

УДК 316.334.23-057.875(476)

СТАРТАП-ЭКОСИСТЕМА БЕЛАРУСИ: ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

И. В. ПИНЧУК¹⁾, А. А. ПОХОМОВА¹⁾, Л. В. ФИЛИНСКАЯ^{1), 2)}

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

²⁾Центр социологических и политических исследований БГУ, ул. Академическая, 25, 220072, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Рассмотрены экосистемы стартап-движения в Республике Беларусь в разрезе предпринимательских интенций и возможностей студенческой молодежи. Определено понятие «стартап-экосистема» и его элементы. Проанализированы результаты социологического исследования, проведенного в 2024 г. учебно-научно-исследовательским кластером «Общественное мнение» Белорусского государственного университета по инициативе Секретариата Наблюдательного совета Парка высоких технологий среди студенческой молодежи 10 учреждений высшего образования Беларуси. Отмечена важная роль университетов в функционировании стартап-экосистемы и повышении привлекательности предпринимательства для молодежи, способствование деятельности стартап-центров в структуре учреждений высшего образования развитию инновационного предпринимательства как стратегически значимого сектора для экономики страны. Представленные результаты могут быть использованы для дальнейшего развития стартап-движения в Республике Беларусь, а также формирования национальной стартап-экосистемы.

Ключевые слова: студенческая молодежь; предпринимательские намерения; предпринимательская культура; стартап; стартап-экосистема; стартап-центр; предпринимательский университет.

Благодарность. Коллектив авторов выражает признательность Секретариату Наблюдательного совета Парка высоких технологий в лице Д. И. Микулко, а также коллегам по кафедре социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета И. А. Лемецу и Е. К. Артеменко-Мельянцовой за помощь в сборе и обработке данных.

STARTUP ECOSYSTEM OF BELARUS: ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF THE STUDENT YOUTH

I. V. PINCHUK^a, A. A. POKHOMOVA^a, L. V. FILINSKAYA^{a, b}

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

^bCentre for Sociological and Political Research, Belarusian State University,
25 Akademichnaja Street, Minsk 220072, Belarus

Corresponding author: A. A. Pokhomova (pakhom@bsu.by)

Abstract. The article is devoted to the ecosystem of the startup movement in the Republic of Belarus in the context of entrepreneurial intentions and opportunities of students. The concept of a startup ecosystem and its elements are defined. The article analyses the results of a sociological study of Belarusian students conducted in 2024 in 10 institutions of higher education of the Republic of Belarus by the Public Opinion research cluster of the Belarusian State University (hereinafter referred to as the BSU Management Committee) on the initiative of the Secretariat of the Supervisory Board of the Hi-Tech Park. It is noted that universities play an important role in the functioning of the startup ecosystem and increasing the attractiveness of entrepreneurship among young people, the activities of startup centers in the structure of higher education institutions contribute to the development of innovative entrepreneurship as strategically important for the country's economy.

Образец цитирования:

Пинчук ИВ, Похомова АА, Филинская ЛВ. Стартап-экосистема Беларуси: предпринимательские намерения студенческой молодежи. Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2025;3:75–84.
EDN: CEAYIW

For citation:

Pinchuk IV, Pokhomova AA, Filinskaya LV. Startup ecosystem of Belarus: entrepreneurial intentions of the student youth. Journal of the Belarusian State University. Sociology. 2025;3:75–84. Russian.
EDN: CEAYIW

Сведения об авторах см. на с. 84.

Information about the authors see p. 84.



The results obtained can be applied in the development of measures for the further development of the startup movement in the Republic of Belarus, as well as the formation of a developed national startup ecosystem.

Keywords: student youth; entrepreneurial intentions; entrepreneurial culture; startup; startup ecosystem; startup centres; entrepreneurial university.

Acknowledgements. The team of authors expresses its gratitude to the Secretariat of the Supervisory Board of the High Technology Park represented by D. I. Mikulko, as well as to colleagues from the department of social communication of the faculty of philosophy and social sciences of the Belarusian State University, I. A. Lemets and E. K. Artemenko-Melyantsova, for their assistance in data collection and data processing.

