



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и финансов
Кафедра экономики предпринимательства

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

на тему: Развитие молодёжного предпринимательства в Санкт-Петербурге и ЛО

Направление 38.03.01 «Экономика»

Направленность (профиль) Экономика предприятий и организаций

Обучающийся 4 курса группы Э-1616

Очная форма обучения

Быструхина Яна Алексеевна

(Ф.И.О.)

(подпись)

Руководитель ВКР д.э.н, профессор Ялунер Е.В.

(ученая степень, ученое звание, ФИО)

(подпись)

Нормоконтроль пройден «__» _____ 2020 г.

(подпись лица, проводившего нормоконтроль)

«Допущен(а) к защите» «__» _____ 2020 г.

Зав. кафедрой _____

(ученая степень, ученое звание, ФИО)

(подпись)

Санкт-Петербург
2020



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет экономики и финансов
Кафедра экономики предпринимательства

«УТВЕРЖДАЮ»
Заведующая кафедрой,
д.э.н., проф. Ялунер Е.В.

(подпись)

«03» марта 2020г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
на выполнение ВКР**

Обучающейся Быструхиной Яны Алексеевны группы Э-1616

1. Тема ВКР: «Развитие молодёжного предпринимательства в Санкт-Петербурге и ЛО»
2. Цель и задачи ВКР: цель – разработка предложений по усовершенствованию механизма поддержки молодежного предпринимательства. Задачи: изучение международного опыта развития молодежного предпринимательства; создание механизмов продвижения стартапов; анализ состояния инфраструктуры поддержки предпринимательства и молодежного предпринимательства на примере определенного региона и выявление перспектив развития; сбор и анализ статистических данных о динамике развития молодежного предпринимательства; выявление поведенческих тенденций молодых предпринимателей С-Пб и ЛО, формирование портрета молодого предпринимателя в РФ.
3. Срок сдачи оформленной ВКР на кафедру (с сопроводительными документами): «01» июня 2020 г.
4. Перечень вопросов, подлежащих разработке и изложению в ВКР:

Введение (актуальность, объект и предмет исследования, цель и задачи работы).

Глава 1. Положение молодежного предпринимательства в международной системе и в РФ

1.1. Международный опыт развития молодежного предпринимательства

1.2. Молодежное предпринимательство в РФ – состояние и тенденции развития

1.3. Организационно-экономическое и нормативное обеспечение молодежного предпринимательства – состояние и перспективы развития

Глава 2. Современное состояние и основные направления развития молодежной предпринимательской деятельности в Петербурге и ЛО

2.1. Тенденции развития предпринимательства в РФ (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области)

2.2. Инструменты поддержки молодежного предпринимательства городом и образовательным сообществом и анализ их эффективности

2.3. Анализ инфраструктуры развития предпринимательства в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, мероприятий и программ поддержки

Глава 3. Формулирование рекомендаций по развитию молодежного предпринимательства Санкт-Петербурге и ЛО

3.1. Выявление поведенческих тенденций субъектов молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и ЛО

3.2. Разработка предложений по усовершенствованию системы (механизма) поддержки молодежного предпринимательства

Заключение

Список использованных источников

«03» марта 2020 г.

Руководитель ВКР

Д.э.н., профессор

Студентка

/Ялунер Елена Васильевна/

/Быструхина Яна Алексеевна/

РЕФЕРАТ

с. 74, рис. 12, табл. 2, прил. 0.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: молодежное предпринимательство, инновационная деятельность, технологическая деятельность, цифровизация, инструменты поддержки предпринимательства, МСП, диджитализация.

Объект исследования – молодежное предпринимательство - это предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышает 30 лет либо в уставном (складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет превышает 75 процентов. При этом, как правило, такого рода деятельность носит инновационный характер.

Предмет исследования – развитие молодежного предпринимательства, инструменты и механизмы его развития.

Цель работы – разработка предложений по усовершенствованию механизма поддержки молодежного предпринимательства в стране с учетом международного опыта, наложенного на российские реалии.

Методы и методология исследования: обследование, мониторинг, обобщение собственного опыта работы.

В результате работы разработаны обобщенные механизмы продвижения инновационного (или технологического) стартап-проекта от этапа возникновения идеи до создания реального коммерческого продукта в мировой практике и в РФ на примере университета, а также механизм взаимовыгодного взаимодействия и сотрудничества государственных служб, государственных органов исполнительной власти с крупными российскими (или международными) компаниями, с сообществом молодых предпринимателей в целях развития молодежного предпринимательства в стране и создания подходящей для него инфраструктуры. В работе систематизированы упоминания молодежного предпринимательства в системе нормативно-правовых актов Российской Федерации, а также

сгруппированы статистические данные о молодых предпринимателях, актуальные на 2020 год.

Эффективность разработок определяется увеличением числа молодых предпринимателей в России, которое не сопровождается пропорциональным увеличением мер по их поддержке, развитию, по созданию экосистемы молодых предпринимателей.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	7
ГЛАВА 1. ПОЛОЖЕНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕЖДУНАРОДНОЙ СИСТЕМЕ И В РФ	10
1.1. Международный опыт развития молодежного предпринимательства... 10	
1.2. Организационно-экономическое и нормативное обеспечение молодежного предпринимательства – состояние и перспективы развития	18
1.3 Молодежное предпринимательство в РФ – состояние и тенденции развития.....	25
ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛО	35
2.1. Тенденции развития предпринимательства в РФ (на примере Санкт- Петербурга и Ленинградской области).....	35
2.2. Инструменты поддержки молодежного предпринимательства городом и образовательным сообществом и анализ их эффективности	40
2.3. Анализ инфраструктуры развития молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, мероприятий и программ поддержки	47
ГЛАВА 3. ФОРМУЛИРОВАНИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ.....	54
3.1. Выявление поведенческих тенденций субъектов молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и ЛО	54
3.2. Разработка предложений по усовершенствованию системы (механизма) поддержки и развития молодежного предпринимательства	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	70
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	72

ВВЕДЕНИЕ

Число индивидуальных предпринимателей в Российской Федерации в 2019 превысило число официально зарегистрированных организаций [2]. Вместе с тем, многие статистические агентства отмечают и рост числа молодых предпринимателей, что во многом связано и с введением нового специального налогового режима для самозанятых, виды деятельности которых предполагают официальную регистрацию фрилансеров, разработчиков цифровых продуктов и других инновационных деятелей, которые ранее вели свою деятельность либо неофициально, либо работая на кого-то.

Государственные программы, подпрограммы и программа развития России упоминают необходимость развития предпринимательства на территории страны и необходимость создания насыщенной инфраструктуры поддержки предпринимателей, в том числе и молодых предпринимателей [11]. Подпрограммы социальной, образовательной направленности содержат в себе определение молодежного предпринимательства, а также требования к подотчетным органам в области выявления предпринимательских и других талантов у молодежи и создание экосистемы развития этих талантов в РФ.

Ажиотаж вокруг развития предпринимательства поспособствовал созданию мощных платформ, площадок и пространств, направленных на решение этой цели, не все из которых выполняют поставленные задачи. Зачастую это связано с тем, что само понятие «молодежное предпринимательства» и его характеристики достаточно облачны.

Проблема, рассматриваемая в работе – острая необходимость молодых предпринимателей в отвечающей современным требованиям инфраструктуре поддержки, доказываемая анализами и отчетами ведущих агентств России и зарубежья (например, РВК [8][9]). Актуальность работы обусловлена увеличением числа молодых предпринимателей в России, которое не сопровождается пропорциональным увеличением мер по их поддержке, развитию, по созданию экосистемы молодых предпринимателей. Актуальность работы носит практический характер: анализ практики показывает, что экономисты, политики и

представители Высшей школы не знают, что именно нужно молодым предпринимателям, потому как рассматривают их как предпринимателей юного возраста вместо того, чтобы принять другие их отличительные характеристики и отталкиваться от них. То есть субъекты поддержки и развития молодежного предпринимательства фактически не знают боль своей целевой аудитории, рассматривая ее вкуче с субъектами МСП. Главная цель работы - разработка предложений по усовершенствованию механизма поддержки молодежного предпринимательства в нашей стране с учетом международного опыта, наложенного на российские реалии. Эта цель предполагает решение достаточно широкого диапазона задач:

1. Изучение международного опыта развития молодежного предпринимательства и определение общей характеристики молодого предпринимателя в глазах предпринимательского сообщества и субъектов поддержки предпринимательства.
2. Анализ предпринимательской экосистемы, ее элементов и выделение ключевых элементов для экосистемы молодежного предпринимательства как отдельного субъекта предпринимательства.
3. Создание обобщенного механизма продвижения молодежного стартапа от этапа зарождения идеи до создания реального коммерческого продукта в международном опыте.
4. Определение места молодежного предпринимательства и его развития в системе нормативно-правовых актов РФ, регулирующих предпринимательство и его развитие в целом.
5. Анализ перспектив развития организационно-экономического и нормативного обеспечения молодежного предпринимательства.
6. Формирование описания благоприятной для молодежного предпринимательства предпринимательской экосистемы.
7. Анализ состояния инфраструктуры поддержки предпринимательства и молодежного предпринимательства на примере определенного региона и выявление перспектив развития.

8. Сбор и анализ статистических данных о динамике развития молодежного предпринимательства, предпринимательства в целом, цифровой и финансовой грамотности граждан РФ.
9. Выявление поведенческих тенденций молодых предпринимателей Санкт-Петербурга и Ленинградской области, формирование портрета молодого предпринимателя в РФ на основании статистических данных и первичном исследовании.
10. Разработка предложений по усовершенствованию системы поддержки молодежного предпринимательства государством с помощью классических инструментов поддержки МСП, с помощью государственных программ поддержки, создания льготных статусов для субъектов молодежного предпринимательства, с помощью сотрудничества с профильными коммерческими организациями.
11. Разработка механизмов и алгоритмов взаимодействия субъектов поддержки и развития молодёжного предпринимательства с представителями молодежного предпринимательства.

Таким образом, объектом исследования является молодежное предпринимательство - это предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышает 30 лет либо в уставном (складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет превышает 75 процентов. При этом, как правило, такого рода деятельность носит инновационный характер. Предметом же является развитие молодежного предпринимательства, инструменты и механизмы его развития. В работе используются следующие методы исследования: обследование, мониторинг, обобщение собственного опыта работы. Исследование базировалось, в основном, на анализе законов и других нормативно-правовых актов РФ и отчетов ведущих бизнес-акселераторов и инкубаторов мира.

ГЛАВА 1. ПОЛОЖЕНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕЖДУНАРОДНОЙ СИСТЕМЕ И В РФ

1.1. Международный опыт развития молодежного предпринимательства

На данный момент в федеральном законодательстве РФ нет четкого определения молодежного предпринимательства. Закон 209 ФЗ [14] не выделяет его как отдельный субъект предпринимательства. В связи с этим зачастую оно воспринимается лишь как обыкновенное малое или среднее предпринимательство, которым занимается молодежь. Однако в международной практике понятие молодежного предпринимательства скорее носит инновационный характер. Об этом свидетельствуют государственные программы поддержки молодых предпринимателей, направленные на построение предпринимательской экосистемы, формирование сети связей между негосударственными фондами, занимающимися поддержкой инновационных проектов, и предпринимателями.

Рассмотрим официальное сообщение большой двадцатки 2014 года [6]. В нем содержится явное требование обеспечить экономический рост мира с помощью стимуляции конкуренции, развития инновационного технологического предпринимательства. Помимо этого, большое внимание уделяется разработке и продвижению стратегий, направленных на сокращение безработицы (в частности – безработицы среди молодёжи), именно благодаря развитию предпринимательского потенциала с помощью создания предпринимательской экосистемы. Ажиотаж вокруг развития предпринимательства поспособствовал созданию мощных платформ, площадок и пространств, направленных на решение этой цели. Ярчайшим примером такого пространства является уже огромная Силиконовая долина, расположенная в штате Калифорния, США. Безусловно, это не единственный такого рода центр, однако его появление, быстрый успех и востребованность стали примером для глав множества государств, помимо США, нацеленных на экономический рост.

На сегодняшний день в мире насчитывается множество технопарков, крупных инкубаторов и акселераторов бизнеса. Как правило, они не являются

конкурирующими структурами и, напротив, даже схожи и преследуют одни и те же цели, достижение которых зачастую проводится совместно. Обычно это симбиоз университетов, научно-исследовательских центров и представителей стартап-мира, каждый из которых находится вблизи технопарка. Зачастую неподалеку располагаются и центры, аккумулирующие в себе венчурный капитал и, соответственно, венчурных финансистов. Порой эти центры финансируются (частично или полностью) за счет бюджетных средств.

Однако крайне важно понимать, что без грамотного управления подобными инструментами поддержки предпринимательства и развития предпринимательского потенциала, недостаточно просто копировать на территории государства ту же Силиконовую долину: как правило, конечный успех таких инициатив достаточно неоднозначен. Как в хороших часах, в вопросе развития предпринимательского потенциала важна каждая шестерёнка. Помимо внедрения и развития инструментов поддержки предпринимательства, важно создать гармоничную, слаженную и сбалансированную предпринимательскую экосистему. Это понятие раскрывается в так называемой «Белой книге» [20][21], что создана Ассоциацией малых предприятий государств Австрии и Новой Зеландии (аббревиатура – SEAAANZ). Книга создана для того, чтобы с точки зрения предпринимателя определить сущность и функции предпринимательских экосистем, методы их формирования и конечное их влияние на предпринимательство в целом и на формирование рабочих мест в частности. Одним словом, предпринимательская экосистема – понятие, получившее широкое распространение среди руководителей организаций в начале двухтысячных годов, и предназначенное для определения условий, благодаря которым может быть достигнуто экономическое здоровье региона, его процветание и максимизация прибыли самих предпринимателей и бюджетов регионов, стран. Предпринимательская экосистема, как правило, состоит из девяти элементов: государственная политика, правовое поле и инфраструктура, спонсорство и финансирование, культура, менторы и система их связей с предпринимателями, университеты (как катализаторы), образование

и тренинги, человеческий капитал, внутренний и внешний рынок (где находится юрисдикция).

В 2010 году в журнале «Harvard Business Review» была опубликована статья [18] американского профессора Даниэля Айзенберга, которая возобновила дискуссию вокруг важности создания предпринимательской экосистемы. На рисунке 1 «Элементы предпринимательской системы» представлены ее составляющие. Основное внимание в вышеупомянутой «Белой книге SEAANZ» уделено именно государству и его влиянию на предпринимательство через осуществление своей политики.



Рисунок 1 - Элементы предпринимательской экосистемы

Даниэль Айзенберг в своей работе сформулировал ряд рекомендаций по формированию предпринимательской экосистемы. Предлагаю их рассмотреть.

Первой такой рекомендацией является строгое требование прекратить пытаться скопировать инновационный кластер – Силиконовую долину, ввиду ее появления как одной из первых и в совершенно уникальных условиях,

неповторимых или почти неповторимых в современных реалиях, особенно в других государствах с другой ментальностью и традициями. Именно это условие определяет вторую рекомендацию: необходимо формировать предпринимательскую экосистему с учетом локальных характеристик стран, в которых она формируется. Здесь же указана важность опоры государств на существующие пространства, а не расчет на создание чего-то с абсолютного нуля.

