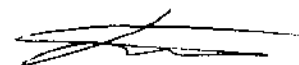


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЕГАЗОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи



Грошева Любовь Игоревна

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-АКТИВНОСТЬЮ МОЛОДЁЖИ
В ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ

Специальность 22.00.08 – социология управления

Диссертация

на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель:

доктор социологических наук, профессор
Костко Наталья Анатольевна

Тюмень – 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БИЗНЕС-АКТИВНОСТИ МОЛОДЁЖИ	17
1.1. Теоретическая интерпретация понятия «бизнес-активность» в системе научного знания.....	17
1.2. Анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на бизнес- активность молодёжи.....	42
1.3. Нормативно-правовые основы поддержки молодёжного бизнеса	64
Глава 2. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС- АКТИВНОСТЬЮ МОЛОДЁЖИ	81
2.1. Анализ системы управления молодёжной бизнес-активностью в России и за рубежом	81
2.2. Диагностика действующей системы управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области	102
2.3. Разработка управленческой модели формирования бизнес-активности на региональном уровне	147
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	165
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	169
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	200

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Молодёжь является самой мобильной и динамично развивающейся группой населения. Однако в современных условиях формируется значительный кластер молодых людей, ценностные установки которых носят негативную окраску и реализуются в рамках нескольких тенденций. Во-первых, это выбор иждивенческого типа существования (синдром хикикомори) – исключает всякую социальную активность индивида, в том числе и ориентиры на креативный подход к выполнению задач. Такая тенденция уже получила широкое распространение в Японии, странах Евросоюза и США, как ответ на страх перед неопределённым будущим и отсутствием гарантированных перспектив [21]. Во-вторых, в современной России активно формируется статусная диссоциация, когда молодёжь с высшим образованием занята низкоквалифицированным трудом [21]. Это вызывает рост апатии и повышает склонность к неодобряемым видам поведения. В-третьих, давление со стороны государственной системы управления и стремление молодёжи к максимально сжатому сроку получения прибыли приводят к предпочтению неформальных способов ведения бизнеса [23]. В-четвёртых, молодые люди в качестве значимых условий или средств достижения успеха выделяют явления, негативно оцениваемые в массовом сознании: использование властных ресурсов, связей (54 %) [69, С. 53].

Указанные факты свидетельствуют о наличии ряда проблем формирования молодёжи как активного субъекта общественной жизни. Значимым ресурсом повышения социальной активности молодого поколения, снижения негативного тренда в молодёжной среде является бизнес-активность, для формирования и развития которой необходимы управленческие меры, направленные на поддержку инновационной деятельности. Следовательно, возникает необходимость в создании инструментов и моделей управленческого характера, которые будут способствовать разрешению сложившихся проблем.

Учитывая современную социальную обстановку, характеризующуюся

высоким уровнем нестабильности и изменчивости, изучение бизнес-активности молодёжи актуализируется необходимостью совершенствования управления в сфере формирования инициативной деятельности и адаптации молодёжи к предпринимательской среде. Нивелирование структурных недостатков управления указанной сферой содержит потенциал повышения интенсивности отдачи от инвестиций в данную сферу и повышения качества жизни населения. В Тюменской области на первый план выходят задачи активизации конкурентного и инновационного потенциала региона, а также особое внимание уделяется мобилизации предпринимательской энергии и деловой активности, предполагающей привлечение значительного интеллектуального потенциала. Поставленные перед государством в целом и регионами в частности задачи в сфере интенсификации импортозамещения, повышения благосостояния граждан могут быть решены путём развития бизнес-активного поведения молодёжи, однако его активизация должна быть следствием научно обоснованных действий и методов работы.

В целом работа в данном направлении актуализируется необходимостью совершенствования системы управления в сфере формирования бизнес-активности (и предпринимательской активности в частности) и адаптации молодых предпринимателей, для повышения интенсивности отдачи от инвестиций в данную сферу. Увеличение доли самозанятой молодёжи не только является желательным для неё самой, но также представляет интерес для органов власти и населения, т.к. в результате организуется новое производство: сервисное или промышленное, ввиду чего увеличивается разнообразие продукции и вероятность появления уникальных продуктов.

Степень научной разработанности темы. Необходимо отметить, что такое явление как «бизнес-активность» не входило в сферу научных интересов учёных в России до 1990-х гг. в силу объективно сложившихся обстоятельств. В новых социальных условиях активизировались научные исследования в области управления сферой предпринимательской деятельности, при этом интересы

исследователей сконцентрировались на изучении социальной активности, бизнеса, предпринимательства, управления и др. Несмотря на это, понятие «бизнес-активность» не получило широкого распространения и в современной научной литературе. Поэтому для изучения вопросов управления бизнес-активностью молодёжи был использован междисциплинарный подход, который позволил систематизировать имеющиеся знания в классических и современных работах в области социологии, экономики, менеджмента и других наук.

Наиболее общие аспекты системы управления общественными институтами, социальными процессами и организациями в условиях внутренних и внешних трансформационных преобразований современного общества были представлены в работах Е.А. Ануфриева [4], М.Л. Белоножко [14, 107], А.А. Грицанова [198], П. Друкера [77, 240], Г.Е. Зборовского [90, 91], Н.Б. Костиной [77, 91], В.А. Костина [120], М. Кассона [236], А.И. Пригожина [166] и др., что стало основой для формирования комплексной модели управления молодёжной бизнес-активностью в регионе.

С целью чёткого разграничения понятий «бизнес» и «предпринимательство», устранения сложившегося в управленческой практике восприятия их как тождественных, актуализировалась необходимость углублённого анализа классических работ по социологии и социологии предпринимательства, в частности: М. Вебера [22], Э. Дюркгейма [79], В. Зомбарта [93], Й. Шумпетера [226]. На основании теории предпринимательства Й. Шумпетера в работе были выделены основные признаки собственно предпринимательской деятельности, факторы и условия, позволяющие стимулировать и повышать её качество посредством государственных управленческих механизмов поддержки.

Научные труды отечественных учёных Г.Л. Багиева [8], А.В. Бусыгина [19], В.В. Генералова [34], А.В. Голубева [41], Т.И. Заславской [89], И. Кирцнера [107], Д.В. Кислина [108], М.В. Лычагина [34], И.М. Модель [140], Б.С. Модель [140], В.В. Радаева [172], В.В. Томилова [8] и др. позволили оценить специфику молодёжной бизнес-активности и предпринимательства в условиях

трансформаций переходного общества, находившегося на стыке постсоциалистических и рыночных отношений. В результате была выявлена система внутренних и внешних факторов, нивелирующих или стимулирующих развитие молодёжного бизнеса. Высокая степень неустойчивости и неоднозначности воздействия одних и тех же факторов на молодёжную бизнес-активность в пространственном и временном отношении определяет управление бизнес-активностью как рисковое направление работы с молодёжью.

