

Содержание

Введение	3
Глава 1. Теоретические проблемы реализации предпринимательской активности молодежи в современных условиях.....	6
1.1. Предпринимательская активность молодежи и ее влияние на формирование человеческого капитала.....	6
1.2. Принципы и проблемы формирования системы управления предпринимательской активностью молодежи в регионе.....	17
Глава 2. Характеристика управления предпринимательской активностью молодежи в регионе на примере Московской области.....	25
2.1. Анализ и оценка предпринимательской активности молодежи Московской области	25
2.2. Государственное регулирование предпринимательской активности молодежи.....	36
Глава 3. Совершенствование системы управления предпринимательской активностью молодежи.....	45
3.1. Механизм регулирования предпринимательской активности молодежи в регионе	45
3.2. Разработка системы управления предпринимательской активностью молодежи в организации	52
Заключение.....	65
Список использованной литературы.....	67

Введение

Актуальность темы исследования. В современных условиях развития рыночной экономики особую остроту приобретают в России проблемы малого и среднего предпринимательства. Именно этому сектору экономики отводится сегодня главная роль в процессе формирования среднего класса, способного стать надежной опорой российского общества. Необходимым стратегическим ресурсом для развития малого и среднего предпринимательства является молодежное предпринимательство.

Актуализация проблематики молодежного предпринимательства происходит также в силу того, что последнее в настоящее время присутствует как потенциальная, но еще не полностью доступная возможность улучшения социально-экономического положения молодежи. Включение в предпринимательскую деятельность является для молодого поколения одним из решений проблемы трудовой занятости, особенно обострившейся в регионах страны в кризисный период развития экономики. Молодежное предпринимательство способствует укреплению материального положения молодых людей, а также их профессиональной и личностной самореализации.

Радикальные изменения, произошедшие в конце 1980-х — начале 1990-х годов в социально-культурных, экономических и политических основах жизни бывшего советского общества, не могли не затронуть и молодежь, которая представляет собой «особую социально-демографическую группу, выделяемую на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств». (В соответствии с законодательством РФ возрастные границы молодежи устанавливаются в рамках от 14 до 30 лет).

В связи с переходом к рыночным отношениям перед молодыми людьми встал вопрос формирования нового отношения к труду и способам

реализации своих устремлений. Вместе с разрушением барьеров между развитыми западными странами и бывшим Советским Союзом перед российской молодежью открылось новое пространство с более высокими стандартами достижений, уровня и качества жизни. Одновременно возникли новые ресурсы, способствовавшие реализации этих новых уровней достижения, и исчезли многие социальные ограничения. Все эти факторы в совокупности создали ситуацию, когда неудовлетворенность внешней средой сформировала необходимость выбора новой стратегии поведения, в качестве которой часть молодежи выбрала занятие предпринимательской деятельностью, как наиболее отвечающей ее интересам и потребностям.

При всей широте научного интереса к проблеме предпринимательства, молодежный его сегмент, тем более социальные его аспекты, все еще не стали предметом самостоятельного исследования. В связи с чем в науке до сих пор не определено само ключевое понятие «молодежное предпринимательство», что, следовательно, не позволяет однозначно выделить и субъекты молодежного предпринимательства. И, соответственно, возникает ситуация, когда в практике есть понимание того, что развитию молодежного предпринимательства необходима государственная поддержка, но не ясен вопрос о том, кому именно следует оказывать содействие, какими должны быть меры поддержки, каким образом и какими органами государственной власти они должны осуществляться.

Данная проблема является ключевой и во многом препятствующей процессу поддержки молодежного предпринимательства со стороны государства. Помимо нее есть ряд других важных социальных проблем, стоящих на пути развития молодежного предпринимательства и требующих серьезных теоретико-прикладных исследований. Среди них специфичными для молодого поколения, имеющего незначительный социальный и трудовой опыт, являются проблемы практической неподготовленности будущих и начинающих предпринимателей к занятию новым непривычным делом и недостаточность знаний и деловой информации в области самостоятельной

предпринимательской деятельности. Выявленные проблемы являются следствием отсутствия эффективной системы бизнес-образования молодежи и системы информационно-консультационной помощи молодым предпринимателям, а также отсутствия таких субъектов инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства, как молодежные бизнес-инкубаторы.

Объектом исследования является социальное управление развитием молодежного предпринимательства в Московской области

Предметом исследования выступают основные формы государственной поддержки молодежного предпринимательства в Московской области.

Цель работы – исследовать социально-управленческие аспекты развития молодежного предпринимательства и основные формы его государственной поддержки в Московской области.

Задачи работы:

1. Рассмотреть молодежное предпринимательство как предмет социально-экономического исследования.
2. Охарактеризовать институциональное регулирование молодежного предпринимательства в Московской области.
3. Выявить субъекты и формы современного бизнес-образования молодежи.
4. Обосновать необходимость создания молодежных бизнес-инкубаторов.

Глава 1. Теоретические проблемы реализации предпринимательской активности молодежи в современных условиях.

1.1. Предпринимательская активность молодежи и ее влияние на формирование человеческого капитала.

Ни за рубежом, ни в России пока не создана общепринятая теория предпринимательства. В силу своей многоаспектности предпринимательство исследуется в рамках разных наук (экономики, правоведения, философии, социологии и др.). Вместе с тем определение границ исследовательского поля той или иной науки весьма затруднительно из-за дефинитивной нечеткости социальной сути этого феномена, а также ряда ключевых категорий.

Социологическая наука рассматривает предпринимательство как социально-экономический феномен, и потому во многом опирается на теоретические положения классиков экономической мысли: А.Смита, Й. Шумпетера, М.Вебера, Дж. Кейнса, И. Кирцнера, Р. Хизрича, М. Питерса и др. Существующие разночтения в интерпретациях феномена предпринимательства зарубежными учеными свидетельствуют о неопределенности понятия «предпринимательство». В работах отечественных исследователей положение о том, что понятие «предпринимательство» нельзя определить однозначно, также находит подтверждение¹.

Понятие «предприниматель» также не однозначно. В социологическом аспекте предпринимателя можно представить по-разному: в узком понимании, это человек, обладающий определенным социальным статусом и исполняющий в обществе определенную функцию; в широком - тип

¹ Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. М.: Прогресс, 2004. – С.106; См. также: Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994.- С.76; Хизрич Р.,Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. М: Прогресс, 1992. С.100

личности, которому присущ особый вид социального поведения, обусловленного наличием определенных умений и навыков.

Социологический подход к определению понятий «предпринимательство» и «предприниматель» гораздо шире нормативно-правового подхода, представленного в Гражданском кодексе Российской Федерации, ограничивающего правовое поле предпринимательской деятельности понятием государственной регистрации. За рамками правового определения предпринимательства в таком случае остается значительный объем предпринимательской деятельности, осуществляемой людьми без регистрации.

Основные положения, относящиеся к предпринимательской деятельности, следующие:

1. Предпринимательство — и как социальный феномен, и как личностный тип, характер, и как своего рода «философия» — не однозначно. С этим обстоятельством связана необходимость разработки особой этики бизнеса - системы представлений и норм, накладывающих на экономическую деятельность ограничения, которые не сопряжены непосредственно с хозяйственной целесообразностью, эффективностью или выгодой.²

2. Предпринимательство – не просто наличие в собственности предприятия, производящего те или иные продукты или услуги, а обязательно — выгодная торговля. Последняя требует не только определенных знаний и навыков, но и поиска и участия в ней равноправных партнеров. Предпринимательство невозможно без торговли. Торговля – это особая сфера деятельности людей, обладающих не столько специфическим складом ума, сколько особенным талантом – успешно торговать: не просто заключать сделки, покупать и продавать, а обеспечивать получение прибыли, достаточной для нормального развития предприятия³.

² Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. - СПб.: Питер, 2009. – С.103

³ Борисова Т.В. Философский анализ предпринимательской деятельности: социально-онтологический аспект. Дисс. ... докт. философ. наук. Саратов, 2005.

3.Предпринимательство всегда отождествляется с деньгами. Во-первых, деньги одна из основных причин, побуждающих людей заниматься предпринимательской деятельностью. Во-вторых, деньги в бизнесе являются основным инструментом деятельности, выполняя роль «фишек» в предпринимательской игре. Поэтому не бывает предпринимательства без любви к деньгам, но эта любовь особенная, она основана на глубоком знании законов денежного обращения и умении обеспечивать устойчивое превышение поступления денег над их расходами.

4.Предпринимательская деятельность связана с постоянными затратами, без этого невозможно обеспечить эффективное функционирование бизнеса. При этом расходы всегда предшествуют поступлению денег от реализации продуктов и услуг, между ними находится определенный временной период (лаг), который может быть большим или меньшим в зависимости от масштабов и специфики деятельности. Тот, кто с большим трудом расстается с деньгами и отдаст предпочтение накопительству, никогда в бизнесе не будет преуспевать. Чем больше мы хотим заработать, тем больше нам необходимо тратить, а на это не так просто решиться в условиях, когда конечный результат не гарантирован⁴.

5.Чтобы делать деньги, необходимо обладать особыми качествами, благодаря которым и достигается приращение капитала. Не все люди могут успешно обузывать свою природную склонность к расходам и обеспечивать превышение дохода над затратами в условиях большой неопределенности, порождаемой временным лагом и высокой степенью динамичности системы денежного обращения.

6.Предпринимательство относится к тем сферам человеческой деятельности, основу которых составляет творчество. Во-первых, оно предоставляет право заниматься тем видом деятельности, который больше всего нравится предпринимателю и в наибольшей степени соответствует его

⁴ Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землинская Е.В. Психология управления. – Харьков: ООО «Фортуна – пресс», 2006 – С.44

природным склонностям и предпочтениям. Но, во-вторых, предпринимательство непосредственно связано с проектированием будущей деятельности и воплощением разработанных проектов в жизнь, а это является прерогативой творческих личностей, наделенных богатым воображением и аналитическими способностями.

7. Предпринимательство – это также положение в обществе и большие возможности для того, чтобы оставить свой «след» на земле. На обычную карьеру в любой другой области человеческой деятельности можно потратить всю жизнь. Достигнув же успеха в бизнесе, сразу попадаешь в элиту общества, получаешь доступ к новым источникам информации и имеешь возможность непосредственно влиять на те или иные процессы в экономике, политике, искусстве, науке. Те, кто имеют свой бизнес, всегда, даже в самые трудные времена, находятся в лучшем положении, чем другие⁵.

Молодежное предпринимательство как явление присутствует в социально-экономической сфере жизни российского общества де-факто (в частности, в него включают понятия «молодой предприниматель» и «молодежное предприятие»), но не де-юре. Определение данного понятия не разработано в науке и не представлено в федеральных нормативно-правовых документах, регламентирующих предпринимательскую деятельность. Нет такого определения и в нормативно-правовых документах по основным направлениям государственной молодежной политики Российской Федерации. Тем не менее на практике с целью развития молодежного предпринимательства существуют и разрабатываются соответствующие законы, постановления, программы, выделяются средства из государственного бюджета на реализацию мер его поддержки.

В то время как со стороны государственных органов уделяется особое внимание развитию и поддержке молодежного предпринимательства, в

⁵ Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей / Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. М.: Наука, 2007. С. 517

социологической науке его предмет и проблематика остаются малоизученными.

Молодежное предпринимательство как социально-экономическое явление находится на стыке сферы предпринимательства (являясь его сегментом, представленным молодыми индивидуальными предпринимателями и молодежными предприятиями), сферы молодежной политики (содействие развитию предпринимательского потенциала молодежи) и сферы социальной политики государства (содействие занятости молодежи).

Молодежное предпринимательство является потенциалом (стратегическим ресурсом) для развития малого и среднего предпринимательства, способствующим решению таких объективных проблем, как недолговечность малого бизнеса и старение предпринимательских кадров. Выделение его в качестве особого сегмента предпринимательства происходит потому, что оно имеет свои специфические признаки, сильные и слабые стороны.

Кроме того, молодежное предпринимательство способно выполнять ряд социально значимых функций (присущих сферам молодежной и социальной политики), таких, как: формирование нового менталитета нации, основанного на позитивном отношении к институту частной собственности и предпринимательству; повышение экономической активности молодых людей; организация занятости молодежи; проведение профессиональной ориентации и обучения молодых людей; предоставление возможности реализации достаточно высокого образовательного потенциала молодых людей, их самореализации и самоутверждения; повышение жизненного уровня молодых людей; формирование активной социальной позиции молодежи; усиление социальной защищенности молодежи⁶.

