



Анализ положения молодежи на рынке труда и мер региональной поддержки развития молодежного предпринимательства

Основные результаты исследования

Авторы: Толмачев Д.Е., Ульянова Е.А.

При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 29.03.2013 № 115-рп и на основании конкурса, проведенного Общероссийской общественной организацией «Российский Союз Молодежи»

Екатеринбург 2014

Оглавление

1. Введение	3
2. Цели и задачи исследования	4
3. Методика исследования	4
4. Анализ положения молодежи на рынке труда	5
5. Анализ готовности молодежи к организации собственного бизнеса	9
6. Анализ мер поддержки молодежного предпринимательства: региональный опыт	12
7. Некоторые выводы	17

1. Введение

Изменения, произошедшие в России в начале 90-х годов, в частности переход к рыночной экономике, оказали существенное влияние на дестабилизацию российского общества. Это время характеризуется значительным расслоением общества и ценностной переориентацией всех слоев населения, наиболее подверженным из которых оказалась молодежь. Социально-экономические и моральные условия, сложившиеся в этот период, негативно отразились на формировании жизненных ориентиров молодых людей. Проблемы занятости молодежи во многом связаны с объективными процессами — уровнем развития промышленности страны, изменениями в социально-экономической сфере, ухудшении демографической ситуации в России, ухудшением физического и психического состояния здоровья, снижением уровня жизни населения и влиянием социально-экономических факторов на образ жизни молодежи. Трудовая социализация молодежи происходит в условиях противоречивых и неоднозначных структурных изменений в политической, экономической, социальной и духовной сферах. При этом в последнее время наблюдается снижение уровня предпринимательской активности молодых людей, которые отдают предпочтение государственной службе, либо работе в крупных федеральных или международных корпорациях. Поэтому развитие экономических инициатив молодежи требует не только поддержки со стороны собственной семьи, но и со стороны государства.

Как правило, в возрасте от 25 до 30 лет молодые люди уже определили свою профессиональную стратегию и имеют определенный опыт работы. В данный период жизни у большинства из них уже есть семья, и они предъявляют высокие требования к предлагаемой работе. Затруднения с поиском нового места работы у молодых людей могут сопровождаться снижением самооценки, приводить к проблемам в трудовой адаптации либо деформировать мотивацию трудовой деятельности. В то же время отсутствие работы данной категорией населения воспринимается достаточно болезненно и может привести к тяжелым социальным и психологическим последствиям. На базе невостребованности молодежи существует возможность возникновения опасного для общества синдрома «потерянного поколения» периода перехода к рынку. В связи с чем молодежная безработица выделяется при рассмотрении проблем занятости населения в силу особой остроты ее негативных последствий.

Поэтому актуальным становятся рассмотрение текущего положения молодежи и современных процессов на рынке труда,

анализ специфики социальной работы с молодежью, изучение настроений молодого поколения в отношении дальнейшей трудовой деятельности. Необходимость анализа положения молодежи на российском рынке труда обуславливается рядом обстоятельств. Во-первых, молодые люди составляют около 35% трудоспособного населения страны, во-вторых, молодежь является перспективной категорией рабочей силы, оказывающей в будущем влияние на все сферы развития страны. Этот слой общества уже сейчас во многом определяет политическую, экономическую и социальную структуру общества.

Все вышеизложенное обуславливает актуальность социальной работы с молодежью, которая должна быть направлена на максимальное содействие вовлечению молодых людей в трудовую деятельность и повышению их занятости. В стратегическом плане речь идет о подготовке молодежи, способной наращивать финансово-экономические, научные, образовательные, социальные ресурсы страны. Особенно важно в условиях рыночной экономики уделять внимание развитию предпринимательских навыков молодых людей и поддержке самозанятости населения.

Для решения задачи организации и проведения социальной работы с молодежью СРОО «Аистенок» был инициирован и поддержан Общероссийской общественной организацией «Российский Союз Молодежи» информационно-просветительский обучающий проект «Форум экономически активной молодежи» — создание в регионе эффективной площадки для повышения финансовой грамотности молодого поколения¹, нацеленный на создание платформы для финансовой устойчивости и социального благополучия молодежи через развитие предпринимательского потенциала.

Проект включает в себя два основных блока:

— исследовательскую часть (анализ положения молодежи на российском рынке труда и анализ существующих в России мер государственной поддержки молодежного предпринимательства, внедрение передового опыта, а также изучение отношения молодежи в Свердловской области к возможности открытия собственного дела);

— образовательно-просветительскую часть (серию тематических семинаров и обучающих мастер-классов, проводимых с привлечением экспертов от власти и контролирующих органов, успешных предпринимателей, инновационных компаний, вузов, финансовых структур, бизнес-тренеров и др.).

В данном отчете представлена информация по исследовательской части проекта.

1. При реализации проекта используются средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 29.03.2013 № 115-рп и на основании конкурса, проведенного Общероссийской общественной организацией «Российский Союз Молодежи».

2. Цели и задачи исследования

Цель исследования:

– проанализировать текущее положение молодежи (население в возрасте от 20 до 30 лет) на рынке труда и перспективы развития самозанятости, в том числе меры государственной поддержки молодежного предпринимательства.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие основные задачи:

- анализ занятости молодежи на российском рынке труда,
- выявление степени и потенциала вовлеченности молодежи в предпринимательскую деятельность,
- анализ информированности молодежи о существующих мерах государственной поддержки развития предпринимательства,
- анализ существующих мер государственной поддержки развития молодежного предпринимательства на федеральном и региональном уровнях,
- разработка рекомендаций по результатам исследования.

3. Методика исследования

Информационными источниками для настоящего исследования послужили:

- базы данных Федеральной службы государственной статистики в сфере труда и занятости населения Российской Федерации,
- аналитические доклады, статьи и обзоры в научных изданиях по вопросам развития молодежного предпринимательства, проблемам занятости на молодежном рынке труда, а также мерам поддержки со стороны государства,
- экспертные опросы представителей фондов поддержки развития малого предпринимательства в субъектах РФ, включающие вопросы о текущем состоянии молодежного предпринимательства в регионах, препятствиях его развития, направлениях поддержки молодежного предпринимательства и др.,
- анкетные данные участников «Форума экономически активной молодежи» (далее – Форум) по вопросам перспектив создания и развития собственного бизнеса (пример анкеты представлен в приложении),
- открытая информация по тематике исследования, представленная в сети интернет на сайтах общественных органи-

заций, фондов, органов исполнительной власти, информационных агентств и т.п.

Географический охват исследования:

- анализ текущей занятости молодежи на рынке труда включал данные, агрегированные со всех субъектов Российской Федерации, в том числе в разрезе субъектов;
- анализ степени вовлеченности молодежи в предпринимательскую деятельность проводился путем анкетирования участников Форума – жителей Свердловской области;
- анализ существующих мер государственной поддержки проводился по всероссийским мерам, заявленным на федеральном уровне, а также региональным, включающим следующие Уральский регион субъекты РФ:
 - Свердловская область
 - Курганская область
 - Тюменская область
 - Челябинская область
 - Ханты-Мансийский автономный округ – Югра
 - Пермский край.

4. Анализ положения молодежи на рынке труда

В соответствии с возрастными категориями, выделенными Федеральной службой государственной статистики (Росстат), в данном исследовании к молодежи будут относиться группы населения в возрасте от 20 до 24 лет и от 25 до 29 лет. Рассмотрим положение данных категорий граждан на рынке труда Российской Федерации в целом, и в Свердловской области в частности, по тем показателям, которые предоставляются Росстатом в региональном разрезе. Стоит сразу отметить, что анализ статистических данных проводится только по возрастным группам, без учета уровня образования групп населения, поскольку корреляцию, объединяющую возрастные группы, уровень образования и анализируемый параметр, статистика, как правило, не дает. Для этого необходимо проводить дополнительные исследования.