Следующая рекомендация заключается в привлечении к рассматриваемым инициативам именно представителей частного сектора, когда государство играет косвенную роль – роль посредника, но не управленца. При этом профессор учитывает интересы государств и, советуя им, грамотно подходит к отбору представителей частного сектора (то есть выбирать их необходимо с учетом интересов развития государства). Именно это, по его мнению, и будет являться залогом успеха.

Однако, как говорилось ранее, должен быть соблюден здоровый баланс: формирование предпринимательской экосистемы не должно заранее определять тех, кто будет получать от этого выгоду. Экосистема должна быть выгодной для всех её субъектов и совершенно точно обязана быть лишена бюрократии.

Айзенберг также упомянул, что в формировании экосистемы не должны преследоваться оппортунистические цели, не должны поощряться так называемые «легкие деньги» - государственные гранты, венчурные инвестиции, которые появляются именно из-за большого интереса государства к сути реализуемых проектов.

Помимо этого, Айзенберг обратил внимание читателей на тот факт, что так называемый «естественный отбор» должен присутствовать в системе. Фирмы, способные себя поддерживать самостоятельно, должны ориентироваться на это прежде, чем искать финансирование на стороне.

Основное внимание следует уделять поощрению устойчивых, ориентированных на рост и инновационных фирм, а не просто стимулированию новых компаний.

Экосистема молодежного предпринимательства, как показывает практика, ориентирована на такие элементы, как образование и тренинги, система связей с менторами, спонсорство и финансирование. Последний выражен не только лишь венчурными и инвестиционными фондами и государственными программами поддержки, но и другими, комплексными инструментами поддержки предпринимательства. Комплексность заключается в сочетании нескольких функций внутри одного инструмента поддержки: в отличие от развитых инвестиционных и венчурных фондов РФ, крупнейших акселераторов, крупные международные фонды инвестируют в проекты при обязательном условии их акселерации на базе этих площадок. Причем эти фонды не всегда требуют участия в распределении акций компаний, чьим трекингом занимаются, что также отличает их от фондов РФ (например, ФРИИ – несмотря на сочетание в себе множества функций, требуется 15-ти процентная доля фонда в акциях компании, находящейся на их акселерации).

Для большего понимания создана цепь (рисунок 2) проведения технологического инновационного стартап-проекта от этапа возникновения и формулирования идеи до прототипирования и реализации, в которой указаны комплексные инструменты поддержки предпринимательства, отвечающие за каждый этап.

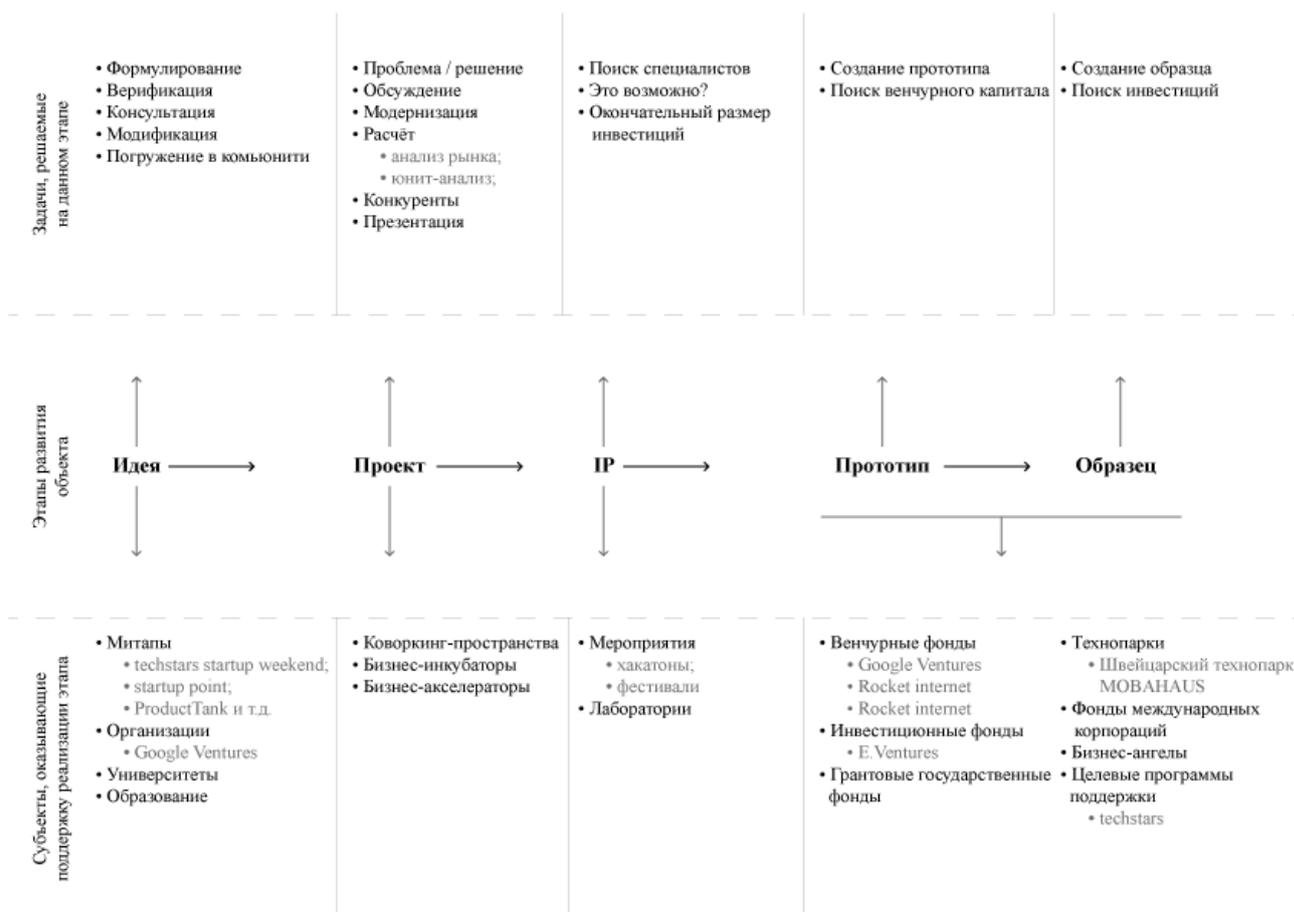


Рисунок 2 - Схема продвижения молодежного стартапа (международный опыт)

Этап развития объекта «идея», как правило, включает в себя формулирование и верификацию идей и проблем, которые эти идеи решают, получение консультаций от менторов и погружение в сообщество молодых предпринимателей. Все задачи, решаемые на этом этапе, решаются с помощью субъектов, оказывающих поддержку реализации этапа:

1. Митапы – масштабные встречи предпринимателей, бизнес-ангелов, менторов и специалистов разных областей на базе каких-либо площадок с целью обмена идеями, контактами, а также обсуждения актуальных тем. Как правило, на подобные мероприятия приглашаются специалисты узких областей, выступающие с лекциями и отвечающие на возникающие вопросы.

2. Организации – например, TechStars – американский акселератор проектов этапа «pre-seed» (стадия идеи), допускающий на

акселерацию менее 1% заявившихся проектов, но предоставляющий возможность попасть к ним молодым неопытным предпринимателям, принимающим участие в TechStars Startup Weekend. К слову, с 23 по 26 апреля 2020 года проходил хакатон (форум для разработчиков и молодых предпринимателей) TechStars Startup Weekend Global Covid-19, сфокусированный на поиске проектов на акселерацию, направленных на решение проблем (в том числе и экономических), возникших в результате распространения коронавирусной инфекции. Лучшие проекты допущены к акселерации на базе TechStars с оформлением гражданства США и получили 100000 USD на реализацию проекта.

3. Университеты – внутри которых возвращаются молодые предприниматели, имеющие возможность безвозмездного получения консультаций от компетентных специалистов.

4. Образование. При отсутствии возможности получения консультаций и любой другой информационной помощи на безвозмездной основе, молодой предприниматель может обратиться к международным площадкам, предоставляющим курсы дополнительного образования по конкретным, суженным темам. Причем это может быть и интернет-образование, и очные курсы.

Этап реализации объекта «проект» заключается, как правило, в создании презентации проекта (которую впоследствии можно показывать потенциальным инвесторам). На данном этапе решаются следующие задачи: для установленной и модифицированной проблемы формулируется решение, представляющее собой какой-либо инновационный продукт (решение также обсуждается в сообществе и корректируется при необходимости); производится некоторый расчет (это может быть анализ рынка, юнит-анализ, математическое прогнозирование и т.д.), анализ конкурентоспособности продукта и потенциальных рисков и, разумеется, способы коммерциализации проекта. Задачи могут решаться как в коворкинг-пространствах, так и в бизнес-инкубаторах и бизнес-акселераторах (в том числе и университетских).

Этап развития объекта «IP» свойственен именно инновационным технологическим проектам. То есть, при необходимости, он может быть заменен. Он позволяет найти узкопрофильных специалистов (в нашем случае – разработчиков) и получить ответ на главный вопрос: насколько возможна и возможна ли вообще реализация предложенной идеи с точки зрения технологий? Обычно такие задачи решаются на хакатонах и инвестфестах (фестивалях, направленных на поиск инвестиций), а также внутри специализированных лабораторий.

Этапы развития объекта «прототип» и «образец» предполагают решение достаточно небольшого диапазона задач: создание прототипа (MVP) и образца, поиск венчурного капитала и поиск инвестиций. В качестве субъектов, оказывающих поддержку реализации этапа, выступают в первую очередь венчурные и инвестиционные фонды; технопарки; государственные узкопрофильные корпорации, оказывающие поддержку инновационным проектам; конкретные бизнес-ангелы и целевые программы поддержки международных площадок-фондов.

Подводя итог, определим основные характеристики развития молодежного технологического предпринимательства в международной практике:

1. Молодежное предпринимательство – это не обыкновенная предпринимательская деятельность, которую ведет молодежь. Это предпринимательство имеет инновационный характер.
2. Развитие молодежного предпринимательства направлено на уменьшение числа безработных среди молодежи и развитие инноваций одновременно.
3. Молодежное предпринимательство неразрывно связано с предпринимательской экосистемой.
4. Международные инструменты поддержки молодежного предпринимательства являются комплексными, сочетая в себе значительные ресурсы венчурных и инвестиционных фондов вместе с программами акселерации.

1.2. Организационно-экономическое и нормативное обеспечение молодежного предпринимательства – состояние и перспективы развития

Как упомянуто в 1 подразделе, федеральное законодательство РФ не выделяет молодежное предпринимательство как отдельный субъект предпринимательства. Поэтому основными нормативно-правовыми актами (далее – НПА), регулирующими его деятельность, как правило, считают НПА, регулирующие деятельность малого и среднего предпринимательства.

Наиболее достоверное понятие субъектов малого предпринимательства закреплено в ФЗ «о развитии малого предпринимательства» от 24.07.2007 №209-ФЗ [14]. Субъекты малого и среднего предпринимательства - хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям, сведения о которых внесены в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

Однако рассматриваемый закон не определяет малое предпринимательство отдельно. Малое предпринимательство – сектор экономики, определяемый субъектами малого предпринимательства на рынке.

Малый бизнес, как правило, представлен либо сферой услуг, либо разного рода розничными операциями, например - продуктовые магазины, аптеки, пекарни и небольшие производственные предприятия. Малые предприятия - это независимые организации, которым для ведения деятельности требуется меньше капитала, меньше рабочей силы и меньше оборудования или даже полное его отсутствие. Эти предприятия идеально подходят для работы в небольших масштабах, чтобы обслуживать местное сообщество и приносить прибыль владельцам бизнеса.

Малый бизнес принадлежит и управляется его владельцем, который осуществляет строгий контроль над операциями и решениями. Акции такого бизнеса не продаются на бирже, а финансирование лично гарантируется владельцем (владельцами). Как правило, в малом бизнесе занято менее 100 работников, а

выручка ограничена законодательством рассматриваемой страны. Он также не является доминирующим в своей области. Однако определение малого бизнеса имеет тенденцию варьироваться в зависимости от правового поля.

Сущность малого предпринимательства в целом может быть охарактеризована следующими его признаками:

1. Небольшой бюджет
2. Трудоёмкость. Малые предприятия в основном достаточно трудоёмки. Различные виды малого бизнеса в значительной степени полагаются на труд для своего функционирования. Основной характер малого бизнеса заключается в большей вовлеченности физического труда, а не интеллектуального труда. Отсутствие оборудования заставляет сотрудников осуществлять операции вручную.

3. Социальная ориентированность. Малые предприятия создаются с целью удовлетворения потребностей местного населения или сообщества. Эти предприятия демографически ориентированы на несколько областей концентрации и, следовательно, социально ориентированы.

4. Зачастую – сохранение традиций. Из-за того, что малые предприятия ориентированы на социум и трудоёмки, они часто используют «местные» методы работы. В России имеется множество предприятий в сельском секторе, которые все еще используют устаревшие технологии. Это может придать уникальность продуктам, но препятствует развитию бизнеса.

Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства в России (для хозяйственных обществ и товариществ) определяются 209 ФЗ [14] и представлены в таблице 1. Для всех остальных субъектов по указанным параметрам ограничений нет.

Таблица 1 - Критерии отнесения к субъектам малого предпринимательства в России (для хозяйственных обществ и товариществ)

Критерии Субъекты	Общие требования	Численность сотрудников	Доход ¹	Участники	Доп. требования
Хозяйственные общества	Хозяйствующие субъекты (ЮЛ и ИП), отнесенные в соответствии с условиями, установленными настоящим Федеральным законом, к малым предприятиям, в том числе к микропредприятиям, и средним предприятиям, сведения о которых внесены в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.	Для микропредприятия – до 15 человек. Для малого предприятия – до 100 человек.	Микропредприятия - 120 млн. рублей; малые предприятия - 800 млн. рублей	Участники - РФ, субъекты РФ, МО ² и т.д. ³ владеют суммарно не более чем 25% долей в УК ООО либо в СК ХТ ⁴ или не более 25% голосующих акций АО ⁵ .	Акции АО отнесены к акциям инновационного сектора; или деятельность заключается в внедрении результатов интеллектуальной деятельности; или ХО, ХП сотрудничают с «Сколково»; или другими предприятиями, осуществляющими инновационную де
Хозяйственные товарищества					

Предусмотренное Законом ограничение в отношении суммарной доли участия иностранных юридических лиц и (или) юридических лиц, не являющихся субъектами малого и среднего предпринимательства, не распространяется:

- на участников хозяйственных обществ - иностранных юридических лиц, у которых доход, полученный от осуществления предпринимательской

¹ Доход, полученный от осуществления предпринимательской деятельности за предшествующий календарный год, который устанавливается в порядке, установленном законодательством Российской Федерации о налогах и сборах, суммируется по всем осуществляемым видам деятельности и применяется по всем налоговым режимам

² МО – муниципальное образование

³ Общественные или религиозные организации (объединения), благотворительные и иные фонды (за исключением инвестиционных)

⁴ Складочном капитале хозяйственного товарищества

⁵ Участники-иностранцы ЮЛ, не явл. субъектами МСП владеют суммарно не более 49% долей в УК ООО либо в СК ХТ или не более 49%⁵ голосующих акций АО.