⁶ Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей / Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. М.: Наука, 2007. С. 522

Существуют различные подходы к пониманию данного социально-экономического явления (в это понятие включают и предпринимательскую деятельность активных учащихся и студентов высших учебных заведений, и деятельность молодых индивидуальных предпринимателей и предпринимательских структур, и деятельность так называемых проектных коллективов и т.д.).

Таким образом, можно констатировать, что на современном этапе развития рыночных отношений молодежное предпринимательство проходит период институционализации, так как данное социально-экономическое явление в обществе находится пока на стадии упорядочения, организационного оформления и стандартизации и требует законодательного закрепления и урегулирования.

В связи с этим сегодня отечественная наука и практика нуждаются, прежде всего, в широком социологическом понятии молодежного предпринимательства. Как представляется, молодежное предпринимательство необходимо рассматривать как относительно самостоятельный и существенный сегмент малого бизнеса, представленный как молодыми предпринимателями, так и молодежными предприятиями, деятельность которых предполагает успешную социализацию и адаптацию молодежи в условиях становления рыночно-конкурентного общества.

В соответствии с данным положением молодежное предпринимательство есть самостоятельная деловая активность предприимчивых молодых людей, не противоречащая закону и основанная на определенных ресурсах, автономной социально-экономической инициативе, инновационности, личностных качествах и ответственности, нацеленная как на получение прибыли и достижение материального благополучия, так и на свободную самореализацию и самоутверждение молодого человека.

Исходя из вышеуказанного широкого социологического понятия молодежного предпринимательства, к субъектам молодежного

предпринимательства относятся: 1) молодые индивидуальные предприниматели (имеющие государственную регистрацию); 2) молодежные предприятия (в регионах могут существовать соответствующие зоны субъектов Федерации); 3) молодые предприниматели из числа учащейся молодежи (без государственной регистрации; «студенческое предпринимательство»); 4) молодые люди и молодежные проектные коллективы, занимающиеся предпринимательской деятельностью эпизодически (без государственной регистрации).

Студенческое предпринимательство является неотъемлемой частью молодежного предпринимательства и рассматривается в качестве необходимого потенциала для его развития, однако оно находится пока что за пределами правового поля малого и среднего предпринимательства РФ и регионов⁷.

На сегодняшний день государственный статистический учет и отчетность по молодым индивидуальным предпринимателям и молодежным предприятиям отсутствует, что не позволяет правильно оценить реальный вклад субъектов молодежного бизнеса в экономику страны. Однако этот вклад очевиден, как впрочем и то, что на пути становления и развития молодежного предпринимательства на сегодняшний день стоит ряд серьезных проблем, решение которых требует пристального к себе внимания со стороны государства, прежде всего, региональных органов власти. Особенно отчетливо состояние и социальные проблемы молодежного предпринимательства видны в регионах России.

В условиях кризиса на сектор малого бизнеса, а в особенности на молодежное предпринимательство, возлагается ведущая роль в решении проблем безработицы и самозанятости населения. В настоящее время ужесточилась ситуация на рынке труда. Поэтому выпускники вузов и студенты, связывающие свою будущую карьеру с работой в госструктурах

⁷ Радаев В. Малый бизнес и проблемы деловой этики. Надежда и реальность // Вопросы экономики.-1996.- №7 – С.58

или крупных компаниях, оказываются перед непростым выбором и вынуждены выбирать другие пути. «Один из таких путей - предпринимательство, открытие собственного бизнеса». В экономический кризис малый бизнес проходит сквозь своеобразный фильтр, преодолев его, на рынке останутся только те предприятия, которые могут вести гибкую политику, обладают серьезными внутренними резервами, а также те предприниматели, которые могут с минимальным риском вывести свои малые и средние предприятия из кризисных ситуаций⁸.

Многие исследования, проведенные в области молодежного предпринимательства подтверждают тот факт, что предпринимательская деятельность требует не только навыков и фундаментальных знаний, но и целого набора личных качеств, в том числе таланта. Для успеха необходимы также инициативность, способность рисковать, нести ответственность за риски, умение поставить цель и идти к ней, предвидеть ситуацию, способность подбирать команду единомышленников и другие качества, которыми обладает молодой специалист – выпускник ВУЗа. В бизнес стремятся многие, но выживают единицы. Так, по данным исследования, из каждых 10-ти зарегистрированных фирм к реальной работе приступают лишь 4. Через год в деле остаются только 3 фирмы. На вопрос, почему студенты и выпускники не слишком активно идут в предприниматели, начинающие предприниматели-студенты поясняют, что главная причина – страх первого шага. Особенно это актуально для молодых людей, работающих в крупных компаниях. Они хотят открыть свое дело, но не знают, с чего начать. Еще одна проблема – недостаток информации о существующей поддержке молодежного предпринимательства на федеральном и региональном уровнях, отсутствие института предпринимательского наставничества. Кроме того, молодежи мешает юношеский максимализм. С одной стороны, это качество помогает двигаться вперед, но отсутствие жизненного опыта и желание

⁸ Агранович М. Бизнесмен со школьной парты // Российская газета. - 2006. - № 142.

«получить все и сразу» приводит к тому, что первая неудача заставляет предпринимателя отказаться от собственного бизнеса. Еще одна проблема, с которой сталкивается молодежь – сложившийся в российском обществе стереотип, что понятие бизнесмен пока воспринимается скорее со знаком минус. По этой причине желающих стать предпринимателями не так много, как требует необходимость.

В российском бизнес-сообществе поддержка малого предпринимательства на уровне правительства выражается, прежде всего, в разработке законодательных и нормативных документов, направленных на оказание правовой, имущественной, финансовой поддержки малому бизнесу.

Возникает вопрос - на какую конкретную помощь малому бизнесу от государства может рассчитывать предприниматель в России. Частично это зависит от того, каким видом деятельности занимается (предполагает заняться) предприниматель. Многие государственные и региональные программы поддержки малого бизнеса нацелены на оказание поддержки развития приоритетных направлений экономики (инновационный бизнес, производство, сельское хозяйство, оказание некоторых видов услуг). Поэтому какому-то виду малого бизнеса помощь от государства получить легче, другим – сложнее.

Для многих предпринимателей самая ожидаемая помощь малому бизнесу от государства – финансовая поддержка. Такая помощь также имеет место быть. Причём существует два варианта поддержки малого бизнеса в этом направлении: безвозмездная помощь и кредиты. Получить деньги на создание малого бизнеса без процентов и последующего возврата средств можно в виде грантов. Субсидии малому бизнесу в форме грантов выдают тем, кто решил начать своё дело.⁹

Кредиты малому бизнесу банки выдают не очень охотно, если только это уже «не твёрдо стоящий на ногах» и давно существующий бизнес.

⁹ Радаев В. Малый бизнес и проблемы деловой этики. Надежда и реальность // Вопросы экономики.-1996.- №7 – С.62

Начинающему предпринимателю получить кредитные ресурсы в большинстве банков сложно. В связи с чем появилась новая государственная программа поддержки кредитования малого бизнеса. Согласно этой программе Внешэкономбанк получает от государства средства, которые потом распределяет между банками, желающими финансировать малый бизнес. Внешэкономбанк выдаёт средства банкам под определённый процент, а банки, в свою очередь, добавляют к нему свою выгоду. Но общая сумма процентов всё равно получается ниже, чем по другим кредитам малому бизнесу.

На сегодняшний день в Московской области существует проблема нескоординированности региональных и федеральных программ поддержки молодежного предпринимательства с программами вузов, специализирующихся на бизнес-тематике. Но сегодня на рынке выживает только профессиональный молодежный бизнес, и поэтому вузы должны обеспечивать подготовку профессиональных кадров для малого бизнеса. «Необходима отдельная федеральная программа, ориентированная на следующие направления: обеспечение правовой и юридической поддержки, оказание помощи в реализации бизнес-проектов, обеспечение финансовой поддержки на муниципальном уровне, информационное сопровождение региональных и муниципальных программ развития предпринимательства, особенно в части их финансирования»¹⁰.

Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы. Молодежное предпринимательство – это очень сложный сектор, который требует особенно серьезного внимания со стороны государственных органов. Его

¹⁰ Рощин С.К Психология предпринимательской деятельности // Психологический журнал. 1993. Т. 14 №5

правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионе, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению инвестиционной привлекательности региона. Однако молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями в создании предприятий, так и с недостаточной образованностью молодых людей. Сюда относятся высокие ставки налогов и процентов за кредиты, отсутствие начального капитала в руках молодых людей, ограниченность или отсутствие экономических и производственных связей ввиду непродолжительности своей деятельности и недостаточности опыта. Эти и другие проблемы требуют обязательного их решения путем государственной поддержки молодежного предпринимательства. Ввиду неинформированности молодых людей о существующих методах поддержки молодежного предпринимательства существует необходимость в проведении различных акций, конкурсов, создании информационных баз в учебных заведениях. Все эти меры будут способствовать тому, что молодые люди перестанут воспринимать предпринимательство, бизнес как недоступную им сферу деятельности¹¹.

Молодежный бизнес является существенным сегментом малого предпринимательства. Молодежь является наиболее значимым звеном в предпринимательской среде. Ведь именно сегодняшняя молодежь, молодежное предпринимательство будут определять облик нашей страны уже через 10 лет, от развития сегодняшнего молодежного бизнеса будут зависеть темпы экономического роста и развития нашей страны в будущем.

¹¹ Позняков В.П., Титова О.И. Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности /Проблемы экономической психологии. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Т.В. Дробышева, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 184

1.2. Принципы и проблемы формирования системы управления предпринимательской активностью молодежи в регионе.

Молодежь - это такая большая социальная группа, от социальных установок которой в решающей мере зависит будущее общества. Для молодежи характерно стремление к самоутверждению, к самореализации в качестве социального субъекта.

Поскольку самореализация происходит в объективно сложившемся социуме, постольку она предполагает способность к адаптации. Но именно потому, что самореализация молодежи происходит в уже сложившемся социальном пространстве, которое, как и физическое пространство, не терпит пустоты, она требует высокой социальной активности, конкурентности. Адаптация проявляется во вхождении субъекта в существующее социальное пространство, включении его в сложившуюся систему социальных связей и взаимодействий. В то же время адаптация - это вхождение в уже существующее пространство, заполненное взаимодействующими субъектами. Успешная адаптация всегда в той или иной форме предполагает, если не вытеснение, то «утеснение», этих субъектов адаптантом, т.е. известную конфронтацию адаптанта и «старых» субъектов¹².

Для молодежи адаптация - залог будущего: сможет ли она стать успешным членом общества (сообщества) или станет, напротив, аутсайдером. Для общества адаптация молодежи - тоже залог будущего: если доминирующими в социальной культуре станут толерантные установки, то общество будет развиваться; если победят конфронтационные установки, то оно превратится в арену «войны всех против всех», что противоречит исторически сформировавшимся взглядом на общественный прогресс¹³.

Этим определяется практическое и теоретическое значение вопросов формирования позитивной направленности социокультурных установок

¹² Титова О.И. Гендерные особенности отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству. Дисс... канд. психол. наук. М., 2007.

¹³ Вебер М., Избранные произведения. / Общ. ред. Ю.Н. Давыдова. М.. Прогресс. 1990. - С.182

молодежи, которые органически связаны в современных условиях с утверждением принципов толерантности и социального партнерства в качестве детерминант молодежной культуры.

Сегодняшняя российская политическая действительность, постепенно приобретающая черты демократической плюралистической культуры, вместе с тем, имеет существенный недостаток - расколотаость общественно-политического сознания, отсутствиегражданского единства не только в сфере политических норм и ценностей, но и каких - либо других. С разрушением прежней политической системы разрушились и привычные каналы политической социализации¹⁴.

В молодежном сознании сложилось противоречие между пониманием социальной значимости политической деятельности и собственной установкой на участие в ней. Абсолютное большинство молодых людей в той или иной степени, проявляют постоянный интерес к политическим событиям, но лишь 1/3 регулярно участвует в общественной жизни.

Вопреки предположениям, стабилизация политической обстановки в стране является катализатором (детерминантой) политической активности молодежи. Стабилизация политической обстановки в стране положительно влияет на готовность участвовать в электоральном процессе.