По данным Росстата, численность молодежи Российской Федерации в общей численности населения страны составила по итогам 2012 года 16,3%, при этом за последние три года наблюдается тенденция к сокращению доли возрастной группы 20 – 29 лет (2011 год – 16,7%, 2010 год – 16,9%).

Среди экономически активного населения страны (лица в возрасте 15 – 72 лет, которые в рассматриваемый период считаются занятыми или безработными) молодежь занимает около 23%.



При этом тенденции изменения доли экономически активного населения для категорий лиц 20 – 24 и 25 – 29 лет в посткризисный период выглядят по-разному: для младшей возрастной группы характерно снижение ее экономической активности, для старшей – увеличение. При этом общая динамика характеризуется снижением.

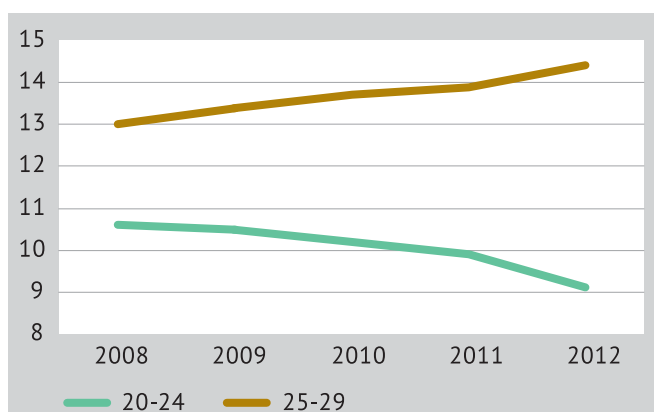


Рис. Изменение доли экономически активной молодежи в структуре экономически активного населения в целом за период 2008 – 2012 годов, %

В целом уровень экономической активности населения (отношение численности экономически активного населения определенной возрастной группы к общей численности населения соответствующей возрастной группы, рассчитанное в процентах) среди соответствующих возрастных категорий по итогам 2012 года распределился следующим образом: 20 – 24 года – 59,4%, 25 – 29 лет – 88,1%. Динамика изменения уровня экономической активности молодежи в разрезе возрастных групп в посткризисный период аналогична динамике изменения доли экономически активной молодежи в структуре экономически активного населения.

По структуре занятости среди всех возрастных категорий молодежь занимает чуть более 22,5%. К занятым в экономике, согласно Росстату, относятся лица, которые в обследуемую неделю выполняли оплачиваемую работу (хотя бы один час в неделю) по найму, а также приносящую доход работу не по найму как с привлечением, так и без привлечения наемных работников.

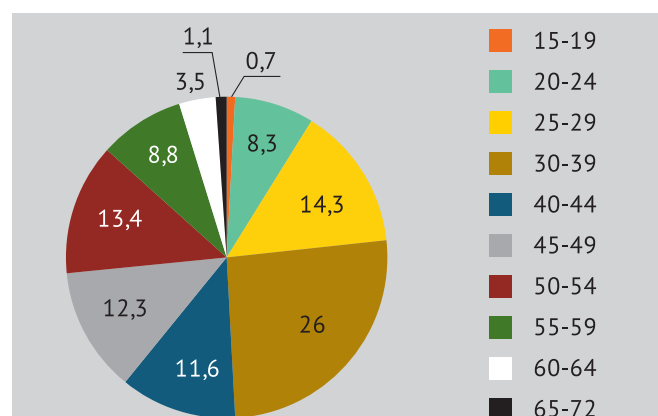


Рис. Структура занятых в экономике Российской Федерации по возрастным группам в 2012 году, %

Свердловская область на фоне общероссийских показателей выглядит более уверенно: доля занятой молодежи в структуре занятости региона в 2012 году составила 24,2% — наивысший результат в Уральском федеральном округе.

Уровень занятости (отношение численности занятого населения определенной возрастной группы к общей численности населения соответствующей возрастной группы, рассчитанное в процентах) среди молодежи в среднем выше 50%. Так, для младшей возрастной группы (20 — 24 года) уровень занятости в 2012 году составил около 51%, для старшей (25 — 29 лет) — 82,8%. При этом эти показатели все же ниже уровня занятости населения в возрасте от 30 до 50 лет. В целом в кризис и посткризисный период наблюдается снижение уровня занятости лиц в возрасте 20 — 24 года с 57% в 2008 году до 51,5% в 2012 году, для лиц возраста 25 — 29 лет — наоборот, рост, но незначительный с 81,2% в 2008 году с провалом до 79% в 2009 году до 82,8% в 2012 году.

Таблица 1. Уровень занятости молодежи в Российской Федерации в 2012 году по категориям, %

Категории	Возрастная группа, лет	
	20 — 24	25 — 29
Всего	51,5	82,8
Мужчины	56,9	89
Женщины	45,9	76,5
Городское население	50,8	84,9
Сельское население	53,8	75,7

Интересные результаты дает анализ структуры занятости населения в разрезе возрастных групп в зависимости от статуса выполняемой работы. В соответствии с градацией Росстата выделяют работу по найму (работа, при которой лицо заключает явный (письменный или устный) или подразумеваемый трудовой договор, гарантирующий ему базовое вознаграждение (деньгами или натурой), которое прямо не зависит от дохода единицы, где лицо работает) и работу не по найму (работа, при которой вознаграждение непосредственно зависит от дохода, получаемого от производства товаров и услуг. Лицо принимает производственные решения, относящиеся к деятельности предприятия (собственному делу), или делегирует эти полномочия, оставляя за собой ответственность за благополучие предприятия (собственного дела)). Во всех возрастных категориях пре-

валирует работа по найму. В среднем количество наемных рабочих в 13 раз превышает количество граждан, работающих в собственном бизнесе. Причем именно в возрастной категории «Молодежь» этот разрыв наибольший: доля наемных рабочих составляет 95,2% против 4,8% предпринимателей. Данные цифры подтверждают достаточно низкий уровень предпринимательской активности среди молодежи и их ориентацию в трудовой деятельности на наемную работу. В целом доля населения, работающего «на себя», с повышением возраста, как показывает статистика, растет.

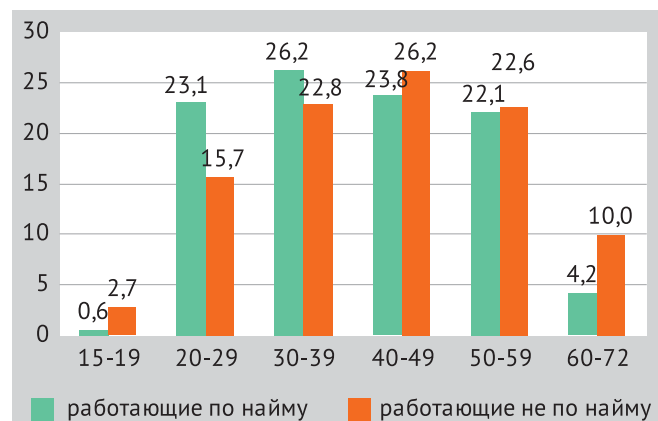


Рис. Структура занятых в экономике по возрастным группам и статусу работы в 2012 году, %

Анализ занятости молодежи по отраслям экономики в 2012 году показал, что наибольшая доля молодых людей занята в торговле — 21%. Стоит отметить, что в этот же пункт попали ремонтные услуги, поскольку классификация по отраслям осуществляется в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД). На втором месте находятся обрабатывающие производства с долей 14,5%. За ними следует транспорт и связь — около 9%.

Анализ отраслей экономики, в которых из всех возрастных групп максимально задействована молодежь, позволил выделить три основных направления: торговля (разница с возрастной группой 30 — 39 лет составляет всего около 1%), финансовая деятельность (разница с возрастной группой 30 — 39 лет составляет 3,2%), гостиницы и рестораны (разница с возрастной группой 30 — 39 лет составляет более 6,5%).

