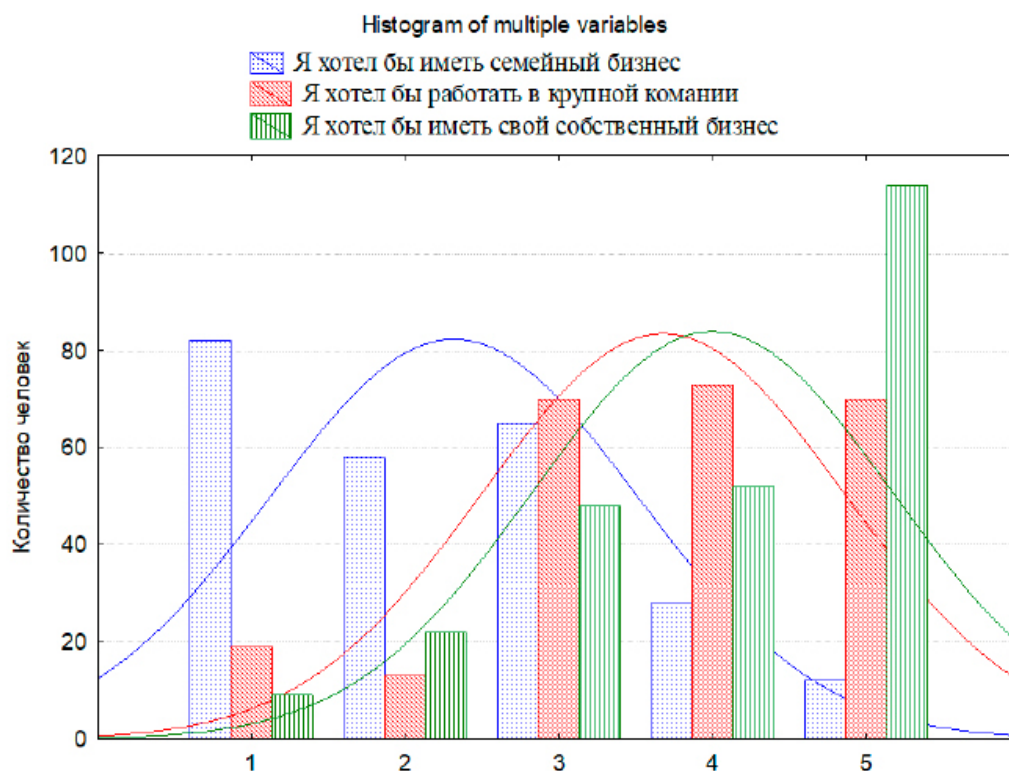


Рисунок 2. Карьерные ориентации студентов в 2023 г. (в абсолютных числах от общего объема выборки)

Легко заметить, что на рисунках доминирует карьерная ориентация «иметь собственный бизнес». Эта ориентация превосходит стремление работать в крупной компании. Можно предположить, что студенты считают себя достаточно компетентными и уверенными для открытия собственного дела. Стоит обратить внимание, что большую часть выборки составляют девушки. Следовательно, девушки-студентки проявляют высокий уровень экономической активности и независимости. Это подтверждают и результаты наших предыдущих исследований, в которых было показано, что в России и мужчины, и женщины одинаково стремятся к созданию собственного бизнеса [11].

Желание иметь семейный бизнес уступает в популярности другим вариантам карьерных ориентаций. На рисунках видно, что студенты выбирают отрицательные ответы: 1, 2, 3. Наличие негативной установки к данному типу карьеры можно объяснить тем, что в России система высшего образования и СМИ транслируют недостаточно положительных примеров ведения семейного бизнеса. Кроме этого, в системе высшего образования нашей страны отсутствуют специальные дисциплины, связанные с семейным бизнесом [3].

На рисунке 3 представлено сравнение динамики средних величин по карьерным ориентациям студентов.