Выявленная особенность актуализировала рассмотрение рискологического подхода, представленного в исследованиях У. Бека [12,13, 234], Э. Гидденса [234], В.Е. Есипова [81], М.А. Кленовой [110], Г.А. Маховиковой [81], С.К. Мирзажанова [81], Ф. Найта [145], М. Питерса [217], Р. Хизрича [217] и др. В системе государственного и регионального управления молодёжь является ресурсом интенсификации развития общественных отношений, которые характеризуются высоким уровнем инноваций и рисков, поэтому в каузальной связи с теорией риска проанализирован ресурсный подход на основе трудов В.А. Лукова [130] и К. Маннгейма [248]. Конкретные социальные практики работы с молодёжью как базовым ресурсом общества рассмотрены в работах И.М. Дзялошинского [73], С.П. Иваненкова [95, 96], А.В. Кострикина [95], Н.М. Костиной [132], Э.А. Мальцевой [132] и др.

Социальная активность молодёжи, как наиболее общая категория для бизнес-активности, была подвергнута анализу на основе исследований В.Г. Мордкович [143], В.И. Овчинникова [151], А.П. Петрова [157], В.В. Помыкалова [143], И.Ч. Христовой [219] и др. Технологии управления активностью проанализированы с опорой на разработки Л.Б. Консвисаревой [115], И.В. Королёва [119], А.В. Попова [160], Д.В. Ясинского [232].

Структурирование социальной, общественной и гражданской видов активности в диаде «социальное-общественное» осуществлено на основе разработок Д. Александера [233], Ю. Андреевой [3], Е.А. Ануфриева [5], А.В. Брушлинского [18], Б.А. Ручкина [185], В.А. Ситарова [194]; в системе

«общественное-гражданское» – на основе исследований Л.В. Вишневецкой [24], Л.Д. Гудкова [69], Б.В. Дубина [69], Н.А. Зоркой [69] и др. Научно-обоснованные подходы к управлению социальной активностью молодёжи конкретизированы на основе работ Ю.Р. Вишневецкого [25, 26], И.М. Ильинского [98], В.И. Чупрова [222]. Уточнение классификации социальной активности молодёжи позволило определить функционально обусловленную специфику бизнес-активности, её место в общей структуре активности.

Управление молодёжным бизнесом во многом сопряжено с состоянием объекта управления и текущим уровнем развития инфраструктуры. Наиболее значимые в этом отношении результаты были получены на основе изучения трудов Ю.Г. Волкова [27, 28], Т.И. Заславской [88], Г.Е. Зборовского [91], Ю.А. Зубок [94], Е.Н. Даниловой [102], В.Г. Мордкович [142], В.А. Ядова [102] о положении российской молодёжи на рынке труда в современных социально-экономических условиях, выявлении управленческих аспектов предпринимательства в молодёжной среде, что позволило свести различные элементы активности в единую структуру.

В области методологии и методики изучения ценностных ориентаций и образа жизни молодёжи, в том числе в рамках бизнес-активного поведения, для выполнения исследования большое значение имели разработки М.К. Горшкова [37], В.И. Добренькова [75], И.С. Кона [112], А.И. Кравченко [75], В.Т. Лисовского [129], Ф.Э. Шереги [37]. Результаты фундаментального исследования «Молодёжь России: социологический портрет» (под руководством М.К. Горшкова и Ф.Э. Шереги) были использованы в качестве статистической базы для выявления основных проблем развития молодёжного бизнеса. Анализ поведения молодёжи в изменяющихся условиях (реакция и адаптивность к происходящим изменениям) в ходе реформирования государственной и региональной систем управления проведён на основе трудов И.М. Ильинского [98], В.И. Чупрова [223] и др. Меры государственного и регионального регулирования в области молодёжной политики изучены на основе исследований Е.А. Ануфриева [5], Е.Н. Даниловой [102], В.Г.

Мордкович [142], В.А. Ядова [102] и др.

Нормативно-правовое обеспечение системы управления молодёжным бизнесом и предпринимательством подробно рассмотрено в работах Е.В. Хальзовой [216], результаты исследований которой послужили в качестве ориентиров для анализа имеющихся нормативно-правовых документов международного, государственного и регионального уровней управления.

Изучение социальной активности молодёжи в Тюменской области, вопросов управления в сфере бизнеса и предпринимательства в дискурсе современной науки было осуществлено на основе работ К.Г. Барбаковой [10], О.М. Барбакова [10], Ю.М. Беспаловой [15], А.С. Гаврина [10], В.В. Гаврилюк [33], Ю.М. Конева [114], И.Р. Ракши [174], Л.Л. Тонышевой [202, 203], М.Ф. Шведовой [224, 225].

Особенности реализации инструментов регионального самоуправления, их потенциальная эффективность в современных условиях, представленные в работах Н.А. Костко [10, 121, 122, 123], А.А. Попковой [121, 122], позволили выделить базовые направления поддержки молодёжи с учётом имеющейся инфраструктуры в Тюменской области. Вопросы безопасности вовлечения молодёжи в бизнес-активное поведение и страхования их от высоких рисков посредством инструментов государственного и регионального управления рассмотрены на основе исследований С.Г. Симонова [190,191,192]. Этические основы бизнеса и предпринимательства изучены с опорой на труды В.И. Бакштановского [9], Ю.М. Беспаловой [15], В.И. Маслова [134], Ю.В. Согомонова [9].

Несмотря на наличие большого массива научной и научно-практической информации, посвящённой изучению проблем молодёжи, социальной активности, самореализации молодёжи; развитию бизнеса в российских условиях и координации усилий государства и различного рода коммерческих и некоммерческих структур; обширной нормативно-правовой базы, регулирующей предпринимательство и бизнес – проблемы управления и стимулирования бизнес-активности в молодёжной среде не теряют своей актуальности. В социологической науке бизнес-активность, как характерное для современной молодёжи явление,

рассматривалось преимущественно с точки зрения предпринимательства, как синонима бизнес-активного поведения. В современных научных исследованиях происходит смешение понятий традиционного и инновационного видов бизнеса, в то время как указанные формы имеют различные запросы по отношению к управляющей системе. Наличие указанных проблем и противоречий, которые в ряде случаев оказывают значительное влияние на эффективность системы управления бизнес-активностью молодёжи, послужило импульсом для проведения исследований в данной сфере.

Объектом исследования является молодёжь в возрасте от 18 до 30 лет, проживающая в Тюменской области.

Предмет исследования: управление бизнес-активностью молодёжи на региональном уровне.

Гипотеза исследования. В настоящее время отсутствует системный подход к управлению молодёжной бизнес-активностью на всех уровнях управления. Дифференцированный подход к поддержке молодёжных предприятий на основе комплексной модели позволит максимально удовлетворить потребности, возникающие у молодёжи в ходе взаимодействия бизнеса с внешней средой.

Цель диссертационной работы: разработка комплексной модели и механизмов управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области.

Для достижения цели были поставлены следующие **задачи** диссертационного исследования.

1. Уточнить понятийный аппарат исследования, в частности, дефиниции «социальная активность», «бизнес-активность».

2. Определить систему внутренних и внешних факторов, обуславливающих формирование и развитие бизнес-активности молодёжи.

3. Выделить на основе системного подхода параметры управления бизнес-активностью молодёжи на региональном уровне.

4. Провести социальную диагностику эффективности системы регионального управления по поддержке и развитию молодёжной бизнес-активности в Тюменской области.

5. Выявить содержание социального механизма регионального управленческого воздействия на формирование бизнес-активного поведения молодёжи.