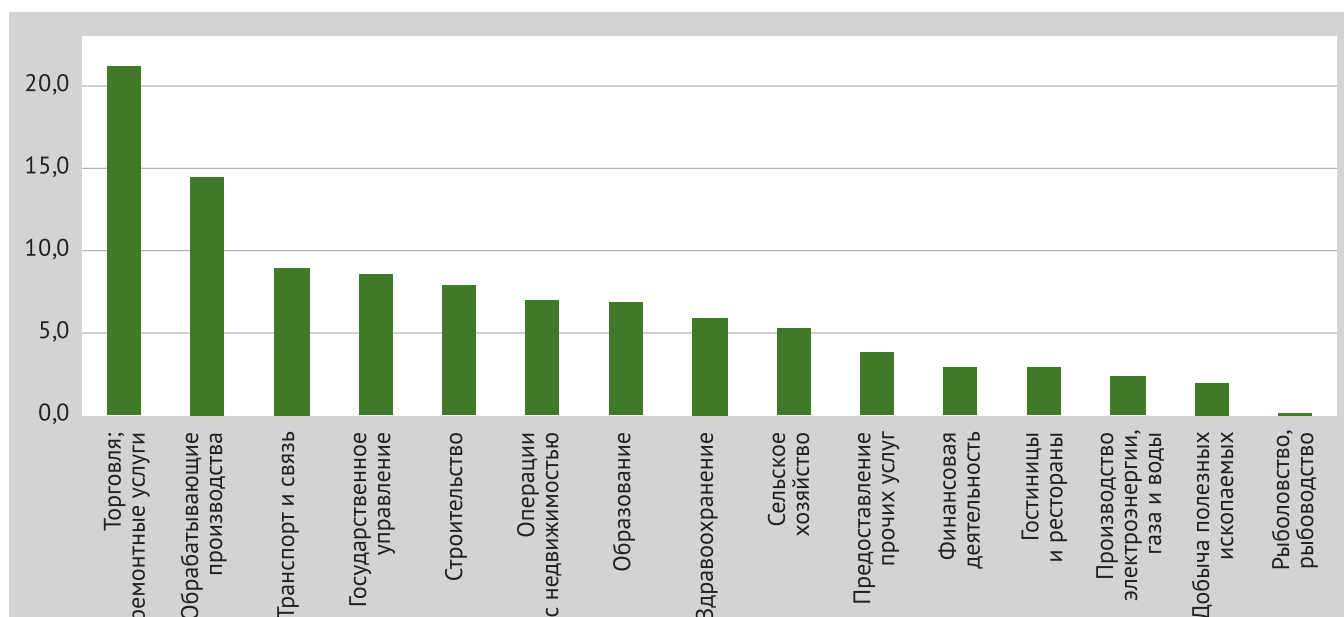


Рис. Распределение занятой молодежи по отраслям экономики в 2012 году, %

Таблица 2. Структура занятых в экономике по возрастным группам и видам экономической деятельности в 2012 году, %

	Всего	в том числе в возрасте, лет					
		15 – 19	20 – 29	30 – 39	40 – 49	50 – 59	60 – 72
Занято в экономике – всего	100	0,7	22,6	26	23,9	22,1	4,6
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	100	2,7	16,5	19,9	24,2	27,1	9,5
Рыболовство, рыбоводство	100	0,6	18,3	23,4	25,9	25,7	6,1
Добыча полезных ископаемых	100	0,3	22,6	26,1	26,1	22,3	2,5
Обрабатывающие производства	100	0,4	21,8	25,3	23,7	24,4	4,4
Производство электроэнергии, газа и воды	100	0,1	16	23	25,7	29,8	5,4
Строительство	100	0,6	24,1	27,8	23,1	21,1	3,3
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования	100	0,8	29,7	28,8	22,1	16,3	2,3
Гостиницы и рестораны	100	1,5	30,9	24,3	22	18,3	3,2
Транспорт и связь	100	0,3	21,4	25,9	25,5	23,3	3,6
Финансовая деятельность	100	0,2	32,6	29,9	21,1	14,1	2,1
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	100	0,2	23,7	25,5	22,1	22,5	6
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное страхование	100	1,9	25,4	30,5	22,5	17	2,8
Образование	100	0,2	16,7	24,3	27	25	6,8
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	100	0,2	16,6	24,2	26,5	26,2	6,3
Предоставление прочих коммунальных, социальных, персональных и других услуг	100	0,6	22,6	26,4	23,2	21,5	5,7

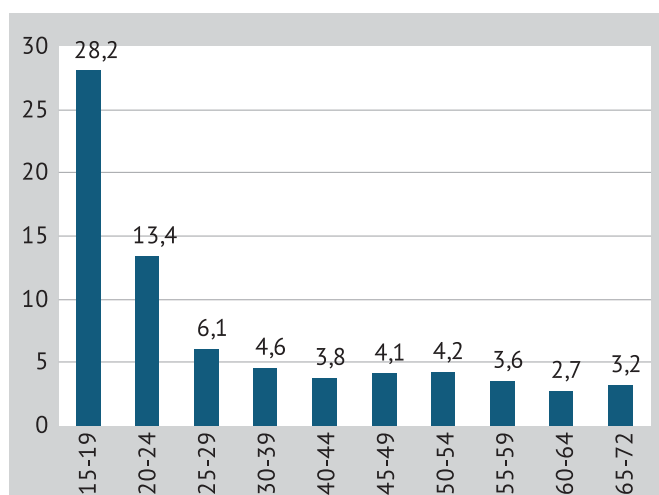


Рис. Уровень безработицы по возрастным группам экономически активного населения в 2012 году, %

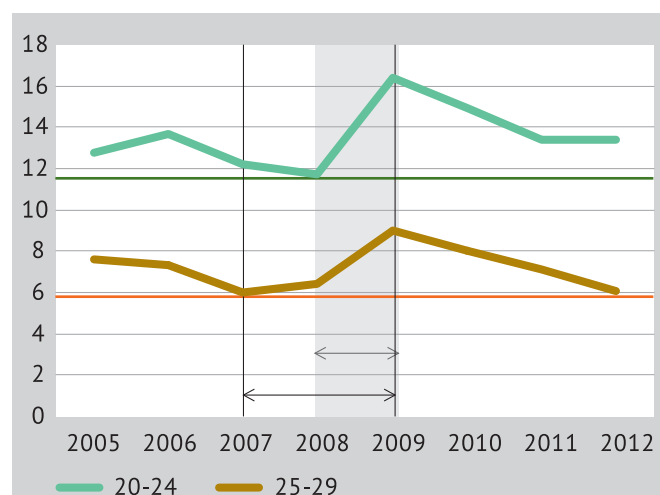


Рис. Динамика уровня безработицы с 2005 по 2012 год для возрастных групп от 20 до 29 лет

Несмотря на незначительные доли занятости молодежи в сферах финансовой деятельности и сферы гостеприимства (гостиницы и рестораны) – около 3% в каждом секторе – именно в этих отраслях преобладают представители молодого поколения. А средний возраст занятых в указанных сферах составляет около 37,1 года.

По уровню безработицы, рассчитываемому как отношение численности безработных к численности экономически активного населения, категория населения в возрасте от 20 до 29 лет имеет достаточно высокие показатели (возрастную группу от 15 до 19 лет учитывать не будем). Причем уровень безработицы у младшей возрастной группы молодежи как минимум в два раза превышает значение безработицы у молодых людей в возрасте от 25 до 29 лет. Такая ситуация характерна для всего анализируемого периода с 2005 года по 2012 год. Эти результаты позволяют отнести молодежь к группе риска в области трудовой занятости.