Развитие общественно-политической активности молодежи в регионах сдерживает отсутствие механизма введения молодых людей в практическую политическую деятельность представительной и исполнительной власти; адаптивность молодежи превратила ее в одну из самых успешных групп населения.

Повышенная же социальная активность, акцентированное стремление к самоутверждению способствует распространению в среде молодежи социальных установок на конкурентную борьбу с соперниками.

¹⁴ Позняков В.П., Титова О.И. Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности /Проблемы экономической психологии. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Т.В. Дробышева, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 189

Получается, что, с одной стороны, молодежь, в силу сложившейся системы общественного разделения труда и, соответственно, его кооперации, поощряется к толерантному сотрудничеству. А, с другой стороны, организация современного общества вынуждает молодежь к соперничеству не только со старшим поколением, но и между собой, как наиболее распространенному способу самоутверждения, конституирования в качестве полноправного социального субъекта¹⁵.

Как «адаптанты», молодежь склоняется к толерантности и партнерству. Как «активисты», она склоняется к соперничеству. Первое направление конструктивно с точки зрения развития экономического базиса общества. Второе, наоборот, деструктивно с точки зрения развития социальных отношений. По какому пути пойдет основная часть молодежи, таким будет будущее России. Это не может не волновать государство и общество.

Как бы мы ни воспринимали молодежь, она требует серьезного внимания. В его основе должна лежать научная диагностика состояния и тенденций социального самочувствия молодежи.

Концентрированным выражением такого внимания общества к молодежи является государственная молодежная политика.

Но, во-первых, современная молодежная политика исходит из патерналистского отношения к молодежи, зачастую не очень терпимо настроенной к любым внешним воздействиям. Во-вторых, молодежь сама не всегда склонна брать на себя функции и роль субъекта политического поведения. Эти обстоятельства отражаются в недостаточном развитии каналов политической самореализации молодежи¹⁶.

Система поддержки молодежного предпринимательства — это совокупность организационных структур федерального, регионального и местного уровней, объединенных едиными целями и задачами,

¹⁵ Радаев В. О некоторых чертах нормативного поведения новых российских предпринимателей //Мировая экономика и международные отношения.-1994.-№4 С.89

¹⁶ Белбин Р.М. Команды менеджеров. М., 2003.- С.138; См. также: Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. – СПб: Аспект Пресс, 2001. – С.109

организационно-правовыми отношениями, законодательно-нормативной базой и действующих на основании единых методических и функциональных подходов.

- Организации, занимающиеся поддержкой и развитием молодежного предпринимательства:
- Международная и Российская Молодёжные Палаты
- «Российский центр содействия молодежному предпринимательству»
- «Молодежная общественная палата».

Однако сегодня во многих Российских регионах, большое количество молодых людей оказалось невостребованным в сфере государственной экономики. Значительная часть молодежи проявляет высокую активность в предпринимательской деятельности, но по причине отсутствия реального механизма поддержки молодежного предпринимательства большинство начинаний либо закрывается в течение первых нескольких месяцев работы, либо уходит в сторону нелегального, а нередко и криминального бизнеса. Молодые предприниматели остро нуждаются в экспресс-обучении основам предпринимательской деятельности, консультационном обслуживании, помещениях, оснащенных современными средствами связи и оргтехникой, бухгалтерских и многих других услугах на льготных условиях. Общество нуждается в развитии молодежного предпринимательства, поощрении и распространении его цивилизованных форм. Молодежные малые предприятия могут способствовать созданию дополнительных рабочих мест при значительно меньших затратах, чем на крупных предприятиях, что способно частично решить проблему безработицы в области. Несмотря на то что, что в области существует подпрограммы «Поддержка предпринимательской деятельности молодежи», в большинстве случаев она так и остается только на бумаге. Предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность, направленная на получение прибыли или личного дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою ответственность, или от имени и под имущественную ответственность

юридического лица предприятия. Предприниматель может осуществлять любую деятельность, включая коммерческое посредничество, торгово-закупочную деятельность, консультирование и т.д., кроме той, что запрещена законом¹⁷.

Определяющими признаками предпринимательской деятельности служат:

- целевая установка на получение прибыли;
- свобода и автономность в принятии экономических решений;
- самостоятельность, выражающаяся в личном риске и личной ответственности.¹⁸

Предприниматель в условиях рыночной экономики – главное действующее лицо, одна из ключевых фигур в социально-экономической жизни. Предпринимательство имеет ряд отличительных особенностей: мобильность и динамичность, осуществление в условиях неопределенности и неизбежности риска, свобода поиска и выбора способов экономических действий при их разнообразии; принятие новых организационных и технических решений и др. Поскольку молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни, и которая эффективно воспринимает полезные их стороны, можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности¹⁹.

На сегодня молодежь (14-29 лет) составляет около 40% всего трудоспособного населения. При этом по сравнению с другими возрастными группами, именно молодежь отличается наиболее высоким удельным весом предпринимателей. Молодежными предприятиями признаются созданные и действующие: хозяйственные товарищества и общества молодежных организаций или хозяйственные товарищества и общества, в которых доля

¹⁷ Агеев А.И., Предпринимательство: Проблемы собственности и культуры. М., 1991. – С.52

¹⁸ Фернам А., Аргайл М. Деньги. М., Олма -Пресс, 2005.- С.114

¹⁹ Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства. М.: Ректор, 2007. – С.121

вклада молодежной организации составляет не менее 50 процентов уставного капитала; хозяйственные товарищества и общества, в которых доля вклада учредителей (собственников) – молодых граждан составляет не менее 50% уставного капитала; хозяйственные товарищества и общества, государственные и муниципальные унитарные предприятия, в которых не менее половины численности работников, в том числе и временных, составляют молодые граждане. Кроме того, молодые граждане могут заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя. Любые молодежные предприятия могут на добровольных началах объединяться в хозяйственные ассоциации, союзы, концерны, консорциумы и другие объединения. Эти объединения признаются молодежными, как правило, если в их состав входят только молодежные предприятия.

Увеличение доли молодых предпринимателей в общей структуре предпринимательства свидетельствует об усилении интереса молодежи к предпринимательской деятельности, которая, в свою очередь, требует от них определенных знаний и опыта, личных качеств. Большинство молодежи, в силу ряда объективных причин, не имеет в достаточной мере таких знаний и опыта. В результате этого они не могут в полной мере воплотить в жизнь свои идеи, бизнес-проекты. Поэтому для успешной работы молодым предпринимателям необходимо компенсировать недостаток знаний, опыта. В то же время молодые люди обладают огромным новаторским, инновационным потенциалом, который необходимо развивать. При этом молодой предприниматель должен уметь преподнести свою идею, уметь заявить о себе, о своих качествах²⁰.

Поскольку именно от сегодняшней молодежи зависит то, каким будет предпринимательство через 10 лет, необходимо уже сейчас закладывать в сознание молодежи правильный подход к ведению бизнеса. Обычно молодых

²⁰ Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. – М., 2005. – С.102

предпринимателей притягивают те сферы деятельности, деловой активности, которые способствуют быстрому росту капитала, высокой рентабельности (посредническая деятельность, торгово-закупочные операции, услуги по организации «коммерческого туризма» и т.д.). Следствием такого «притяжения» является гипертрофирование сферы обращения в противовес сфере производства. Отсюда и отрицательные качества предпринимателей – качество, стремление к легкой наживе, безразличие к общественным интересам, непорядочность, нечестность в отношениях, неразборчивость в средствах. Развитие предпринимательской деятельности молодых людей в производственной сфере крайне низкое. Подобная группа предпринимателей обычно наиболее поздно включается в бизнес, что затрудняет их экономическое продвижение, несмотря на повышение психологической готовности к активным действиям. Предприниматели в производственной сфере могли бы более полно реализовывать свои способности в направлениях, которые госсектор не способен обеспечить, могли бы насытить рынок потребительскими товарами и услугами²¹.

Одной из форм предпринимательства является фермерство. Но в подавляющем большинстве молодежь пока не планирует иметь свои фермы, при этом поддерживая саму идею фермерства. Сельская молодежь работает на фермах только в качестве наемной рабочей силы, а сами фермы принадлежат людям старшего поколения. Такое положение обусловлено в большей степени отсутствием хозяйственного опыта у молодежи, хозяйственных и экономических связей, приобретенных старшим поколением, а также отсутствием материальной базы для ведения фермерского хозяйства. Со стороны более взрослых людей, местных властей постоянно проявляется недоверие и опасение к молодежному фермерству. Да и сама молодежь не желает заниматься подобным родом деятельности, которая требует огромных затрат различного рода средств и личных способностей, большой ответственности и при этом не слишком быстро

²¹ Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства. М.: Ректор, 2007. – с.169

приносит доход. Общество нуждается в развитии молодежного предпринимательства, поощрении и распространении его цивилизованных форм. Молодежные малые предприятия могут способствовать созданию дополнительных рабочих мест при значительно меньших затратах, чем на крупных предприятиях, что способно частично решить проблему безработицы в области. Ввиду того, что молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий, необходима поддержка таких объединений со стороны государства²².

Таким образом, государственная поддержка молодежного предпринимательства еще совсем не совершенна. Она имеет ряд недостатков и проблем, решение которых позволило бы молодежному предпринимательству развиваться намного лучше и использовать его для нужд области.

²² Радаев В. О некоторых чертах нормативного поведения новых российских предпринимателей //Мировая экономика и международные отношения.-1994.-№4 С.93

Глава 2. Характеристика управления предпринимательской активностью молодежи в регионе на примере Московской области

2.1. Анализ и оценка предпринимательской активности молодежи Московской области

Анализ социального портрета молодых предпринимателей в Московской области позволил выделить следующие отличительные характеристики данной социальной группы: со значительным преобладанием большую часть молодых предпринимателей составили мужчины (76%), в возрасте 23-30 лет, имеющие в своей массе достаточно высокое образование, преимущественно гуманитарное (29,3%) или техническое (28,6%), обладающие высокими организаторскими способностями и знающие свое дело. Их стаж предпринимательской деятельности, как правило, в сфере торговли (60%) или сфере услуг (27,6%) составляет от 3 до 7 лет. В сфере услуг молодые предприниматели предоставляют преимущественно транспортные услуги (9,31%), услуги парикмахерские и салонов красоты (2,21%); посреднические (2,96%), информационные, консультационные, маркетинговые, компьютерные услуги (3,9%); услуги в сфере общественного питания (2,32%), услуги в сфере недвижимости (4,12%); услуги по ремонту и обслуживанию техники (1,63%). Наиболее привлекательными сферами деятельности для молодых предпринимателей являются также издательская деятельность, бытовые услуги и услуги в сфере ремонта и строительства. Побудительными мотивами прихода большинства молодых людей в предпринимательство являются стремление обеспечить собственное благосостояние (53%) и стремление к личной независимости, самостоятельности (31,3%), а также невозможность найти на рынке труда работу по специальности (25,7%).

Интерес к открытию собственного дела присутствует у значительного числа учащейся молодежи и тех молодых людей, кто эпизодически

занимается предпринимательской деятельностью. Однако желание молодых предприимчивых людей заняться официально зарегистрированным бизнесом, как правило, не подкреплено реальными возможностями. На сегодняшний день можно выделить целый ряд объективных причин, препятствующих и негативно сказывающихся на развитии молодежного предпринимательства в Московской области. По мнению молодых бизнесменов и молодых людей, желающих включиться в предпринимательскую деятельность, успешному ведению дела препятствуют ограниченный доступ к кредитам и материальным ресурсам (16,7% и 15,3%); высокие налоги (18,7% и 10,5%); неподготовленность молодых людей к занятию новым, непривычным делом (15,1% и 13,5%); недостаток профессиональных, экономических, правовых знаний (16,1% и 11,4%); коррупция (8,7% и 4%); несовершенство правовой базы (6,3% и 6%); отсутствие эффективной системы бизнес-образования (6,3% и 7,2%); трудности с доступной арендой помещений (9,9% и 5,3%); недостаток информации (7,5% и 5,2%); экономическая нестабильность (5,1% и 5,8%); преобладание административно-командных методов государственного управления (4% и 1,4%); кадровые проблемы (3,2% и 3,8%) и пр. Ряд причин являются общими для всего малого предпринимательства, однако их значимость оценивается молодыми предпринимателями несколько иначе. Диссертантом отмечается, что в число основных проблем, специфичных для молодых предпринимателей и имеющих социально-управленческий характер, входят: несовершенство правовой базы для развития молодежного предпринимательства; недостаток информации; недостаток профессиональных, правовых, экономических знаний, практическая неподготовленность молодых людей к занятию новым, непривычным делом в силу отсутствия эффективной системы бизнес-образования. В решении указанных проблем многие молодые предприниматели ждут помощи со стороны федеральных и региональных (36%) и местных (35,7%) органов государственной власти.