6. Разработать комплексную модель управления бизнес-активностью молодёжи с учётом текущих располагаемых ресурсов и совершенствования существующих механизмов управления на региональном уровне.

Теоретико-методологическая основа исследования. Методологической основой диссертации стали фундаментальные положения классических и современных теорий в области общей социологии, социологии управления, экономической социологии и менеджмента. Основой для построения авторской концепции выступили: структурный функционализм (Э. Дюркгейм [79], Т. Парсонс [154, 155]); функционализм (Р. Мертон [137]); теория социального действия и рационализации (М. Вебер [22]). Значимой основой диссертации стали: теория предпринимательства и предпринимательской деятельности (Й. Шумпетер [226], В. Зомбарт [93], Д. Макклелланд [251]), теория коллективного действия (С. Московичи [144]), социологическая теория риска (У. Бек [13], Н. Луман [131], Ф. Найт [145], Ю.А. Зубок [94] и др.), теория управления (П. Друкер [77]). В ходе раскрытия специфики системы государственного управления бизнес-активностью был задействован ресурсный подход (К. Маннгейм [133]).

Структура и содержание работы подчинены принципам сочетания логического и исторического анализа, раскрытия соотношения общего и особенного в процессе изучения предмета исследования. Достоверность выводов была достигнута посредством реализации общенаучных методов обобщения, аналогии, анализа документов, сравнительного анализа, системного анализа.

Эмпирическая база исследования включает в себя:

1) анализ отечественных и зарубежных программ поддержки предпринимательства международного, всероссийского и регионального уровней; вторичный анализ единовременных исследований и мониторингов предпринимательской активности в рамках проектов международного, государственного и регионального уровней [257], а также научные разработки авторских коллективов, исследовательских групп;

2) данные, полученные в результате авторских социологических исследований молодёжной бизнес-активности:

– экспертный опрос методом формализованного интервью (январь-май 2014 г.) – исследование мнения молодых предпринимателей (N=40) с целью выявления внутренних и внешних факторов, влияющих на систему управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области. В качестве экспертов выступила трудоспособная молодёжь в возрасте 18-30 лет, осуществляющая фактическую предпринимательскую деятельность, в том числе, зарегистрированная в качестве резидентов ГБУ ТО «Областной бизнес-инкубатор», на территории субъекта федерации в гг. Тюмень, Тобольск, Ялуторовск, Заводоуковск, Салехард, Надым, Новый Уренгой и др.;

– анкетный опрос студенческой молодёжи (август-декабрь 2014 г.) в возрасте 18-25 лет с целью выявления социальных установок на занятие бизнес-деятельностью (г. Тюмень – 455 человек, г. Павлодар – 427 человек). Отбор респондентов осуществлялся путём направленной (целевой) выборки, не требующей расчёта выборочной совокупности (поскольку не имеется данных об объёме генеральной совокупности) и ошибки выборки. В качестве вспомогательного был использован метод «снежного кома». Обработка результатов исследования осуществлялась при помощи программы Vortex 10.

Научная новизна диссертационной работы.

1. Уточнено понятие «социальная активность» в рамках диссертационного исследования и обосновано применение термина «бизнес-активность» как понятия,

объединяющего те виды бизнес-активного поведения, которые прямо или косвенно становятся объектом воздействия со стороны государственной системы управления.

2. Выявлена совокупность внутренних и внешних факторов, влияющих на развитие молодёжного бизнеса на различных этапах его формирования.

3. Определена система индикаторов эффективности управления бизнес-активностью молодёжи на региональном уровне, которая может стать основой для социальной диагностики и управленческих действий.

4. Предложена методика социальной диагностики эффективности управления по поддержке и развитию молодёжной бизнес-активности в Тюменской области.

5. Обосновано содержание социального механизма регионального управленческого воздействия на бизнес-активное поведение молодёжи.

6. Разработана комплексная модель управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области.

На защиту выносятся следующие положения:

1. Сформулировано интегрированное понятие социальной активности как формы проявления интенсивно мотивированной деятельности субъекта, заключающейся в переработке материальных и духовных культурных ценностей с целью создания качественно нового или поддержания существующего объекта, или явления и характеризующаяся воздействием на личностную структуру субъекта и социум, регулирующий деятельность индивидов посредством институтов социализации. Бизнес-активность представляет собой вид инициативной социально-экономической активности, направленной на получение субъектом материальных и духовных благ посредством реализации традиционной, дискретной форм ведения бизнеса, либо новаторской предпринимательской инициативы, способствующей самосовершенствованию, влияющей на функционирование социума и деятельность государства.

2. Совокупность внутренних и внешних факторов, выделенных в работе, сформирована в отношении бизнес-активности как комплексного явления, соединяющего инновационную деятельность (предпринимательство) и традиционные способы ведения бизнеса в единый целевой ориентир для системы государственного и регионального управления. Полученная классификация, в отличие от имевшихся ранее, учитывает возможность осуществления обратной связи со стороны предпринимательской среды (с целью усиления субъект-объектной ориентации будущей модели) и определения характера источника воздействия на бизнес-активность (с целью отражения эффективности прямого и косвенного воздействия органов власти на бизнес-активное поведение). В результате выработана двухмерная оценка среды, влияющей на бизнес-активность молодёжи, с учётом глобальных, условно-постоянных и переменных факторов с точки зрения их действия во внутренней или внешней среде функционирования бизнес-единицы.

3. Индикаторы эффективности управления бизнес-активностью молодёжи выделены по направлениям в рамках личностного, институционального и процессного уровней управления, что позволяет оценить результативность управленческого воздействия. Преимущество предлагаемой системы индикаторов состоит в том, что при диагностике проблем в определённой сфере развития бизнес-активности молодёжи имеется возможность выборочного использования показателей или их комбинирования в зависимости от потребностей системы управления.

4. Социальная диагностика эффективности управленческих мер по развитию бизнес-активности в регионе предполагает три этапа. На первом производится оценка нормативного обеспечения, развитости инфраструктуры и взаимодействия основных субъектов со стороны государства. Второй этап заключается в профессиональной оценке со стороны экспертов-практиков (бизнесменов) имеющейся бизнес-среды с целью выявления внутренних и внешних факторов, влияющих на систему регионального управления молодёжной бизнес-

активностью. Третий нацелен на выявление перспективы вовлечения молодёжи в данный вид деятельности для оценки приоритетного направления развития управленческого воздействия. Предлагаемая методика позволит оценить не только текущее воздействие региональной системы управления на молодёжь, но и будет иметь определённый прогностический потенциал.

5. Социальный механизм управления бизнес-активностью молодёжи представляет собой динамичную гибкую структуру взаимодействия субъектов управления и выполняет мобилизирующую и регулирующие функции. Цель такого взаимодействия – это не только активизация деятельности субъектов управления, но и изменение целевых и ценностных установок объекта управления. Обеспечение реализации управленческого воздействия возможно в следующих направлениях: формирование нормативно-правовой базы управления молодёжной бизнес-активностью на территории Тюменской области; создание единой системы специализированных субъектов управления бизнес-активностью; мониторинг эффективности системы управления бизнес-активностью на основе единого перечня статистических сведений.