Наивысший уровень безработицы для всех возрастных категорий населения был зафиксирован в посткризисный 2009 год, однако только в группе от 20 до 24 лет он достиг 16,4%, что

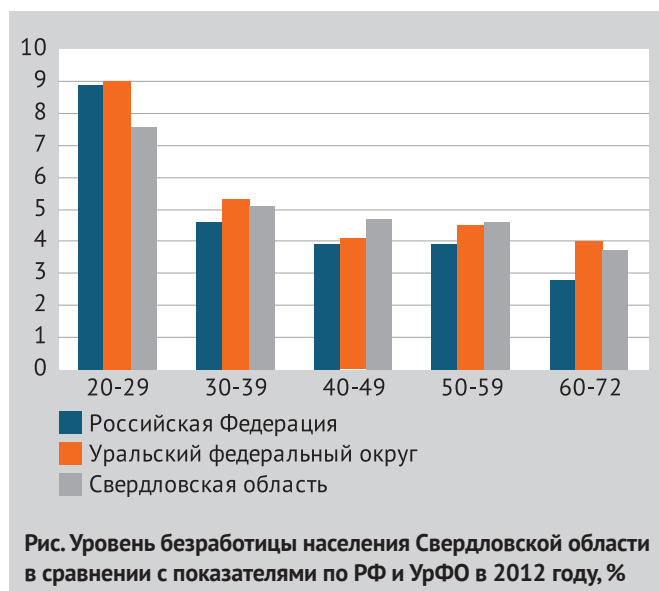
практически в три раза превышает максимальный уровень для остальных групп населения. Причем практически во всех возрастных категориях уровень безработицы в 2012 году оказался ниже, чем в докризисный период. Исключение составляет группа населения в возрасте от 20 до 24 лет.

Уровень безработицы в Свердловской области в 2012 году практически во всех возрастных группах превышает средний уровень по России. Исключение составляет группа в возрасте от 20 до 29 лет.

Средняя продолжительность поиска работы у молодых людей составляет около 6 – 7 месяцев, что меньше, чем у других категорий граждан, данный показатель у которых составляет 8 – 9 месяцев.

Кроме того, молодежь более мобильна среди других категорий граждан как в части межрегиональной трудовой миграции, так и международной трудовой миграции.

Общие выводы, которые следуют из анализа положения молодежи на рынке в соответствии со статистической информацией, выглядят следующим образом:



1. Доля молодежи среди населения Российской Федерации в 2012 году составила около 16%, при этом численность молодежи среди населения снизилась на 0,6%.

2. Уровень экономической активности, а также уровень занятости молодежи в экономике за последнее время неуклонно снижается, однако в настоящее время уровень занятости в соответствующей возрастной группе держится на уровне выше 50% (20 – 24 года – 51%, 25 – 29 лет – 82,8%).

3. Основными сферами занятости молодежи в экономике являются торговля, обрабатывающие производства, а также транспорт и связь, при этом население возрастной категории от 20 до 29 преобладает над остальными категориями в финансовой деятельности, сфере гостеприимства и торговли.



4. По уровню безработицы молодежь среди различных возрастных групп населения имеет наивысшие значения данного показателя, причем в среднем эти показатели превышают остальные более чем в два раза в течение всего анализируемого периода (с 2005 года). В то же время средняя продолжительность поиска новой работы у молодого поколения наименьшая.

5. Несмотря на активную пропаганду организации и развития собственного бизнеса и поддержки малого предпринимательства со стороны государства, молодежь является наименее активной возрастной группой среди населения страны в части организации собственного дела: только 4% работают не по найму против 96%.

5. Анализ готовности молодежи к организации собственного бизнеса

Анализ данных, предоставляемых Федеральной службой государственной статистики, выявил низкую активность населения в возрасте от 20 до 29 лет относительно других возрастных групп в области стремления к организации собственного дела и перехода к работе не по найму. В рамках настоящего проекта было проведено анкетирование участников «Форума экономически активной молодежи» по вопросам отношения молодежи в Свердловской области к возможности открытия собственного дела.

Всего в Форуме приняло участие 409 человек, из них предложенную анкету (образец представлен в приложении) заполнили 77 человек. В целом отклик составил 19%, что соответствует стандартному уровню ответов при анкетировании.

Респондентов просили ответить на следующие группы вопросов:

1. Планируете ли в ближайшие 5 лет открыть свое дело?
2. Если планируете, то какой основной мотив для основания бизнеса:
 - открываются новые возможности
 - нет других способов получения средств для существования?
3. Как вы считаете, легко ли молодым открыть свое дело?
4. Знаете ли вы о мерах государственной поддержки начинающих предпринимателей?
5. Планируете воспользоваться господдержкой при открытии своего дела?
6. Как вы предпочитаете работать?
 - в одиночку
 - в паре
 - в большой команде
 - по-разному
7. Возможные причины отказа от идеи собственного бизнеса?
 - отсутствие стартового капитала
 - нежелание рисковать, потерпеть неудачу и остаться банкротом
 - недостаточные знания для создания собственного бизнеса
 - государство слабо поддерживает предпринимательство
8. Как вы считаете, какие сферы деятельности наиболее востребованы в настоящее время?

Кроме того, в водной части анкеты необходимо было предоставить информацию о поле и возрасте респондента.

Большинство ответивших на опросный лист оказались женщины – 59%. Средний возраст женщин, принявших участие в исследовании, составил 24,4 года. Средний возраст мужчин составил 22,4 года.

Из ответивших планируют открыть свой бизнес – 66% респондентов, причем большинство из них – мужчины. Среди давших отрицательный ответ – 87% женщин.

Интересным выглядит распределение предпочтений респондентов по стилю работы при организации бизнеса. Большинство участников опроса рассматривают различные варианты работы, однако, исключая данный ответ в связи с его неясностью, видно,



Рис. Половое распределение респондентов опроса, %

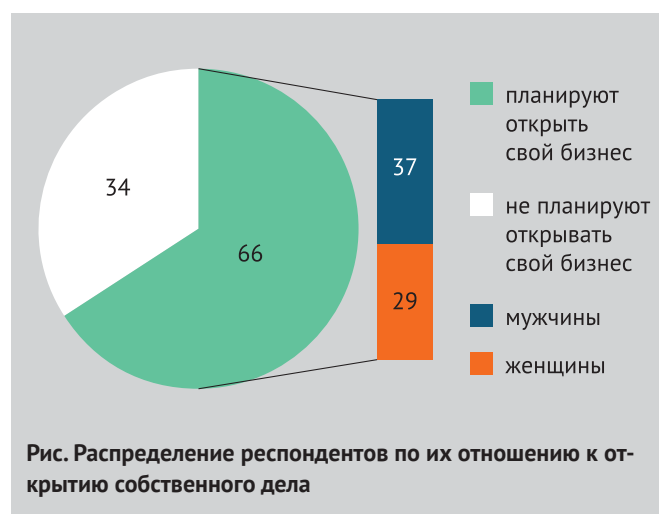


Рис. Распределение респондентов по их отношению к открытию собственного дела

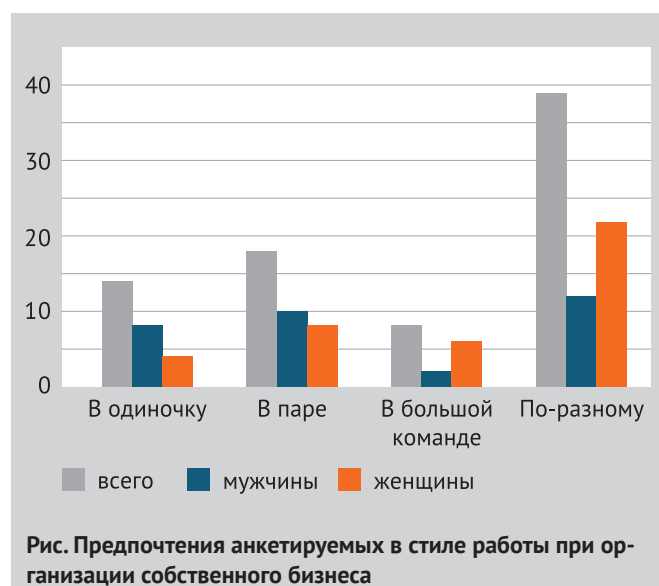


Рис. Предпочтения анкетированных в стиле работы при организации собственного бизнеса

что начинать свое дело все-таки предпочитают в паре. Если рассматривать гендерные предпочтения в отдельности, видно, что мужчины склонны к работе самостоятельно либо в паре, женщинам, наоборот, необходим соучастник процесса, поэтому они выбирают работать либо в паре, либо в большой команде.