деятельности за предшествующий календарный год, не превышает предельного значения, установленного Правительством Российской Федерации для средних предприятий в соответствии с пунктом 3 настоящей части, и среднесписочная численность работников которых за предшествующий календарный год не превышает предельного значения, указанного в подпункте "б" пункта 2 настоящей части (за исключением иностранных юридических лиц, государство постоянного местонахождения которых включено в утверждаемый в соответствии с подпунктом 1 пункта 3 статьи 284 Налогового кодекса Российской Федерации перечень государств и территорий, предоставляющих льготный налоговый режим налогообложения и (или) не предусматривающих раскрытия и предоставления информации при проведении финансовых операций (офшорные зоны);

2. на хозяйственные общества, соответствующие условиям, указанным в подпунктах "б" - "д" настоящего пункта.

Логичен вопрос: чем же отличается молодежное предпринимательство от малого? Из школьного курса обществознания известно, что молодежь – особая социальная группа, наделенная рядом характеристик (переход к социальной ответственности, стремление к новым знаниям, возраст и так далее). Это понятие часто упоминается в социально ориентированных или экономических государственных программах.

Малое предпринимательство в целом может быть определено по множеству критериев, например:

1. Среднесписочная численность сотрудников организации. При этом метод расчета также может различаться в зависимости от рассматриваемой страны, региона, а иногда и между предприятиями на одной территории.

2. Размер уставного капитала, размер первоначальных инвестиций.

3. Годовой, квартальный или месячный объем реализации.

4. Мощность, потребляемая предприятием для его производственной деятельности, и многое другое.

Рассмотрим госпрограмму «Экономическое развитие и инновационная экономика», Подпрограмма 5. Стимулирование инноваций, Основное

Мероприятие (далее – ОМ) 5.2. Поддержка малого инновационного предпринимательства. По плану, это мероприятие должно быть реализовано в период с 29.03.2013 по 31.12.2024. Мероприятие в первую очередь направлено на интенсивное вовлечение молодых предпринимателей в инновационную деятельность (вместе с соответствующим целям привлечением бюджетных средств на реализацию инновационных проектов). Мероприятие связано с тремя показателями эффективности подпрограммы, в одном из которых заключена трактовка понятия «молодежное предпринимательство»: Количество инновационных проектов молодых исследователей в рамках вовлечения молодежи (в возрасте до 30 лет) в инновационное предпринимательство.

Перейдем к основному мероприятию 5.7. «Содействие развитию современной инновационной инфраструктуры в сфере нанотехнологий, механизмов и инструментов для реализации потенциала nanoиндустрии». Обращу внимание, что ответственным исполнителем этого мероприятия является Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Ожидается, что одним из результатов проведения мероприятия послужит формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, которые направлены именно на профессиональную ориентацию (в том числе и, разумеется, молодежное предпринимательство). То есть можно утверждать, что внутри этой подпрограммы молодым предпринимателем является как школьник, так и человек 30 лет.

Помимо этого, в рассматриваемой госпрограмме есть подпрограмма Б. «Создание и развитие инновационного центра "Сколково"», которая очевидно коррелирует с концепцией молодежного инновационного предпринимательства. Перейдем к ОМ Б.2. «Создание и развитие Сколковского института науки и технологий» - одним из результатов проведения мероприятия является привлечение молодых специалистов к работе и развитию Сколково, а также инкубацию стартапов молодых предпринимателей.

К сожалению, в государственной программе «Информационное общество», утвержденной Постановлением Правительства Российской Федерации от

30.03.2018 № 369-16, ни в одной из подпрограмм не упоминаются молодые умы, что является упущением, потому как омоложение в таком вопросе явно необходимо государству. Доказательством этому служит удручающее (не соответствующее требованиям современного рынка) состояние многочисленных сайтов организаций, направленных на развитие молодежного, инновационного, технологического предпринимательства (ФРИИ, Российский центр содействия молодежному предпринимательству и т.д.).

Естественно, говоря о молодежном предпринимательстве в системе госпрограмм РФ, нельзя не упомянуть и программу «Развитие образования», утвержденную Постановлением Правительства Российской Федерации от 31.03.2017 № 376. Подпрограмма 4. «Развитие дополнительного образования детей и реализация мероприятий молодежной политики», ОМ 4.3. "Выявление и поддержка одаренных детей и молодежи" которой предполагает в конечном счете (до декабря 2020 года) создание системы грантовой поддержки молодежи (в том числе и их инновационных предпринимательских проектов), устанавливает конкретный возрастной диапазон – от 14 до 30 лет, потому как напрямую связана с соответствующим показателем оценки эффективности подпрограммы. То же определение (в схожем контексте) повторяется в ОМ 4.4. "Создание условий успешной социализации и эффективной самореализации молодежи".

Молодежное предпринимательство также упомянуто в «Основы Государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года» (утверждены Распоряжением правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р), причем с закрепленным понятием. Это предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышает 30 лет либо в уставном (складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет превышает 75 процентов. При этом одной из задач государственной политики является создание базовых условий для реализации предпринимательского потенциала молодежи, в том числе социального, а также создание и поддержка деятельности

общественных объединений, направленной на развитие социально ориентированного молодежного предпринимательства. Вдобавок, одной из задач, закрепленных в документе и связанных с молодежным предпринимательством, является и создание инфраструктуры поддержки молодых предпринимателей с ограниченными возможностями.

Несмотря на то, что в федеральном законодательстве РФ все еще нет четкой трактовки молодежного предпринимательства, можно предположить, что его следует рассматривать не исключительно как предпринимательскую деятельность, осуществляемую людьми до 30 лет и направленную в первую очередь на повышение занятости молодежи и создание новых рабочих мест, но такую деятельность, что носит инновационный характер. Это необходимо для того, чтобы не отставать от международного сообщества.

1.3. Молодежное предпринимательство в РФ – состояние и тенденции развития

К сожалению, официальная статистика, касающаяся предпринимательства и его состояния в РФ, представленная федеральной службой государственной статистики [3], не освещает вопросов, связанных именно с молодежным предпринимательством и, помимо этого, самая свежая информация о предпринимательстве в целом датируется 2018 годом [13]. Поэтому обратимся к иным источникам, например – исследованию ФГБУ «Роспредприниматель» (центр содействия молодым специалистам), согласно которому средний возраст предпринимателя в России на конец 2018 года составил 27 лет [10]. Также «Роспредприниматель» подвели итоги проводимого им конкурса «Молодой предприниматель», в результате которого выяснилось, что молодые предприниматели России тяготеют к работе в сфере услуг, собственному производству и социальному предпринимательству. Согласно информации, полученной от центра содействия молодым специалистам (далее – Центра) [10], в 2018 году в РФ было зарегистрировано 12 тысяч предпринимателей в возрасте до 20 лет, а самыми юными предпринимателями были 14-ти летние подростки. Также согласно информации Центра, большинство молодых предпринимателей зарегистрировано в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге, Челябинской области и Пермском крае.

Согласно данным негосударственного аналитического центра НАФИ [1], именно молодые предприниматели (то есть в возрасте до 30 лет) относятся к состоянию и развитию предпринимательской инфраструктуры государством положительно. Однако на круглом столе в Общественной палате РФ под названием «Финансовая поддержка молодежного предпринимательства: проблемы, пути решения и новые подходы» [12] еще в 2014 году были озвучены неутешительные статистические данные, ставшие с тех пор общеупотребляемой нормой: лишь 20% предпринимателей, открывших новый бизнес, не ликвидируют его спустя год после регистрации. Этот процент в два раза меньше, когда речь идет о стартапах. При этом, согласно анализу НАФИ, каждый третий гражданин РФ желает

стать предпринимателем, но лишь 2,5 процента опрошенных действительно намерены открыть бизнес в ближайшем будущем. НАФИ [1] выделило 4 основные причины отказа граждан, желающих иметь свое дело, от реального ведения дел:

1. Опасение невозврата вложенного капитала или, что еще страшнее, боязнь упасть в «долговую яму»
2. Слабая поддержка субъектов МСП со стороны государства
3. Отсутствие даже минимального стартового капитала
4. Страх перед возможной ответственностью и собственная некомпетентность

В связи с этим новой областью для исследований стал поиск типичных проблем, с которым сталкивается молодой предприниматель. К ним, как правило, относятся:

1. Отсутствие рыночной потребности предлагаемого продукта или услуги
2. Прямая и косвенная конкуренция и неспособность начинающих предпринимателей грамотно провести анализ конкурентоспособности своего бизнеса
3. Непонимание своей целевой аудитории (далее – ЦА), неспособность выявить боль ЦА и предложить именно то лекарство, которое удовлетворяет ЦА
4. Проблема с партнерами. По данным «Лента» лишь 30% обществ с ограниченной ответственностью имели более одного учредителя, что свидетельствует о высоком уровне недоверия в современном российском бизнесе
5. Формирование команды, требующее особой внимательности, также одна из критических проблем, ведь зачастую она формируется руководителем, который основывается на конкретных характеристиках специалиста, а именно - на его специальности. Так могут быть упущены роковые характеристики (коммуникабельность, стрессоустойчивость, ответственность и т.д.)

- б. Незнание законов РФ и требований к бухгалтерской отчетности, санкции за игнорирование которых могут значительно повлиять на финансовое благополучие предпринимателя.

Идею о рассмотрении молодежного предпринимательства, главной характеристикой которого является инновационная и IT-направленность, как отдельного субъекта предпринимательства поддерживается не только международной, но и российской статистикой. Так, согласно RT, предприниматели моложе 30 лет зачастую занимаются разработкой цифровых продуктов, варьирующихся от любого рода приложений до мощных корпоративных информационных систем. При этом, согласно федеральному агентству по делам молодежи, в 2018 году лишь 4% представителей этой социальной группы были официально зарегистрированными предпринимателями. Однако следует отметить, что данные могут нести положительный характер, если рассматривать разработчиков не зарегистрированных. Согласно данным, представленным общественным объединением «Ассоциация молодых предпринимателей России», всего среди официально зарегистрированных предпринимателей в 2018 году был 1.2 млн людей в возрасте до 30 лет. При этом огромное множество исследовательских центров (например, Национальный институт системного исследования проблем предпринимательства) оценивает потенциал развития молодежного предпринимательства в РФ как гораздо больший. Об этом свидетельствуют и статистические данные: число индивидуальных предпринимателей в России в 2019 году впервые с 2016 года превысило число компаний, согласно данным от федеральной службы информации [3][17]. Так, в середине 2019 года в Российской Федерации было зарегистрировано более 4 млн индивидуальных предпринимателей и почти 4 миллиона организаций (данные Росреестра).

Эти статистические данные сложно воспринимать на слух, поэтому была сформирована инфорграфика (визуализация данных), представленная на ниже следующих рисунках.

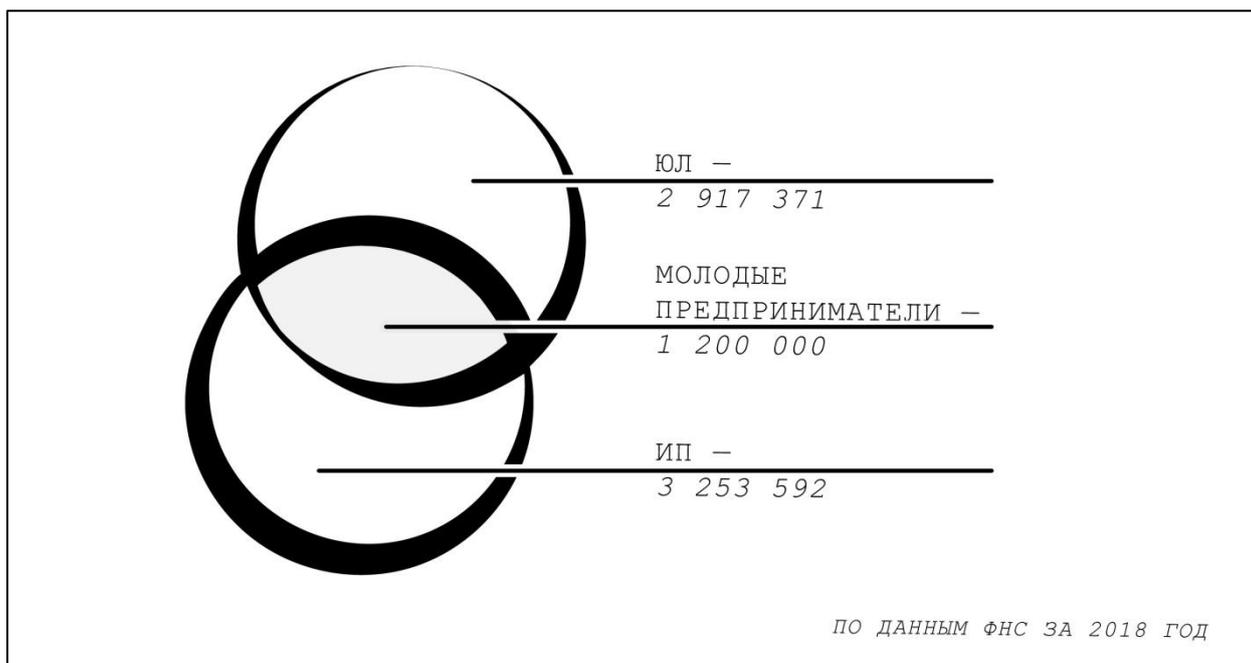


Рисунок 3 - Доля молодых предпринимателей среди организаций и ИП в 2018 году

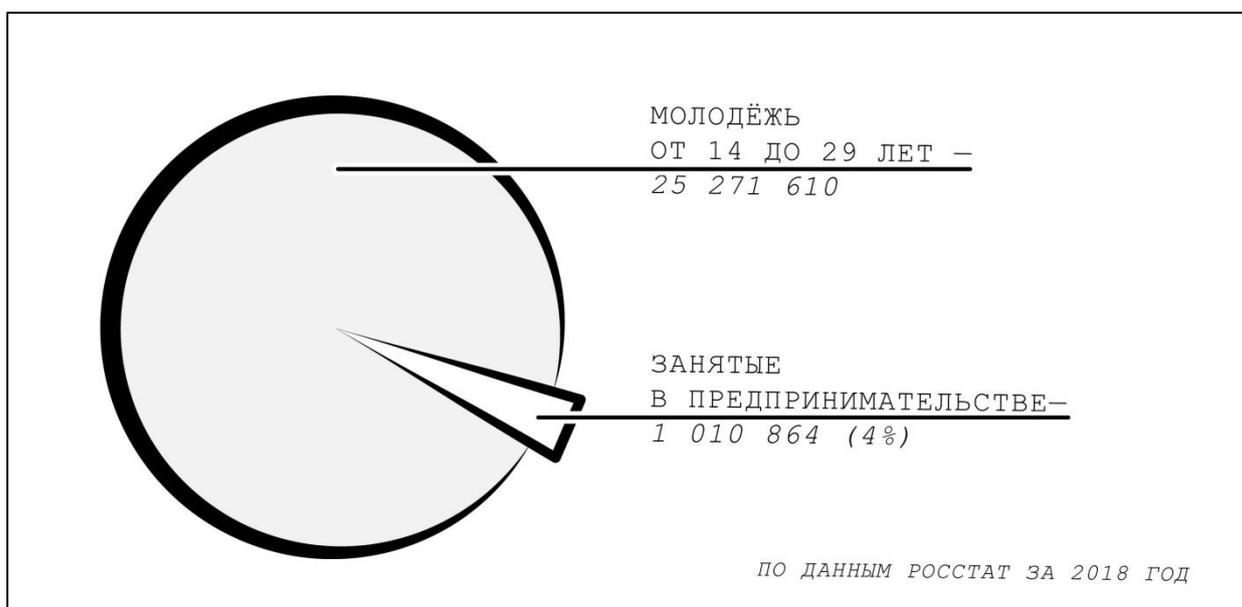


Рисунок 4 - Доля молодых предпринимателей среди молодежи как социальной группы в возрасте от 14 до 30 лет в 2018 году