Введение

Сегодня практически все знают об онлайн-площадке для краткосрочной и долгосрочной аренды жилья *Airbnb*, о приложении *Uber*, видеоплатформе *Twitch*, платформе для дизайна *Canva*, компании *SpaceX*, сервисе доставки еды *Delivery Club*, маркетплейсе *Wildberries*, платформе для онлайн-образования *TeachMeSkills* и других стартапах, которые не только приобрели большую популярность и коммерческий успех, но и значительно изменили качество жизни людей. Их пример вдохновляет молодежь на собственный бизнес-поиск, показывая, что инновационные идеи могут трансформироваться в успешные международные проекты.

Долгое время в научной коммуникации и общественном пространстве широко распространенным было понятие «предпринимательство». Предпринимательство можно рассматривать как форму проявления общественных отношений, возникающих в результате инициативной деятельности индивидуальных или коллективных хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ, нацеленную, как правило, на получение прибыли (дохода) и осуществляемую от имени предпринимателя, на его риск и под его имущественную ответственность [1, с. 65]. В фокусе таких отношений находится риск и получение максимальной прибыли. Существование в обществе слоя предпринимателей позволяет говорить о становлении предпринимательской культуры. Однако однозначного мнения о том, что такое предпринимательская культура, в научных кругах не сформировалось. Кроме того, представляется оптимальным рассмотрение данного явления на трех уровнях: макро-, мезо- и микроуровне [2, с. 54]. На макроуровне предпринимательская культура как неотъемлемая часть общества со сформированным слоем предпринимателей, имеющих разные половозрастные характеристики, отражает отношение населения к предпринимательской деятельности, нормы, правила и традиции ведения бизнеса в определенных социокультурных, экономических

и правовых условиях. На мезоуровне предпринимательская культура охватывает вопросы ведения бизнеса в рамках отдельной организации, принимая форму организационной культуры. На микроуровне предпринимательская культура отражает готовность/намерения граждан организовать свое дело, что невозможно без сформированных предпринимательской грамотности и компетенций. Предпринимательская грамотность отражает базовые знания и умения, необходимые для ведения предпринимательской деятельности [3]. В Республике Беларусь на формирование предпринимательской грамотности направлены факультативные занятия в старших классах учреждений среднего образования (например, «Предпринимательство в действии»¹), а также университетские образовательные проекты для школьников, например инициатива экономического факультета Белорусского государственного университета (БГУ) совместно с Институтом дополнительного образования БГУ – онлайн-уроки в Школе предпринимательства для старшеклассников².

Предпринимательская компетентность отражает определенный уровень владения полученными знаниями и умениями, а также готовность субъекта применять данные знания в трудовой деятельности.

Предпринимательская грамотность и компетентность обуславливают во многом предпринимательские интенции/намерения субъекта. Формирование предпринимательской культуры детерминировано уровнем развития предпринимательской экосистемы, где стартап-сегмент выступает значимым компонентом.

В рамках данной статьи мы рассмотрим предпринимательскую культуру стартап-движения на всех уровнях ее проявления: от сформированной в государстве системы поддержки стартап-движения, отдельных субъектов, оказывающих содействие в развитии стартап-культуры, до предпринимательских намерений и стартап-активности студенческой молодежи в учреждениях высшего образования.

¹Учебная программа факультативных занятий «Предпринимательство в действии» для X класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с белорусским и русским языками обучения и воспитания [Электронный ресурс]. URL: <https://adu.by/images/2024/06/up-fz-predprinimatelstvo-10kl.pdf> (дата обращения: 12.05.2025).

²Школа предпринимательства для старшеклассников [Электронный ресурс]. URL: <https://economy.bsu.by/abiturientam/shkola-predprinimatelstva/> (дата обращения: 12.05.2025).

Стартап-экосистема как драйвер инновационного предпринимательства

Исследования феномена предпринимательства, в том числе инновационного, в молодежной среде практически не проводились. Указанная тема представлена в основном научными публикациями по экономическим наукам (А. В. Данильченко, Д. В. Станкевич, А. И. Поболь, Е. Л. Мордосевич, П. Е. Резкин, А. А. Рулева и др.). Вопросами молодежного предпринимательства и стартапа как формы ведения инновационного бизнеса в разные годы занимались такие белорусские социологи, как И. А. Андрос, О. В. Кобяк, В. А. Симхович, Л. В. Филинская, С. Н. Щербинин, Е. Г. Павлова, М. В. Вишнякова и др. Работ, посвященных анализу роли университета в национальной стартап-экосистеме, очень мало.