Основные причины отказа от организации собственного бизнеса лежат в области информационной и финансовой грамотности населения. 37% респондентов считают свои знания недостаточными для организации бизнеса, 36% — в качестве ключевой причины называют отсутствие стартового капитала.

Страх потерпеть неудачу и потерять все деньги не является основным и занимает наименьшую долю среди всех перечисленных причин отказа.

Основной мотив организации бизнеса — открытие новых возможностей на рынке, так считают 85% респондентов, ответивших на данный вопрос, остальные 15% не видят другого способа заработать денег, кроме как организовать собственное дело.

На вопрос, легко ли молодым людям открывать свое дело, большинство ответило отрицательно. 64% анкетированных считает, что молодежи трудно начинать предпринимательскую деятельность.

Основные причины две — отсутствие стартового капитала и недостаток знаний.

Обе указанные причины могут быть если не устранены полностью, то хотя бы значительно снижены за счет существующих мер государственной поддержки начинающих предпринимателей. Причем меры поддержки могут быть как финансового характера, так и нефинансового, например, организация различного рода мероприятий, консультаций в области предпринимательства и т.п.

Среди опрашиваемых участников Форума информацией о существовании подобных мер господдержки владеют 45% респондентов. Остальные 55% не знают о существующих возможностях.

Стоит отметить, что среди молодежи, планирующей организацию собственного бизнеса, 52% знают о мерах поддержки начинающих предпринимателей. Однако процент несведущих остается достаточно высоким.

Среди респондентов, обладающих знаниями о мерах государственной поддержки, 62% в будущем планируют воспользоваться этими возможностями, остальные 38% дали отрицательный ответ.

В целом все ответившие на вопрос о перспективах использования ими мер господдержки начинающих предпринимателей высказались положительно: 55% готовы воспользоваться инструментами поддержки.

Один из вопросов анкеты был посвящен наиболее востребованным, с точки зрения респондента, сферам деятельности, в которых возможна организация собственного бизнеса. Вопрос был открытым, поэтому участники опроса могли предлагать любые варианты. Анализ полученных ответов позволил сформировать общий перечень перспективных сфер для молодежного предпринимательства. Наибольшей популярностью пользовалась сфера информационных технологий — почти 20%, к которой были отнесены мобильные приложения, телекоммуникационные технологии, геолокация и др. Второе место занял сектор «прочие услуги» — 15,3%. Третье по популярности место разделили сферы общественного питания и строительства. Кроме того, отраслевые предпочтения сильно коррелируют с полом респондента. Так для мужчин характерен интерес в производственных и инженерных направлениях, например, электронике, нанотехнологиях, компьютерах, строительстве, для девушек в свою очередь интерес представляют индустрия красоты, развлечений, медицинские и оздоровительные услуги, такие как логопедические центры и психотерапия, сфера услуг. Единственный сектор, вызывающий интерес у обоих полов, — IT-сектор.

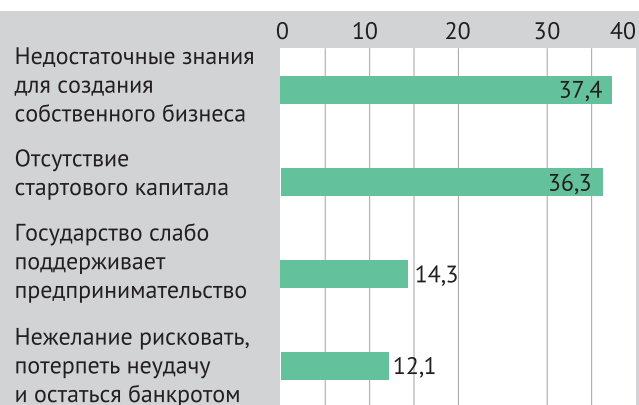


Рис. Причины отказа от организации собственного дела, %

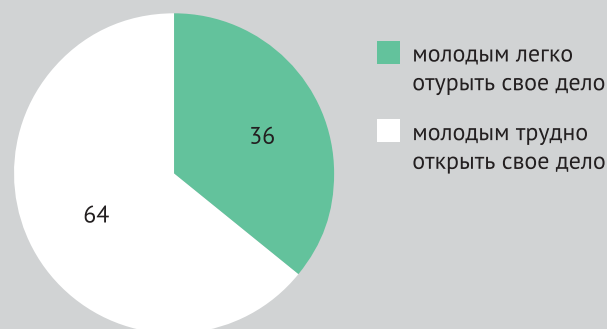


Рис. Мнение респондентов о возможностях открытия собственного бизнеса представителями молодежи

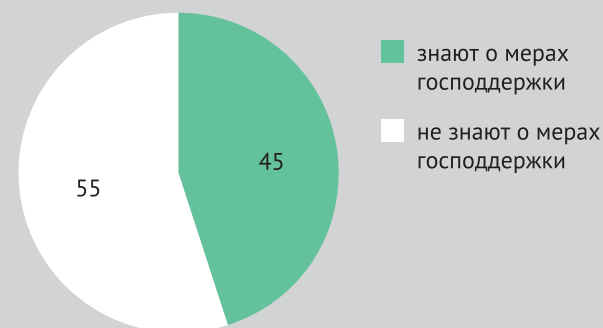


Рис. Отношение респондентов к мерам государственной поддержки малого бизнеса



Рис. Перспективы обращения молодых людей, готовых к открытию своего бизнеса, за мерами государственной поддержки начинающих предпринимателей



Рис. Наиболее востребованные сферы деятельности в области молодежного предпринимательства, %

Подводя итог, проведенному социологическому опросу молодежи, можно сделать несколько основных выводов: большинство молодежи интересуется перспективами открытия собственного бизнеса, однако процент реально открывающих свое дело незначителен. Основные проблемы, мешающие развитию бизнеса молодыми людьми, низкий уровень информированности о существующих возможностях. Причем незнание лежит в двух плоско-

стях — отсутствие информации о мерах поддержки, в том числе финансовых, и отсутствие знаний в области организации бизнеса. В большинстве случаев обе проблемы могут быть решены путем обращения молодежи в соответствующие институты поддержки предпринимательства, для чего необходимо информировать молодых людей о существующих возможностях, вести активную просветительскую работу — ключевую цель данного проекта.

6. Анализ мер поддержки молодежного предпринимательства: региональный опыт

Трансформация государственной парадигмы в 90-е годы и вывод экономики страны на рыночный путь развития способствовали активизации населения к развитию предпринимательской деятельности. О перспективах организации собственного дела и развития самозанятости все чаще упоминает молодежь, которая в большей степени ощутила на себе удар мирового финансового кризиса в 2008 – 2009 годы. Постепенный выход из экономического кризиса увеличил потребность в формировании нового поколения предпринимателей, молодых, динамичных, современных людей, способных играть активную роль в бизнесе, экономике и в развитии общества. В такой ситуации облегчить выход на рынок молодых предпринимателей может только поддержка государства.

В систему поддержки молодежного предпринимательства входят организационные структуры федерального, регионального и местного уровней. Все они объединены единой целью и задачами, законодательно-нормативной базой, организационно-правовыми отношениями и действуют на основании единых методических и функциональных подходов¹.

Инфраструктура поддержки молодежного предпринимательства – это совокупность государственных, негосударственных, общественных, образовательных и коммерческих организаций, осуществляющих регулирование деятельности структур, оказывающих образовательные, консалтинговые и другие услуги, необходимые для развития молодежного бизнеса и обеспечивающие среду и условия для производства товаров и услуг.

Инфраструктуру поддержки молодежного предпринимательства можно условно разделить на два крупных блока: элементы инфраструктуры поддержки, имеющие государственную основу, и организации, являющиеся частными.