Решение вышеуказанных проблем, по мнению автора, связано с социально-государственным регулированием через такие основные формы государственной и социальной поддержки молодежного предпринимательства, как: совершенствование его нормативно-правовой и институциональной основы; организация информационно-консультационной помощи молодым предпринимателям; развитие современного бизнес-образования молодежи и молодежных бизнес-инкубаторов.

Особо ценным в предпринимательских прогнозах является демонстрируемая вера в существенные качественные перемены в работе малых предприятий.

Во-первых, более половины предпринимателей (53%) прогнозируют освоение малым бизнесом все новых сфер деятельности, что свидетельствует об инновационной нацеленности представителей малого бизнеса. Соответственно, ожидается рост предложения новых товаров, услуг и появление новых рынков. Одним из таковых, как показали проведенные опросы, является электронная индустрия. Более 70% предпринимателей полагают, что наиболее эффективно электронной коммерцией будут заниматься именно малые и средние предприятия.

Во-вторых, примерно каждый второй предприниматель (47%) предвидит, что неуклонно будет улучшаться качество продукции, производимой малыми предприятиями. Это, как полагают еще 43%, придаст товарам и услугам малого бизнеса более высокую конкурентную способность.

Активизация сети оптовых рынков, несомненно, означает появление посредников в цепи «производитель-покупатель», в связи с этим оправданы сомнения о целесообразности узаконивания посреднических структур. Но, несомненно, также и то, что при прямых связях производитель должен возложить на себя все бремя изучения спроса, организации сбора информации и рекламы, что под силу лишь очень крупным производственным структурам. Кроме того, в настоящее время различного

рода посредники контролируют значительную долю продовольственного рынка, в том числе и рынка сырья. Регулировать и контролировать их деятельность практически невозможно, что создает благоприятную почву для различного рода правонарушений.

В схемах современного производства, возрастает необходимость учета духовной взаимосвязи человека и его деятельности. Стремление к предпринимательской деятельности может усиливаться посредством проведения искусственных мероприятий экономического или воспитательного характера. Возникает необходимость соблюдения двух важнейших условий в ситуации найма, ведущих сразу к трем результатам: индивидуальному росту работника, росту производства и внутренней удовлетворенности деятельностью.

Молодёжному, как правило - малому предпринимательству свойственны некоторые преимущества: - высокий уровень адаптации к местным условиям хозяйствования;

- большая независимость действий субъектов малого предпринимательства;
- гибкость и оперативность в принятии и выполнении принимаемых решений;
- большая возможность для предпринимателя реализовать свои идеи, проявить свои способности;
- низкая потребность в первоначальном капитале и способность быстро вводить изменения в продукцию и процесс производства в ответ на требования местных рынков²³.

Собственники малых предприятий больше склонны к сбережениям и инвестированию, у них всегда высокий уровень личной мотивации в достижении успеха, что, естественно, положительно сказывается на

²³ Чиликин А.Н. Социально-психологические основы развития предпринимательства в реальном секторе экономики. Дисс....докт. психол. наук. М., 2005.

деятельности предприятия. Представители малого предпринимательства лучше знают уровень спроса на местных рынках.

Участники проведенных исследований по Московской области ранжировали проблемы, жизненно важные для малого бизнеса, следующим образом:

- налогообложение – 66%;
- создание законодательной базы – 42%;
- финансово-кредитные вопросы – 34%;
- арендные отношения – 28%;
- устранение бюрократизма – 28%;
- устранение коррупции – 24%;
- информационное обеспечение – 19%;
- усиление интеграции, объединения малого бизнеса – 13%;
- защита от криминалитета – 12%;
- обеспечение сырьем – 11%;
- обеспечение оборудованием, средствами производства – 10%;
- повышение квалификации, подготовка кадров – 10%;
- взаимодействие с СЭС, Ростехнадзором и т.п. организациями – 1%;
- другие проблемы – 3%.

Сочетание исследованных тенденций открывает широкие возможности для выбора стратегии социально-культурных преобразований и одновременно ставит для него определенные границы. В параграфе установлено, что основу методологии исследования такого сложного комплексного явления, каким оказывается в реальной социокультурной практике малое предпринимательство, составляет системно-исторический подход. Формирование интересов к предпринимательству в современной России имеет различные формы, в том числе и очень далекие от позитивной трудовой активности. Так, уклонение предприятий от налогов, конечно, позволяет «экономить» капитал, увеличивая накопления частных лиц. Однако все это следует отнести не к достижениям, а, скорее, к ошибкам

бюджетной и финансовой политики российских правительств периода продолжающихся реформ. Мировой опыт показывает, что социальные, политические и экономические меры неосуществимы, если не имеют опоры в ментальности населения. Таким образом, знание об истории формирования социально-экономических учений, культурные построения в этой сфере должны учитывать не только систему общенаучных принципов, но и реальную ситуацию в стране²⁴.

Современные социально-экономические преобразования складываются под влиянием социокультурных ориентаций, которые взаимно дополняют и обогащают друг друга: - усиление индивидуальных личностных начал, всемерное развитие прав и свобод личности, имеющее в качестве своей материальной основы частную собственность; - социализация общественной жизни, выражающаяся в развитии местного самоуправления, создании страховых и пенсионных фондов, других институтов гражданского общества; - возрастающее влияние социокультурных, национальных, религиозных и иных факторов, определяющих принадлежность людей к определенному типу цивилизации и культуры. В новый век малый бизнес идет с желанием самоопределиться в качестве общественного слоя, именуемого в государствах с устоявшимися рыночными отношениями «средним классом». В средний класс пытаются войти и представители малых предприятий региона и примерно каждый пятый предприниматель (17%) уже относит себя к среднему слою. Еще порядка 40% представителей малого предпринимательства считают, что малый бизнес станет основой его в ближайшее время.

На фоне резкого изменения условий функционирования российской экономики под влиянием мирового финансового кризиса существенно изменилась ситуация в малом и среднем предпринимательстве. Анализ распределения числа зарегистрированных малых предприятий по видам

²⁴ Филинкова Е.Б. Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью. Дисс. ...канд. психол. наук. М., 2001.

экономической деятельности показывает, что в промышленности в 2009 г. число зарегистрированных МП снизилось с 282,7 тыс. до 227,6 тыс., что привело в результате к сокращению числа рабочих мест с 6217,1 тыс. человек до 5741,7 тыс. человек.

В российской экономике структура оборота малых предприятий почти на 55% формировалась предприятиями оптовой и розничной торговли, и изменение ситуации на внутреннем потребительском и оптовом рынках оказывало доминирующее влияние на позиции малого бизнеса. В наиболее острой форме сокращение масштабов деятельности предприятий малого бизнеса отмечается в Центральном и Северо-Западном, федеральных округах, на которые приходится почти половина абсолютного уменьшения объемов оборота малых предприятий в целом по России.

Активно развивающийся сектор малого и среднего бизнеса остается одним из важнейших резервов роста национальной экономики. Усиление поддержки данного сектора экономики продиктовано необходимостью адаптации предприятий малого и среднего бизнеса (МСБ) к функционированию в кризисных условиях. Прогрессивное развитие МСБ требует применения таких методов поддержки, как:

1. Финансовая поддержка.

Цели направления - обеспечение и упрощение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к финансовым ресурсам и их эффективное использование.

Финансовая поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя:

- 1) предоставление микрокредитов;
- 2) предоставление поручительств;
- 3) субсидирование части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, полученным в кредитных организациях субъектами малого и среднего предпринимательства и организациями инфраструктуры поддержки;

4) Разработка механизма кредитных портфелей малого бизнеса для поиска новых эффективных форм финансирования. Успешность данного процесса будет зависеть и от стабильности общей финансовой ситуации в стране, готовности законодательной базы и банковского сообщества к такой инновационной форме работы с субъектами МСБ.

5) Разработка модели финансирования деловых центров, образовательных учреждений и прочих организаций, оказывающих малому бизнесу имущественную и другие виды поддержки. В настоящее время реализуются «пилотные» сделки с несколькими микрофинансовыми и лизинговыми организациями с перспективой их дальнейшего тиражирования, а также разрабатывается схема работы с факторинговыми компаниями и определяются условия их кредитования²⁵.

2. Имущественная поддержка.

Цель направления - предоставление в аренду субъектам малого и среднего предпринимательства нежилых помещений, находящихся в государственной собственности республики.

Имущественная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя:

1) формирование перечня имущества для предоставления в аренду субъектам малого и среднего предпринимательства. Порядок и условия предоставления в аренду государственного имущества субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям, образующим инфраструктуру поддержки малого и среднего предпринимательства;

2) создание производственной зоны для субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) создание бизнес-инкубаторов в муниципальных районах.

3. Образовательная поддержка

²⁵ Позняков В.П., Вавакина Т.С. Ценностные ориентации как фактор отношения российских предпринимателей к деловому партнерству / Психология в экономике и управлении. 2009. №1. С. 56

Цель направления – повышение уровня квалификации руководителей и специалистов, занятых в сфере малого и среднего предпринимательства республики.

Образовательная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя:

1) организацию и проведение обучающих семинаров «Основы предпринимательской деятельности» для граждан, относящихся к социально незащищенным группам населения;

2) организацию и проведение обучающих семинаров и тренингов для работников системы поддержки предпринимательства.

4. Консультационная и информационная поддержка.

Консультационная и информационная поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя:

1) мероприятия по обеспечению функционирования информационной системы, позволяющей облегчить доступ субъектов малого и среднего предпринимательства к информационно-консультационным ресурсам, включающей в себя специализированные интернет-порталы, пропаганду и популяризацию предпринимательской деятельности, проведение маркетинговых и социологических исследований по вопросам предпринимательства и др. виды работ. Исполнители работ, услуг по мероприятию определяются на конкурсной основе;

2) оказание субъектам малого и среднего предпринимательства и организациям инфраструктуры консультационно-информационной, методической поддержки по правовым вопросам, вопросам налогообложения, охраны труда и иным вопросам ведения предпринимательской деятельности, в том числе посредством предоставления бесплатной информационной телефонной линии по консультированию и сопровождению бизнеса;

3) мероприятия, способствующие повышению росту конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства (проведение выставок-ярмарок, конференций, круглых столов и др.).

Комплекс данных финансовых, имущественных, образовательных, консультативно-информационных мероприятий поможет достичь максимальных результатов в развитии малого и среднего предпринимательства в России²⁶.

В ближайшие несколько лет нашей стране предстоит совершить колоссальный рывок: перейти от сырьевой, энергоемкой, малопроизводительной экономики к инновационной. Основной доход государство получает от экспорта нефти и газа, что делает его уязвимым и зависимым от колебания мировых цен на эту продукцию. Лишь 17% его дохода – поступления от малого и среднего бизнеса. Высокие издержки входа на рынок, завышенные тарифы на подключение к энергоносителям, неэффективная работа бизнес-инкубаторов и многие другие факторы не позволяют малому бизнесу в нашей стране развиваться эффективно. В период кризиса на рынке труда высвободится большое количество сотрудников, а также тех выпускников ВУЗов, кому не удастся найти работу по специальности, каждому из них следует задуматься о создании собственного дела.

Основной задачей России является построение инновационной экономики, что невозможно без формирования ее будущей основы — молодых, инициативных и инновационно-мыслящих предпринимателей. Однако к настоящему моменту не сформирована комплексная система, позволяющая воспитать предпринимателей нового времени.

«Молодежное инновационное предпринимательство» представляет собой систему сопровождения потенциального предпринимателя: от желания открыть свое дело до воплощения идеи в реальный бизнес-проект.

²⁶ Позняков В.П., Вавакина Т.С. Ценностные ориентации как фактор отношения российских предпринимателей к деловому партнерству / Психология в экономике и управлении. 2009. №1. С. 60

Говоря об инновационном бизнесе в мире в целом мы можем заметить, что в развитых странах от 50 до 90% прироста ВВП происходит за счет инновационного бизнеса. В России же 60% увеличения ВВП – за счет цен на нефть. Годовой оборот инновационных технологий на мировом рынке – в несколько раз превышает оборот по всем сырьевым составляющим, включая нефть и газ.