6. Полученные результаты социальной диагностики в регионе позволили разработать комплексную модель управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области. Модель объединяет распределение функциональных обязанностей субъектов управления молодёжной бизнес-активностью, сферы воздействия на молодёжь и их коммуникационные взаимосвязи. Механизм реализации предлагаемой модели включает комплекс мероприятий органов регионального и муниципального управления, некоммерческих и частных организаций по оптимизации работы с бизнес-активной молодёжью.

Теоретическая и практическая значимость исследования. Основные положения и выводы диссертационного исследования вносят определённый вклад в развитие социологии управления, дополняя уже имеющиеся знания в этой области. Выявлены сущность и механизмы управления молодёжной бизнес-активностью в условиях современной социальной реальности. Кроме того,

отдельные концептуальные положения могут послужить основой для дальнейшего изучения системы управления в области молодёжной политики, предпринимательства.

Положения и основные выводы, изложенные в работе, будут полезны для подготовки учебных курсов по социологии управления, социологии предпринимательства и экономической социологии. Результаты диссертационного исследования могут быть использованы в работе Департамента инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства, Областного бизнес-инкубатора, а также федеральных и региональных органов законодательной и исполнительной власти для разработки социальных программ по поддержке молодёжного предпринимательства.

Апробация исследования. Основные положения диссертационной работы отражены в 31 научной публикации, выполненной по теме научного исследования, общим объёмом 20,89 п.л.; 1,65 п.л. из которых – в научных изданиях, включённых в перечень ВАК. Основные положения диссертации были представлены и обсуждены на международных, всероссийских конференциях, среди которых:

а) Международные: «Якість економічного розвитку: глобальні та локальні аспекти» (Днепропетровск, Украина, 2012), «Современные тенденции в образовании и науке» (Тамбов, 2013), «Социальные и этнические процессы в развитии общества» (Улан-Удэ, 2013), «Личность в современном мире: быть или казаться?» (Костанай, Казахстан, 2013), «Продолжая Грушина» (Москва, 2013), «Культура, личность, общество в современном мире: опыт эмпирического исследования» (Екатеринбург, 2014, 2015), «Facing an Unequal World Challenges for Global sociology» (Yokohama, Japan, 2014), «Преступность, девиантность и социальный контроль в эпоху постмодерна» (Санкт-Петербург, 2014), «Региональная культурная политика: новые парадигмы» (Улан-Удэ, 2014), «Государство, общество, церковь в истории России XX-XXI веков» (Иваново, 2015 г.).

б) Всероссийские: «Государственное и муниципальное управление в

современной России» (Пермь, 2012), «Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие» (Москва, 2012), «Управление социально-экономическим развитием на макро-, мезо-, и микроуровнях» (Тюмень, 2012), «Современное российское общество и местное самоуправление» (Пермь, 2014), «Актуальные проблемы социологии молодежи, культуры, образования и управления» (Екатеринбург, 2014), «Теория и практика политического участия и гражданской активности молодёжи в современной России» (Санкт-Петербург, 2014).

Результаты исследования также обсуждались на кафедре маркетинга и регионоведения Тюменской государственной академии мировой экономики, управления и права.

Соответствие диссертации Паспорту научной специальности. Содержание диссертации соответствует паспорту специальности 22.00.08 – социология управления в части п. 4. Концептуальные и эмпирические исследовательские методы и процедуры в социологии управления и п. 15. Проблемы эффективности управленческой деятельности.

Структура работы. Диссертационная работа изложена на 168 страницах и состоит из введения, двух глав, включающих шесть параграфов, заключения, списка литературы, включающего 260 наименований, и 11 приложений.

Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БИЗНЕС-АКТИВНОСТИ МОЛОДЁЖИ

1.1. Теоретическая интерпретация понятия «бизнес-активность» в системе научного знания

Определение места и роли феномена «бизнес-активность» в современных условиях является достаточно сложной задачей. Причиной тому выступает концептуальная неопределённость терминологического поля категории «активность». Первой задачей на пути построения методологической конструкции является определение соотношения социальной, общественной и гражданской видов активности. Второй задачей выступает чёткое разграничение понятий деловой, экономической, предпринимательской и бизнес-активности.

Этимологическая природа категории «активный» концентрируется вокруг понятий «деятельный, энергичный» [95, С. 48]. В общем, широком понимании активность рассматривается как способ проявления деятельности человека при его взаимодействии с внешней средой. С другой стороны, активность определяется как способность (и степень способности) той или иной системы к самодвижению, саморазвитию, саморегулированию [95, С. 49]. Учитывая данный аспект явления, в понятие «активность» следует включить те виды деятельности индивида, которые связаны с преимущественной долей внутренней работы и результирующего влияния на общество, которое, в то же время может обладать достаточным уровнем социальной полезности, при наличии к этому необходимых условий. Человеческая активность, согласно идеям И.А. Коверзневой и Ю.В. Щербатых, проявляется на различных уровнях деятельности: физиологической, психофизиологической, психической, субъектной, социальной [111; 227].

На основе теоретического анализа справочной литературы, диссертант отмечает, что активность человека заключается в нескольких формах проявления: психическая (самопознание), индивидуальная (обучение, отдельные виды

профессиональной активности, познание, творчество) и общественная (общение, преобразование реальности, частично творческая активность), которая ближе всех к социальной активности [147; 183; 229; 230].

Особенность социальной активности, как наиболее близкой к искомому феномену категории, заключается в том, что в ходе её изучения необходимо применять междисциплинарный подход, основываясь на теориях социологии, психологии, педагогики, политологии, экономики.

Имеющиеся в научной литературе трактовки социальной активности диссертант систематизирует по ключевым характеристикам, выделенным авторами концепций, что представлено в Приложении 1. В результате анализа характеристик социальной активности автором диссертационной работы была выделена общая логическая структура, которая справедлива для большинства её видов. Любой вид социальной активности человека может быть представлен в виде следующей графической модели (рис. 1).

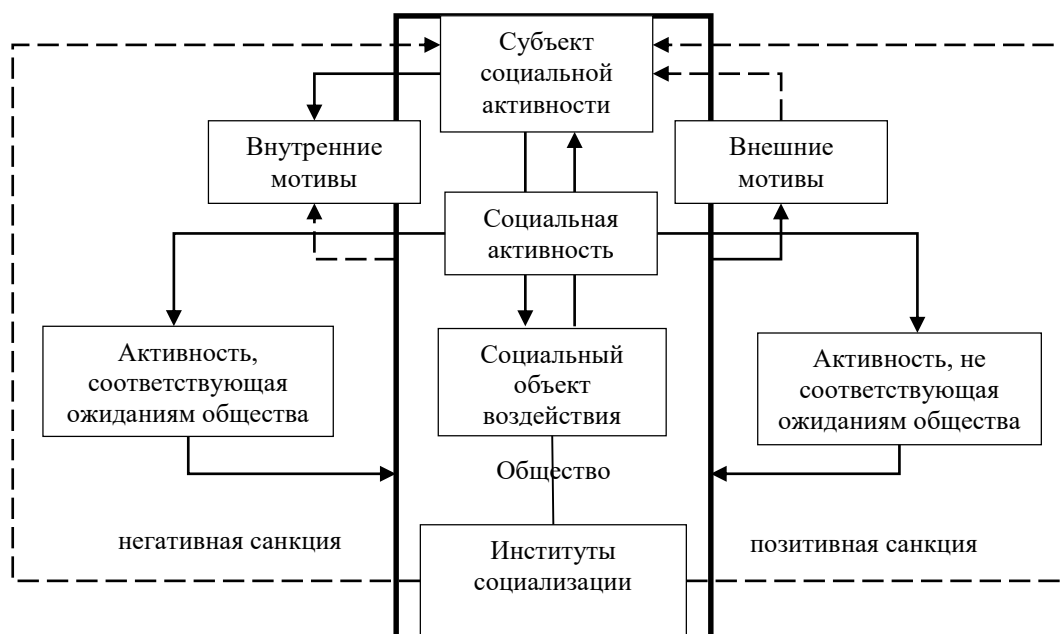


Рис. 1. Структура проявления социальной активности

Социальная активность представлена деятельностью субъекта (индивид, группа или социальный институт), обладающего конкретной целью и видением