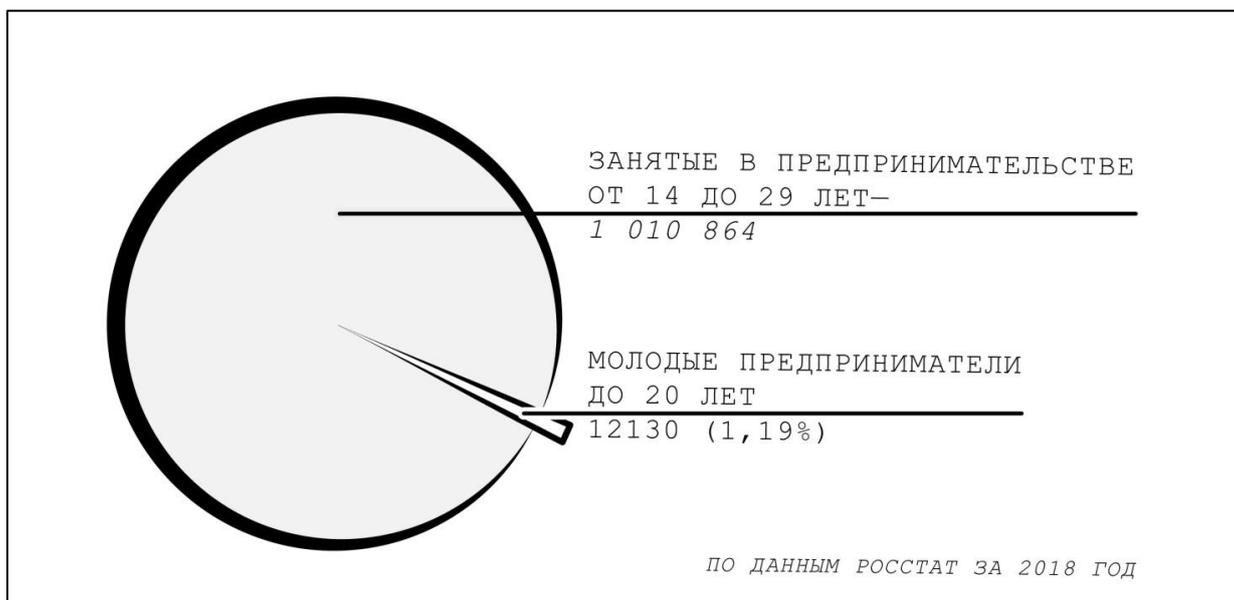


Рисунок 5 - Доля молодых предпринимателей в возрасте до 20 лет среди молодежи как социальной группы в возрасте от 14 до 30 лет в 2018 году

На мой взгляд, рисунки ярко иллюстрируют необходимость ориентирования именно на работу с образовательными учреждениями в целях улучшения механизма поддержки молодых инновационно ориентированных предпринимателей.

Число молодых предпринимателей (в зависимости от трактовки понятия) современной России стремительно растет [3][13], и вместе с ним растет количество мероприятий, посвященных их развитию. И даже в момент мировой пандемии COVID-19 число подобных мероприятий, на первый взгляд, возросло. Это может быть связано с характеристиками молодежи как социальной группы (ориентированность на прогресс и изменчивость окружающего мира), а также и на инновационный характер молодежного предпринимательства в целом.

Программы акселерации крупнейших университетов России, хакатоны, организованные самым большим сообществом разработчиков Russian Hackers и многие другие мероприятия по поддержке молодежных предпринимателей с легкостью и выдающимся успехом одновременно перешли в дистанционный режим работы. Речь идет о достаточно большом числе мероприятий, к которым относятся:

- Дистанционная акселерационная программа НИУ ВШЭ, занимающаяся развитием не только лишь стартапов, но и бизнеса в классическом его понимании. Программа предлагает диапазон услуг: образование, менторство, нетворкинг, поиск партнерских каналов и, разумеется, главные призы от партнеров. Это первая дистанционная программа, длящаяся три месяца. Важно определить, что российские программы акселераций все чаще склоняются к предоставлению почти абсолютной свободы команд, проходящей ее, что также привлекает все больше молодых и уставших от бюрократии предпринимателей. К призам партнеров программы относятся гранты от Google Startups в размере 10000 USD, особые условия эквайринга в платежной системе CloudPayments и др.
- Онлайн-хакатон SMZHack, организованный Russian Hackers по заказу Федеральной налоговой службы Российской Федерации и одной из успешных российских платежных систем WalletOne. Хакатон проходил в период с 23 по 26 апреля 2020 года и его главной целью был поиск команд, способных разработать в экстремально короткое время продукт для самозанятых [4][5] граждан (то есть интегрированный с системой ФНС России и приложением «Мой налог»). Об этом экспериментальном налоговом режиме и его влиянии на молодежное предпринимательство речь также пойдет дальше. Следует отметить, что хакатоны, организуемые Russian Hackers, оказывают реальную и ощутимую финансовую поддержку проектам молодых предпринимателей, ставших победителями (1-3 место) или выигравшим в какой-либо конкретной номинации («первые, реализовавшие проект»; «проект, не вошедший в финал» и так далее). Это обусловлено активной поддержкой государственных структур и крупных инвесторов. Призовой фонд именно этого хакатона составлял 500 тысяч рублей. Помимо этого, ярким достоинством такого рода мероприятий является уже упомянутое погружение в сообщество,

нетворкинг (создание собственной сети контактов в менторском сообществе, сообществах экспертов, венчурных капиталистов, инвесторов и других успешных предпринимателей), само менторство и еще множество других плюсов.

- Дистанционные образовательные курсы, например, курсы, нацеленные на формирование у молодых предпринимателей способностей создавать продукты без разработчиков от НИУ ВШЭ #безкода. Предполагается объяснение возможностей создания MVP и прототипов, проверки гипотез с помощью бесплатных инструментов по созданию технологических продуктов (Tilda, Figma и так далее – о них позже). Такого рода образовательные программы особенно ценны для представителей молодежного предпринимательства, потому как эта область стремительно развивается и наполнена неочевидными терминами. Человеку с идеей, но без образования или опыта, связей с представителями сообщества тяжело ориентироваться в обилии программ и инструментов поддержки, а программа- хороший метод погружения. При этом также немаловажно, что они полезны как для существующих предпринимателей (от ритейла до digital), так и для джуниор-стартапов (совсем молодых стартапов) и фрилансеров. За 10 лет работы академия #безкода от НИУ ВШЭ привлекла более 1 миллиарда рублей инвестиций для молодых предпринимателей, подняли тысячи успешных стартап-проектов и заслуженно заняли лидирующую позицию в международном рейтинге бизнес-инкубаторов UBI Global.
- Похожее на вышеописанное мероприятия проводит и сообщество Russian Hackers, например, онлайн-семинар о Zero-Code инструментах (который проводил директор системы «Электронный дневник» Леван Квирквелия 23 апреля 2020 года).
- Популярны и тематические хакатоны, как, например, Hack the crisis Russia, нацеленный на поиск решений молодых предпринимателей в

условиях кризиса, вызванного пандемией коронавирусной инфекции. Главным партнером этого хакатона являются Mail.ru Cloud Solutions и Ontico. Проходил он в период с 4 по 7 мая 2020 года.

- Еще один тематический хакатон, связанный с кризисом, вызванным COVID-19, это VirusHack, организованный по заказу Ростелеком. Он нацелен на поиск талантливых предпринимателей, способных генерировать решения в условиях глобальных изменений (а не только пандемии вируса). Призовой фонд хакатона 2,5 миллиона рублей. Актуальные темы, в рамках которых представлялись решения: организация удаленной работы в бюджетных учреждениях, развитие дистанционного образования и образования с применением дистанционных технологий, телемедицина, городская среда и благоустройство, новая экономика и другие социальные темы.
- Зачастую сотрудничество организаторов хакатонов или других конкурсов проектов с денежными призами с крупным бизнесом взаимовыгоден не только в смысле обеспечения компаний новыми талантами. Многие компании заказывают хакатоны для решения своих собственных задач, как, к примеру, поступили Accenture и Ситимобил на МПРТ.Наск. Первые гарантировали денежные призы командам с лучшими решениями по созданию инструмента визуализации и анализа итогов оптимизации производственных процессов; вторые же хотели получить рекомендации по корректировкам стоимости поездки, основанные на анализе географических и исторических данных. Фонд имеет поддержку со стороны Яндекс, Фонда целевого капитала МФТИ, Troger, Russian Hackers и так далее.

В целом можно сделать вывод, что сама концепция хакатона как инструмента поддержки молодых предпринимателей значительно развита на территории РФ и активно следует в направлении соответствия международному уровню.

Организаторы хакатонов на территории РФ – уважаемое сообщество Russian Hackers, крупные инвесторы и даже государственные организации (ФНС у

SMZHack, Ростелеком и Агентство инноваций города Москвы у VirusHack, Яндекс у МПРТ Hack, Mail.ru у Hack the crisis Russia). За этим следуют и многомиллионные призовые фонды, обеспечение качественной едой и сувенирами членов команд-участников.

Необходимость развития такой экосистемы поддержки предпринимателей обусловлена острой потребностью в цифровых решениях для обеспечения повышения качества жизни граждан нашей страны и, разумеется, явным всплеском одаренных молодых людей, которые не всегда могут реализовать свой предпринимательский потенциал (в связи с отсутствием набора инструментов поддержки – как информационной, так и любой другой).

Перечисленные мероприятия и инструменты поддержки молодежного предпринимательства в РФ решают целый клубок задач, поставленных в государственных программах и подпрограммах РФ (поиск и создание инфраструктуры для талантливой молодежи, содействие реализации ее потенциала, помощь в поиске коллег-единомышленников и т.д.). Ценность таких тактик также выражена и в том, что, действуя в интересах государства, большой бизнес ищет умы и поддерживает заинтересовавших его представителей молодежного предпринимательства, даже если те не выиграли денежный приз. Таким образом, развитие экосистемы молодежного предпринимательства может предотвратить развитие проблемы так называемой утечки молодых умов. К тому же, это отличные способы расширения сознания и компетенций в новых областях как для молодых предпринимателей, так и для состоявшихся бизнесменов и госслужащих.

Хакатоны и любые другие конкурсы, конечной целью которых является создание прототипа или релиз готового продукта, помимо прочего, развивают рынок труда и способствуют созданию новых рабочих мест, препятствуя возрастанию числа безработных. Типичная команда молодых предпринимателей готова к официальной регистрации стартап-проектов или даже получению патентов, чтобы получить инвестиции или гранты, и, как правило, состоит из экономистов, разработчиков, аналитиков, продуктологов и дизайнеров (UX/UI, Web и др.). Большинство из этих профессий осваивается самостоятельно (без

получения высшего образования), в связи с чем предприниматели действительно молоды и при этом имеют гораздо более красочный набор перспектив развития без образования, нежели 10 лет назад.

Готовность молодых предпринимателей абсолютно официально вести свою деятельность также обусловлена проведением эксперимента о введении специального налогового режима для самозанятых граждан (422 ФЗ)[4][5]. Режим распространяется уже на значительное количество регионов (среди которых самые предпринимательски активные Санкт-Петербург и Москва) и предусмотрен для видов деятельности, популярных среди молодых предпринимателей. При этом он предполагает значительно менее травмирующие молодой бизнес условия уплаты налогов.

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛО

2.1. Тенденции развития предпринимательства в РФ (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области)

Чтобы проиллюстрировать динамику развития субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге, предлагаю воспользоваться инструментами, представленными на официальном сайте ФНС [2] в разделе, содержащем данные ЕГР субъектов МСП. С их помощью сформирована таблица 2 «Динамика движения субъектов МСП 2016-2019 по Санкт-Петербургу и ЛО».

Таблица 2 - Динамика движения субъектов МСП 2016-2019 по Санкт-Петербургу и ЛО

Субъектов (шт)	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Всего субъектов	50325	51943	57264	61517
ЮЛ всего	17068	17187	17776	18634
ИП всего	33257	34756	39488	42883
Всего микро	48101	49601	54928	59334
ЮЛ микро	15057	15061	15658	16675
ИП микро	33044	34546	39270	42659
Всего малых	2036	2109	2109	1977
ЮЛ малых	1824	1899	1892	1755
ИП малых	212	210	217	222

Основываясь на этих данных, можно сделать очевидный вывод: в период с 2016 год по 2019 год пропорционально увеличивалось число субъектов малого и среднего предпринимательства (и физических, и юридических лиц), внутри этого числа возросло и количество микропредприятий. Однако число малых

предприятий (и физических, и юридических лиц) сократилось. Это может быть связано с ужесточением требований для субъектов малого предпринимательства, связанных с наличием кассового аппарата.

В целом динамика свидетельствует о выполнении целей развития предпринимательства на территории Российской Федерации, закрепленных в ФЗ «о развитии малого предпринимательства» от 24.07.2007 №209-ФЗ [14].

Петербургские программы поддержки малого бизнеса представлены на официальном сайте Администрации Санкт-Петербурга, а именно 3 следующие ссылки:

1. Продолжается прием заявок на предоставление субсидий субъектам деятельности в сфере промышленности Санкт-Петербурга
2. На поддержку малого бизнеса выделено 101,5 млн. рублей
3. Стартовал прием документов для участия в отборах на право получения субсидий в 2018 году

Словом, уже виднеется проблема – отсутствие ясной структуры разрабатываемых и уже действующих программ поддержки субъектов МСП в городе.

Далее предлагаю проанализировать отчет по результатам проведения комплексного мониторинга деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге в рамках Государственного контракта на оказание услуг по проведению комплексного мониторинга деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге № 44-2016 от 01.06.2016г. К сожалению, более свежий отчет не опубликован.

Согласно данным, представленным Федеральной службой государственной статистики РФ (Росстат), Санкт-Петербург является одним из передовых регионов страны по уровню развития сектора МСП [13][14]. Это связано с развитой инфраструктурой, бюджетом региона, ведущими позициями среди рейтингов, основывающихся на разного рода индексах, например – индекс развития человеческого потенциала. Как правило, по всем показателям Петербург уступает лишь Москве.

Сокращение числа малых предприятий произошло в первую очередь в сфере оптовой и розничной торговли, следом за ней идут операции с недвижимостью, строительство и обрабатывающие производства.

Значительная величина этих сокращений, вероятнее всего, связана с вступлением в силу с 1 августа 2016 года постановления Правительства РФ от 04.04.2016 N 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». Почти в два раза было увеличено предельное значение доходов для субъектов МСП, результатом чего явился переход малых предприятий в микро.

Распределение субъектов малого предпринимательства по отраслям экономики представлены на рисунке 6 «Отраслевая структура малых предприятий Санкт-Петербурга», рисунке 7 «Отраслевая структура ИП Санкт-Петербурга».