Доля России в наукоемкой продукции, поставляемой на мировой рынок, составляет 0,3-0,5%, что очень мало по сравнению с Германией – 17%, США - 36%, Японией – 32%. В области экспорта наукоемкой продукции Россия предлагает 3-4% от мирового объема, Китай – 22%. Таким образом, по всем показателям мы отстаем от мировых тенденций.

Если мы хотим действительно развивать инновационный бизнес, нам необходимо вводить льготы. Это должны быть и налоговые, и таможенные льготы, и многие другие. в качестве примера можно рассмотреть Китай: НДС для всех организаций - 18%, а для инновационного бизнеса - 6%. Такие меры позволят развиваться этому виду деятельности, который в конечном итоге не только удвоит, но и утроит ВВП, и поставит Россию в мире на подобающее ей место.

Другой немаловажный вопрос– это создание залогового гарантийного фонда, о чем много говорится и на федеральном уровне, и в регионах. Здесь главная проблема в том, что нет соответствующего законодательства, и Бюджетный кодекс запрещает направлять бюджетные средства в подобные фонды. Без властей федерального уровня решение этой проблемы не сдвинется с мертвой точки, и это первоочередная задача.

Основное направление в сфере развития инновационного бизнеса: совершенствование системы прямой поддержки малых предприятий в инновационной сфере, в первую очередь, финансовой поддержки, поскольку нет ни одного малого предприятия, которое не нуждалось бы в финансовых средствах. Это является одним из главных направлений программы поддержки и развития малого предпринимательства в инновационной сфере.

Вторая задача – это совершенствование нормативно-правовой базы, регулирующей порядок предоставления материальной поддержки малым инновационным предприятиям.

Третья задача - определить, в каких услугах нуждаются малые предприятия, занятые инновационным бизнесом, и предложить им эти услуги.

В настоящее время в силу множества причин имеет место торможение инновационного процесса, главная причина этого - нет спроса на инновационные разработки со стороны промышленности, экономики в целом. В этом же причина стагнации развития инновационной деятельности.

Одним из элементов инновационной системы должны стать научно-учебные интеграционные комплексы, которые позволили бы интегрировать научную и учебную деятельность вузов, сформировать при них бизнес-структуры для коммерциализации разработок²⁷.

2.2. Государственное регулирование предпринимательской активности молодежи

Социальное становление молодежного предпринимательства в России повторяет в основных параметрах траектории развития отечественного предпринимательства в целом и вместе с тем характеризуется определенной спецификой. Главные противоречия проходят в рамках социально-экономических отношений крупного и малого бизнеса. Молодежное предпринимательство — это на 94% малое предпринимательство. Молодежное малое предпринимательство с годами последовательно теряло свой разносторонний характер и в настоящее время сосредоточивается преимущественно в сфере торговли (43%) и общественного питания (28%).

Сегодня с большой долей уверенности можно утверждать: становление молодежного бизнеса происходит не в партнерских взаимоотношениях с

²⁷ Сенашенко В. Болонский процесс и качество образования // Вестник высшей школы. - 2003. - № 8.

бизнесом взрослых, а под влиянием стремления последних подавить его самостоятельность, оттеснить на периферию. В такой ситуации предельно значимым становится наличие действующих механизмов государственной поддержки и содействия развитию молодежного предпринимательства. Успех, либо неудача в создании и открытии своего «дела» во многом определяют дальнейшее социально-экономическое поведение молодого предпринимателя. Именно этот этап является показателем того, насколько успешно молодой человек адаптируется к постоянно меняющимся условиям рынка и здесь, на наш взгляд, велика роль государства.

Значительная часть молодежи проявляет высокую активность в предпринимательской деятельности, но по причине отсутствия реального механизма поддержки молодежного предпринимательства большинство начинаний либо закрывается в течение первых нескольких месяцев работы, либо уходит в сторону нелегального, а нередко и криминального бизнеса. Молодые предприниматели остро нуждаются в обучении основам предпринимательской деятельности, консультационном обслуживании, а также помещениях, оснащенных современными средствами связи и орг-техникой, бухгалтерских и многих других услугах на льготных условиях²⁸.

Молодежное предпринимательство - сложный сектор, требующий особенно серьезного внимания со стороны государственных органов. Его правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в целом, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту. Однако молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями в создании предприятий, так и с недостаточной образованностью молодых людей. Сюда относятся высокие ставки налогов и процентов за кредиты, отсутствие начального капитала в руках молодых людей, ограниченность или отсутствие экономических и производственных связей ввиду непродолжительности своей деятельности и

²⁸ Зубок. Ю.А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. – М., 2007 – С.33

недостаточности опыта. Эти и другие проблемы требуют обязательного их решения путем государственной поддержки. Рассмотрение специфики молодежного предпринимательства на стадии создания и развития своего дела представляется наиболее значимым моментом в жизненном цикле молодого предприятия в силу того, что именно в этот период молодые люди особенно нуждаются в поддержке со стороны государства.

Процессы, происходящие с предприятием в начале его деятельности, во многом определяют дальнейшее социально-экономическое поведение молодого предпринимателя. В то же время, большинство фирм (68%) прекращают свою деятельность именно в первый год своего существования, очевидно, попадая в наиболее сложные ситуации. Таким образом, в свете вышесказанного этап, наступающий сразу после открытия своего дела, представляется идеальным временным исследовательским полем для рассмотрения феномена молодежного предпринимательства.

Нормы базовых законодательных актов в области государственной молодежной политики должны исчерпывающим образом определять содержание мер, принимаемых органами государственной власти в сфере молодежного предпринимательства. Однако в этой области до сих пор отсутствуют полноценные нормативные акты, которые бы выделяли молодежное предпринимательство на федеральном уровне.

В сложившейся ситуации, ввиду отсутствия полноценных законодательных актов, посвященных непосредственно молодежному предпринимательству, имеет смысл рассмотреть нормативные документы, направленные на поддержку малого бизнеса вообще, поскольку, учитывая специфику исследуемой группы, а именно молодежи, этот подход видится разумным в силу того, что молодежное предпринимательство в большинстве своем представлено именно малыми предприятиями.

Перед рассмотрением документов о поддержке малого предпринимательства, обратимся к главному законодательному акту Российской Федерации — Конституции, принятой 12 декабря 1993 года. Она

интересна для нашего исследования тем, что в ней содержится главное положение, легитимирующее предпринимательскую деятельность на территории РФ. А именно в статье 34 Раздела I говорится о том, что «каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности». Фактически эта статья является важным посылом, открывающим доступ для граждан РФ, и в том числе молодежи к предпринимательской деятельности²⁹.

Ранее действовавший Закон «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» 1995 года имел большое значение для малого предпринимательства, в том числе и молодежного, поскольку позволил создать столь необходимое в те годы правовое поле деятельности для субъектов малого предпринимательства, а также ввести нормы, регулирующие взаимоотношения между властями и субъектами малого бизнеса. Однако закон 1995 года уже не мог в полной мере соответствовать современным реалиям малого бизнеса, поскольку он не учитывал изменений в экономической и социальной жизни общества, уровня развития малого предпринимательства и того опыта, который был накоплен государственными структурами в области поддержки малого предпринимательства.

Совокупность всех этих условий привела к необходимости принятия нового законодательного акта, регулирующего взаимоотношения в области малого предпринимательства, который вобрал бы в себя весь опыт государственной поддержки, накопленный за этот период и учитывал те изменения, которые произошли в российской бизнес-среде за последнее десятилетие. Таким документом стал новый Федеральный Закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209, принятый 24.07.2007 г. и вступивший в силу 1 января 2008 г. Отныне он стал Основным нормативным актом, регулирующим особенности правового

²⁹ Зубок. Ю.А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. – М., 2007 – С.78

статуса и деятельность малых предприятий на территории Российской Федерации. Данный закон определяет понятия субъектов малого предпринимательства, виды и формы поддержки, необходимую инфраструктуру, а также устанавливает цели и основные принципы государства в области содействия малому предпринимательству.

Теперь, согласно новому закону, основными целями государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

- развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в целях формирования конкурентной среды в экономике Российской Федерации;
- обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;
- обеспечение конкурентоспособности субъектов малого и среднего предпринимательства;
- оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в продвижении производимых ими товаров (работ, услуг), результатов интеллектуальной деятельности на рынок Российской Федерации и рынки иностранных государств;
- увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства,
- обеспечение занятости населения и развитие самозанятости;
- увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта;
- увеличение доли уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства налогов в налоговых доходах федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Для реализации этих целей предусматриваются следующие меры в рамках федерального и регионального законодательства:

- специальные налоговые режимы, упрощенные правила ведения налогового учета, упрощенные формы налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам для малых предприятий;
- упрощенная система ведения бухгалтерской отчетности для малых предприятий, осуществляющих отдельные виды деятельности;
- упрощенный порядок составления субъектами малого и среднего предпринимательства статистической отчетности;
- льготный порядок расчетов за приватизированное субъектами малого и среднего предпринимательства государственное и муниципальное имущество;
- особенности участия субъектов малого предпринимательства в качестве поставщиков (исполнителей, подрядчиков) в целях размещения заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд;
- меры по обеспечению прав и законных интересов субъектов малого и среднего предпринимательства при осуществлении государственного контроля (надзора);
- меры по обеспечению финансовой поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- меры по развитию инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства;
- иные направленные на обеспечение реализации целей и принципов настоящего Федерального закона меры.

Следует обратить внимание, что на федеральном уровне отсутствует базовый документ, посвященный деятельности молодежных предприятий, который можно было бы принять за основной. В некотором роде это

затрудняет анализ и накладывает свою специфику, однако отдельные нормативные акты и механизмы поддержки все же существуют³⁰.

Первым документом, в котором косвенно затрагивался вопрос молодежного предпринимательства, стал Указ Президента РФ «О первоочередных мерах в области государственной молодежной политики» от 16.09.1992 г. В перечне задач одним из основных пунктов указывалось: «обеспечение соблюдения прав молодых граждан, установление для них гарантий в сфере труда и занятости, содействие их предпринимательской деятельности».

На фоне большинства документов, носивших декларативный характер, выделяется Программа «Молодежь России (2001-2005 годы)», которая является продолжением программных мероприятий по реализации государственной молодежной политики и фактически стала первым законодательным актом, предусматривающим конкретные меры и формы поддержки молодежного предпринимательства. На федеральном уровне она была утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Молодежь России (2001-2005 годы)», от 27 декабря 2000 года № 1015.

В рамках этой Программы предусматривалось проведение следующих мероприятий

- Формирование и ведение баз данных и анализ деятельности молодежных организаций и предприятий в субъектах Российской Федерации.
- Проведение всероссийских и межрегиональных конференций, учебно-методических семинаров для организаций, работающих в сфере молодежного предпринимательства и занятости.
- Информационно-методическое обеспечение и анализ предпринимательской деятельности молодежных организаций в субъектах Российской Федерации.

³⁰ Зубок. Ю.А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. – М., 2007 – С.84

- Организация конкурсов в сфере поддержки молодежного предпринимательства; финансовое обеспечение реализации программ и проектов в субъектах Российской Федерации.
- Материально-техническое и финансовое обеспечение деятельности молодежных учебных предприятий, бизнес-инкубаторов, учебно-деловых центров.
- Организация международного сотрудничества и участие в международных программах и проектах в сфере развития молодежного предпринимательства и занятости³¹.

Ответственными за проведение мероприятий были назначены Министерство Образования России, Министерство труда и социального развития РФ, Министерство Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства и органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации.

Несмотря на отсутствие полноценного законодательства в области поддержки молодежного предпринимательства на национальном уровне, в нашей стране существует система поддержки молодежного предпринимательства, которая представляет собой «совокупность организационных структур федерального, регионального и местного уровней, объединенных едиными целями и задачами, организационно-правовыми отношениями, законодательно-нормативной базой и действующих на основании единых методических и функциональных подходов».

Как утверждается, «система содействия молодежному предпринимательству спроектирована на основе опыта работы в этом направлении за предшествующий период, реализации ряда локальных проектов и программ, научных разработок и социологических исследований».