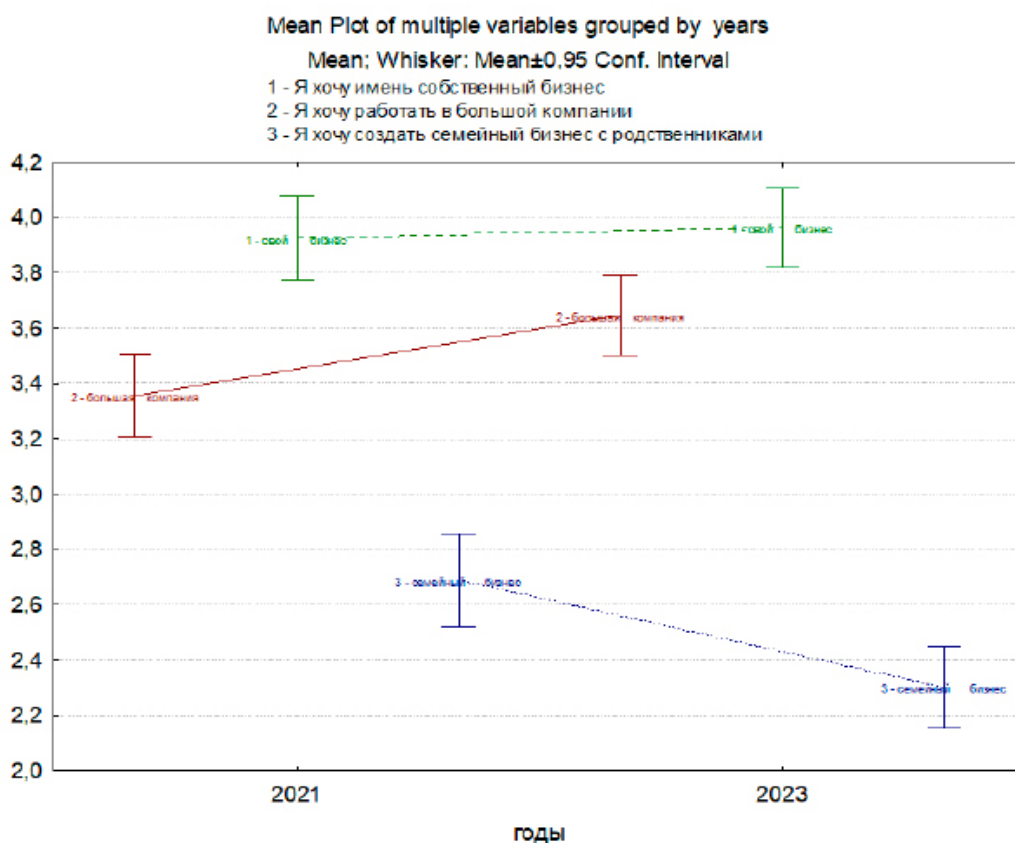


Рисунок 3. Сравнение средних величин карьерных ориентаций студентов, баллы (max=5)

Динамический сдвиг показывает, что популярность собственного бизнеса как возможной карьеры для молодежи растет, в то время как привлекательность семейного бизнеса снижается. Для понимания обозначенных тенденций проведем статистический анализ значимости различий с помощью Т-критерия Стьюдента (выборка не имеет нормального распределения, но большой объем выборки позволяет использовать данный критерий). Результаты сравнения представлены в табл. 1.

Таблица 1. Сравнение значимости различий в карьерных стратегиях

Вопросы	Средние значения по выборке (баллы)		T-value	df	p-level
	2021 г.	2023 г.			
Я хочу иметь свой собственный бизнес	3,93	3,98	-0,49	488	0,62
Я предпочел работать в крупной компании	3,36	3,66	-2,89	488	0,004
Я хотел бы иметь семейный бизнес со своими родственниками	2,70	2,31	3,44	488	0,0006

Из таблицы мы видим, что популярность собственного бизнеса с течением времени не меняется – это самая популярная карьерная ориентация среди студентов. Вместе с тем, статистически значимо возрастает популярность работы в крупной компании ($p=0,004$). Вероятно, это связано с наметившейся тенденцией роста промышленного производства в России и открытием новых предприятий.

Противоположную динамику снижения популярности показывает карьерная ориентация «открытие семейного бизнеса» ($p=0,0006$). Можно предположить, что влияние проводимой ТПП программы по популяризации семейного бизнеса оказывается не таким сильным, как влияние киноиндустрии и массмедиа, которые создают отрицательный имидж семейного предпринимательства как провоцирующего интриги и конфликты между родственниками.

Поскольку семейный бизнес является основой малых и средних предприятий, искусственное снижение популярности этой формы занятости среди молодежи создает риск недостаточной преемственности между поколениями. Это может поставить семейные компании под угрозу выживания из-за кадрового дефицита. Еще важнее то, что киноиндустрия и массмедиа, акцентируя внимание на доминировании эгоистических устремлений даже в кругу родных и близких людей, искажают традиционные ценности семьи, которая исторически была формой коллективной трудовой деятельности и местом взаимной эмоциональной, психологической поддержки.