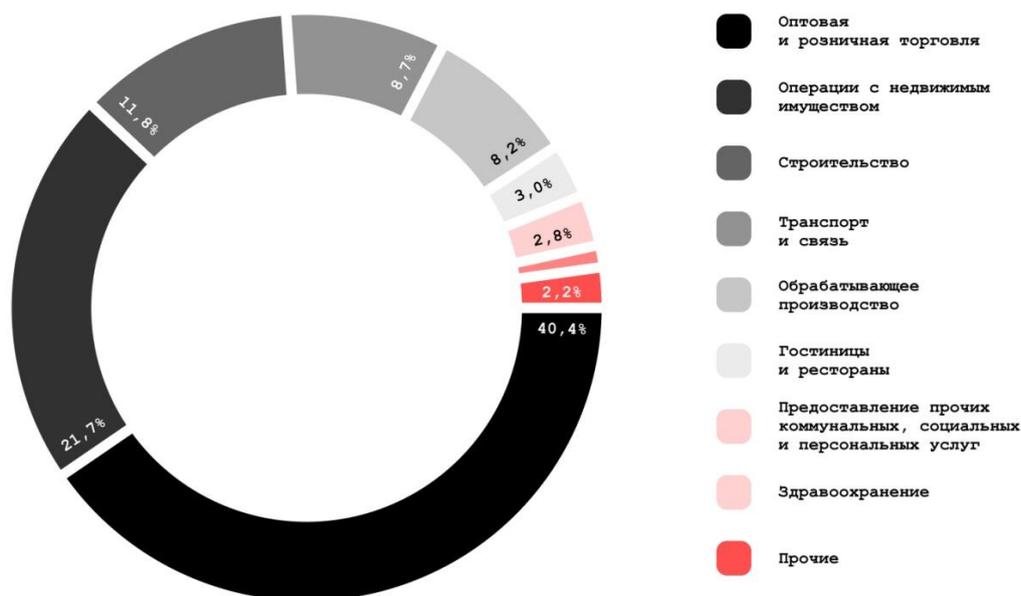


Рисунок 6 - Отраслевая структура малых предприятий Санкт-Петербурга

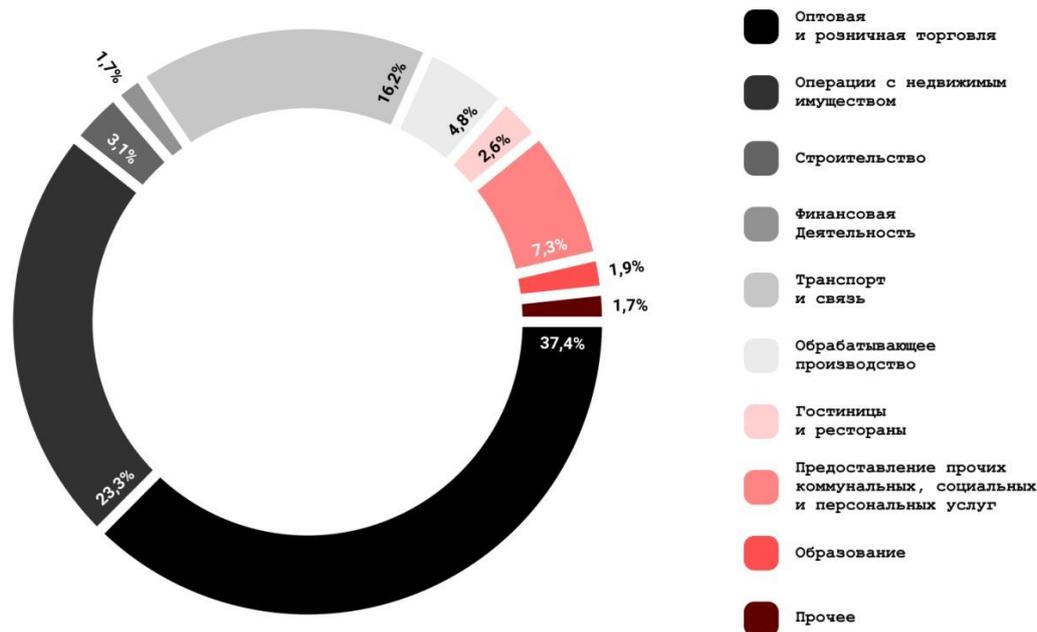


Рисунок 7 - Отраслевая структура ИП Санкт-Петербурга

Исходя из представленных на рисунках 6 и 7 диаграмм, можно сделать вывод, что в отраслевой структуре субъектов малого предпринимательства Санкт-Петербурга преобладают розничная и оптовая торговля, за которой следуют предприятия, занимающиеся арендой и недвижимостью в целом. При этом такая концентрация еще более явная для индивидуальных предпринимателей.

Согласно анализируемому отчету, в Петербурге имеется достаточно крепкая инновационная и инвестиционная инфраструктура, направленная на развитие предпринимательства в городе. В 2016 году Университет РАНХиГС создал рейтинг “Инновационный бизнес в России”, в котором Санкт-Петербург вошёл в тройку лидеров по стране. Рейтинг основывался на интегральном индексе результатов развития высокотехнологичных компаний.

Таким образом, подводя итог подраздела, можно отметить, что за рассмотренный период сфера развития субъектов малого предпринимательства

в Санкт-Петербурге характеризуется монотонным возрастанием и устойчивостью, о чем свидетельствует ежегодный прирост субъектов МСП.

2.2. Инструменты поддержки молодежного предпринимательства городом и образовательным сообществом и анализ их эффективности

Успех в нашем глобальном, коллективном будущем будет зависеть от того, будут ли сегодняшние студенты использовать навыки 21-го века для разработки инновационных решений ключевых социальных проблем. Предприниматели, в свою очередь, являются людьми, которые преобразуют эти инновации в экономические товары, используя финансовую и деловую хватку. В долгосрочной перспективе, экономическое здоровье каждого региона зависит в некоторой степени от того, что он делает, чтобы помочь этим людям преуспеть.

Чтобы определить актуальность темы, обратимся к стратегии инновационного развития Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р, чтобы определить инструменты поддержки, актуальные для наших реалий.

Из целей и задач, установленных стратегией развития РФ до 2020 г., виднеются основные инструменты поддержки технологического предпринимательства. Как правило, особенно в образовательных учреждениях, это: коворкинг-пространства, бизнес-инкубаторы, бизнес-акселераторы, технопарки, профильные мероприятия, проводимые на базе различных площадок.

Для большего понимания создана классическая цепь проведения технологического инновационного стартапа от этапа возникновения и формулирования идеи до прототипирования и реализации образца на базе Санкт-Петербургского Государственного Экономического Университета, не имеющего в собственности классические инструменты поддержки малого предпринимательства.

Схема предполагает возможность замены этапа IP на любой другой, не связанный с компетенциями, которые дает СПбГЭУ, с целью развития межвузовского сотрудничества студентов.

Доведение стартапа до его реализации представлено с помощью пяти этапов, над которыми описаны задачи, которые этот этап ставит перед субъектами, и под которыми описаны сами субъекты. В последнем случае речь идет именно о субъектах внешних, то есть не о молодежных предпринимателях, а о



Рисунок 8 - Схема поддержки молодёжного предпринимательства СПбГЭУ

Таким образом, можно сделать вывод, что при грамотном управлении собственными ресурсами или даже при условии их отсутствия, очень многие крупные университеты могли бы значительно продвинуться в вопросе развития молодёжного предпринимательства, если бы больше внимания уделяли ресурсам, находящимся в свободном доступе, а также активно сотрудничая с субъектами поддержки молодёжного предпринимательства.

Взросший в последние 40 лет интерес правительств разных стран к развитию и реализации предпринимательского потенциала для формирования новых рабочих мест и избавления от безработицы создал новую, уникальную область академических исследований.

Основным документом, регулирующим развитие предпринимательства на территории Российской Федерации, является ФЗ «о развитии малого предпринимательства» от 24.07.2007 №209-ФЗ. В статье 6 этого закона определены цели развития предпринимательства, а также принципы государственной политики в этом вопросе.

Законом определяется 8 целей развития малого и среднего предпринимательства, к числу которых, в частности, относится развитие субъектов малого и

среднего предпринимательства на территории РФ для формирования конкурентной среды в экономике, что является одной из ключевых характеристик рыночной экономики.

Следующая цель – обеспечение благоприятных условий для субъектов МСП, однако рассматриваемый закон не определяет понятие «благоприятные условия» (в статье 3 «основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе» определяются следующие понятия: субъекты МСП; поддержка субъектов МСП; финансовая организация; социальное предпринимательство; социальное предприятие).

Третья цель развития предпринимательства – обеспечение конкурентоспособности субъектов МСП. Важно отметить, что понятию «конкурентоспособность» определение также не дано. Четвертая цель - 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.

Далее – увеличение количества субъектов малого и среднего предпринимательства, что неудивительно, потому как Росстат раскрыл долю малого и среднего бизнеса в ВВП России — 21,9% по итогам 2017 года (в денежном выражении — более 20 трлн рублей), и этот показатель почти в два раза ниже 40% - доли МСП в ВВП, которая должна быть достигнута к 2025 году, согласно обращению президента РФ к Федеральному собранию в марте 2019 года. Следует отметить, что в развитых странах Европы этот показатель превышает 50% (Германия – 54%, Великобритания – 51%).

Следующая цель - обеспечение занятости населения и развитие самозанятости. Последнее подтверждается существованием Федерального закона от 27.11.2018 N 422-ФЗ "О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима "Налог на профессиональный доход" в городе федерального значения Москве, в Московской и Калужской областях, а также в Республике Татарстан (Татарстан)". Седьмая цель связана с пятой и звучит как

“увеличение доли производимых субъектами малого и среднего предпринимательства товаров (работ, услуг) в объеме валового внутреннего продукта”.

Восьмая, заключительная цель развития предпринимательства на территории РФ сформулирована как увеличение доли уплаченных субъектами малого и среднего предпринимательства налогов в налоговых доходах федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации и местных бюджетов.

Основными принципами государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации являются:

1) разграничение полномочий по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации и органами местного самоуправления;

2) ответственность федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления за обеспечение благоприятных условий для развития субъектов малого и среднего предпринимательства;

3) участие представителей субъектов малого и среднего предпринимательства, некоммерческих организаций, выражающих интересы субъектов малого и среднего предпринимательства, в формировании и реализации государственной политики в области развития малого и среднего предпринимательства, экспертизе проектов нормативных правовых актов Российской Федерации, нормативных правовых актов субъектов Российской Федерации, правовых актов органов местного самоуправления, регулирующих развитие малого и среднего предпринимательства;

4) обеспечение равного доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к получению поддержки в соответствии с условиями ее предоставления, установленными государственными программами (подпрограммами) Российской Федерации, государственными программами (подпрограммами) субъектов Российской Федерации, муниципальными программами (подпрограммами).

Основные формы, условия и порядок поддержки субъектов МСП на территории Российской Федерации определены в статье 16 рассматриваемого ФЗ. Первый пункт этой статьи классифицирует формы поддержки субъектов МСП: финансовая, имущественная, информационная и консультационная. Важно отметить, что эта поддержка предназначена не только для самих субъектов МСП, но и для организаций, формирующих их поддержку.

Под финансовой поддержкой субъектов МСП принято понимать помощь, оказываемую лицу или организации в виде денег, займов, льгот, ссуд, субсидий и т.д.

Имущественная поддержка организаций предполагает передачу права целевого пользования (иногда и владения) государственного или муниципального имущества субъектам предпринимательства на возмездной, льготной или безвозмездной основе.

Информационная поддержка бизнеса приобрела популярность с переходом индустриальной экономики к постиндустриальной, то есть она позволяет развивать дело за счет информационного ресурса, а не только лишь за счет экономических инвестиций.

Консультационная поддержка субъектов МСП регулируется статьёй 20 рассматриваемого закона. Оказание консультационной поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства органами государственной власти и органами местного самоуправления может осуществляться в виде:

- 1) создания организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и оказывающих консультационные услуги субъектам малого и среднего предпринимательства, и обеспечения деятельности таких организаций;

- 2) компенсации затрат, произведенных и документально подтвержденных субъектами малого и среднего предпринимательства, на оплату консультационных услуг.

Все эти виды поддержки могут обеспечиваться инструментом под названием «бизнес-инкубатор» и различаться от одного инкубатора к другому.

Этот инструмент неоднократно фигурирует в стратегии инновационного развития Российской Федерации, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. N 2227-р и предназначен для развития инновационных проектов (в том числе на конкурсной основе). В рамках программы поддержки малого и среднего предпринимательства создано 34 инновационных бизнес-инкубатора, при этом общие расходы федерального бюджета составили 863 млн. рублей. Помимо этого, в стратегии поставлены задачи увеличения количества бизнес-инкубаторов в стране и помощи в финансировании проектов по их созданию.

Ажиотаж вокруг развития предпринимательства поспособствовал созданию мощных платформ, площадок и пространств, направленных на решение этой цели. Помимо внедрения и развития инструментов поддержки предпринимательства, важно создать гармоничную, слаженную и сбалансированную предпринимательскую экосистему.

Таким образом, эффективность бизнес-инкубатора как ценного инструмента поддержки малого и среднего предпринимательства напрямую зависит от грамотного управления им и формирования здоровой предпринимательской экосистемы. Как упоминалось ранее, элементами предпринимательской экосистемы являются: государственная политика, правовое поле и инфраструктура, спонсорство и финансирование, культура, менторы, советники и система инструментов поддержки, университеты и катализаторы, образование и тренинги, человеческий капитал, внутренний и внешний рынок рассматриваемой страны.

Как в отчетах РВК, так и на международных конкурсах (например, недавний конкурс в Дохе (Катар) – UBI Global), в которых соревнуются бизнес-инкубаторы и акселераторы, они оцениваются по достаточно определенному ряду характеристик: воздействие на предпринимательскую экосистему, ценность для клиентов и привлекательность программы.

АО «РВК» в 2017 [8] году опубликовало содержательный отчет о деятельности бизнес-инкубаторов на территории России, важными выводами из которых явились следующие факты:

1. В результате их деятельности россияне представляют бизнес-модели, отличающиеся от бизнес-моделей подобных международных программ.
2. Российские инкубаторы намного реже опираются на финансирование высшей школой, чем международные, вместо этого они зачастую ведут коммерческую деятельность и помогают бизнесу на возмездной основе или же за счет спонсоров.
3. Многие российские инкубаторы выстраивают предложение под конкретные технологические стартапы.
4. Создаваемое российскими программами среднее число рабочих мест на данный момент ниже и европейского показателя, и глобального, однако в целом заявок на участие в работе бизнес-инкубатора в России больше, чем в Европе или в среднем по миру.

Все перечисленные выводы свидетельствуют об острой необходимости увеличения числа бизнес-инкубаторов как инструментов поддержки технологических стартапов, представляемых субъектами МСП, причем как государственных инкубаторов, так и коммерческих.

В 2017 году РВК опубликовал [9] исчерпывающий перечень методических рекомендаций по повышению эффективности функционирования бизнес-инкубаторов и акселераторов, которые в общем можно представить следующим образом:

1. Установление КРІ для организаций в разрезе каждого продукта и непрерывное отслеживание их динамики.
2. Повышение узнаваемости бренда.
3. Формирование крепкого профессионального сообщества.
4. Открытость к экспериментам (в отличие от когда-то модной тенденции делать то, что уже кем-то сделано).