Стартапы, сохраняя общую с предпринимательством ориентацию на получение прибыли, реализуют обозначенную цель через создание и внедрение принципиально новых продуктов, технологий. Стартап-экосистема, естественным образом связанная с предпринимательской экосистемой, но не тождественная ей, ориентирована на содействие развитию стартапов [4]. Стартап-экосистему можно определить как «взаимосвязанную совокупность организаций и событий, формирующих условия для создания и развития стартапов, а также непосредственно самих стартапов, выделенную по территориальному признаку» [5, с. 49]. Национальная стартап-экосистема включает в себя ряд ключевых элементов, таких как инфраструктура, система государственного содействия развитию, ресурсы системы образования и науки, финансирование и т. д. [4, с. 55–56]. Стартап рассматривается как катализатор инноваций на мезо- и макроуровнях. В связи с этим неудивительно, что в Государственной программе инновационного развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг., утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 15 сентября 2021 г. № 348, отмечено, что «стимулирование участия молодежи в сфере научно-технической и инновационной деятельности, формирование и развитие новых бизнес-моделей молодежной занятости в инновационной сфере», в том числе поддержка молодежных стартапов, будет находиться в приоритете в рамках развития инновационного предпринимательства. В Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021–2025 гг., утвержденной Указом Президента Республики Беларусь от 23 июня 2023 г.

№ 180, отмечается необходимость «создать научно-технологические парки (их филиалы) в крупных районных центрах, сформировать на их базе для начинающих инновационных предпринимателей технологическую инфраструктуру (центры прототипирования, коллективного пользования и другое)», что «позволит привлечь в научно-технологические парки более 200 стартапов». Кроме того, «планируется внедрить венчурную экосистему (инкубаторы, акселераторы стартапов, фонды разных стадий) с учетом лучших международных практик и принципов государственно-частного партнерства». В рамках государственной программы «Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь» на 2021–2025 гг., утвержденной постановлением Совета Министров от 29 января 2021 г. № 56, также отмечена значимость стимулирования деловой инициативы и разработки экосистемы инновационного предпринимательства.

В структуру стартап-экосистемы Беларуси на данный момент входят предпринимательские университеты, внедряющие модель «Университет 3.0», а также научные учреждения, технопарки, инкубаторы, акселераторы, инвесторы, сообщества и сети для обмена опытом³. В 2018 г. прототип карты экосистемы стартапов Республики Беларусь был разработан в рамках хакатона «FinTechHackatonMinsk'2018» и включал в себя информацию о ресурсах на разных стадиях развития стартапа (идея и концепция, прототип и вывод на рынок, роллаут, рост и масштабирование)⁴. Определенные результаты по формированию стартап-экосистемы в Беларуси уже заметны, но данный процесс только запущен. В мировом индексе стартап-экосистем (*Global Startup Ecosystem Index*, версия компании *StartupBlink*) в 2025 г. Беларусь занимает 84-е место из 100 стран мира и 1400 городов⁵. В пятерку лидеров в 2025 г. входят США, Великобритания, Израиль, Сингапур, Канада⁶.

Формирование университетской экосистемы стартапов – одна из перспективных задач по созданию благоприятных условий проявления бизнес-инициативы среди студенческой молодежи, так как первоочередными проблемами в данном направлении является слабое развитие предпринимательского духа в академической среде и тенденция к сокращению числа молодых ученых, желающих монетизировать результаты своих исследований и разработок.

³Стартап-экосистема ПВТ [Электронный ресурс]. URL: <https://spex.by/rus/news/http-startup-ecosystem> (дата обращения: 17.07.2025).

⁴Project Marketing составили карту экосистемы стартапов Беларуси [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/story/karta-ekosistemy-startapov-belarusi/> (дата обращения: 17.07.2025).

⁵The Startup Ecosystem of Belarus [Electronic resource]. URL: <https://www.startupblink.com/startup-ecosystem/belarus?page=1> (date of access: 17.07.2025).