предполагаемого результата воздействия на объект. Согласно мотивационной теории А. Маслоу [250, С. 84], любое действие вызвано группой мотивов определённого уровня (физиологического, социального и др.), таким образом, деятельность субъекта обусловлена внешней мотивацией со стороны общества и внутренней, которая, хотя и исходит от субъекта, также формируется в том числе и социумом. Результирующее социальное действие, в свою очередь, может быть оценено как положительное, соответствующее ожиданиям и нормам, принятым в обществе на текущий момент, так и отрицательное, деструктивно влияющее на установленные правила, разрушающее стабильность институтов и общественных отношений. Факт оценки действия позволяет социуму сформировать обратную связь с субъектом путём применения негативных или позитивных санкций формального и неформального типа. Субъектами контроля могут выступать как отдельные представители реальных или референтных групп, так и общество в целом, посредством государственных санкций, общественного порицания и прочих инструментов воздействия. Качество и эффективность обратной связи, составляющие основу работы системы государственного управления, представляют особый интерес в рамках диссертационного исследования.

Несмотря на достаточно обширную степень разработанности категориального аппарата и значительное количество проводимых исследований по теме социальной активности, всё ещё существует противоречивое смешение, в первую очередь, двух понятий: социальной и общественной активности. Кроме того, в качестве синонимичного используется термин «гражданская активность». Чтобы определить взаимосвязь этих понятий, необходимо выявить специфику каждого из них.

Существует несколько основных точек зрения, раскрывающих соотношение понятийной пары «социальное-общественное».

1. Отождествление на основе аналогии социум-общество. В.Г. Мордкович допускает равнозначное толкование «общественной» и «социальной» активности [142, С. 58].

2. Понятие «социальная активность» как родовое по отношению к понятию «общественная активность» – социальное наиболее общее, по мнению А.В. Брушлинского, исходное системное понятие, не всегда непосредственно направленное на людей [18, С. 18].

3. Понятие «общественная активность» А.С. Капто рассматривает как родовое по отношению к термину «социальная активность» [104, С. 14].

Таким образом, разграничивая понятия «социальная активность» и «общественная активность», автор диссертации останавливается на концепции наибольшего охвата видов деятельности дефиницией социальной активности. Е.Н. Барышников полагает, что социальная активность способна объединить те виды деятельности, которые могут проходить преимущественно на личностном уровне, хотя и оказывают влияние на различные социальные группы [11, С. 72]. Некоторые виды творчества (создание новых видов искусства, разработка научных теорий и экспериментальных устройств) и социально значимой индивидуальной деятельности (развитие навыков в области молодёжного лидерства и управления) также включаются в комплекс значимой активности для общества. Данная деятельность является социально полезной (либо социально опасной), так как её результаты могут быть залогом общественного прогресса либо различного рода деструкций в технической, экономической областях. Общественная активность выделяется как форма проявления социальной активности, непосредственно связанная с понятием взаимодействия индивидов в группах, общественными явлениями или социальными институтами. Она представляет собой частный случай социальной активности: молодые люди прямо или косвенно воздействуют на окружающую среду.

Понятие «гражданская активность», как результат социальных действий современной молодёжи, чаще всего порождает общественное беспокойство. Соотношению понятий «гражданское – общественное» посвящено значительное количество исследований, позволяющих выделить существенные отличительные черты гражданского вида активности.

1. Деятельность по реализации общественно значимых задач посредством гражданских взглядов и ценностей человека рассматривалась Л.В. Вишневецкой [24]. В социальной активности решаемые проблемы и вопросы не обязательно характеризуются гражданской значимостью, т.к. она может выходить за рамки государств, стран и прочих условий, связанных с определённым набором гражданских норм. В отличие от социальной активности, характеризующейся как положительным, так и отрицательным потенциалом в равной мере, гражданская активность рассматривается как социально полезная деятельность.

2. Установка на волевое гражданское поведение. Это поведение, по мнению С. Московичи, связано с удовлетворением личностно значимых потребностей, соответствующих ценностным ориентациям индивида и социальным требованиям, с осознанием возможных результатов поведения [144, С. 8].

3. В гражданских практиках, основанных, по мнению А.В. Голубева, М. Casson, на социальной интеграции, доверии и взаимном уважении, реализуется обеспеченная правовой санкцией государства публичная роль гражданина [36; 236, С.18].

4. Главными компонентами гражданской активности, по мнению М.К. Горшкова, являются гражданское сознание и гражданское поведение. Под гражданским сознанием понимается некая особая форма индивидуального группового и массового сознания, специфически, в виде понятий и образов, закреплённая в определённых стереотипах, воздействующих на образ мысли человека (сообщества людей – граждан государства) и на характер принимаемых им решений. В отношении гражданского поведения, речь идёт об устойчивых стереотипах поведения, увязанных с понятием гражданства и проистекающих из характера гражданского сознания [37; 39, С. 210].

5. Гражданское действие, как полагал М. Casson, рассматривается как неадаптивная публичная активность, связанная с проблемами реализации универсальных прав и свобод: обеспечение равноправия гражданских статусов, преодоление разрыва между формальными и реальными правами в повседневной

жизни, устранение барьеров на пути гражданского участия, снятие ограничений на осуществление прав в тех или иных сферах [236, С. 130]. В отличие от участия, здесь просматривается направленность на изменение устоявшихся институтов, норм и практик, вплоть до пересмотра нормативных основ явления. Таким образом, гражданское действие через индивидуальный субъективный интерес имеет общественное и государственное значение. Гражданская активность занимает промежуточное положение между общественной и индивидуальной активностью, имеет особое положение относительно государства и может проявляться как в участии в гражданских организациях и акциях, так и выражаться в выполнении гражданского долга на индивидуальном уровне, что оказывает косвенное влияние на общественную структуру [53, С. 49].

В этом специфическом виде социальной активности главным отличием является построение взаимоотношений по линии «личность-государство», т.е. основная сущность подобной активности, по мнению Дж. Александера, сводится к защите прав и свобод человека, борьбе за равные возможности [233]. В ходе теоретического анализа автор диссертации выявил соотношение социальной, общественной и гражданской видов активности и предлагает основные индикаторы (целевая направленность активности, тип ожидаемой субъектом рефлексии, тип регламентирующих документов, возможность государственного регулирования и др.), позволяющие идентифицировать различные виды активности, что может быть использовано в перспективе для разработки региональных программ по работе с молодёжью. Детализированный анализ сущностного единства и концептуальных различий между общественной, социальной и гражданской видами активности представлен в Приложении 2.