В рамках поддержки молодежного предпринимательства государство ставит следующие задачи:

- Вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность
- Поддержка молодежи в процессе создания и развития молодежного предпринимательства
- Содействие молодым предпринимателям в разработке, продвижении и коммерциализации проектов в инновационной сфере, создании малых предприятий в инновационной сфере
- Содействие трудоустройству учащейся молодежи в сфере малого и среднего бизнеса
- Все эти мероприятия реализуются органами исполнительной власти на различных уровнях управления: федеральном, региональном и местном².

К основным организациям федерального уровня, оказывающим поддержку и осуществляющим развитие молодежного предпринимательства, можно отнести:

- Международная и Российская молодежные палаты;
- Молодежная общественная палата;
- Российский центр содействия молодежному предпринимательству, переданный в Федеральное агентство по делам молодежи;
- Ассоциация молодых предпринимателей России.

Данными организациями разрабатывается множество программ поддержки малого и среднего бизнеса.

Федеральным агентством по делам молодежи был разработан комплекс мероприятий, направленный на вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность «Ты – предприниматель».

Целью программы является стимулирование активности молодежи в сфере предпринимательства путем реализации в субъектах Российской Федерации действенной системы мер, направленной на вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность. Программа работает по трем основным направлениям³:

1. Вовлечение молодежи в предпринимательство – создание системы мероприятий, сопровождающей молодых авторов перспективных предпринимательских идей на всем пути до этапа создания нового предприятия. Осуществляется путем проведения в регионах страны современной образовательной программы, включающей обучение всем необходимым предпринимательским навыкам.

2. Поддержка начинающих молодых предпринимателей на первых этапах хозяйственной деятельности предприятий – оказание консультационной, инвестиционной, инфраструктурной поддержки. Сопровождение молодых предпринимателей – выпускников программы, создание информационных ресурсов для молодых предпринимателей.

3. Поддержка успешных молодых предпринимателей – создание коммуникационных, консультационных площадок для успешных молодых предпринимателей. Такими площадками являются:

- Сообщество молодых предпринимателей, существующее на региональном и федеральном уровне;
- ежегодный конкурс «Молодой предприниматель России», выявляющий лучших молодых предпринимателей в разных номинациях;
- смена «Предпринимательство» на молодежном форуме «Селигер», осуществляющая не только образовательную функцию, но и коммуникационную.

1. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. – 2011. – № 10. Вып. 2 (194). – С. 11 – 16. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/13919/>

2. Петросян С.Г. Направления и формы государственной поддержки молодежного предпринимательства // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2011. – № 12 (36). – <http://www.uecs.ru/uecs-36-122011/item/929-2011-12-27-12-08-14>

3. <http://www.fadm.gov.ru/projects/mp/>

Региональный опыт поддержки молодежного предпринимательства

В рамках исследования проводились опросы, с одной стороны, представителей молодого поколения с целью выявления их отношения к перспективам организации собственного бизнеса, с другой стороны, представителей региональных фондов поддержки малого и среднего предпринимательства с целью определения их позиции в вопросах текущей ситуации и потенциала развития молодежного предпринимательства в субъектах РФ, а также действующих программ поддержки. Основные аспекты точки зрения молодого поколения представлены в разделе 5. Ниже представлена позиция представителей инфраструктуры государственной поддержки.

Экспертный опрос представителей фондов поддержки предпринимательства включал пять основных вопросов:

1. Как вы оцениваете состояние молодежного предпринимательства в вашем регионе?
2. Какие препятствия, на ваш взгляд, существуют для развития молодежного предпринимательства:
 - сложный процесс сбора документов;
 - недостаточно информации о мерах поддержки;
 - иной фактор.
3. Что, на ваш взгляд, может стимулировать развитие молодежной инициативы? Как снять существующие барьеры?
4. Выделяете ли вы поддержку молодежного предпринимательства в отдельное направление работы?
5. Какие программы государственной поддержки малого предпринимательства есть в вашем регионе?

На опрос ответили представители шести регионов: Свердловская область, Курганская область, Челябинская область, Тюменская область, в том числе Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, а также Пермский край.

В целом фонды поддержки развития малого и среднего предпринимательства в регионах достаточно высоко оценивают активность населения в области организации собственного бизнеса. Однако выделить долю молодежи среди начинающих предпринимателей достаточно проблематично в связи с отсутствием единых статистических стандартов в этой области. Тем не менее, по данным представителей Югры, на 1 января 2013 года количество молодых людей, занимающихся предпринимательской деятельностью, составляло 4918 человек, а количество молодых людей, вовлеченных в мероприятия по популяризации молодежного предпринимательства, – 9423 человека.

Анализ перечисленных представителями фондов поддержки препятствий развития малого предпринимательства в целом и молодежного в частности позволил выделить шесть основных групп существующих в регионах проблем:

1. Финансовые, связанные преимущественно с отсутствием стартового капитала и сложностью в получении заемных средств на развитие бизнеса.
2. Административные, связанные с большой длительностью регистрации бизнеса и получении необходимой разрешительной документации, а также высоким вниманием контролирующих органов.
3. Экономические, связанные с текущей конкуренцией на соответствующем рынке, внешней экономической конъюнктурой.
4. «Политические», связанные со сложностями выхода на рынок и взаимодействии с крупными контрагентами.
5. Кадровые, связанные с низким уровнем квалификации как самих начинающих предпринимателей, так и привлекаемых ими трудовых ресурсов.
6. Информационные, связанные с отсутствием знаний о ведении предпринимательской деятельности и низким уровнем информированности и потребностях рынка.

Соответственно для устранения существующих барьеров и стимулирования развития предпринимательства были предложены следующие необходимые меры:

- создание льготных условий использования субъектов малого предпринимательства государственных, финансовых, информационных и материально-технических ресурсов;
- установление упрощенного порядка регистрации, лицензировании деятельности малого предпринимательства, а также сертификации продукции и предоставление бухгалтерской и статистической отчетности;
- поддержка внешнеэкономической деятельности субъектов малого предпринимательства;
- организация, подготовка и повышение квалификации кадров для малого предпринимательства, например организация и проведение семинаров, курсов, тренингов для субъектов молодежного предпринимательства и других групп незанятого населения по развитию предпринимательской деятельности, организация и проведение встреч молодых предпринимателей с успешными предпринимателями;
- софинансирование федеральных программ поддержки и развития малого бизнеса;
- льготное кредитование и страхование субъектов малого бизнеса;
- предоставление малым предприятиям на конкурсной основе государственных заказов на производство и поставку отдельных видов продукции и товаров (услуг) для государственных нужд;
- содействие развитию малого и среднего предпринимательства на муниципальном уровне;
- совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей сферу малого предпринимательства;
- развитие инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;
- поддержка начинающих малых инновационных компаний: гранты на создание инновационной компании;
- повышение эффективности информационного обеспечения субъектов малого предпринимательства.

Все перечисленные мероприятия, которые необходимо осуществлять для развития предпринимательства в регионах, распространяются в целом на всех начинающих предпринимателей. На вопрос о существующих мерах поддержки и их необходимости непосредственно молодежного бизнеса, мнения экспертов разделились. Каждый регион решает этот вопрос по-своему. Часть регионов не выделяют отдельных мер поддержки молодежного предпринимательства, ссылаясь на отсутствие такой необходимости в связи с равнозначностью подхода ко всем начинающим предпринимателям вне зависимости от возраста. Поэтому поддержка молодежного предпринимательства осуществляется в рамках существующих областных целевых и государственных программ, направленных на развитие малого и среднего предпринимательства.

В других регионах действуют программы поддержки молодежного предпринимательства как федерального уровня, так и собственные инициативы.

Опыт ХМАО-Югры

В Югре существует окружной проект «Ты – предприниматель» – это стартовая площадка для молодых и самостоятельных людей, которые планируют открытие своего дела.

Прохождение обучения, помощь в открытии своего бизнеса и поддержка в его развитии.

В рамках проекта существует несколько направлений:

1. Образовательная программа по основам предпринимательской деятельности «Азбука бизнеса».