На федеральном уровне системы выделяют следующие структуры:

³¹ Зубок. Ю.А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. – М., 2007 – С.100

- Международная и Российская Молодёжные Палаты.
- «Российский центр содействия молодежному предпринимательству».
- Федеральное агентство по образованию.
- Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. «Молодежная общественная палата».
- Российская ассоциация студентов по связям с общественностью

Глава 3. Совершенствование системы управления предпринимательской активностью молодежи

3.1. Механизм регулирования предпринимательской активности молодежи в регионе

В настоящее время как на уровне Московской области, так и на уровне Российской Федерации институциональное состояние данного социально-экономического явления характеризуется:

1) отсутствием единой нормативно-правовой базы, где было бы дано четкое представление о статусе молодежного предпринимательства, указаны единые критерии для его субъектов, конкретные и экономически просчитанные для каждой категории субъектов меры содействия и поддержки со стороны государства, определены органы власти, ответственные за реализацию мер по развитию молодежного предпринимательства и контролирующие органы власти;

2) отсутствием комплексного подхода со стороны государственных органов власти и со стороны субъектов инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства в решении вопросов поддержки молодежного предпринимательства, что связано с отсутствием координирующего органа, ответственного за развитие данного социально-экономического института; отсутствие координирующего органа влечет со стороны органов власти и субъектов инфраструктуры формальное отношение к вопросам его развития;

3) несовершенством существующего механизма поддержки молодежного предпринимательства (через отдельные мероприятия).

Выявленные в ходе исследования проблемы приводят к выводу о необходимости новых подходов к решению вопросов развития данного социально-экономического института, необходимости разработки и внедрения новых механизмов поддержки. Для этого нужно в первую очередь обратиться к совершенствованию нормативно-правовой базы. Прежде всего

требуется разработка на федеральном уровне нормативно-правовых документов, правоустанавливающих статус молодежного предпринимательства и корректировка действующего регионального законодательства. Совершенствование нормативно-правовой базы должно повлечь за собой и совершенствование инфраструктуры поддержки: определение и установление на федеральном уровне органов, ответственных за содействие развитию молодежного предпринимательства; обеспечение на уровне региона целенаправленного и эффективного сотрудничества государственных структур в решении вопросов поддержки молодежного предпринимательства. Эти меры будут способствовать и развитию системы его финансово-кредитной и налоговой поддержки (внедрению механизма венчурного финансирования, механизма государственных гарантий, льготного кредитования)³².

В законодательстве, регламентирующем предпринимательскую деятельность, указаны значимость информационно-консультационной поддержки малого и среднего предпринимательства, обозначены направления, общие меры и участники решения данной проблемы. В то же время о специфике организации информационно-консультационной поддержки субъектам молодежного предпринимательства в нем не упоминается. В связи с этим необходимо определить содержание понятия «информационно-консультационная поддержка» применительно к молодежному предпринимательству, а также его функции, способы и субъекты осуществления.

Как видится, информационно-консультационная поддержка субъектов молодежного предпринимательства должна представлять собой систему комплексных мер, осуществляемых субъектами инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства и направленных на обеспечение молодых предпринимателей (как имеющих государственную регистрацию, так и еще не зарегистрированных) необходимой деловой и правовой информацией и на

³² Чупров. В.И. Социальное развитие молодежи: теоретические и прикладные проблемы. – М., 2005. – С.46

оказание им квалифицированной консультационной помощи в поиске разрешения проблемных ситуаций, возникающих при подготовке, организации и развитии бизнеса.

В процессе осуществления комплексных мер по информационно-консультационной поддержке субъектов молодежного предпринимательства должны быть реализованы следующие ее основные функции: обеспечение доступа субъектам молодежного предпринимательства к существующим нормативно-правовым документам и программам государственной поддержки, открыто публикуемым статистическим и аналитическим отчетам и иным сведениям делового характера; предоставление информации о государственных и негосударственных структурах поддержки молодежного предпринимательства в Московской области и России и оказываемых ими информационных и консультационных услугах; своевременное и полное предоставление информации о проведении грантовых и иных конкурсов для молодых предпринимателей и оказание им помощи в оформлении конкурсной документации; предоставление информации о готовящихся выставках и ярмарках, на которых субъекты молодежного предпринимательства могут презентовать свои достижения; предоставление телефонных «горячих линий» и бесплатных интерактивных консультаций специалистов и успешных предпринимателей; предоставление субъектам молодежного предпринимательства возможности не только получить необходимую информацию, но и в режиме обратной связи в реальном времени осуществлять непосредственное взаимодействие с информационными ресурсами и своими деловыми партнерами; организация электронных молодежных торговых площадок для проведения конкурсов, торгов и тендеров, в т.ч. для закупки товаров и услуг для государственных нужд и др.

Организация информационно-консультационной поддержки субъектам молодежного предпринимательства является сложным процессом и ее осуществление возможно такими способами, как вербальный

(предоставление информации или консультации в организациях инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства, информирование посредством телевидения и радио); печатный (размещение нормативно-правовой и иной деловой информации в газетах, журналах, информационных буклетах, справочниках и пр.); электронный (размещение информации на Интернет-ресурсах и видеопорталах, проведение онлайн-консультаций, предоставление информации на компакт-дисках и других носителях).

Анализ имеющегося в Московской области опыта организации информационно-консультационной поддержки малого и среднего предпринимательства показывает, что она не отвечает потребностям субъектов молодежного предпринимательства, так как носит самый общий характер и, как правило, не имеет практической направленности. Те меры информационно-консультационной поддержки (выставки, конкурсы, форумы и др.), которые в рамках Программы развития субъектов малого и среднего предпринимательства организуют государственные структуры. Недостаточность финансирования, в силу отсутствия должного внимания к данной проблеме, не позволяет расширить сферу информационно-консультационной поддержки молодежного предпринимательства и привлечь необходимых для этого специалистов (консультантов, аналитиков, специалистов по связям с общественностью и журналистов).

Следовательно, важным в решении проблемы организации информационно-консультационной поддержки субъектам молодежного предпринимательства является ее актуализация, привлечение внимания государственных и общественных структур, входящих в инфраструктуру поддержки молодежного предпринимательства, к данной проблеме и реализация комплекса целенаправленных мер.

Внимание следует уделять проблеме создания системы бизнес-образования молодежи. Недостаток профессиональных, правовых, экономических знаний и практическая неподготовленность молодых людей к

занятию новым, непривычным делом входят в число основных специфических социальных проблем молодежного предпринимательства, и потому, подчеркивает автор, бизнес-образование следует рассматривать в качестве одного из важнейших социальных факторов развития молодежного предпринимательства. Данному фактору, в свою очередь, требуется особое внимание со стороны государственных органов, осуществляющих поддержку молодежного предпринимательства.

Во всех научных исследованиях, так или иначе затрагивающих тематику бизнес-образования, указывается, что бизнес-образование – сравнительно новое для нашей образовательной системы понятие, всецело связанное со становлением рыночной экономики. Единого общепринятого определения этого понятия пока не разработано, соответственно отсутствует и определение понятия «молодежное бизнес-образование». Понятие «бизнес-образование» отсутствует и в нормативно-правовых документах, регламентирующих систему образования Российской Федерации.

Бизнес-образование представляет собой особый социальный образовательный институт, который обеспечивает процесс и результат усвоения комплекса систематизированных знаний, умений и навыков, необходимых для эффективного осуществления в условиях конкуренции как самостоятельной предпринимательской деятельности, так и любой другой деятельности в области экономики и управления, нацеленной на получение прибыли. Основу содержания бизнес-образования составляют циклы дисциплин экономического и управленческого характера: экономика предприятия (фирмы), менеджмент, маркетинг, бухгалтерский учёт и другие; а также курсы юридического профиля (аудит, хозяйственное, финансовое, коммерческое право и т.п.)

Применительно к молодежи, бизнес-образование, на наш взгляд, имеет прежде всего стратегическое значение, и потому должно пониматься в широком значении как подготовка поколения людей, способных наращивать как финансово-экономические, так и социально-политические, научные и

образовательные ресурсы страны в условиях конкурентной рыночной среды. Основными функциями молодежного бизнес-образования соответственно должны быть признаны повышение экономической культуры, конкурентоспособности и стимулирование предпринимательской инициативы молодых граждан.³³

Актуальность темы бизнес-образования и подготовки молодежи к предпринимательской деятельности осознается как на федеральном, так и на региональном уровне государственной власти. Однако подойти к практическому решению вопроса создания системы молодежного бизнес-образования пока не удастся. Под системой молодежного бизнес-образования автором понимается совокупность образовательных учреждений, реализующих преемственные бизнес-образовательные программы различного уровня.

Система бизнес-образования молодежи должна быть двухуровневой. На первом уровне основы предпринимательской деятельности в виде учебной дисциплины должны быть предоставлены на бесплатной основе всем без исключения молодым людям, обучающимся в общеобразовательных школах, ссузах и вузах (в рамках первого высшего образования). Целью бизнес-образования на данном уровне должно стать развитие у молодежи способностей, умений и навыков проектно-практической деятельности, направленной на формирование предпринимательского образа жизни и получение в качестве результата прибыли в виде новых знаний, возможностей и др. Для реализации первого уровня бизнес-образования необходимо разработать и включить в государственные образовательные стандарты среднего (полного) общего образования, среднего профессионального и высшего профессионального образования обязательные учебные программы по основам предпринимательской деятельности, включающие наиболее востребованные в сфере предпринимательства знания из экономики предприятия (фирмы), бизнес-

³³ Чупров. В.И. Социальное развитие молодежи: теоретические и прикладные проблемы. – М., 2005. – С.89

планирования, налогообложения и бухгалтерского учёта, менеджмента, маркетинга, коммерческого права и др. На сегодняшний день бесплатное бизнес-образование пока что недоступно всем школьникам и студентам области, а потребности в бизнес-образовании у молодежи - учащейся и работающей (к ним относятся и молодые предприниматели), как показывает ситуация на рынке образовательных услуг, очень высоки.

Вторым уровнем системы бизнес-образования молодежи должен стать уровень подготовки молодых специалистов, уже имеющих базовые знания в сфере предпринимательства и планирующих или уже приступивших к занятию предпринимательской или управленческой деятельностью. Возможность получить знания, необходимые в сфере предпринимательства, на платной основе (что может стать вторым уровнем системы бизнес-образования молодежи) предоставляют многие учебные заведения (в вузах это может быть второе и последующее высшее образование) и учебные центры области, осуществляющие обучение по программам профессиональной переподготовки, повышения квалификации и МВА. Однако отсутствие комплексности в учебных программах учебных заведений и центров области лишь условно позволяет назвать такое дополнительное образование «бизнес-образованием», так как основу содержания бизнес-образования, по определению, составляют циклы дисциплин экономического, управленческого и юридического характера. Образовательные учреждения и учебные центры области предоставляют платные образовательные услуги всем желающим получить дополнительное образование. Но стоимость этих услуг доступна далеко не всем молодым людям. Таким образом, молодежное бизнес-образование в области пока еще недостаточно развито.

Создание системы молодежного бизнес-образования затруднено в силу того, что органы государственной власти ждут определенных шагов в данной сфере со стороны предпринимательских структур. Осознавая потребность бизнес-сообщества в новых квалифицированных кадрах, государственные

органы полагают, что предприниматели обязаны создавать необходимые условия для их подготовки. У государства же нет возможности увеличивать расходы на введение в государственных образовательных учреждениях (школах, спузах и вузах) программ бизнес-образования и на подготовку преподавательских кадров. Все, что могут государственные образовательные учреждения, это введение дополнительных платных курсов. Предпринимательские же структуры со своей стороны считают, что вопросами бизнес-образования молодежи должно заниматься государство и создавать на федеральном уровне необходимые условия для стимулирования предпринимателей к участию в его развитии, в частности, путем выведения из-под налогообложения расходов компаний, связанных со спонсорской поддержкой образовательных учреждений.

3.2. Разработка системы управления предпринимательской активностью молодежи в организации

Согласно данным исследований Национального института системных исследований проблем предпринимательства (НИСИПП), в настоящее время в российской экономике в целом зафиксирована тенденция к снижению деловой активности малых предприятий. Особенно четко она обозначилась в IV квартале 2008 года, когда темпы роста оборота и инвестиций малого бизнеса упали в несколько раз. Статистика начала 2009 года по малому предпринимательству, как только она будет окончательно сведена, покажет еще более негативные результаты, уверены аналитики. По итогам 2008 года в малом бизнесе было занято 6,217 млн человек, основные же сокращения произошли в феврале-марте 2009 года. «В НИСИПП отмечают также сокращение темпов роста оборота малых предприятий в IV квартале 2008 года по сравнению с третьим — на 3,6% (в 2006-2007 годах они составляли 5-15% в год). Сократились и темпы роста инвестиций в основной капитал.