⁶Лучшие страны для стартапов в 2025 году: кто лидирует в мировой гонке инноваций [Электронный ресурс]. URL: <https://the-tech.kz/luchshie-strany-dlya-startapov-v-2025-godu-kto-lidiruet-v-mirovoj-gonke-innovaczij/> (дата обращения: 17.07.2025).

Материалы и методы исследования

Для изучения и оценки предпринимательских интенций студенческой молодежи Беларуси специалисты учебно-научно-исследовательского кластера «Общественное мнение» БГУ с 11 по 20 ноября 2024 г. провели социологическое исследование, в котором задействовали 10 учреждений высшего образования из разных регионов Беларуси и г. Минска. Сбор эмпирических данных осуществлялся методом онлайн-опроса. Объем выборочной совокупности составил 2764 респондента. Поскольку в от-

дельных университетах количество опрошенных превышало норму по квоте, в ходе обработки полученной информации была применена процедура перевзвешивания данных.

Выборочная совокупность включала 55,6 % девушек и 44,4 % юношей. Студенты бюджетной формы обучения составили 64,9 %, платной формы – 35,1 %. В опросе приняли участие 26,2 % студентов 1-го курса; 21,7 % студентов 2-го курса; 25,3 % студентов 3-го курса; 26,8 % студентов 4-го и 5-го курсов.

Результаты и их обсуждение

Согласно мнению опрошенных студентов для успешного начала предпринимательской деятельности необходимы четкий план развития собственного бизнеса на перспективу (92,9 %), стартовый капитал (или система финансовой поддержки молодых бизнесов) (91,5 %), предпринимательский склад характера (87,7 %), специальные знания в области управления, маркетинга, финансового планирования (82,1 %), команда специалистов и работников нужной квалификации (72,6 %), возможность арендовать помещение и оборудование (80,1 %) как часть системы государственной поддержки (рис. 1). Стартап-экосистема в Беларуси находится на стадии формирования, поэтому ее потенциал и возможности для развития стартап-движения раскрыты не в полной мере и являются для студенческой молодежи неочевидным условием успешного начала своего бизнеса.

Следует отметить, что девушки чаще, чем юноши, указывают в ответах на важность таких факторов, как наличие стартап-центров в университетах (61,6 и 45,2 % соответственно) и возможность полу-

чать консультации в бизнес-инкубаторах (60,0 и 42,1 % соответственно).

Наиболее перспективной сферой для создания своего бизнеса студенты считают торговлю – 21,0 % (рис. 2). Информационные технологии и коммуникации, дизайн они отметили в среднем по 13,1 %, рекламу, маркетинг – по 10 %. Торговля более привлекательна для юношей – 27,7 % (для девушек – 15,0 %), а также обучающихся экономического и естественно-научного профилей (в среднем по 25,7 %). Сфера информационных технологий и коммуникаций также в большей степени интересна юношам – 20,0 % (девушкам – 8,7 %) и студентам технического профиля (20,5 %).

Стартап рассматривается как высокорисковый проект, который связан с применением новых технологий в деятельности человека, поэтому стартапы являются инновационным потенциалом страны. Как видно из результатов исследования, только один из десяти желающих начать свое дело готов рассматривать для этого сферу информационных технологий и коммуникаций.



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос «Что необходимо для успешного начала предпринимательской деятельности?», %

Fig. 1. Distribution of answers to the question «What is necessary for a successful start of an entrepreneurial activity?», %



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос
«В какой отрасли Вы планируете создать (вести) свой бизнес?»
среди тех, кто планирует заняться бизнесом, %

Fig. 2. Distribution of answers to the question
«In which industry do you plan to create (run) your business?»
among those who plan to start a business, %

Согласно опрошенным студентам предпринимательский склад характера отличают такие личностные черты, как упорство, настойчивость, новаторство, креативность, требовательность к себе

и команде, социальная ответственность (рис. 3, а). Примечательно, что практически все условно отрицательные качества, присущие бизнесмену, для студентов имеют меньшую значимость (рис. 3, б).