К реализации проекта «Азбука бизнеса» Фонд поддержки предпринимательства Югры приступил в сентябре 2011 года совместно с Департаментом экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, Департаментом образования и молодежной политики Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.

«Азбука бизнеса» — это профориентационные курсы для учащихся 10 — 11-х классов по основам предпринимательской деятельности. Занятия по единой уникальной программе проводятся одновременно во всех муниципальных образованиях округа.

Проект реализуется в рамках окружной программы развития малого и среднего предпринимательства и является одним из мероприятий комплексного плана, сформированного с целью развития молодежного предпринимательства в автономном округе. Он направлен на формирование позитивного отношения молодежи к предпринимательской деятельности, повышению финансовой грамотности старшеклассников, а также на развитие личностных компетенций учащихся, таких как лидерство, коммуникабельность, целеустремленность и другие.

Особенность занятий в том, что с учащимися работают не школьные учителя, а бизнес-тренеры, имеющие практический успешный опыт предпринимательской деятельности. Формат занятий — это тренинги, мастер-классы, деловые игры, встречи с предпринимателями и экскурсии. Свободная атмосфера живого общения между тренером и учащимися позволяет заинтересовать школьников и способствует усвоению материала в наиболее полном объеме.

Программа обучения курсов рассчитана на 2 года. По окончании первого года обучения ребята формулируют свои бизнес-идеи. А в конце второго года обучения уже представляют на рассмотрение конкурсной комиссии свои бизнес-проекты.

По итогам каждого года обучения старшеклассники получают сертификаты, подтверждающие прохождение данных курсов.

За весь период действия программы порядка 1200 старшеклассников округа прошли обучение в рамках проекта «Азбука бизнеса».

2. Программа «Факультет бизнеса»

Программа обучения «Факультет бизнеса» реализуется с 2011 года Фондом поддержки предпринимательства Югры на базе 18 высших и среднеспециальных учебных заведений округа.

Целью программы является популяризация предпринимательства среди студентов, их вовлечение в предпринимательскую деятельность.

В процессе реализации программы обучения «Факультет бизнеса» студенты округа участвуют в различных тренингах, деловых играх и семинарах, повышающих личностные качества и деловую эффективность.

За весь период действия программы свыше 2100 студентов округа прошли обучение в рамках проекта «Факультет бизнеса».

Программа обучения «Факультет бизнеса» является одним из проектов комплексного плана мероприятий по развитию молодежного предпринимательства в рамках региональной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Ханты-Мансийском автономном округе — Югре».

3. Конкурс молодежных бизнес-проектов «Путь к успеху!»

Главная задача проекта — выявление творческих, интересных и финансово привлекательных идей, претворение в жизнь которых будет способствовать успешному социально-экономическому развитию города и округа.

Победители Конкурса получают грантовую поддержку от Фонда поддержки предпринимательства Югры в размере до 300 тыс. рублей.

4. Окружной конкурс журналистского мастерства

Фонд поддержки предпринимательства Югры дает возможность реализовать себя не только владельцам собственного бизнеса, но и журналистам, освещающим деятельность предпринимателей.

В этом конкурсе журналисты могут посостязаться в умении в качестве, интересности и оригинальности материалов, затрагивающих такую сферу деятельности, как малый и средний бизнес.

Однако стоит отметить, что этот конкурс является уникальной

возможностью не только для журналистов, реализующих себя в этой сфере, но и для самих предпринимателей. Благодаря этому конкурсу о самых выдающихся успехах и достижениях владельцев малого и среднего бизнеса смогут узнать все жители родного города, района и даже целого округа.

5. Слет молодых предпринимателей

Выездное мероприятие.

6. Клуб наставников

Клуб экспертов-наставников создан с целью развития молодежного предпринимательства на территории Ханты-Мансийского автономного округа — Югры.

Основные задачи:

- оказание поддержки предпринимателям в успешном становлении и развитии их предпринимательских проектов на примере и с использованием практического опыта бизнес-наставников;

- повышение предпринимательских компетенций предпринимателей и развитие ответственного отношения к предпринимательству, укрепление у предпринимателей уверенности в своих силах и развитие навыков принятия управленческих решений в сложных ситуациях;

- моральная поддержка в затруднительных ситуациях;

- содействие повышению конкурентоспособности предпринимательского проекта.

7. Проект «Адаптация молодых людей, отбывающих наказание в местах лишения свободы, через вовлечение в предпринимательскую деятельность»

Предлагаемый Фондом поддержки предпринимательства Югры проект по вовлечению молодых людей, отбывающих наказание в исправительных колониях, в предпринимательскую деятельность призван обеспечить возможность самозанятости молодежи после ее освобождения из мест лишения свободы путем создания собственного бизнеса.

Проект включает в себя поэтапную реализацию следующих этапов:

- информирование осужденных молодых людей о проекте, определение тех, кто хотел бы принять участие в нем;

- отбор, выявление молодых людей, имеющих высокий потенциал предпринимательских способностей;

- профильное обучение, приобретение молодыми людьми навыков ведения бизнеса;

- сопровождение молодых людей, желающих организовать собственный бизнес, после их освобождения из мест лишения свободы.

Все обучающие программы, проводимые в рамках проекта, ориентированы на индивидуальное развитие молодых людей, усиление их творческого и интеллектуального потенциала. В рамках обучения молодым людям будут предлагаться технологии и инструменты, позволяющие эффективно строить бизнес в современных условиях. Кроме того, каждый мастер-класс предусматривает индивидуальные консультации участников.

По итогам обучения для всех участников проекта будет проведено анкетирование с целью определения дальнейшего пути развития каждого из них. Анкетирование позволит выявить тех, кто после освобождения из мест лишения свободы планирует трудоустроиться по договору найма, и тех, кто решил создать собственный бизнес. Независимо от результатов анкетирования каждый участник проекта получит сертификат об успешном прохождении обучения.

Для тех молодых людей, которые после освобождения инициируют создание бизнеса, существует комплексная система сопровождения от Фонда поддержки предпринимательства Югры и инфраструктуры поддержки.

Опыт Екатеринбурга

В Екатеринбурге существует НО Фонд «Екатеринбургский центр развития предпринимательства» — некоммерческая организация,

созданная в 2010 году Администрацией города для развития малого и среднего бизнеса города. Фонд реализует муниципальные инструменты развития предпринимательства, способствует созданию новых предприятий и рабочих мест, развитию существующих проектов, расширению объемов продукции предприятий города на региональных, федеральных и международных рынках. Фонд не занимается прямой финансовой поддержкой бизнеса — выдачей грантов и субсидий.

Бюджетные инструменты зачастую мешают бизнесменам проектировать независимые и крепкие компании.

Для этого, в рамках государственной программы «Развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства в муниципальном образовании «город Екатеринбург», Фонд проводит бесплатное обучение и консультирование по созданию и ведению бизнеса.

Предприниматели города бесплатно получают консультации по самому широкому спектру вопросов: от ведения бухгалтерского учета, составления хозяйственных договоров до бизнес-моделирования, маркетинга и стратегии развития бизнеса. В Фонде руководители и специалисты малых и средних предприятий бесплатно проходят обучение. Опытные преподаватели, городские гуру бизнеса проводят обучение по всем актуальным темам: от тренингов по продажам до практик по коммерциализации инноваций и управления персоналом.

Для предпринимателей, которые планируют начать свой бизнес или выпустить на рынок новый продукт, специалисты Фонда бесплатно проводят маркетинговые исследования, аудит маркетинговых планов, дают рекомендации по продвижению.

Авторам инновационных проектов Фонд оказывает содействие в коммерциализации ноу-хау, работе с инвесторами.

Для старта бизнеса Фонд «Екатеринбургский центр развития предпринимательства» предоставляет места в бизнес-инкубаторе. Для желающих вести бизнес в домашних условиях Фонд предоставляет бесплатную возможность подключения к виртуальному офису. Помимо этого, для производственных предприятий города есть возможность размещения в технопарках.