В результате проведённого анализа было выявлено, что в наиболее часто встречающейся триаде «социальная-общественная-гражданская» активность, невозможно установление знака равенства [44, С. 198]. Социальная активность в рамках данного исследования определяется как наиболее общее понятие, которое подтверждает свою сущность практически во всех смежных с социологией науках.

Общественная и гражданская, с одной стороны, могут выступать как вид и подвид социальной активности, так как защита гражданских прав всего лишь один из элементов общественной деятельности. Однако, по мнению автора диссертации, разделение на общественную и индивидуальную активность обусловлено характером и структурой коммуникаций человека. Таким образом, общественная активность – категория социальной активности, которая является определяющей для целого ряда специализированных направлений социальной активности.

Общественная активность включает в себя множество видов, самыми значительными из которых являются: политическая, экономическая, социокультурная активности. В каждом из видов можно выделить подвиды. В гражданской активности, например, особенно выделяется бытовая активность – как участие в неинституционализированных акциях защиты прав потребителей, либо иных тематических движениях. В случае, если защита и отстаивание гражданских прав имеют системный характер, закреплённый официальными некоммерческими (либо коммерческими) институтами, в таком случае борьба и отстаивание прав выходят на институциональный уровень гражданской активности.

Политическая активность рассматривается, прежде всего, в двух видах: как активно-пассивная – участие в выборах, выражение своего мнения (что частично подпадает под сферу гражданской активности); либо как активная – участие в политических движениях, партиях, комитетах и т.п.

Социокультурная активность является своеобразным мостом между общественной и индивидуальной, т.к. многие её виды имеют как индивидуальную, так и общественную компоненту. Данный вид активности охватывает волонтерство или добровольческую активность, большинство участников этого вида деятельности – молодые люди в возрасте до 30 лет.

Одним из самых сложных в определении видов социальной активности, новым по сравнению с устоявшимися классическими видами, является виртуальная активность. В концепции виртуализации общества, предложенной Д.В. Ивановым, виртуализация рассматривается «как процесс изменения общества в целом, а не как

создание «параллельного виртуального общества» [97, С. 18], следовательно – это социальный процесс.

Профессиональная активность является интегральным видом молодёжной активности, т.к. мобильная и изобретательная часть населения вполне способна проявлять профессиональные качества практически в любом виде социальной активности, поэтому её невозможно рассматривать в отрыве от других видов [55].

Таким образом, автор диссертации приходит к выводу, что понятие «социальная активность» является обобщающим для различных сфер проявления активности человека, в том числе и молодого. Завершая анализ дефиниций социальной активности, диссертант формулирует интегрированное понятие, которое будет основой для дальнейшего теоретического анализа.

Социальная активность – это форма проявления интенсивно мотивированной деятельности субъекта, заключающаяся в переработке материальных и духовных культурных ценностей с целью создания качественно нового или поддержания существующего объекта, или явления и характеризующаяся воздействием на личностную структуру субъекта и социум, регулирующий деятельность индивидов посредством институтов социализации.

Проблемное поле изучения социальной активности молодёжи достаточно многомерно, поэтому нет однозначного решения, какой из подходов наиболее полно отражает природу и специфику молодёжи. Среди наиболее известных следует отметить стратификационный подход, который рассматривает возрастные, социально-демографические признаки. Согласно этому подходу молодёжь – одна из групп населения с рядом специфических черт (И.М. Ильинский [98], В.И. Чупров [222] и др.).

Основные формы проявления социальной активности молодёжи, с точки зрения институционализированных социальных практик, выделяют С.П. Иваненков и А.В. Кострикин [95, С. 48]: молодёжное добровольчество; студенческое (ученическое) самоуправление; участие в политической

деятельности (политических партиях, движениях, выборных кампаниях, электоральная активность, выдвижение в депутаты, молодёжные парламенты); участие в деятельности молодёжных объединений – обобщающая форма [95, С. 48]. Развивают институциональный подход также А.В. Кострикин и А.Ж. Кусжанова [96]. Они отмечают, что личностное становление индивида и его успешная интеграция в общество сопровождаются процессом его самоидентификации, формирования его социальной идентичности [95, С. 49]. Однако такие подходы нельзя признать исчерпывающими, поскольку в них не отражена бизнес-активность, как форма проявления экономических действий. Экономическая составляющая активности бизнесмена нашла отражение в институционально-функциональном подходе – в классической теории предпринимательства [105]. Первым, обратившим внимание на функциональную важность деятельности предпринимателя, был А. Смит [195], который достаточно подробно изложил свои взгляды в труде «Исследования о природе и причине богатства народов». Он сосредоточил своё внимание на роли предпринимателя как активного субъекта в экономической жизни общества, его деятельности через общественные объединения, если таковые образованы. Результаты исследований, проведённых рядом учёных (среди которых следует отметить С.А. Kent, D.L.Sexton, K.N. Vesper [245], а также Ф. Хайека [215] и Ж.-Б. Сэя [255]) на стыке экономики и социологии, выявили особое положение предпринимателя (и молодого предпринимателя в частности) в системе общественных отношений как стабилизирующего, образующего коммуникационные и логистические сети, объекта рынка и общества. Следует отметить, что указанные исследователи в значительной мере рассматривали именно предпринимателей, склонных к новаторству.

Известен культурологический (аксиологический) подход, где молодёжь рассматривается с точки зрения специфического образа жизни. В центре внимания – система ценностей, установок, нормы поведения, стиль жизни, мироощущение, мировоззрение либо субкультура. В рамках данного подхода, как утверждает Ю.Р.

Вишневский, чаще всего рассматриваются отдельные проявления субкультуры. Намного реже можно встретить целостный анализ молодёжного образа жизни [26, С. 18; 124]. Целью социальной активности в работах Ю. Хабермаса [214], Э. Гидденса [253], А. Турена [206] и др., выступает создание и продвижение новой идентичности, причём эта идентичность рассматривается, в первую очередь, не в оппозиции к власти и государству, а в оппозиции к другим идентичностям и, соответственно, общественным движениям. «Новые» движения не только создают новые символы и значения, но новые мировоззренческие системы, подвергая сомнению сложившуюся в период модернизации дихотомию «государство» – «гражданское общество» [92, С. 148]. Таким образом, в отличие от утилитарных ресурсных концепций, этот подход во многом ориентирован на изучение ценностной компоненты социальной активности в отрыве от институциональных образований.