2.3. Анализ инфраструктуры развития молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, мероприятий и программ поддержки

Естественно, анализируя инфраструктуру развития молодежного предпринимательства в отдельном регионе, необходимо определить, что все Всероссийские мероприятия, связанные с этим, особенно популярны в Санкт-Петербурге и Ленинградской области ввиду своей «онлайн природы» и высокого уровня компьютеризации и цифровизации в Санкт-Петербурге и области. Однако поле для развития достаточно устрашающе (из-за своего размера). В 2019 году Российская Федерация заняла 27-е место в ежегодно формируемом Bloomberg рейтинге самых инновационных стран мира; 38 место в IMD World Digital Competitiveness Ranking – рейтинге, оценивающим способность приспособления экономик 63 рассматриваемых стран к динамично изменяющимся внешним условиям диджитализации и гибкости в вопросах введения инноваций.

В современном постиндустриальном мире место нефти заняла информация, информационные технологии и так называемая Big Data. Технология блокчейна и развитие криптовалют при практически абсолютном игнорировании Правительством нашего государства создания правового поля для этих вопросов также занимают свое, важное место. Как говорила сенатор и политический деятель РФ Людмила Борисовна Нарусова, отзываясь о «заведомо принятых» законах сенатора А.А. Клишаса: «за стенами наших залов миллионная аудитория молодых, прогрессивных, знакомых с новейшими технологиями людей, которые найдут возможность это обойти. И это та реалья, с которой нам необходимо смириться... Цель данного закона – не технические блокировки или борьба, а просто репрессивная цель морального устрашения граждан, которые никак не могут обеспечить свое конституционное право на свободу выражения мнений». Напоминаю, что законы А.А. Клишаса главной своей целью несли предоставление Государству возможности блокировать пользователей e-mail сервисов и мессенджеров, в которых распространяется «запрещенная в России информация», а также предоставление Государству содержания личных переписок и

информации о пользователях указанных сервисов. Цитата Людмилы Борисовны Нарусовой приведена вовсе не случайно, а чтобы определить, что соответствие высокому уровню цифровизации и компьютеризации в РФ невозможно без обеспечения структурных изменений, без создания информационной инфраструктуры, в которой каждый гражданин, а особенно молодой предприниматель, будет чувствовать себя свободно.

На официальном сайте правительства Санкт-Петербурга в общегородском разделе «развитие малого предпринимательства» прикреплены ссылки на информацию об Общественном Совете по малому предпринимательству, комитету по развитию предпринимательства и потребительского рынка Санкт-Петербурга, ГБУ «Центр развития и поддержки предпринимательства» и Портале Бизнес-навигатора МСП. То есть предприниматели города обеспечены достаточной информацией о существующих инструментах их поддержки.

Санкт-Петербургское Государственное бюджетное учреждение «Центр развития и поддержки предпринимательства» - организация, безвозмездно предоставляющая консультационные услуги для субъектов малого и среднего предпринимательства или для энтузиастов, желающих начать вести предпринимательскую деятельность. Консультации проводятся по следующим направлениям:

1. Определение подходящих программ государственной поддержки
2. Правовое регулирование хозяйственной деятельности
3. Бухгалтерский учет и отчетность
4. Налоговый учет и отчетность
5. Инфраструктурная и финансовая поддержка
6. Производственная кооперация
7. Субконтрактинг
8. Создание поля деятельности для экспортоориентированных организаций
9. Помощь в формулировании предпринимательской идеи

Администрации районов Санкт-Петербурга ежегодно проводят конференции и совещания для обсуждения насущных проблем малого предпринимательства. В 2016 году администрация Адмиралтейского района Санкт-Петербурга заключила договор сотрудничества с СПб ГБУ «ЦРПП» с целью вовлечения субъектов МСП, расположенных на территории Адмиралтейского района, в партнёрство с Центром и ведения честного бизнеса, контролируемого и направляемого организацией.

Возможности взаимодействия районов и Ленинградской области с Центром скорее носят информационный характер: как говорилось ранее, необходимо достичь ситуации, при которой каждый молодой предприниматель знает о существовании такого мощного инструмента поддержки, как ЦРПП.

Также, на мой взгляд, сотрудничество города и области с центром может иметь и другую сторону. Сообщества предпринимателей, обращающихся в Центр, могут формулировать свои требования к внесению изменений в предпринимательскую инфраструктуру районов города и области и представители Центра, в свою очередь, могут направлять эти требования по горизонтальной иерархии власти напрямую в администрации районов.

Помимо этого, сотрудничество Центра с районами города и области должно учитывать особенности этих районов и использовать их ресурсы, направляя предпринимателей. Это может проявляться в обосновании создания бизнес-инкубаторов и акселераторов на территории района, а также реклама уже существующих (находящихся в университетах, например) и продвижение их среди молодых предпринимателей.

Платформа «Бизнес-навигатор МСП» - портал, безвозмездно предоставляющий представителям малого и среднего предпринимательства информацию о ведении бизнеса на интересующей их территории.

Единственное условие для получения доступа к информации — регистрация на Портале. Подать заявку на регистрацию можно в МФЦ и на самой платформе. Природа платформы очень приятна, потому что как минимум расположена в интернете с адекватным сайтом и явно ориентирована на развитие именно

в этом направлении. Однако печально, что он все же ориентирован на классических представителей малого и среднего предпринимательства и диапазон фильтров, которые должны помогать предпринимателям в поиске возможных решений, практически совсем не предусматривает разработку любого рода технологического, инновационного продукта. Однако площадка позволяет с относительной легкостью определить стоимость аренды офиса, выгрузить отраслевую статистику и так далее.

Данный ресурс на сегодняшний день охватывает:

169 крупнейших городов;

90 видов бизнеса в сфере городского сервиса;

более 300 примерных бизнес-планов.

Бизнес-навигатор МСП поможет:

- Выбрать бизнес (более четко сформулировать бизнес-идею)
- Найти, где взять кредит для открытия и ведения бизнеса и оформить гарантию, страхование
- Подобрать в аренду помещение для бизнеса
- Узнать о закупках крупнейших компаний
- Узнать о мерах поддержки малого и среднего бизнеса
- Рассчитать примерный бизнес-план

Основная информационная панель (меню) состоит из следующих разделов:

- Выбор бизнеса
- Меры поддержки
- Недвижимость
- Готовый бизнес
- Аналитика
- Помощь

В настоящее время в «Личный кабинет» на Портале с момента регистрации поступает анкета. Ее необходимо заполнить, отправить и, благодаря этому,

получить промо-код, дающий премиальный доступ к дополнительному функционалу Бизнес-навигатора. А именно, экспресс-проверка компаний контрагентов (полный профиль компании, арбитражные дела, финансовое состояние, контракты и договоры, лицензии, патенты, декларации и сертификаты соответствия) для проявления должной осмотрительности, бизнес-справки по компаниям, аналитика по спискам компаний и иной функционал.

Взаимодействие администраций города и области с порталом, на мой взгляд, также должно быть информационным. Помимо осведомленности субъектов МСП, расположенных на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области, администрации посредством заключения некоторых отношений с порталом могли бы содействовать распространению на нем информации о:

1. Доступных для аренды или приобретения помещений, зданий и сооружений, расположенных в районах
2. Проводимых семинарах, форумах, конференциях, связанных с субъектами МСП и, в частности, субъектами молодежного предпринимательства
3. Существующих и плановых программах поддержки субъектом МСП районом и городом
4. Коворкинг-пространствах, бизнес-инкубаторах, бизнес-акселераторах
5. Ярмарках и семинарах, встречах с венчурными капиталистами, инвесторами и бизнес-ангелами

Также, на мой взгляд, перечисленным субъектам, оказывающим поддержку развитию малого и молодежного предпринимательства, следует уделять больше внимания на инновационную ориентированность современной экономики. Это связано с тем, что молодые предприниматели Санкт-Петербурга, Ленинградской области и даже Москвы лишены централизованной площадки, которая аккумулировала бы информацию о предстоящих встречах; лекциях; хаках; конкурсах на гранты и новых программах спонсирования, связанных с их деятельностью. Они вынуждены состоять в сотнях телеграмм-чатов тех же Russian Hackers и других организаторов подобных мероприятий.

Следует упомянуть и исключительно областной центр, оказывающий поддержку молодым (и не очень) предпринимателям, а именно - Региональное объединение работодателей «Союз промышленников и предпринимателей Ленинградской области» во главе с Александром Фировичем Габитовым. Инициаторами создания такого регионального объединения выступили руководители предприятий, зарегистрированных и функционирующих на территории Ленинградской области. Главной целью деятельности объединения является экспертная, информационная помощь предпринимателям, имеющим намерение открыть бизнес в этом регионе, а также уже существующему бизнесу. Помимо этого, организация выступает представителем коллективных интересов предпринимателей Ленинградской области при решении вопросов, касающихся взаимодействия с органами государственной власти; способствует развитию и поддержанию конкуренции в регионе; поддерживает взаимодействие с внешними партнерами.

Сообщество разработчиков и молодых предпринимателей в Санкт-Петербурге и Ленинградской области – это такой коллектив, в котором каждый отдаленно знаком, поэтому на множество хакатонов, конкурсов и стипендиальных программ подаются одни и те же команды. И если молодой предприниматель в эту экосистему не погружен, то он упускает огромнейшие перспективы для собственного развития и развития его предпринимательских идей, потенциально имеющих большую ценность для современной экономики области, города и целой страны и даже мира. Такая градация вовсе не гиперболизирована, ведь интернет объединяет людей и убирает преграды и формальности, которые присутствуют в повседневном живом общении.

Таким образом, основным выводом подраздела послужит тот факт, что инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Санкт-Петербурге и Ленинградской области намного более развита, нежели инфраструктура поддержки молодежного предпринимательства как отдельного субъекта. Важно понимать, что речь идет именно об инфраструктуре, сформированной городом и его управлением, но никак не о выдающихся Всероссийских проектах и конкурсах, о которых речь шла ранее. Естественно, Всероссийские

проекты и конкурсы и конкурсы региональные финансируются из разных бюджетов, однако Санкт-Петербург и даже область – регионы с пропорционально большими бюджетами и не менее большой концентрацией талантливой молодежи, жаждущей реализовать свой потенциал, но не имеющей такой возможности. Полагаю, оптимальным способом стимулирования выявления талантов такой молодежи будет финансирование в первую очередь коррелирующих инициатив ВУЗов и школ города и области, потому как именно они имеют доступ к молодежи, ориентированной на саморазвитие.

Обобщенная инфраструктура развития молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и Ленинградской области представлена на рисунке 9.

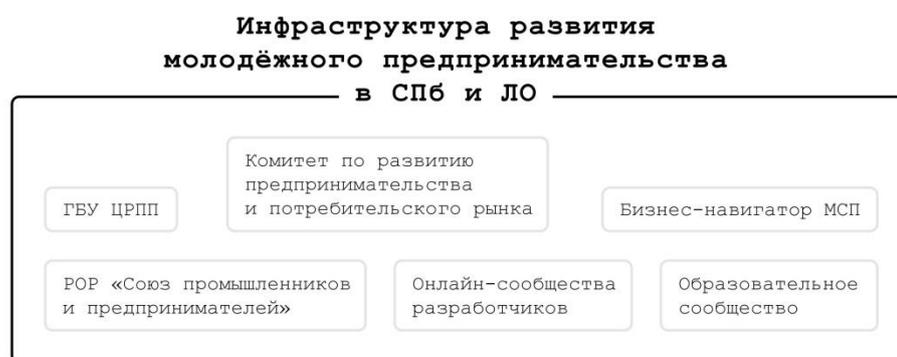


Рисунок 9 - Обобщенная инфраструктура развития молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и Ленинградской области

ГЛАВА 3. ФОРМУЛИРОВАНИЕ РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО РАЗВИТИЮ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1. Выявление поведенческих тенденций субъектов молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге и ЛО

Как отмечалось в тексте ранее, представители молодежного предпринимательства (если рассматривать их в сравнении с представителями малого и среднего предпринимательства) зачастую склонны к выбору инновационных, технологических видов деятельности. Сообщество такого рода молодых предпринимателей имеет целый ряд характеристик, к которым можно отнести:

1. Отрицание классического высшего образования в пользу дистанционного самообразования. Разумеется, многие молодые предприниматели по совместительству являются и студентами ВУЗов (в Петербурге, например, члены команд разработчиков – представители ИТМО, ВШЭ, СПбГУ, СПбГЭУ и иногда СПбГУТ и СПбГУ Петра Великого), однако подавляющее большинство – фрилансеры-самоучки, особенно когда речь идет об идейных представителях (СЕО, СТО, дизайнеры). Могу предположить, что этот факт связан с тем, что рвущийся наружу и стремящийся к реализации предпринимательский талант в этих людях появляется незадолго до периода подготовки и сдачи единых государственных экзаменов, но ведь когда возникла гениальная идея, времени на такие вещи просто нет. Многие из них, к слову, отчисляются с последних курсов Университетов и самостоятельно изучают новые науки. Это также обусловлено и глубокой неудовлетворенностью образовательными программами в связи с их устарелостью и неактуальностью. Ведь этим предпринимателям виден тонкий и еще неизведанный с научной точки зрения реальный сектор инновационных стартапов. Также, это обусловлено бюрократией

государственных вузов и общим нежеланием и невозможностью оперативно ввести гибкость и актуализировать образовательные процессы (даже при условии формирований идеологически движимых студенческих объединений). При этом команды практически всегда ориентированы на включение в свой состав компетентных специалистов (экономистов, аналитиков, бухгалтеров, юристов).

2. Гендерное неравенство, причем проявляющееся сразу в нескольких формах: составной и структурной. Первая проявляется, очевидно, в явном неравном распределении участников проектных конкурсов \ хакатонов по половому признаку (и это не обвинение в шовинизме, лишь констатация факта): согласно моему исследованию, проведенному на основании составов команд конкурсов технологических стартап-проектов и хакатонов, число лиц женского пола в общем числе участников варьируется от 5 до 9 %. Вторая форма выражена в четком определении профессиональной ответственности команд: как правило, женщины либо дизайнеры, либо юристы, но никогда не CEO и не разработчики продуктов. Таким образом, в команде далеко не всегда есть женщина, но если есть, то максимум одна. Разумеется, есть исключения.
3. Неоднократно упомянутая в ВКР инновационная направленность, которая может быть обусловлена достаточно широким диапазоном факторов: постиндустриальное динамично развивающееся общество, стремление мира к цифровизации и компьютеризации, погружение молодых предпринимателей в информационный мир с самого детства. Сознание представителя «третьего тысячелетия» активно изучается научным сообществом. Так, часто молодых людей делят на представителей поколения Y (миллениалов – людей, родившихся в период с 1980 по 2000 год) и поколения Z (постмиллениалов, родившихся с 2001 по 2016 год), что соответствует

теории поколений, созданной учеными Нилом Хоувом и Уильямом Штраусом. Так, можно увидеть, что указанные поколения как раз подходят под понятие молодых предпринимателей (до 30 лет). Этим поколениям приписывают свои уникальные характеристики, существование которых также обосновывается «Веком информационных технологий», и которые часто пересекаются с характеристиками молодых предпринимателей.

