

**Исследование влияния социальной роли молодых предпринимателей на развитие предпринимательства**

**Чу Сяохань**

*Аспирант*

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет социологии, Кафедра экономической социологии, Санкт-Петербург, Россия

*E-mail: chuxiaohan22@mail.ru*

В условиях структурной трансформации экономики и углубляющейся цифровизации предпринимательство приобретает статус не только экономической, но и социальной практики, формирующей новые формы занятости, механизмы социальной мобильности и модели взаимодействия в обществе. В классической экономической теории предприниматель рассматривался как носитель инновационной функции и «двигатель» экономического развития (Йозеф Шумпетер). Однако в современной научной парадигме предпринимательство всё чаще интерпретируется как социально укоренённое действие, встроенное в систему институтов, норм и сетей.

Теоретической основой исследования выступают положения экономической социологии. Концепция укоренённости экономического действия, разработанная Марк Грановеттер, подчёркивает, что предпринимательская активность формируется в контексте социальных связей и не может быть объяснена исключительно рациональным выбором. В работе «Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness» (1985) автор показал, что экономические процессы опосредованы сетью межличностных отношений и норм доверия. Данный подход позволяет рассматривать молодых предпринимателей как акторов, чья деятельность зависит от структуры их социальных связей.

Дополнительный аналитический ресурс предоставляет теория социальных ролей Роберт Мертон, согласно которой каждая социальная позиция предполагает совокупность нормативных ожиданий. Молодой предприниматель занимает специфическую позицию в социальной структуре, совмещая роли инноватора, работодателя, субъекта риска и агента социальных изменений. Эти роли формируют особую модель поведения, отличающуюся высокой адаптивностью и ориентацией на инновации.

Важным методологическим ориентиром является теория капиталов Пьер Бурдьё, представленная в работе «The Forms of Capital» (1986). Согласно данной концепции, позиции социальных акторов определяются объёмом и структурой экономического, культурного и социального капитала. Молодые предприниматели, как правило, обладают ограниченным экономическим капиталом, но компенсируют его высоким уровнем образовательного и цифрового капитала, а также развитой сетевой включённостью. Это предопределяет инновационный и гибкий характер их предпринимательской деятельности.

Современные исследования молодёжного предпринимательства подтверждают значимость социального контекста. В «Global Entrepreneurship Monitor» (GEM) подчёркивается, что предпринимательская активность молодёжи во многом зависит от культурных установок общества, уровня институциональной поддержки и распространённости предпринимательских сетей (Reynolds et al., 2005). Таким образом, развитие предпринимательства определяется не только экономическими стимулами, но и символическим признанием роли предпринимателя в обществе.

С точки зрения институциональной теории, предпринимательство функционирует в рамках формальных и неформальных правил (North, 1990). Молодые предприниматели нередко выступают агентами институционального обновления, поскольку они менее привязаны

к традиционным организационным моделям и быстрее осваивают цифровые инструменты. Их деятельность способствует трансформации норм ведения бизнеса и формированию новых отраслевых ниш.

В рамках данного исследования социальная роль молодых предпринимателей рассматривается как совокупность трёх взаимосвязанных измерений: институционального, культурного и сетевого.

Институциональное измерение проявляется в способности молодых предпринимателей инициировать организационные и технологические инновации. Подобно шумпетеровскому «новатору», они создают новые комбинации ресурсов и формируют новые рынки. Однако в отличие от классической экономической трактовки, их инновационная активность укоренена в социальных сетях и институтах.

Культурное измерение связано с трансформацией общественного образа предпринимателя. Согласно исследованиям в области предпринимательской культуры (Aldrich & Zimmer, 1986), социальная поддержка и признание существенно повышают вероятность вовлечения молодёжи в предпринимательскую деятельность. Молодые предприниматели формируют новые ценностные ориентиры, связывая экономический успех с социальной ответственностью и устойчивым развитием.

Сетевое измерение отражает высокую степень включённости молодёжи в горизонтальные связи. Концепция "слабых связей" Марка Грановеттера демонстрирует, что слабые связи расширяют доступ к информации и возможностям. Молодые предприниматели активно используют подобные связи в цифровой среде, усиливая диффузию инноваций и ускоряя развитие предпринимательских экосистем.

Таким образом, социальная роль молодых предпринимателей оказывает комплексное влияние на развитие предпринимательства. Она способствует институциональному обновлению, культурной легитимации предпринимательской деятельности и расширению сетевых структур взаимодействия. Предпринимательство в этом контексте выступает не просто экономическим процессом, а формой социального действия, интегрированной в систему общественных отношений.

Научная новизна исследования заключается в синтезе теории социальных ролей и концепции институциональной укоренённости для анализа молодёжного предпринимательства. Такой подход позволяет интерпретировать развитие предпринимательства как результат трансформации социальной структуры и изменения нормативных ожиданий, связанных с ролью предпринимателя.

В целом, влияние социальной роли молодых предпринимателей на развитие предпринимательства проявляется через изменение институциональных правил, формирование новых культурных стандартов и расширение сетевого взаимодействия. Это делает молодёжь ключевым субъектом современного предпринимательского развития и важным элементом социально-экономической динамики общества.

### Источники и литература

- 1) Beck, U. (2000). *The Brave New World of Work*. Cambridge: Polity Press.
- 2) Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell.
- 3) Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510.
- 4) North, D. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 5) Scott, W. R. (2008). *Institutions and Organizations: Ideas and Interests*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.