С точки зрения исследования бизнес-активности к этому подходу наиболее близок идейный вдохновитель предпринимательства – Й. Шумпетер [226, С. 169]. Внедряя инновации, предприниматель постоянно вынужден бороться с привычными традициями и противостоять инертности окружающего его мира. Близок по своим взглядам к Й. Шумпетеру и П. Друкер. По мнению автора теории управления, предприниматель – это новатор, который внедряет новаторские методы в любую область, даже в менеджмент [77, С. 84]. В то же самое время М. Вебер характеризует «дух капитализма» как «рациональный и систематический поиск прибыли в ходе занятия профессией» [22, С. 45]. Говоря о предпринимательском поведении, немецкий социолог подчёркивает важность предпринимательской системы ценностей. В то же самое время современный американский учёный Д. Макклелланд видит человека, активного в сфере предпринимательства, как героя, способного на деяния, выходящие за рамки возможного, и успешно преодолевающего любые преграды, служащего примером для молодых поколений. Предприниматель для него – это человек с ярко выраженной потребностью достижения, уверенный в своих силах, готовый к

разумному риску, способный преодолеть многочисленные препятствия на пути к цели [251, С. 82].

В рамках ценностного подхода к бизнес-активности можно утверждать, что бизнес-активный молодой человек является носителем особых ценностей, которые формируются в специфических экономических и социальных условиях. Таким образом, автор диссертационной работы приходит к выводу, что в нынешней экономической ситуации молодёжный бизнес вынуждает людей быть именно предпринимателями, а не «капиталистами» [7, С. 28]. Условия постоянной необходимости выживания, социальное давление общества вынуждает их постоянно совершенствоваться или обновлять свою деятельность. Ценности состязательности, самовыражение в созидании, направленность к новизне – хотя выглядят несколько утопичными, но в концептуальном плане – органичны и естественны.

Опираясь на аксиологический подход, ряд учёных (В. Зомбарт [93], В.А. Ситаров [194], А.И. Смирнов [194], В.И. Бакштановский [9], Ю.В. Согомонов [9]) выделили основные свойства предпринимателя как человека, обладающего специфическим комплексом аксиологических структур, позволяющих ему преодолевать институциональные и психологические барьеры вхождения в конкурентную среду. Это предполагает наличие у предпринимателя таких субъективных социальных характеристик, как лидерские качества, интеллектуальные способности, психологические характеристики, коммуникативные способности. Невысокая вероятность индивидуального обладания достаточно полным набором выше описанных черт обуславливает тот факт, что способностью к предпринимательской деятельности наделены лишь 5-8% трудоспособного населения [127, С. 27]. Р. Кантильон [103, С. 81], Г.Л. Багиев, В.В. Томилов и З.А. Чернышева [8, С. 24] к указанному выше условию добавляют социальный аспект: предпринимательская деятельность на любом иерархическом уровне осуществляется в тесной взаимосвязи с культурной средой, которая складывается из внешней культуры общества и внутренней культуры бизнес-

партнеров.

Автор диссертации считает, что при рассмотрении бизнес-активности большее внимание следует уделить предпринимательству (или антрепренёрству) и в некоторой степени интрапренёрству. Интрапренёрство можно условно разделить по принципу длительности существования и типу основных задач на программное и проектное [252]. Проектное интрапренёрство ориентировано на краткосрочное выполнение новаторского проекта по заданию основной организации-работодателя. Программное интрапренёрство заключается в создании проектных рабочих групп, которые в принципе имеют основной задачей разработку и внедрение нового продукта и распределение последующей прибыли в долях согласно КТУ, КРІ или иным принципам.

Однако бизнес-активность не может быть сведена лишь к предпринимательству, к которому, вопреки исходным идеям Й. Шумпетера, относят и традиционный способ ведения бизнеса. В современном мире интернациональных коммуникационных сетей активно развиваются и другие виды бизнеса, которые не всегда могут быть объективно отнесены к предпринимательству.

Учитывая современный уровень технологий и развитие постиндустриального общества, необходимо выделить в составе бизнес-активности свободные трудовые отношения, которые более известны как фриланс. Этот феномен представляет собой возможность заработка без создания регулярных трудовых или правовых (в некоторых случаях) отношений. При этом он может быть трудовым – т.е. фриланс рассматривается как дополнительный заработок на основном месте работы, либо заработок со стороны при наличии основного места работы. Но чаще всего он представлен в свободной форме в виде выполнения заказов от различных экономических субъектов. Несмотря на тот факт, что фриланс зачастую ассоциируется со «свободными трудовыми отношениями», фактически он представляет собой полноценную бизнес-активность. Фрилансер, как бизнесмен, решает логистические, организационные и иные задачи, в большей

степени опираясь на собственные ресурсы, а не на ресурсную базу работодателя, также при необходимости он применяет новые подходы к работе и организует финансовые потоки на микроуровне. Регулирование фриланса затруднено, часто его смешивают с неофициальным предпринимательством (не зарегистрированным в государственных органах), однако последнее носит регулярный характер, аналогичный его официальному аналогу.

Другой разновидностью бизнес-активности, не охваченной предпринимательством, является дискретный бизнес. При детальном анализе социальных сетей и виртуальных сообществ становится ясно, что эпизодический бизнес достаточно популярен в молодёжной среде. Данное явление обладает следующими чертами.

1. Не носит регулярного характера.
2. В большинстве случаев не связан с профессиональной деятельностью молодого человека (в отличие от фриланса, который в большинстве случаев требует профессиональных навыков).
3. Вся полученная прибыль идёт на потребление, а не на развитие бизнеса.
4. Ведение бизнеса происходит как правило в нелегальном формате (без государственной регистрации).
5. Часть дискретной бизнес-активности – естественная форма продаж «ненужных вещей».

Данная деятельность в теории управления иногда получает название «сделочного бизнеса» или «сделочного предпринимательства» [80, С. 48]. Последнее понятие является не совсем корректным, т.к. для новаторского типа бизнеса требуется некоторое время на развитие и накопление первичного опыта.

Данную сферу бизнеса контролировать практически невозможно, её природа имеет неофициальный характер. И в отношении деятельности, не запрещённой законодательством, существование данного вида бизнес-активности является нормой в любом обществе. Управление данной формой активности возможно в рамках формирования электронных торгов и аукционов, которыми сейчас

являются АВИТО, Молоток.ру и прочие. Однако, любое давление на их участников повлечёт ещё больший неформальный характер сделок и снизит безопасность подобных операций. Данная форма не является структурированной деятельностью, и, несмотря на то, что она имеет определённое влияние на общество, её институционализированное воздействие размыто. Однако дискретный бизнес является одним из потенциальных стимулов и мотивов, которые, в случае успешной реализации сделки, могут направить молодого человека в более стабильный вид активности. Поэтому от оперативности и готовности государства предложить доступные и понятные инструменты развития и укрепления бизнес-успеха зависит вероятность пополнения рядов молодых предпринимателей за счёт представителей дискретной сферы.