Эксперты НИСИПП уверены, что главная проблема малого бизнеса — это сокращение доступа к финансовым ресурсам, что подтверждают и

данные Правительства РФ. По данным Минэкономки, в первом полугодии 2009 года прирост кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства составил 31,28%, а за июль-октябрь этот показатель упал до 2,67%

Чтобы решить государственную задачу развития малого бизнеса, необходимо создать большой объем предпринимательского ресурса. Эффективное решение данной задачи – бизнес-инкубирование во всем разнообразии его форм, и прежде всего – ориентированное на молодых людей, впервые выходящих на рынок. Именно бизнес-инкубаторы становятся одним из самых простых и эффективных решений основной части комплекса молодежных бизнес-проблем. Между тем, в сложившейся экономической ситуации вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность, предполагающая не только ее самостоятельное трудоустройство, но и способность создавать новые рабочие места для своих сверстников, приобретает особое значение, поскольку альтернативой здесь является массовая молодежная безработица и целая цепочка осложнений, неизбежно возникающих как ее следствие.

Однако отсутствие опыта, собственных ресурсов и доступа к сторонним делают такой бизнес чрезвычайно уязвимым на стадии стартапа. Таким образом, бизнес-инкубирование, во-первых, решает проблему трудоустройства учащейся молодежи и особенно выпускников вузов, во-вторых, организация малых предприятий в условиях бизнес-инкубаторов снижает риски гибели МП, в частности финансовые, в первые годы существования.

Бизнес-инкубаторы создают новые рабочие места для молодежи и помогают реализации ее проектов.³⁴

Одним из препятствий в оказании поддержки развитию малого предпринимательства является отсутствие или недостаток эффективной инфраструктуры, обеспечивающей деятельность малых предприятий.

³⁴ Чупров. В.И. Социальное развитие молодежи: теоретические и прикладные проблемы. – М., 2005. – С.127

Крупные предприятия создают себе инфраструктуру сами. Но правила на рынке для всех одинаковы. Следовательно, чтобы конкурировать и не попадать в неприятные ситуации, руководитель малого предприятия должен иметь возможность проконсультироваться у юриста, провести маркетинговые исследования и т. д. Предоставить такую возможность, причем на доступных условиях, призвана инфраструктура поддержки. Но без заинтересованного участия государства, региональных и местных органов власти данная инфраструктура возникнуть и существовать не может³⁵.

Поэтому одна из первых задач — создание инфраструктуры поддержки развития малого предпринимательства на региональном и муниципальном уровнях. Основой такой инфраструктуры должен служить бизнес-инкубатор (БИ).

Создавая БИ, администрация решает сразу несколько задач:

- усиление роли муниципалитета благодаря целенаправленной поддержке вновь образованных фирм, а также малого бизнеса в целом;
- вовлечение в хозяйственный оборот неиспользуемых производственных площадей, т.е. использование имеющейся и простаивающей в данный момент недвижимости;
- формирование доброжелательного отношения к предпринимателям в рамках данного муниципалитета, что способствует улучшению инвестиционного климата и привлечению капиталов извне.

БИ сможет улучшить перспективу выживания и закрепления на рынке начинающих предприятий. Размещение в БИ крепко стоящих на ногах предпринимателей малого и среднего звена позволит поделиться опытом предпринимательской деятельности, что может послужить на благо всем участникам.

³⁵ Чупров. В.И, Зубок. Ю.А.. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – № 1-2.

БИ, имеющий официальный муниципальный статус, придает значимость, гарантирует безопасность и создает хороший совместный имидж во взаимоотношениях с клиентами и потенциальными деловыми партнерами.

Для успешного развития малых предприятий на муниципальном уровне необходима программа мероприятий, нацеленная на следующее:

- создание условий для развития бизнеса;
- создание инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;
- организация системы подготовки кадров для предпринимательской деятельности;
- создание финансово-кредитных механизмов поддержки развития малого предпринимательства;
- разработка, экспертиза и отбор перспективных бизнес-проектов.

Как показывает практика, возможно решение ряда муниципальных проблем с использованием БИ.

Например, увеличение занятости населения и определенных групп (беженцев, бывших военнослужащих, молодежи и др.) путем реализации специальных программ; рациональное и эффективное использование муниципальных инвестиционных фондов для микрокредитования и муниципальных площадей под малый бизнес. В регионах пытаются решать с помощью БИ задачи размещения муниципального заказа и проведения тендеров, а также целенаправленного развития малого бизнеса по приоритетным для города направлениям, прозрачности финансовых потоков.

Рассматривается возможная роль БИ как гаранта и поручителя за своих клиентов в лизинговых и кредитных программах. Большое внимание уделяется проблемам обучения и консультирования.

Интересен положительный опыт создания БИ в г. Королёве - быв. Калининграде (Московской области), где свои возможности, знания и технологии объединили мэрия города, его ТПП, Национальное содружество БИ (г. Москва) и Институт предпринимательства и инвестиций (г. Москва).

БИ выделены площади и средства на организационные нужды и специальные программы по поддержке предпринимателей - будущих клиентов БИ.

Жизнеспособность созданной структуры, заложена в слаженном взаимодействии с мэрией, в разработке Концепции развития малого и среднего бизнеса Калининградской области с четко очерченной ролью БИ, в планировании стратегии осуществления муниципальной политики по поддержке предпринимательства через БИ.

Кроме того, администрация БИ прошла обучение и освоила технологии работы с клиентами по специальной программе Института предпринимательства и инвестиций³⁶.

Практика формирования инфраструктуры поддержки малого предпринимательства в Московской области показывает, что целесообразно сначала создание в муниципальном образовании бизнес-центра, предоставляющего всем категориям населения обучающие, консалтинговые, информационные услуги, осуществляющего поиск деловых партнеров, не ограничиваясь обслуживанием только нескольких предприятий. За два-три года деятельности бизнес-центра его специалисты достигают требуемой квалификации, в процессе решения территориальных задач устанавливают тесные взаимосвязи с органами местной администрации, приобретают авторитет в предпринимательской среде.

Видя востребованность со стороны предпринимателей, позитивные изменения в отношении населения к малым предприятиям, увеличение числа рабочих мест, стабилизацию деятельности предприятий-клиентов, органам власти и управления значительно легче принять решение о создании при бизнес-центре БИ, имеющего более высокую капиталоемкость и длительный срок окупаемости. При такой последовательности создания БИ эффективней проходит отбор претендентов на инкубирование, так как имеется больше информации об их деятельности, взвешенно определяется его специализация.

³⁶ Чупров. В.И. Социальное развитие молодежи: теоретические и прикладные проблемы. – М., 2005. – С.166

Местная администрация, помимо участия в создании компании по управлению БИ, должна непосредственно взаимодействовать с предприятиями-клиентами БИ, которые не будут ограничиваться только производственной деятельностью. Такое сотрудничество предполагает предприятиям-клиентам БИ оказание или организацию совместно с местными консалтинговыми компаниями вне и/или внутри БИ налоговыми, таможенными органами (если последние существуют в данном регионе) тренингов, выставок, программ, консультаций в налоговой, экспортно-импортной, управленческой, организационной сферах.

Работа налоговых органов с предпринимателями будет заключаться в следующем:

- толкование и разъяснение некоторых частей в существующем налоговом законодательстве в части налоговых льгот, преференций, требований;
- толкование и разъяснение текущих или предполагаемых изменений в налоговом законодательстве, законе об административно-правовых нарушениях (для избежания штрафов, административных мер) и их влияния на предпринимательскую деятельность;

Работа таможенных органов с предпринимателями будет заключаться в следующем:

- толкование и разъяснение некоторых частей в текущем таможенном законодательстве, таких как таможенное регулирование и сопровождение экспортно-импортных операций, применения определенных таможенных режимов и преференций;
- толкование и разъяснение текущих или предполагаемых изменений в существующем таможенном законодательстве и их возможное влияние на экспортно-импортную деятельность предприятий.

Постепенно государственная политика может переориентироваться от поддержки малого и среднего бизнеса вообще к поддержке технологического малого и среднего бизнеса. В таком случае она будет предполагать:

меры государственной поддержки, направленные на усиление технологических возможностей и активности маленьких компаний;

меры государственной поддержки, направленные на развитие технологических институтов, НИИ и т.д.

Программы создания центров технологического предпринимательства предназначены для развития новых отраслей и предполагают наличие технологических инкубаторов, которые получают государственный заказ на проведение исследований в новых отраслях.

Механизм работы здесь следующий. В результате конкурсного отбора государство выдает франшизу управляющей компании, которая обязуется управлять инкубатором определенное время, осуществлять ежегодные инвестиции. В результате проведенного исследования и достижения конечных результатов, управляющая компания оговаривает в той или иной степени свое право собственности, что выступает мотивирующим стимулом для нее³⁷.

Государство финансирует существенный процент инвестиций (до 80%), непокрытую часть инвестиционного бюджета и операционные расходы БИ организует и привлекает управляющая компания.

В научной литературе на сегодняшний день проблема создания и функционирования молодежных бизнес-инкубаторов является слабо изученной, нет и определения данного феномена. В нормативно-правовых документах, разработанных с целью государственной поддержки малого, среднего и молодежного предпринимательства также не существует четкого понимания того, что же должен представлять собой «молодежный бизнес-инкубатор» - самостоятельную организацию, входящую в инфраструктуру поддержки субъектов молодежного предпринимательства; структуру, созданную, например, на базе высшего учебного заведения и являющуюся его подразделением или же молодежные бизнес-инкубаторы могут быть

³⁷ Чупров. В.И, Зубок. Ю.А.. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – № 1-2.

различных видов (допустим, выделение в отдельную категорию студенческого бизнес-инкубатора).

Нет определенности в том, для кого должен создаваться молодежный бизнес-инкубатор – для уже зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства или для тех молодых людей, кто имеет лишь бизнес-идею или бизнес-проект, но еще не зарегистрирован как субъект предпринимательства. Остается открытым вопрос и о том, нужно ли создавать специальные бизнес-инкубаторы для молодежи или все-таки достаточно будет выделения на территориях уже действующих бизнес-инкубаторов площадей и оборудования для деятельности молодежных предпринимательских коллективов.

В 2005-2009 годах идея развития системы бизнес-инкубирования с разветвленной сетью услуг для начинающих предпринимателей получила поддержку со стороны Министерства экономического развития и торговли РФ в рамках объявленного федерального конкурса на создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого предпринимательства. В результате многие субъекты РФ в 2005-2008 гг. получили государственную финансовую поддержку в виде субвенций или субсидий на создание и развитие бизнес-инкубаторов. В Московской области в рамках программы государственной поддержки малого предпринимательства, реализуемой совместно с Минэкономразвития России, в 2007-2008 гг. создано 5 бизнес-инкубаторов. Данные бизнес-инкубаторы представляют собой бизнес-инкубаторы общего типа. На их территории могут размещаться и молодежные предприятия, чье направление деятельности не противоречит уставу бизнес-инкубатора. К работе в бизнес-инкубаторе допускаются лишь те молодежные предприятия, которые имеют государственную регистрацию, срок действия которой не превышает одного года, и готовый бизнес-план, подтверждающий целесообразность размещения субъекта малого предпринимательства в бизнес-инкубаторе. Те же молодежные коллективы, которые находятся пока что на этапе разработки своего бизнес-проекта и не

оформили государственную регистрацию, не имеют права на размещение в подобном бизнес-инкубаторе. Данные молодежные предпринимательские коллективы нуждаются в поддержке со стороны специализированных, молодежных бизнес-инкубаторов, созданию и развитию которых необходимо уделять особое внимание организациям, входящим в инфраструктуру поддержки молодежного предпринимательства³⁸.

В РФ существуют различные по форме организации молодежные бизнес-инкубаторы. Согласно информации, представленной на Интернет-ресурсах, преобладают бизнес-инкубаторы, созданные при содействии различных государственных и негосударственных структур на базе учебных заведений. Российское законодательство, в частности Федеральный закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», предоставляет возможность организации молодежного бизнес-инкубатора при учебном заведении в качестве научно-исследовательского подразделения. Такой бизнес-инкубатор часто получает статус «студенческого бизнес-инкубатора». Тем самым организаторы хотят обособить данный вид бизнес-инкубатора. Однако это не совсем верно, так как резидентами данного бизнес-инкубатора являются не только студенты, но и аспиранты и молодые ученые.