Заключение

Целью представленной работы являлось изучение динамики карьерных предпочтений студентов (исследование проводилось в 2021 и 2023 гг.). Полученные результаты позволяют оценить, насколько семейный бизнес является привлекательной моделью будущего трудоустройства для молодежи. Результаты статистического анализа показали, что самая привлекательная стратегия для российских студентов – это построение собственного бизнеса. Вторая по популярности стратегия – работа в крупной компании. Наименее привлекательной является перспектива создания или продолжения семейного бизнеса. Сравнение по годам показало, что у студентов Тюменского государственного университета желание открыть собственный бизнес не снижается с годами – такая форма занятости остается самой популярной. В то же время карьерная ориентация «открытие семейного бизнеса» показывает существенное снижение. Этот эмпирический результат может свидетельствовать о неэффективности государственных программ по популяризации семейного бизнеса.

Мы считаем, что для повышения степени вовлеченности молодежи в семейный бизнес необходимо разработать целенаправленную политику по популяризации данного вида экономической деятельности.

Анализ зарубежных исследований популяризации предпринимательства [7; 9] позволяет сформулировать следующие рекомендации по преодолению негативных тенденций и повышению популярности семейного бизнеса среди молодежи:

- продвижение семейного бизнеса через СМИ: газеты, журналы, телевидение, радио, соцсети могут быть эффективными средствами повышения осведомленности о возможностях семейного предпринимательства, а также для обмена историями успеха и информации о том, какие компании и объединения работают в разных регионах Российской Федерации;
- организация семинаров или серии лекций по семейному предпринимательству на общественных открытых площадках города;

- взаимные посещения предпринимательских сообществ из разных регионов (деловые клубы, общественные организации развития бизнеса, Центры семейного бизнеса ТПП и др.);
- проведение научных исследований по семейному бизнесу, дальнейшая их популяризация через СМИ и социальные сети;
- создание информационных каталогов, рассказывающих про компании семейного бизнеса, возможности университетов, федеральные и региональные программы развития бизнеса;
- проведение тренингов и обучающих семинаров для представителей семейного бизнеса для повышения профессионализма управленцев и профилактики семейных конфликтов на почве владения и распределения прибыли;
- проведение форумов, конгрессов и конференций для участников семейного бизнеса с приглашением представителей власти и других заинтересованных лиц и партнеров;
- включение учебных дисциплин по семейному бизнесу в программу сузов, бакалавриата и магистратуры российских вузов;
- выделение грантов, займов, кредитов на особых условиях предприятиям семейного бизнеса;
- демонстрация успеха и положительных примеров из области семейного бизнеса. Истории успеха помогают воодушевить новых потенциальных предпринимателей для создания семейных компаний. Говорить про ошибки и отрицательный опыт, безусловно, нужно, но не «запугивать». Подавать негативную информацию нужно с анализом причин совершенных ошибок и способов их преодоления.

Таким образом, развитие и популяризация семейного бизнеса позволит создать новые рабочие места для молодежи, повысит семейные доходы и будет способствовать укреплению национальной экономики.

Список литературы:

1. Заикин Н.Н. Исторические аспекты представления о связи политики и экономики применительно к теории конкуренции // Идеи и идеалы. 2014. № 1(19). С. 56-64.
2. Кисюгло Т.В., Медведева О.С. Государственная поддержка малого бизнеса // Экономика и бизнес: теория и практика. 2023. № 5-2 (99). С. 12-16. doi: 10.24412/2411-0450-2023-5-2-12-16
3. Рубин Ю.Б., Погорелова А.Ю., Алексеева Е.В., Леднев М.В., Можжухин Д.П., Потапова О.Н., Пузыня Т.А. Обучение семейному предпринимательству в бакалавриате // Современная конкуренция. 2020. Т. 14. № 4 (80). С. 113-127.
4. Bakracheva M., Pavlov D., Gudkov A., Sheresheva M., Tamasila M. et al. The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Volume 1). Ruse: Academic Publisher University of Ruse «Angel Kanchev», 2020. 126 p.
5. Calabrò A., Frank H., Minichilli A., & Suess-Reyes J. Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity // Journal of Family Business Strategy. 2021. Vol. 12. N 2. DOI: 10.1016/j.jfbs.2021.100442
6. Duong P. A. N., Voordeckers W., Huybrechts J., Lambrechts F. On external knowledge sources and innovation performance: Family versus non-family firms // Technovation. 2022. N 114. DOI:10.1016/j.technovation.2021.102448
7. Hindle K., Klyver K. Exploring the relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Initial global evidence and research

- implications // International entrepreneurship and management journal. 2007. Vol. 3. P. 217-242.
8. Leppäaho T., Ritala P. Surviving the coronavirus pandemic and beyond: Unlocking family firms' innovation potential across crises // Journal of Family Business Strategy. 2022. Vol. 13. N 1. DOI: 10.1016/j.jfbs.2021.100440
 9. Miniesy R., Elshahawy E., Fakhreldin H. Social media's impact on the empowerment of women and youth male entrepreneurs in Egypt // International Journal of Gender and Entrepreneurship. 2022. Vol. 14. N 2. P. 235-262.
 10. Miroschnychenko I., De Massis A., Miller D., Barontini R. Family business growth around the world // Entrepreneurship Theory and Practice. 2021. Vol. 45. N 4. P. 682-708. <https://doi.org/10.1177/1042258720913028>
 11. Shvab S., Murzina J., Pavlov D. Gender peculiarities of the willingness of the youth to have a family business // An international serial publication for theory and practice of Management Science. 2022. Vol. XVIII. N 1. P. 395-400.