4. Это «цифровые аборигены» - именно так психолог-педагог и профессор Университета Южной Африки, представитель Департамента психологии образования Эльза Вентер называет представителей молодежного предпринимательства, представленных поколением миллениалов. Это связано с тем, что люди (особенно родившиеся в период с 1990 по 2000 год) рождены в мир, наполненный развивающимися технологиями, и с пеленок их осваивают. Представители этого поколения являются носителями языка компьютеров, интернета, видеоигр и т.д. Люди, родившиеся в первую половину указанного периода (с восьмидесятых по девяностые), как правило, используют в равной мере как общение лицом к лицу, так и с помощью социальных сетей и интернета в целом, в то время как его младшие члены используют в основном электронные и цифровые технологии для межличностного общения.
5. Молодые предприниматели, относящиеся к поколению пост-миллениалов в возрасте от 4 лет до 22, также имеют собственный набор отличительных черт. Например, такие предприниматели максимально диверсифицированы (во всех социально значимых смыслах) и эрудированны (согласно отчету центра выявления социально-демографических тенденций Pew Research Center). В отчете также указано, что примерно половина представителей таких молодых людей – расовые или этнические меньшинства.

6. Высокие требования к окружающему миру, проявляющиеся, как ни странно, в альтруистических началах предпринимателей. Зачастую идеи, представляемые на проектных конкурсах, хакатонах, грантовых программах и т.д., носят социально значимый характер и глубокую концепцию за собой. Эти идеи очень часто направлены именно на изменение жизни людей к лучшему, причем как на микро, так и на макро уровнях. Естественно, все эти идеи выдвигаются вместе с возможными способами их коммерциализации.
7. Воспитанность и сдержанность, новое проявление инфантильности. Новое проявление инфантильности выражается в направлении, на первый взгляд, детских и игривых идей в большой бизнес. Возможность совсем юных людей выражать свои мысли и желания, наложенные на их способности эти идеи реализовать в цифровом формате, сделало миллионерами огромное число молодых предпринимателей (Олег Кивокурцев, Георгий Соловьев, Максим Древаль, Илья Лагутин, Анна Белова, Владимир Свешников, многие из которых – уроженцы города Санкт-Петербурга и Ленинградской области).
8. Дела делаются быстро и без сна. Качественный цифровой продукт может быть сделан за трое суток без какого-либо отдыха, и такой режим работы мотивирует. В связи с этим, зачастую главным спонсором конкурсов являются компании, производящие энергетические напитки и сервисы по доставке еды.
9. Молодые предприниматели Санкт-Петербурга и Ленинградской области, как и другие представители российского сообщества молодежных предпринимателей, не боятся взаимодействовать с государственными структурами и ориентированы на официальную регистрацию своих проектов и себя самих как самозанятых граждан или индивидуальных предпринимателей.

Для большей наглядности на рисунке 10 представлен типичный молодой предприниматель, описанный в подразделе.



Рисунок 10 - Портрет молодого предпринимателя

Молодые предприниматели Петербурга и Ленинградской области, занимающиеся разработкой инновационных продуктов, не имеют в своем городе центра, в котором могли бы бесплатно и свободно собираться и проводить массовые (не закрытые и не онлайн) мероприятия. В связи с этим внутри этого сообщества есть устоявшиеся каналы коммуникации: чаты в мессенджере Telegram, митапы в Figma и других инструментах, о который речь пойдет в последнем подразделе. Если же мероприятие проводится онлайн, то обязательно в не бесплатных коворкинг-пространствах (Точка Кипения, Ингрия, Ясная Поляна, коворкинги ВУЗов Петербурга) или Freedom café (кафе, созданные именно для таких встреч).

Очевидна необходимость создания масштабной площадки для реализации идей талантливой молодежи с открытым доступом, то есть человек не обязательно должен быть студентом конкретного ВУЗа, не обязательно должен доказать ценность своей идеи. Творческим людям нужна свобода, и все мы знаем, что предпринимательство – это искусство.

3.2. Разработка предложений по усовершенствованию системы (механизма) поддержки и развития молодежного предпринимательства

Первым и, на мой взгляд, логичным предложением по усовершенствованию системы (механизма) поддержки и развития молодежного предпринимательства является выделение его как отдельного субъекта предпринимательства

на законодательном уровне и закрепление за ним определенного ряда критериев (например, инновационная ориентированность – помимо возраста и подобных формальностей). Это позволит исключить возникновение таких ситуаций, как, например, невозможность индивидуального предпринимателя как студента быть участником тех или иных конкурсов инновационных студенческих проектов или, напротив, невозможность студента участвовать в предпринимательских конкурсах. Как, скажем, Всероссийский конкурс по поддержке индивидуальной предпринимательской инициативы и малого бизнеса «Приоритеты роста» от Комитета по науке и высшей школе Администрации Санкт-Петербурга, в котором не могут принимать участие студенты, не являющиеся официально зарегистрированными индивидуальными предпринимателями или учредителями ООО. Такая несправедливость лишает сообщество действительно талантливых молодых людей.

Как говорилось в предыдущих подразделах, в статье 16 ФЗ 209 установлены основные формы, условия и порядок поддержки субъектов МСП на территории Российской Федерации. Первый пункт этой статьи классифицирует формы поддержки субъектов МСП: финансовая, имущественная, информационная и консультационная. Важно отметить, что эта поддержка предназначена не только для самих субъектов МСП, но и для организаций, формирующих их поддержку.

Информационная поддержка молодых предпринимателей должна проявляться в первую очередь, как мне кажется, в свободном распространении этой информации в удобных и уже активно используемых сервисах. Так, поскольку Telegram – основной канал коммуникаций молодых предпринимателей (причем как в Российской Федерации, так и за ее пределами), очевидно, что его блокировка без создания альтернативы такого же высокого уровня юзерфлоу (опыта потребителя), скорости и т.д. – гвоздь в гроб перспективам развития инновационных предпринимательских инициатив на территории Российской Федерации. Ведь это не только негативно настраивает молодых энтузиастов против государственного управления, но и дискредитирует власть и показывает её некомпетентность в простых с точки зрения молодежи вопросах (достаточно лишь

поинтересоваться, знают ли люди, принимающие законы в первом чтении, базовые термины, которыми артикулируют), ведь Telegram-ом пользуется вся страна с помощью VPN несмотря на ограничения, введенные РКН.

Помимо этого, информационная поддержка может проявляться и в виде некоммерческого продвижения ресурсов, с помощью которых молодые предприниматели могут без финансовых издержек (или с минимальными) реализовать свой проект без команды профессиональных экспертов. К таким инструментам относятся:

1. Figma – графический редактор для Web-дизайнеров, позволяющий проектировать и прототипировать сайты, приложения и любую другую продукцию для Web и App.
2. Tilda – конструктор сайтов с интуитивной навигацией и широкими возможностями для более профессиональных пользователей, который покрывает более 90% сайта на старте. Бесплатная версия также очень функциональна и с ее помощью можно презентовать реальный MVP – minimal value product (прототип с минимальным функционалом), не прибегая к помощи специалистов.
3. Marvel – платформа для создания интерактивного прототипа (можно делать и статичный, но разбитый по разным экранам – в этом его минус), тестирования его с пользователями и с членами команд (коллаборации).
4. ChatForma – конструктор чат-ботов для социальных сетей, позволяющая автоматизировать повторяющиеся действия.
5. Readymag – с помощью этого инструмента можно создавать landing-page (посадочные страницы, где владелец собирает пользователей), web-сайты компаний, статьи, презентации, публикации, книги, электронные издания и т.д. С его помощью можно создать портфолио, анимировать формы (простую анимацию), адаптировать контент под разные устройства.
6. Webflow – аналог Tilda со встроенным графическим редактором.

7. Storyland – инструмент, позволяющий создавать посадочные страницы для мобильных устройств в формате Story.
8. Zapier – система автоматизации процессов, которая объединяет разные платформы и источники и структурировано выдает их пользователю в порядке, который он настроит, в целях экономии времени пользователя или группы пользователей.
9. Integromat – аналог Zapier.
10. Albato –отечественный аналог Zapier от Сколково, который может быть интегрирован с CRM (система управления взаимоотношения с клиентами), Тильдой, ВК и др.
11. Airtable – универсальная CRM для работы внутри компаний.
12. Google analytics – русифицированный набор инструментов, позволяющих структурировать аналитику и статистику сайтов и мобильных приложений.
13. Google data studio – русифицированный сервис для создания сводок, отчетов и т.д., который может быть интегрирован с множеством других инструментов (например, Google analytics)
14. Bubble – аналог WordPress, в котором нет тем, но есть возможность настройки всех процессов без знания кода. Можно создать все, что угодно: от поля регистрации на сайте до фактической, например, отправки груза клиенту и дальнейшего взаимодействия.
15. WordPress - программное обеспечение, позволяющее пользователю создать сайт, кастомизировать его, управлять его содержимым, принимать заявки и пр. Это свободное программное обеспечение (бесплатно распространяется) с открытым исходным кодом, но это более трудный в использовании инструмент, поэтому необходимы минимальные профессиональные навыки.
16. Directual – альтернатива Bubble для нативного программирования (строите блоку схему, как что-то должно работать, а Directual пишет код).

17. Glide – сервис, с помощью которого можно создавать реальные приложения из Google таблиц за 5 минут.

18. Adalo – простой многофункциональный конструктор для приложений без кода с адаптацией под разные устройства.

19. Thunkable – аналог Adalo.

Для комфорта самовыражения и экономии времени каждый инновационный предприниматель должен быть знаком с этими сервисами.

Ввиду того, что молодежное предпринимательство представлено молодежью, вновь обратимся к возрастному диапазону, подходящему под это определение: лица от 14 до 30 лет (согласно государственным подпрограммам РФ). То есть на этапе первых проявлений (за редким исключением) предпринимательских талантов школьников в возрасте от 14 до 18 лет и студентов в возрасте от 19 до 24 при условии создания слаженной системы выявления и своего рода фиксации этих талантов, представители школ и университетов могут внести неоценимый вклад в развитие молодежного предпринимательства на уровне целой страны. Эта идея может быть реализована с помощью большого множества способов: приглашение успешных предпринимателей, начавших вести свою деятельность еще в юности, в школы и университеты; подключение школ и университетов к тематическим информационным вебинарам (например, в актовых залах или больших аудиториях), в которых компетентные специалисты на пальцах и свойственной им легкостью объясняют сложные вопросы; активная реклама конкурсов, связанных с молодыми стартапами, в школах и университетах (и не менее активное принятие личных достижений студентов и школьников в этих конкурсах за, например, аналитические работы и пр.); поощрение активного волеизъявления студентов и школьников к участию в хакатонах, конкурсах проектов и пр. посредством оказания консультаций или любой другой экспертной помощи; самостоятельный поиск представителями университетов и других образовательных учреждений указанных в ВКР конкурсов, хакатонов и прочих программ поддержки молодых предпринимателей и многое другое.

Одной из массы проблем высшей школы является высокий уровень внутренней конкуренции и избегание управлений университетов репутационных рисков, связанных с сотрудничеством с «не престижными» ВУЗ-ами. На мой взгляд, этот факт играет большую роль в замедлении (или недостаточно оперативном росте) уровня поддержки молодых предпринимателей в РФ. Целый пул молодых предпринимателей сталкивается с проблемой невозможности протестировать свою предпринимательскую гипотезу из-за отсутствия среди знакомых профильных специалистов, способных безвозмездно оказать консультационные услуги, в связи с чем перспективные стартапы попросту умирают. Но, если не считать это утопией, сотрудничество разнопрофильных ВУЗ-ов вполне могло бы поспособствовать решению этой проблемы с помощью индивидуального подбора студентов.

Несомненно, внушительный сдвиг вперед в вопросе продвижения и развития молодежного предпринимательства послужил бы результатом создания несколько упрощенных схем для получения ВУЗ-ами бюджетных средств на реализацию мероприятий, связанных с этим вопросом (например, если предусмотреть некоторые федеральные стандарты для вузовских бизнес-инкубаторов, акселераторов или просто коворкинг-пространств, созданные с учетом международного опыта). Ведь, как отмечалось в отчетах РВК, в которых анализировалась эффективность отечественных программ акселерации, страна и ее молодые умы остро нуждаются в увеличении числа инструментов поддержки, таких как бизнес-инкубаторы, бизнес-акселераторы и так далее. К тому же, связанные с этим цели поставлены в федеральных подпрограммах государственных программ.

Механизм содействия развитию молодежного предпринимательства не пострадал бы и от создания слаженной и выверенной системы оповещений представителей талантливой молодежи о предстоящих конкурсах предпринимательских проектов, хакатонах, грантовых программах, программах поддержки молодых предпринимателей и так далее. С минимальными издержками это может быть реализовано хотя бы посредством создания на сайтах школ и Университетов системно обновляющихся страниц с актуальными данными об указанных

мероприятиях. Плюс совершенно несложно раз в месяц делать информационную рассылку с подобной информацией.

В природе российских хакатонов уже зарегистрировано явление, когда федеральный орган исполнительной власти был главным заказчиком самого хакатона (ФНС у SMZHack, 23-26 апреля 2020 года), причем предлагающего достаточно привлекательный призовой фонд (500 тысяч рублей). Имеет смысл посмотреть в сторону предоставления молодым предпринимателям возможности самим разработать продукты и предложения по усовершенствованию механизмов поддержки и развития молодежного предпринимательства на территории РФ. Речь идет о новом конкурсе или хакатоне, который относился бы к разряду целевых (направленных на решение поставленных организаторами задач). Организатором могло бы выступить Минэкономразвития, задача – разработка продуктов и предложений по усовершенствованию механизмов поддержки и развития молодежного предпринимательства (ее можно и конкретизировать, создав отдельные номинации, например, «лучшее решение для вузов», «лучшее приложение» и т.д.). С помощью осуществления такой инициативы также, возможно, повысится и взаимное доверие между молодыми предпринимателями и Государством.

Вышеуказанная информация представлена в виде алгоритма взаимовыгодного сосуществования государственных служб, органов исполнительной власти, корпораций и сообщества молодых предпринимателей, направленных на развитие инфраструктуры поддержки молодёжного предпринимательства, выполнение требований государственных программ и, разумеется, повышение числа инновационных проектов, представленных молодыми энтузиастами.

Схема выполнения задач по развитию молодежного предпринимательства, поставленных государственными службами и корпорациями, молодыми предпринимателями, представлена на рисунке 11, который нуждается в небольшой интерпретации. Механизм состоит из пяти этапов: от нулевого до 4. Нулевой включает в себе цели и задачи, установленные в государственных программах, подпрограммах и национальных стратегиях развития, и направлен в первую

очередь на мотивацию государственных служб, исполнительных органов власти. Допустим, ФНС поручено принять участие в создании инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства. ФНС, как уже делала ранее, обращается к крупнейшему сообществу разработчиков в РФ Russian Hackers, чтобы те решили две задачи: нашли молодых предпринимателей для создания цифровых или других продуктов, и нашли спонсоров. Найдя и тех, и других, спонсоры вместе с заказчиком (ФНС) определяют условия конкурса, номинации, призовой фонд, ищут менторов и т.д. После этого, задача с указанными условиями направляется молодым предпринимателям, они ее выполняют и по итогу все субъекты получают некоторый результат, в конкретном случае:

1. Молодые предприниматели разрабатывают качественные и отвечающие требованиям современного рынка продукты, которые навсегда запомнятся сообществу как созданные под покровительством ФНС.
2. Репутация органов исполнительной власти повышается в глазах молодых предпринимателей и международного сообщества.
3. Инвесторы и спонсоры имеют долю в потенциально успешных стартапах. Число молодых предпринимателей увеличивается.
4. Молодые предприниматели получают средства на реализацию проекта и погружаются в предпринимательское сообщество нового качества.
5. Число инновационных проектов и методов увеличивается.