Рис. 3. Оценка студентами положительных (а) и отрицательных (б) личностных качеств, необходимых для осуществления предпринимательской деятельности (по шкале от 1 до 5, где 1 – минимальная оценка, 5 – максимальная), баллы

Fig. 3. Students' assessment of positive (a) and negative (b) personal qualities necessary for entrepreneurial activity (on a scale from 1 to 5, where 1 is the minimum grade and 5 is the maximum), points

Следует отметить, что девушки чаще, чем юноши, считают, что для успешного ведения предпринимательской деятельности необходимы положительные

личностные качества. Юноши же склонны чаще оправдывать наличие у предпринимателя отрицательных качеств характера успешностью бизнеса (рис. 4 и 5).



Рис. 4. Оценка студентами положительных качеств, необходимых предпринимателю, в зависимости от пола респондента (по шкале от 1 до 5, где 1 – минимальная оценка, 5 – максимальная), баллы

Fig. 4. Students' assessment of the positive qualities needed by an entrepreneur according to the gender of the respondent (on a scale from 1 to 5, where 1 is the minimum score and 5 is the maximum), points

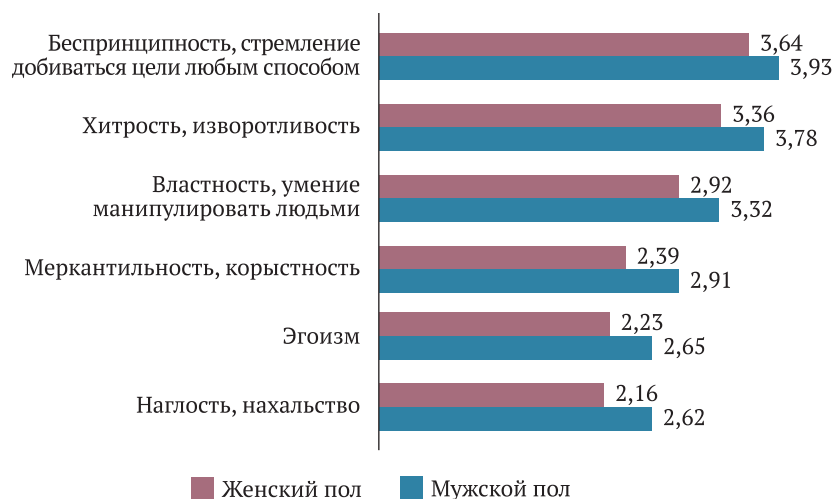


Рис. 5. Оценка студентами отрицательных качеств, необходимых предпринимателю, в зависимости от пола респондента (по шкале от 1 до 5, где 1 – минимальная оценка, 5 – максимальная), баллы

Fig. 5. Students' assessment of the negative qualities required by an entrepreneur according to the gender of the respondent (on a scale from 1 to 5, where 1 is the minimum grade and 5 is the maximum), points

Успешное ведение бизнеса, по данным опроса, студенты связывают в первую очередь с позитивными личностными качествами (настойчивость, креативность и др.), что отражает восприятие предпринима-

тельской деятельности как результата собственных усилий. Примечательно, что девушки чаще, чем юноши, отмечали важность социальной ответственности (средние значения 4,45 и 4,02 балла соответственно).

Университетская среда в развитии стартап-движения

В целом большинство студентов согласны с тем, что университет создает благоприятную среду для развития предпринимательства. Прежде всего он содействует развитию стартап-движения: 67,8 % опрошенных поддержали данное утверждение, но при этом треть студентов не согласилась с ним (32,2 %). Другие аспекты работы университета по стимулированию предпринимательской активности также находят отклик у обучающихся: создание необходимой атмосферы для развития предпринимательского духа, проведение профильных мероприятий, информирование о стартап-мероприятиях, поощрение за предпринимательскую деятельность. В той

или иной мере согласны с приведенными утверждениями от 52,7 до 61,9 % опрошенных (рис. 6). Однако следует обратить внимание на тот факт, что каждый четвертый студент (25 %) не смог определиться с ответом. Наибольшую растерянность респонденты испытывали при анализе вопросов о роли университета в вовлечении в предпринимательство (28 %) и информировании о стартап-мероприятиях (26 %). Данный факт свидетельствует о том, что сфера образования только начинает выстраивать систему поддержки предпринимательской и стартап-инициативы молодежи и интегрироваться в национальную стартап-экосистему.