Кроме действий, направленных на развитие конкретных предприятий, Фонд проводит мероприятия по повышению уровня деловой активности, способствует популяризации и укреплению престижа профессии предприниматель.

Опыт Пермского края

Содействие с проектом «Молодой бизнесмен», Федеральная программа «Ты — предприниматель».

В рамках программы проходит множество бесплатных мероприятий по поддержке молодежного предпринимательства: обучение, консультирование и многое другое. Это очень интересные и полезные события. Они расширяют круг знакомств и открывают новые горизонты возможностей.

Участие в программе состоит из 6 шагов: участие в информационных конференциях, заполнение заявки, тестирование, бесплатное обучение, разработка своего бизнес-проекта и успешный старт.

Программа «Ты — предприниматель» на федеральном уровне сопровождается и контролируется Федеральным агентством по делам молодежи (Росмолодежь). предпринимательства.

Цель программы — развитие молодежного предпринимательства в России.

Задачи программы:

- популяризация предпринимательства и вовлечение молодых людей в бизнес;
- отбор активных и целеустремленных молодых людей для участия в программе;
- бесплатное обучение созданию и развитию своего бизнеса;
- создание механизмов, позволяющих преодолевать высокие издержки выхода на рынок;
- государственная поддержка начинающих молодых предпринимателей.

Единая программа обучения для всех районов Пермского края.

С 25 февраля по 3 апреля 2014 года в рамках реализации федеральной программы «Ты — предприниматель» на территории Пермского края прошли информационные конференции для молодых людей в возрасте 18 — 30 лет.

Специальная образовательная программа «Ты — предприниматель»: 120 часов обучения, из них 50 часов очного обучения.

Модуль 1 «Ты — предприниматель»

В результате прохождения модуля участники смогут освоить и развить необходимые навыки личной эффективности, выстроить систему личных ценностей предпринимателя и найти/сгенерировать актуальную бизнес-идею.

Ключевые методы: баддинг, мозговой штурм, тренинг, проектная работа, индивидуальные консультации.

Модуль 2 «Бизнес-конструктор»

У слушателей будут сформированы необходимые теоретические знания и практические навыки по бизнес-планированию, представления о процессе планирования деятельности компании, получение необходимых навыков для решения экономических задач и составления бизнес-плана. Ключевые методы: workshop, дискуссионный клуб, деловая игра, бизнес-площадка Face2Face, кейс-стади, проектная работа. Вебинар.

Модуль 3 «Ты — руководитель»

Участники получают инструменты для разработки программы мотивации своих сотрудников, повысят свою коммуникативную компетентность, получат практический опыт в планировании производственного задания и делегировании его выполнения подчиненным, смогут качественно разрабатывать и проводить комплекс мероприятий. Ключевые методы: мастер-класс, деловая игра, бар-кемп, workshop, проектная работа.

Модуль «Профи»

Глубокое понимание выбранной участниками сферы деятельности, знакомство с опытом реально действующих предприятий и компаний в выбранной сфере. Ключевые методы: глубокое погружение, коучинг, секондмент, шэдуинг.

Ключевые методы: мастер-класс, деловая игра, бар-кемп, workshop, проектная работа.

Модуль 4 «Профи»

Глубокое понимание выбранной участниками сферы деятельности, знакомство с опытом реально действующих предприятий и компаний в выбранной сфере.

Ключевые методы: глубокое погружение, коучинг, секондмент, шэдуинг.

Конкурс проектов

Оценка проекта ведущими экспертами Перми. Рекомендации по реализации проекта.

Призовой фонд — 20 победителей.

Ключевые методы: экспертные сессии, защита проекта.

Таблица 3. Основные группы препятствий

Финансовые	Административные	Экономические	«Политические»	Кадровые	Информационные
недостаток стартового капитала для начала предпринимательской деятельности;	система открытия (регистрации) предприятий носит разрешительный характер, при котором предприниматель вынужден добиваться целого ряда разрешений и согласований, причем задержки с получением отдельных виз зачастую не имеют серьезных обоснований;	высокая степень неустойчивости положения на рынке;	зависимость от крупных компаний;	дефицит кадров по рабочим профессиям;	неполная информированность субъектов малого и среднего предпринимательства по вопросам ведения предпринимательской деятельности, особенно в сельских поселениях, вследствие слабого развития на их территории информационно-коммуникационных технологий;
сложности в получении кредитов и привлечении дополнительных финансовых средств;	длительные процедуры согласования и высокие издержки;	повышенная чувствительность к изменениям условий хозяйствования;	неуверенность и осторожность хозяйствующих партнеров при заключении договоров (контрактов);	недостаток квалифицированных кадров и знаний для ведения предпринимательской деятельности;	отсутствие сведений о рынке
неопределенность вопроса о правомерности применения системы налогообложения в виде единого налога на вмененный доход (ЕНВД) при продаже товаров бюджетным организациям и муниципальным учреждениям, которые не занимаются предпринимательской деятельностью (больницам, центрам соцпомощи, детским учреждениям);	организация непроверенных проверок предпринимателей контролирующими органами, административного давления на бизнес;	неблагоприятные внешние факторы (высокая конкуренция, низкая платежеспособность населения, высокие расходы на электроэнергию)	влияние торговых сетей на ситуацию в сфере малого бизнеса территорий		
отсутствие действенных финансово-кредитных механизмов и материально-ресурсного обеспечения развития малого предпринимательства	наличие административных ограничений в деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства;				
	неэффективный учет субъектов малого и среднего предпринимательства органами госстатистики				

7. Некоторые выводы

Таким образом, результаты проведенного исследования, анализ мнений представителей молодого поколения и институтов поддержки предпринимательства в регионах, а также аналитические материалы в области текущего положения развития молодежного предпринимательства позволяют сделать несколько ключевых выводов. Во-первых, все стороны признают повышение интереса со стороны населения к развитию малого предпринимательства, в частности со стороны молодежи. Однако существует серьезный информационный барьер в вопросах организации и развития собственного бизнеса представителями молодого поколения, что свидетельствует о необходимости проведения просветительской и консультационной работы в этом направлении. Поэтому для развития молодежного предпринимательства на данном этапе можно обозначить ключевые задачи, которые необходимо решить¹:

1) популяризировать предпринимательскую деятельность среди молодежи. Для решения данной стратегической задачи необходимо:

- проводить игровые и тренинговые мероприятия;
- устраивать олимпиады по предпринимательству для старшеклассников;
- приглашать молодежь на образовательные курсы;
- организовать выпуск социальной рекламы, формирующей позитивное отношение к предпринимательству как к востребованной и достойной профессии;
- информировать о государственной поддержке молодых предпринимателей;

– разработать и распространить рекламные материалы, пропагандирующие идею честного и социально ответственного предпринимателя, являющегося основой экономического прогресса страны;

– информировать молодежь о проводимых конкурсах бизнес-проектов;

2) массово вовлекать молодых людей в предпринимательскую деятельность. При решении этой задачи необходимо распространять агитационные материалы о программах, проводимых государством, устраивать анкетные опросы молодежи в учебных заведениях. Каждая анкета должна содержать раздел с контактными данными. После обработки анкет необходимо составить базу данных молодых людей, готовых стать предпринимателями. Проведение информационных конференций с молодежью, желающей открыть собственные предприятия, на них должны приглашаться успешные предприниматели, представители бизнеса и власти;

3) осуществлять отбор молодежи, имеющей способности к ведению предпринимательской деятельности. Необходимо проводить экспертные сессии в форме собеседования, когда действующие предприниматели будут оценивать бизнес-идеи и беседовать с их авторами. Конкурсы бизнес-идей позволяют найти действительно интересные предложения и реализовать их на практике;

4) проводить профильное обучение с целью привития молодым людям навыков ведения бизнеса.

1. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе // Российское предпринимательство. – 2011. – № 10. Вып. 2 (194). – с. 11 – 16. – <http://www.creativeconomy.ru/articles/13919/>