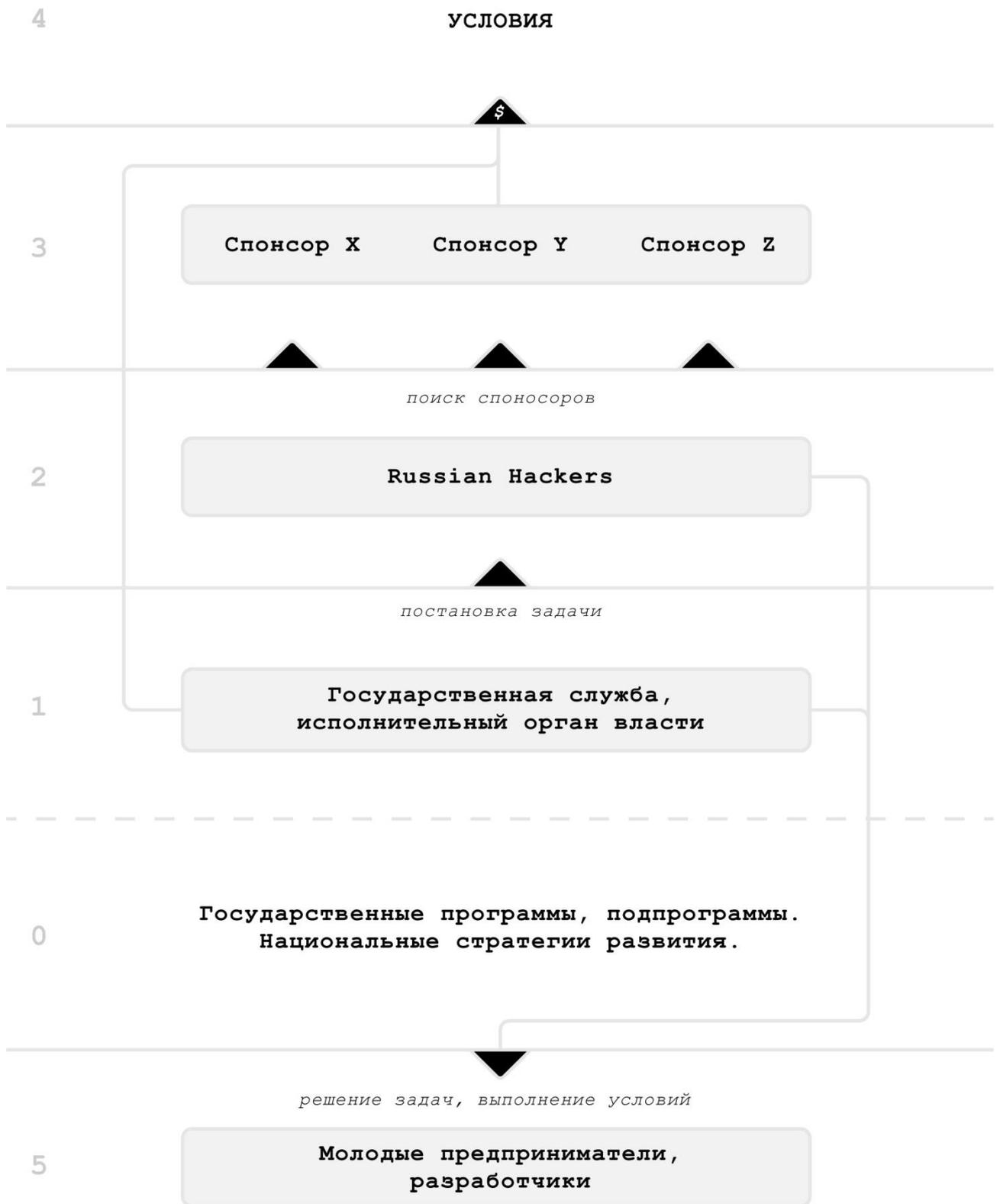


Рисунок 11 - Схема выполнения задач по развитию молодежного предпринимательства, поставленных государственными службами и корпорациями, молодыми предпринимателями

Доверие, взаимоуважение и другие психологические и этические аспекты взаимоотношений государства, государственных служб и молодых предпринимателей, помимо прочего, во многом определяют состояние механизма развития молодежного предпринимательства. Не секрет, что старшее поколение в особенности с большой настороженностью относится к предпринимателям в целом (во многом это отпечаток истории нашей страны). Что же можно говорить о молодых предпринимателях, занимающихся разработкой цифровых продуктов. Полагаю, разработка мер по выстраиванию здоровых отношений между молодыми предпринимателями и представителями государственных органов положительно бы отразилась на динамике развития инфраструктуры поддержки предпринимателей. Задача имеет множество решений: активное освещение позитивных новостей о молодых предпринимателях на федеральных каналах (в противовес новостям о русских хакерах, занимающихся воровством личных писем политиков или, например, о разработчиках робота Федора); создание и проведение качественных (отвечающих или близких к мировому уровню, к которому привыкли представители сообщества) мероприятий (конкурсов, хакатонов, образовательных программ, вебинаров, курсов) государственными органами (в сотрудничестве с частными компаниями) для молодых энтузиастов и так далее. Современная история и ее отдельные события активно подтверждают эту острую необходимость осовременивания сознаний ведущих политиков и формирования сотрудничества этих политиков с выдающимися молодыми предпринимателями (в особенности в некоммерческих целях). В частности, инновационно ориентированная Чехия (ее министры) совершают ошибки, о которых идет речь: госзаказ сайта у молодых разработчиков обернулся скандалом. Из-за абсолютной некомпетентности правительство страны выделило из бюджета 16 миллионов евро на разработку сайта у молодых предпринимателей, которые назвали этот факт расточительством и сделали его бесплатно за два дня (на выполнение работ был заложен целый год). Подобная ситуация произошла в России, когда народу стали известны траты на брендинг конституционных реформ (37 миллионов рублей согласно «Ведомости»).

Еще один аспект инфраструктуры поддержки предпринимателей в России, достойный внимания и реформ, это цифровая культура и недостаточное к ней уважение со стороны организаторов многих проектных конкурсов с непосредственным государственным участием для молодых предпринимателей. В современном мире маркетинг имеет чуть ли не равно важное значение, как содержание, и именно поэтому неверно, безграмотно, объективно некорректно созданные сайты, рекламы, брошюры этих конкурсов с поразительной скоростью отталкивают от себя молодых предпринимателей. Хорошим примером послужит программа «УМНИК», созданная и продвигаемая фондом содействия инновациям. Несмотря на адекватно и достаточно изложенную информацию, воспользоваться ей затруднительно и юзабилити отталкивает людей, для которых это важно (молодых предпринимателей). При проектировании сайта пользовательский опыт не учтен – к примеру, чтобы подать заявку, нужно зарегистрироваться на не внушающем доверия сайте, предоставив его администрации доступ к непривычно большому объему данных.

Значительную роль в вопросе продвижения и развития молодежного предпринимательства на территории РФ могут сыграть крупные негосударственные организации. Кроме неоспоримого опыта, ценных экспертных и менторских оценок и советов, они могут внести свой вклад буквально: финансируя отдельные стартапы или предоставляя средства для формирования грантов в конкурсах или призовых фондов в хакатонах. Эта идея плавно подвела нас и к формулированию достаточно важного факта: молодые предприниматели, несмотря на свою тягу к изменению мира к лучшему и альтруизму в целом, в первую очередь предприниматели, и одной из их целей является главная цель предпринимательства: извлечение прибыли за счет использования капитала. Их отличие от обычных предпринимателей лишь в том, что зачастую капиталом являются их выдающиеся умы и собственные трудовые ресурсы.

Для наглядности выводы представлены в ряде нижеследующих схем (рисунков 12).

Усовершенствование механизма поддержки и развития молодежного предпринимательства



Рисунок 12 - Алгоритм взаимодействия субъектов поддержки молодежного предпринимательства для решения задач, направленных на развитие и поддержку молодежного предпринимательства

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящей выпускной квалификационной работе впервые разработаны обобщенные механизмы продвижения инновационного (или технологического) стартап-проекта от этапа возникновения идеи до создания реального коммерческого продукта в мировой практике и в РФ на примере университета. Создан механизм взаимовыгодного взаимодействия и сотрудничества государственных служб, государственных органов исполнительной власти с крупными российскими (или международными) компаниями, и с сообществом молодых предпринимателей в целях развития молодежного предпринимательства в стране и создания подходящей для него инфраструктуры. В работе систематизированы упоминания молодежного предпринимательства в системе нормативно-правовых актов Российской Федерации, вдобавок, а также сгруппированы статистические данные о молодых предпринимателях, актуальные на 2020 год.

Практическая значимость работы заключается в применимости предложенных механизмов в российских реалиях молодежного инновационного предпринимательства, поскольку во многом формировались с учетом собственного опыта ведения активной деятельности в этой области.

В ходе проведения анализа, при написании ВКР были выполнены следующие задачи:

1. Изучен международный опыт развития молодежного предпринимательства и определена общая характеристика молодого предпринимателя в глазах предпринимательского сообщества и субъектов поддержки предпринимательства.
2. Проведен анализ предпринимательской экосистемы, ее элементов и выделены ключевые элементы для экосистемы молодежного предпринимательства как отдельного субъекта предпринимательства.
3. Создан обобщенный механизм продвижения молодежного стартапа от этапа зарождения идеи до создания реального коммерческого продукта в международном опыте.

4. Определено место молодежного предпринимательства и его развития в системе нормативно-правовых актов РФ, регулирующих предпринимательство и его развитие в целом.
5. Проведен анализ перспектив развития организационно-экономического и нормативного обеспечения молодежного предпринимательства.
6. Сформировано описание благоприятной для молодежного предпринимательства предпринимательской экосистемы.
7. Проведен анализ состояния инфраструктуры поддержки предпринимательства и молодежного предпринимательства на примере определенного региона и выявление перспектив развития.
8. Проведен сбор и анализ статистических данных о динамике развития молодежного предпринимательства, предпринимательства в целом, цифровой и финансовой грамотности граждан РФ.
9. Выявлены поведенческие тенденции молодых предпринимателей Санкт-Петербурга и Ленинградской области, сформирован портрет молодого предпринимателя в РФ на основании статистических данных и первичного исследования.
10. Разработаны предложения по усовершенствованию системы поддержки молодежного предпринимательства государством с помощью классических инструментов поддержки МСП, с помощью государственных программ поддержки, создания льготных статусов для субъектов молодежного предпринимательства, с помощью сотрудничества с профильными коммерческими организациями.
11. Разработаны механизмы и алгоритмы взаимодействия субъектов поддержки и развития молодёжного предпринимательства с представителями молодежного предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Домашняя работа. Самые распространенные ошибки начинающих предпринимателей [Электронный ресурс]: от 06.12.2019 // Lenta.ru – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2019/12/06/domrabota/>
2. Единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства [Электронный ресурс] // Федеральная налоговая служба (ФНС). Режим доступа: <https://rmsp.nalog.ru/>
3. Институциональные преобразования в экономике [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., 2018. Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/14036>
4. Налоговый кодекс РФ. Часть первая [Электронный ресурс] : от 31.07.1998 № 146-ФЗ : (ред. от 01.04.2020 // Консультант Плюс. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>
5. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть вторая [Электронный ресурс] : от 05.08.2000 №117-ФЗ (ред. от 24.04.2020) // Консультант Плюс. - Режим доступа: <http://www.consultant.ru/>.
6. Официальный сайт Совета Европейского Союза. G20 Leaders' Communiqué Brisbane Summit, 15-16 November 2014 [Электронный ресурс]: пресс-релиз. – электронные данные. – Брисбен: 2014 – с. 1-5.
7. Программа «Умник» [Электронный ресурс]: от 18.05.2020 // Фонд содействия инновациям. – Режим доступа: <http://fasie.ru/programs/programma-umnik/>
8. РВК, ВШЭ // Оценка эффективности российских бизнес-инкубаторов и акселераторов. – 2017.
9. РВК, ВШЭ // Методические рекомендации по повышению эффективности функционирования бизнес-инкубаторов и акселераторов. – 2017.
10. Роспредприниматель – новости [Электронный ресурс]: от 18.05.2020 // ФГБУ «Роспредприниматель». – Режим доступа: <http://xn--80ahccnaxfhglcicdk2abr.xn--plai/news/>

11. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 года. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 2 июня 2016 г. № 1083-р // Правовая база ГАРАНТ. Режим доступа: <http://www.garant.ru/news/664330/>
12. СРО НП «Мир» провела круглый стол «Финансовая поддержка молодежного предпринимательства» [Электронный ресурс]: от 18.05.2020 // Само-регулируемая организация «Мир» – Режим доступа: <http://xn--80ahccnaxfhglcicdk2абр.xn--p1ai/news/>
13. Технологическое развитие отраслей экономики [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., 2018. Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/11189#>
14. Федеральный закон от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (с изм. от 29 декабря 2015 г.) // Система ГАРАНТ. Режим доступа: <http://base.garant.ru/12154854/>
15. ЦИК выбрала слоган и логотип голосования по Конституции [Электронный ресурс]: от 03.03.2020 // РБК. – Режим доступа: <https://bit.ly/2AF0sy1>
16. Цифровая грамотность россиян: исследование 2020. [Электронный ресурс]: от 10.04.2020 // Аналитический центр НАФИ – Режим доступа: <https://nafi.ru/analytics/tsifrovaya-gramotnost-rossiyan-issledovanie-2020/>
17. Численность и состав населения [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., 2018. Режим доступа: <https://www.gks.ru/folder/12781>
18. Daniel Isenberg. The Big Idea: How to Start an Entrepreneurial Revolution / Harvard Business Review. – Кембридж, штат Массачусет, 2010 – 12 с.
19. Early Benchmarks Show ‘Post-Millennials’ on Track to Be Most Diverse, Best-Educated Generation Yet; страницы 1-3; 2018 // PEW Research Center. URL: <https://www.pewsocialtrends.org/2018/11/15/early-benchmarks-show-post-millennials-on-track-to-be-most-diverse-best-educated-generation-yet/>

20. SEAANZ. Economic Gardening Entrepreneurship, Innovation and Small Business Ecosystems in Regional, Rural and International Development; vol.1, 2017
21. SEAANZ. SMEs in the Digital Economy: Surviving the Digital Revolution; vol.1, 2016
22. SEAANZ. Rhetoric and Reality: Building Vibrant and Sustainable Entrepreneurial Ecosystems; vol.1, 2014
23. Za jeden víkend a zdarma. Vývojáři spustili systém, za který chtěl stát utratit 400 milionů; 26.01.2020 // Novinky.cz. URL: <https://www.novinky.cz/ekonomika/clanek/vyvojari-predstavili-system-zdarma-za-ktery-chtel-stat-utratit-400-milionu-chybi-mu-jedina-funkce-40311233>