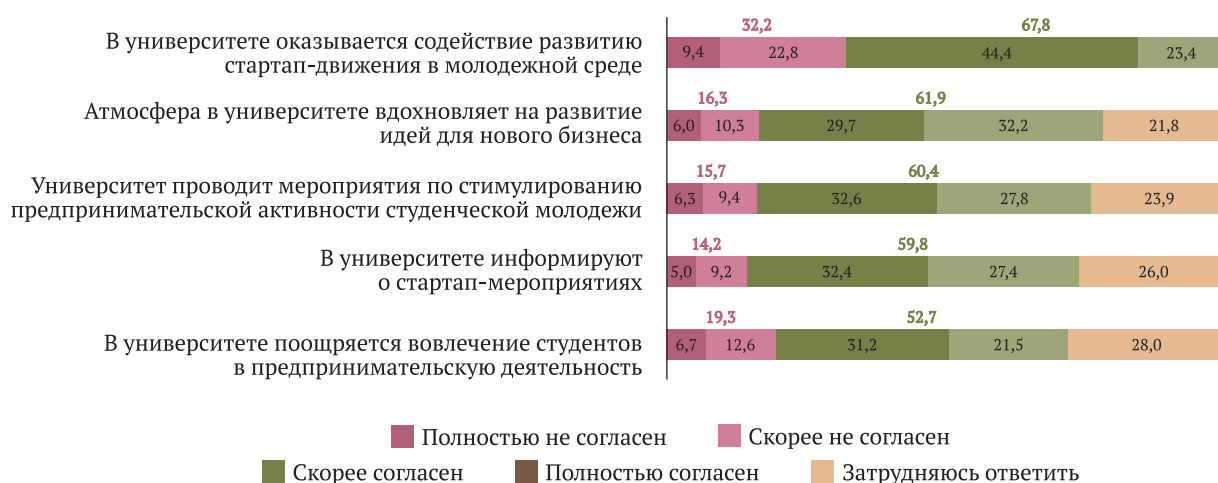


Рис. 6. Распределение ответов на вопрос
«Насколько Вы согласны со следующими утверждениями об университете, где Вы учитесь?», %

Fig. 6. Distribution of responses to the question
«How much do you agree with the following statements about the university where you study?», %

Отметим, что в целом студенты старших курсов настроены скептически при оценке роли университета в развитии предпринимательской активности молодежи. Рассмотрение ответов опрошенных в разрезе профиля обучения позволило установить, что студенты экономических специальностей чаще признают роль университета в содействии развитию их предпринимательской активности. Можно предположить, что на экономических факультетах установлены тесные связи с представителями бизнес-сообщества и банковской сферы, что позволяет интенсивнее интегрировать студенческую молодежь в бизнес-процессы.

Формирование предпринимательской грамотности начинается в школах и продолжается в университетах в рамках занятий по основам предпринимательской деятельности. Учебная программа дисциплины «Основы предпринимательской дея-

тельности» (дополнительное обучение) включает вопросы стартап-предпринимательства (что такое стартап, подходы и методы разработки стратегии развития инновационной организации и др.) и направлена на формирование комплексного видения предпринимательства (в том числе знание правовых, экономических и организационных основ) в рыночно ориентированной экономической системе⁷.

Для поиска и поддержки новых идей талантливой молодежи в Беларуси на разных уровнях проводятся стартап-мероприятия. Однако доля тех, кто вовлечен в стартап-активность, невелика. Среди опрошенных студентов принимали участие в каких-либо стартап-мероприятиях всего 11 %. Примечательно, что в их числе больше старшекурсников, студентов платной формы обучения, получающих экономическое образование, и тех, кто уже имеет свое дело. Наиболее популярными

⁷Учебная программа «Основы предпринимательской деятельности» [Электронный ресурс]. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/327849/1/%d0%a3%d0%94-13331_%d1%83%d1%87.pdf (дата обращения: 18.07.2025).

в студенческой среде стартап-мероприятиями являются стартап-конкурсы, стартап-школы и конкурсы социальных и бизнес-идей. В этих мероприятиях приняли участие соответственно 45,4; 32,1 и 28,4 % студентов, участвовавших в каких-либо стартап-мероприятиях (рис. 7).