Создание молодежных бизнес-инкубаторов в Московской области находится на начальном этапе – этапе создания методической и организационной платформы бизнес-инкубирования.

В создании и работе молодежных бизнес-инкубаторов наиболее заинтересованы представители учащейся молодежи (студенты, аспиранты), выпускники учебных заведений и молодые ученые, которые стремятся к самореализации в бизнесе. В связи с этим наиболее целесообразно создавать молодежные бизнес-инкубаторы на базе учебных заведений среднего и высшего профессионального образования. Создание бизнес-инкубатора при учебном заведении дает последнему возможность повысить уровень своей

³⁸ Чупров. В.И, Зубок. Ю.А.. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – № 1-2.

инновационной деятельности и заинтересованности в ее результатах учащихся и сотрудников, а также возможность получения роялти от реализации созданной молодежными коллективами продукции.

Таким образом, молодежный бизнес-инкубатор должен представлять собой структурное подразделение в составе учебного заведения (вуза и спуза) и оказывать различные виды поддержки наиболее перспективным студентам, молодым специалистам и молодым ученым в процессе разработки бизнес-идеи и бизнес-проекта, создания и реализации продукции или технологий, а также дальнейшей организации ими предприятий малого бизнеса.

Следующей по значению из главных проблем развития молодёжного предпринимательства является информационный вакуум как в части возможностей получения знаний и умений для начала предпринимательской деятельности, так и в части существующих областных организаций, фондов, проектов и программ поддержки молодёжного предпринимательства, а также органов власти, курирующих данные вопросы³⁹.

Возможны следующие мероприятия:

1. Заменить абстрактную рекламу, например: года молодежи, рекламой конкретных организаций, фондов, проектов, программ и структурных подразделений власти, занимающихся молодёжной тематикой (особенно рекламой проектов по поддержке молодёжного бизнеса). По исследованиям психологов любое упоминание негативных явлений общества (наркотиков, катастроф), даже со словом «НЕ», повышает интерес к этим явлениям и риск их возникновения. Поэтому нужна не антиреклама, а предложение альтернативы, которой может стать молодёжное предпринимательство. Необходимо заменить антирекламу наркотиков и катастроф рекламой молодёжного бизнеса.

³⁹ Чупров. В.И, Зубок. Ю.А.. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – № 1-2.

2. Для быстрого старта любого бизнеса необходима реклама, однако размещение наружной рекламы в области дорогостоящее. Собственники рекламных конструкций не идут навстречу молодым предпринимателям и не снижают цены, хотя многие рекламные стенды пустуют. В связи с чем:

а) можно предложить администрации области провести конкурс среди молодых архитекторов (выпускников ВУЗов) на лучшие проекты по встраиванию муниципальных конструкций для размещения дешевой рекламы молодыми предпринимателями;

б) провести конкурс дизайнеров и расклейщиков объявлений, которые бы по муниципальным тарифам изготавливали и размещали бы объявления для молодежных предприятий;

в) в рамках областной программы по поддержке предпринимателей установить льготные тарифы на размещение рекламы молодых предпринимателей⁴⁰.

3. В текущем законодательстве разрешено регистрировать юридическое лицо в многоквартирных домах, при условии, что это не нарушает прав соседей. Однако критерии «не нарушения прав соседей» не определены. Необходимо определить критерии или перечень видов экономической деятельности, которые соответствуют требованию «не нарушает права соседей», что, в свою очередь, даст возможность регистрировать организацию (юридическое лицо) на домашнем адресе.

Необходимо:

а) в рамках областной программ по поддержке предпринимателей органам власти выступить учредителями организаций (агентств, бизнес-инкубаторов) которое будут выполнять следующие функции для молодежного и начинающегося предпринимательства:

⁴⁰ Чупров. В.И, Зубок. Ю.А.. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – № 1-2.

- предоставлять юридический адрес для регистрации юридического лица;
- осуществлять почтово-секретарское обслуживание (прием и отправка корреспонденции, абонентские ячейки для забора почты) за разумную оплату;
- предоставлять возможность по определенному графику использовать данное помещение для осуществления представительских функций исполнительного органа (встреча с контрагентами, ответы на телефонные звонки и т.п.), а также работу с Интернетом и электронной почтой;
- оказывать услуги по подбору доступной аренды для молодежи.

б) в реальности необходимо разделять использование юридического адреса для регистрации фирмы и использование его для дальнейшей деятельности.

4. Также можно разработать пакет по поддержке молодежного предпринимательства в нашей стране. Можно внести в Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» изменения, предусматривающие 25% квоту на выполнение государственных заказов субъектами молодежного предпринимательства. Можно внести предложение о предоставлении впервые созданным субъектам молодежного предпринимательства налоговых каникул по налогу на прибыль на 3 года, с принятием на себя данными субъектами обязательств по инвестированию полученной прибыли в расширение производственных мощностей и развитие высокоинтеллектуальных инновационных технологий. Заслуживает также внимание предложение об оказании молодежным предпринимательским объединениям финансовой поддержки по выпуску специализированного общероссийского периодического печатного издания, направленного на популяризацию бизнеса в

молодежной среде и повышение уровня предпринимательской грамотности, в течение первых трех лет с момента регистрации такого печатного издания⁴¹.

5. В настоящее кризисное время, когда совсем непросто найти работу выпускнику ВУЗа, открытие молодыми гражданами России своего собственного бизнеса, может стать эффективным способом обеспечения занятости молодежи. С этой целью должны быть созданы правовые предпосылки поддержки начинающих бизнесменов. На наш взгляд, одним из первых шагов в этом направлении могло бы стать отражение в федеральном законодательстве определения понятия «Субъект молодежного предпринимательства», а также появление в Федеральном законе «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» раздела, посвященного поддержке молодежного предпринимательства»

⁴¹ Чупров. В.И. Социальное развитие молодежи: теоретические и прикладные проблемы. – М., 2005. – С.200

Заключение

По итогам работы основные предложения по поддержке предпринимательской активности молодёжи в регионах РФ (в частности, в Московской области) сводятся к следующим:

1. расширение нормативно-правовой базы молодежного предпринимательства;
2. совершенствование инфраструктуры его поддержки в РФ и Московской области (формирование при Федеральном агентстве РФ по делам молодежи отдела содействия развитию молодежного предпринимательства;
3. привлечение представителей молодежного предпринимательства к разработке государственных программ поддержки; внедрение системы госзаказов для молодежного бизнеса через государственную поддержку электронных молодежных торговых площадок и др.);
4. развитие системы информационно-консультационной поддержки (проведение регулярного мониторинга деятельности субъектов молодежного предпринимательства; создание в Интернете Биржи деловых предложений молодых предпринимателей и рубрики по вопросам открытия собственного дела и др.);
5. развитие системы молодежного бизнес-образования и созданию молодежных бизнес-инкубаторов (принятие в рамках Приоритетного национального проекта «Образование» комплексной программы начального бизнес-образования молодежи; разработка мер по поддержке развития системы профориентации и молодежного бизнес-образования, реализуемых образовательными учреждениями, учебными центрами и организациями бизнеса и др.; разработка законопроектов, направленных на стимулирование и поддержку развития системы молодежного бизнес-инкубирования; разработка

научно-методического и подготовка кадрового обеспечения деятельности молодежных бизнес-инкубаторов и др.)

.По вопросам рассмотрения нормативно-правовой базы и механизмов содействия молодежному предпринимательству на федеральном уровне, нужно отметить, что система содействия предпринимательству на федеральном уровне еще очень далека от совершенства ввиду того, что,

среди организаций, которые в теории должны заниматься вопросами молодежного предпринимательства, существует всего лишь несколько которые могут сосредоточить свои усилия именно в этой области.

эти действующие организации не связаны в единую координационную сеть, которая могла бы им позволить распределять полномочия и функции для достижения наибольшей эффективности.

одной из основных проблем на пути реализации программ поддержки становится неоднородность и неодинаковость структур управления. Создаются различные департаменты, советы, координационные комитеты, обладающие множеством различных функций и полномочий, повторяющих друг друга, но при этом не объединенные в единую слаженно-действующую координированную систему.

Список использованной литературы

1. Федеральный Закон РФ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» № 209 от 24 июля 2007 г.
2. Указ Президента РФ «О первоочередных мерах в области государственной молодежной политики» от 16.09.1992 г. № 1075.
3. Целевая программа «Молодежь России» 2006-2010гг.
4. Абалкин Л.И. Заметки о российском предпринимательстве. М.: Прогресс, 2004. – 200 с.
5. Автономов В.С., Предпринимательская функция в экономической системе. М., 2000. -280 с.
6. Агеев А.И., Предпринимательство: Проблемы собственности и культуры. М., 1991. -256 с.
7. Агранович М. Бизнесмен со школьной парты // Российская газета. - 2006. - № 142.
8. Акперов И.Г., Масликова Ж.В. Психология предпринимательства. Учебное пособие. М., 2003 – 279 с.
9. Андерсон Р., Шихирев П. «Акулы» и «дельфины». Психология и этика российско-американского делового партнерства. М., Дело ЛТД, 1994. 204 с.
10. Бандурка А.М., Бочарова С.П., Землинская Е.В. Психология управления. – Харьков: ООО «Фортуна – пресс», 2006 – 217 с.
11. Белбин Р.М. Команды менеджеров. М., 2003.- 378 с.
12. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Социальная психология личности. – СПб: Аспект Пресс, 2001. – 301 с.
13. Блинов А.О. Малое предпринимательство. Организационные и правовые основы деятельности. – М.: «Ось-89», 2003 – 336 с
14. Борисова Т.В. Философский анализ предпринимательской деятельности: социально-онтологический аспект. Дисс. ... докт. флософ. наук. Саратов, 2005.

- 15.Бороздина Г.В. Психология делового общения. - 2-е изд.. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 295 с..
- 16.Вебер М., Избранные произведения. / Общ. ред. Ю.Н. Давыдова. М.. Прогресс. 1990. 804 с.
- 17.Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер. – М., 2005. – 512 с.
- 18.Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. М.: Наука, 1994.442с.
- 19.Зубок. Ю.А. Социальная интеграция молодежи в условиях нестабильного общества. – М.,2007 – 322 с.
- 20.Позняков В.П. Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей / Россия в глобализирующемся мире: мировоззренческие и социокультурные аспекты / Отв. ред. В.С. Степин. Секция философии, социологии, психологии и права Отделения общественных наук РАН. М.: Наука, 2007. С. 513-528.
- 21.Позняков В.П., Вавакина Т.С. Ценностные ориентации как фактор отношения российских предпринимателей к деловому партнерству / Психология в экономике и управлении. 2009. №1. С. 51 – 64.
- 22.Позняков В.П., Титова О.И. Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности /Проблемы экономической психологии. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Т.В. Дробышева, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005. С. 181 – 204.
- 23.Радаев В. Малый бизнес и проблемы деловой этики. Надежда и реальность // Вопросы экономики.-1996.-№7 – С.56-62
- 24.Радаев В. О некоторых чертах нормативного поведения новых российских предпринимателей //Мировая экономика и международные отношения.- 1994.-№4 С.88-94
- 25.Рощин С.К Психология предпринимательской деятельности // Психологический журнал. 1993. Т. 14 №5

26. Сенашенко В. Болонский процесс и качество образования // Вестник высшей школы. - 2003. - № 8.
27. Титова О.И. Гендерные особенности отношения российских предпринимателей к конкуренции и партнерству. Дисс... канд. психол. наук. М., 2007.
28. Фернам А., Аргайл М. Деньги. М., Олма -Пресс, 2005.- 279 с.
29. Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства.. М.: Ректор, 2007. – 496 с.
30. Филинкова Е.Б. Социально-психологические характеристики предпринимателей с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью. Дисс. ...канд. психол. наук. М., 2001.
31. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып. 1. М: Прогресс, 1992. 191 с.
32. Чиликин А.Н. Социально-психологические основы развития предпринимательства в реальном секторе экономики. Дисс....докт. психол. наук. М., 2005.
33. Чупров. В.И, Зубок. Ю.А.. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – № 1-2.
34. Чупров. В.И. Социальное развитие молодежи: теоретические и прикладные проблемы. – М., 2005. – 224 с.
35. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. - СПб.: Питер, 2009. - 304 с.