Attractiveness of family business as a model of future employment for youth: problems and possible solutions

Julia Sergeevna Murzina

Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor of the Department of General and Social Psychology, School of Education, Tyumen State University, Tyumen, Russian Federation

e-mail: y.s.murzina@utmn.ru

Abstract

The paper presents an analysis of government programs and tools for the development of youth and family entrepreneurship. The relevance of the study is due to the fact that family businesses have higher growth rates and sustainability in times of crisis. In this regard, family companies can become a driver of development of the national economy. The purpose of the work was to study the dynamics of students' career preferences in 2021-2023. Three career strategies were proposed for evaluation: building your own business, working in a large company, building a family business. The study was conducted within the framework of the International Scientific Project InterGen. Empirical base: 488 subjects. The results of statistical analysis showed that the most preferred career is building your own business, followed by working in a large company. The least attractive is the prospect of creating/continuing a family business (a significant decrease was revealed over 2 years). 10 directions are proposed to popularize family business in Russia.

Key words

• youth entrepreneurship • career orientation • family business • employment • popularization of business •

Acknowledgements

The study was carried out with financial support from the Russian Science Foundation within the framework of project No. 24-28-01571 "Social and psychological characteristics of family business successors" https://rscf.ru/prjcard_int?24-28-01571

References

1. Zaikin N.N. Historical aspects of the idea of the connection between politics and economics as applied to the theory of competition // Ideas and ideals. 2014. N 1(19). P. 56-64.
2. Kisioglo T.V., Medvedeva O.S. State support of small business // Economics and business: theory and practice. 2023. N 5-2(99). P. 12-16. doi: 10.24412/2411-0450-2023-5-2-12-16
3. Rubin Yu.B., Pogorelova A.Yu., Alekseeva E.V., Lednev M.V., Mozhzhukhin D.P., Potapova O.N., Puzynya T.A. Teaching family entrepreneurship in undergraduate courses // Modern competition. 2020. Vol. 14. N 4 (80). P. 113-127.
4. Bakracheva M., Pavlov D., Gudkov A., Sheresheva M., Tamasila M. et al. The intergenerational family businesses as a stress management instrument for entrepreneurs (Volume 1). Ruse: Academic Publisher University of Ruse «Angel Kanchev», 2020. 126 p.
5. Calabrò A., Frank H., Minichilli A., & Suess-Reyes J. Business families in times of crises: The backbone of family firm resilience and continuity // Journal of Family Business Strategy. 2021. Vol. 12. N 2. DOI: 10.1016/j.jfbs.2021.100442
6. Duong P. A. N., Voordeckers W., Huybrechts J., Lambrechts F. On external knowledge sources and innovation performance: Family versus non-family firms // Technovation. 2022. N 114. DOI:10.1016/j.technovation.2021.102448
7. Hindle K., Klyver K. Exploring the relationship between media coverage and participation in entrepreneurship: Initial global evidence and research implications // International entrepreneurship and management journal. 2007. Vol. 3. P. 217-242.
8. Leppäaho T., Ritala P. Surviving the coronavirus pandemic and beyond: Unlocking family firms' innovation potential across crises // Journal of Family Business Strategy. 2022. Vol. 13. N 1. DOI: 10.1016/j.jfbs.2021.100440
9. Miniesy R., Elshahawy E., Fakhreldin H. Social media's impact on the empowerment of women and youth male entrepreneurs in Egypt // International Journal of Gender and Entrepreneurship. 2022. Vol. 14. N 2. P. 235-262.
10. Miroshnychenko I., De Massis A., Miller D., Barontini R. Family business growth around the world // Entrepreneurship Theory and Practice. 2021. Vol. 45. N 4. P. 682-708. <https://doi.org/10.1177/1042258720913028>
11. Shvab S., Murzina J., Pavlov D. Gender peculiarities of the willingness of the youth to have a family business // An international serial publication for theory and practice of Management Science. 2022. Vol. XVIII. N 1. P. 395-400.

Поступила в редакцию: 28.06.2024

Принята в печать: 30.07.2024