Следует отметить некоторые отличия в ответах респондентов на данный вопрос в зависимости от профиля обучения и пола. Для студентов естественно-научного профиля обучения наиболее популярными стартап-мероприятиями выступают стартап-школы, для студентов иных профилей – стартап-конкурсы (см. таблицу).



Рис. 7. Распределение ответов на вопрос «В каких именно стартап-мероприятиях Вы принимали участие?», %
Fig. 7. Distribution of answers to the question «Which startup events have you participated in?», %

Распределение ответов на вопрос «В каких именно стартап-мероприятиях Вы принимали участие?» в зависимости от профиля обучения, %

Distribution of answers to the question «Which startup events have you participated in?» depending on the training profile, %

Мероприятия	Профиль обучения			
	Естественно-научный	Социогуманитарный	Технический	Экономический
Стартап-школы	35,9	39,2	26,2	30,3
Стартап-уикенд	4,8	11,6	10,7	9,9
Воркшоп	15,1	21,8	18,4	8,6
Стартап-конкурсы	29,2	41,7	46,0	50,6
Конкурсы социальных и бизнес-идей	13,6	26,4	27,3	33,2
Курсы обучения предпринимательству (вне учебного расписания в университете)	24,7	21,9	17,1	18,4
Другое	5,5	10,6	12,4	13,3

В гендерном аспекте ответы также имеют некоторые отличия. Юноши чаще, чем девушки, посещали курсы обучения предпринимательству (29,2 и 13,6 % соответственно), а девушки чаще участвовали в конкурсах социальных и бизнес-идей (22,6 и 32,8 % соответственно).
Опрошенные студенты в большинстве случаев (70 %) принимали участие в стартап-мероприятиях, проходивших на базе учреждения образования,

в котором они обучаются (рис. 8). Иные площадки для участия в стартап-мероприятиях значительно чаще выбирали юноши, чем девушки (19,6 % по сравнению с 8,6 %), а также те студенты, которые уже имели свое дело (21,9 % по сравнению с 10,6 % в среднем по другим группам). В другие учреждения образования для участия в стартап-мероприятиях студенты платной формы обучения выезжали в два раза чаще.

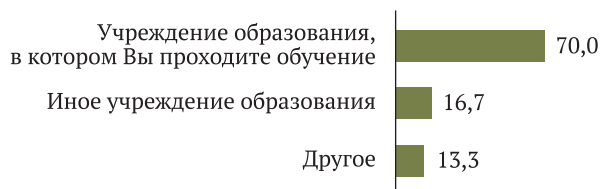


Рис. 8. Распределение ответов на вопрос
«Где проходили стартап-мероприятия, в которых Вы принимали участие?», %

Fig. 8. Distribution of answers to the question
«Where were the startup events in which you participated?», %

В большинстве случаев о стартап-мероприятиях студентов информировали их преподаватели (59,3 %) и родители (33,6 %). Помимо этого, эффективным источником для самостоятельного поиска информации о стартап-мероприятиях для студентов выступал

интернет – 41,7 % (рис. 9). Согласно результатам исследования девушки чаще, чем юноши, получали информацию от преподавателей (68,4 и 47,4 % соответственно). Различий в ответах респондентов в зависимости от профиля и формы обучения обнаружено не было.



Рис. 9. Распределение ответов на вопрос
«Из каких источников Вы узнали о стартап-мероприятиях, в которых принимали участие?», %

Fig. 9. Distribution of responses to the question
«From what sources did you learn about the startup events in which you participated?», %

Заключение

Формирование стартап-экосистемы является важным шагом для стимулирования инновационного предпринимательства в молодежной среде, что подтверждает пример стран, занимающих первые строчки международных рейтингов стартап-экосистем. Перспективная, амбициозная студенческая молодежь представляет собой целевую аудиторию для мобилизации предпринимательской активности с точки зрения не только профессиональной подготовки, но и наличия социального капитала. Ее устойчивый интерес к созданию собственного дела безусловно существует.

Согласно результатам исследования, проведенного среди студенческой молодежи Беларуси, для открытия своего дела сферу информационных технологий и коммуникаций чаще рассматривают юноши, чем девушки. Указанная отрасль не популярна у студентов из-за устоявшегося стереотипа, согласно которому бизнес ассоциируется с наиболее распространенной сферой предпринимательской деятельности – тор-

говлей. Влияние академической среды на решение создавать и развивать собственный бизнес большинство респондентов оценивают высоко. Студенты экономического профиля обучения по всем рассматриваемым параметрам оценивают роль университета в стимулировании предпринимательской активности студенческой молодежи выше, чем представители социогуманитарного, естественно-научного и технического профилей обучения. Студенты старших курсов более критично оценивают роль университета в содействии раскрытию предпринимательского потенциала, чем обучающиеся младших курсов.

Каждый десятый опрошенный студент принимал участие в стартап-мероприятиях, из которых наиболее популярными были стартап-конкурсы, стартап-школы, конкурсы социальных и бизнес-идей. Интерес к стартап-мероприятиям чаще проявляют обучающиеся старших курсов и студенты платной формы обучения, а также респонденты, которые уже имеют свой бизнес.

Наиболее эффективными способами распространения информации о стартап-мероприятиях в студенческой среде выступили формальные и неформальные социальные связи (преподаватели, родители), а также реклама в сети Интернет. Для студентов академическая среда является важным условием участия в стартап-мероприятиях, так как в университетах оказывается информационная и консультационная поддержка студенческих проектов в рамках деятельности стартап-центров.

В целом следует отметить, что для студентов экономических специальностей в учебных заведениях созданы благоприятные условия для развития предпринимательских компетенций и организации

собственного бизнеса. Девушки оценивают роль академической среды в развитии предпринимательской активности выше. Женское предпринимательство обладает значительным потенциалом, поскольку уровень интереса девушек к предпринимательской деятельности сопоставим с уровнем интереса юношей. При этом перспективными сферами для их самореализации могут выступать социально ориентированные проекты.

Таким образом, университеты активно включаются в предпринимательскую и стартап-экосистему, действуя не только формированию привлекательной стартап-среды, но и подготовке высококвалифицированных сотрудников для команд стартап-проектов.

Библиографические ссылки

1. Кобяк ОВ, Андрос ИА. Феномен предпринимательства как объект социологических исследований. *Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология*. 2018;1:64–72. EDN: YSBTV.
2. Глухих ПЛ, Воронина ЛВ, Иванова АВ. Предпринимательская культура молодежи и факторы ее развития: социокультурный подход. *Управленец*. 2016;3:52–61. EDN: WIUAYF.
3. Гареева ЛИ. Понятийно-категориальный обзор предпринимательской грамотности. *Современная высшая школа: инновационный аспект*. 2018;10(3):85–94. DOI: 10.7442/2071-9620-2018-10-3-85-94.
4. Су Цян. Формирование стартап-экосистемы в Республике Беларусь. *Банкаўскі веснік*. 2022;12:53–64. EDN: ZWFJRF.
5. Марахина И. Инвестиционная инфраструктура белорусской стартап-экосистемы: субъекты, проблемы и направления развития. *Банкаўскі веснік*. 2020;7:49–58. EDN: EMAEXQ.

Статья поступила в редколлегию 19.07.2025.
Received by editorial board 19.07.2025.

Авторы:

Игорь Викторович Пинчук – кандидат социологических наук; доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук.

Алеся Андреевна Похомова – кандидат социологических наук, доцент; заведующий кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук.

Лариса Владимировна Филинская – кандидат философских наук, доцент; доцент кафедры социологии факультета философии и социальных наук¹⁾, старший научный сотрудник²⁾.

Authors:

Igor V. Pinchuk, PhD (sociology); associate professor at the department of social communications, faculty of philosophy and social sciences.

igor_pinchuk87@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0544-0729>

Alesya A. Pokhomova, PhD (sociology), docent; head of the department of social communications, faculty of philosophy and social sciences.

pakhom@bsu.by
<https://orcid.org/0000-0001-8627-953X>

Larisa V. Filinskaya, PhD (philosophy), docent; associate professor at the department of sociology, faculty of philosophy and social sciences^a, and senior researcher^b.

filinskay@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4133-5416>