Как видно из представленных разновидностей бизнеса, неопределённость самой категории «бизнес-активность» ведёт к тому, что программы, разрабатываемые для поддержки предпринимательства, не охватывают часть бизнес-активной молодёжи, не включённой в официальную группу предпринимателей. Анализ региональных программ поддержки предпринимателей [20; 156; 146; 164; 165; 170; 171; 173] позволяет сделать вывод, что при рассмотрении сущности предпринимательства в современной научной литературе упускают его главную черту – инновационный характер деятельности, подразумевающий внедрение новых продуктов, методов работы и др. Таким образом, в категорию предпринимателей включена молодёжь, которая занимается традиционным ведением бизнеса и не имеет непосредственного (и в некоторых случаях даже косвенного) отношения к созданию качественно нового продукта, качественно новой технологии или средств и форм организации труда, инфраструктуры, деловых коммуникаций. Таким образом, получаемые результаты исследований не коррелируют с реальным положением молодёжного бизнеса. Научно-обоснованные критерии разделения фриланса, дискретного бизнеса и неофициальной предпринимательской деятельности до сих пор находятся в стадии разработки [48, С. 80]. По этой причине происходит вторичное смещение

корреляций, ввиду необоснованного упущения, либо включения тех или иных категорий граждан в предпринимательскую/бизнес-среду. На основе проведённого анализа, автор диссертации приходит к заключению, что бизнес-активность, как вид социальной активности должен обладать следующими чертами:

- стабильной эмоционально-волевой компонентой;
- проявлением интереса к своей сфере;
- преобразовательной направленностью;
- коммуникативной ориентацией;
- ярко выраженным деятельностным подходом;
- инициативностью;
- самопознанием и самосовершенствованием
- познавательной ориентацией.

Вопреки феномену пассивности, бизнес-активность должна характеризоваться инициативным проявлением способностей и интересов человека с целью преобразования среды для реализации своего бизнес-потенциала.

В результате исследования трактовок различных видов активности, следует выделить основные характеристики бизнес-активности (далее в перечислении использована аббревиатура понятия «бизнес-активность» – «б/а»), позволяющие рассматривать это явление в рамках социологии управления, основываясь на специфических особенностях социальной активности и бизнеса.

1. Как форма активности, б/а характеризуется инициативностью, преобразовательной направленностью, ориентацией на реализацию человеческого потенциала.

2. Как один из видов социальной активности, б/а подразумевает большое количество социальных интеракций, ориентацию на получение обратной связи и постоянную модификацию деятельности.

3. Функционирование б/а происходит в экономической сфере жизни общества и охватывает все сферы проявления процессов производства, обмена и потребления. С другой стороны, данные процессы ориентированы на социум в его

настоящей форме и степени институционализации.

4. Успех бизнеса напрямую связан с профессионализмом, трудовой деятельностью и активной деловой позицией, что обеспечивает тесную взаимосвязь б/а с деловой, профессиональной и, в некоторых случаях – трудовой активностью.

5. Б/а может проявляться как в конструктивном, так и в деструктивном виде, отчего затруднена её классификация, с точки зрения характера направленности на общество. Однако сам факт направленности является определённо установленным.

6. Как форма реализации бизнеса, б/а имеет цель – получение материальной выгоды для её субъекта, однако, результат деятельности приобретает социальную окраску ввиду: создания рабочих мест, разрядки социальной обстановки, формирования активной жизненной позиции.

7. Ввиду двойственной природы б/а управление данным видом активности характеризуется решением комплексных проблем в отношении социальной и экономической сфер общества.

Выделив общие и специфические черты бизнес-активности, диссертант предлагает ввести в предметное поле социологии управления следующее определение, на котором будет строиться дальнейшая логика исследования.

Бизнес-активность – вид инициативной социально-экономической активности, направленной на получение субъектом материальных и духовных благ посредством реализации традиционной, дискретной форм ведения бизнеса, либо новаторской предпринимательской инициативы, способствующей самосовершенствованию, влияющей на функционирование социума и деятельность государства.

Бизнес-деятельность молодёжи за время своего развития в России до сих пор не получила чётких очертаний и не имеет общепризнанных эффективных методов управления. Необходимо также констатировать, что в силу своей многоаспектности бизнес-активность может исследоваться в рамках различных наук (экономики, правоведении, философии, социологии и др.). Рассматривая

предпринимательство как вид бизнес-активности, следует отметить, что его проблемное поле в ключевых аспектах пересекается с проблемным полем социальной активности в целом. Малое количество научных разработок в области изучения бизнес-активности объясняется двумя основными причинами: 1) смешение понятий, т.е. в научных исследованиях не разделяется бизнес и предпринимательство, они рассматриваются как синонимичные понятия; 2) внимание концентрируется на инновационных типах бизнеса, как наиболее востребованных и представляющих научный интерес.

В связи с этим автор диссертации предлагает систематизировать на базе функционального подхода имеющиеся научные разработки в области предпринимательства, что будет продуктивным при изучении бизнес-активности как социальной системы. В имеющихся подходах, хотя и упоминается предпринимательство (с целью сохранения авторского изложения цитируемых исследователей), по фактическим признакам идёт речь о бизнес-активности. Авторская классификация учитывает инновационный характер предпринимательской деятельности, минимизирует смешение понятий.

I. Монофункциональные подходы.

1. Концепции предпринимательской инновации. Предпринимательство рассматривается как деятельность с инновационным характером производства. Инновационность впоследствии стала основным отличительным признаком предпринимательства от стандартной бизнес-деятельности, основанной на традиционном воспроизводстве товара (Й. Шумпетер [256], А. Маршалл [249], Дж. Б. Кларк [109], П. Друкер [240], Л. Мизес [139], Ф. Хайек [215]).

2. Подход стабилизирующего механизма. Предприниматель-инноватор позиционируется как «уравновешивающая сила», которая обеспечивает нахождение рынка в состоянии равновесия (И. Кирцнер) [107, С. 112].

3. Ресурсный подход. Молодёжь позиционируется как потенциал социального развития. Родоначальником данного подхода является К. Маннгейм, который в своё время развил идею о молодёжи как скрытом ресурсе [248, С. 44].

Следует отметить, что этот подход доминирует в большинстве прикладных молодёжных программ и документов, таких как «Концепция государственной молодёжной политики», «Стратегия 2020», «Ты – предприниматель» и др. Однако в нём заложено серьёзное противоречие. С одной стороны, государство заинтересовано в создании мощного стратегического человеческого потенциала, а с другой – лишь в рекрутировании молодёжи в качестве своих сторонников. В историческом плане ресурсный подход к молодёжи положительно зарекомендовал себя в массовых комсомольских мобилизациях при решении народнохозяйственных задач в советское время, ельцинских избирательных кампаниях, «цветных революциях» на постсоветском пространстве [130]. В целом доминирует уверенность в том, что социальная активность молодёжи не имеет своей специфики, а выступает как часть какого-либо иного движения (экологического, антивоенного, правозащитного, просветительского, политического и т.д.) [95, С. 52]. Ю.Р. Вишневский, О.Р. Белова, Я.В. Дидковская, М.В. Певная отмечают кризисное состояние внутреннего (субъективного) уровня ресурсного подхода. Они рассмотрели проблему на примере профессионального выбора молодёжи, который был обусловлен не реализацией собственного потенциала (в который необходимо производить инвестиции согласно парадигме), а приобретением капитала, что соответствует традиционному бизнесу, но противоречит оригинальной предпринимательской концепции. При этом точные целевые аспекты накопительства часто не осознаются и ограничены простейшими потребительскими установками статусного характера (машина, девайс и др.) [25, С. 30].

Современный ресурсный подход в контексте диссертационного исследования модернизируется [63, С. 441-442]. По мнению автора диссертации, он должен базироваться на трёх основных субъектах процесса развития молодёжи и бизнеса в частности: индивид, общество и государство, где последнее рассматривается как субъект институциональной системы контроля и администрирования. В данном случае внутренний и внешний уровни бизнес-

активности молодёжи могут быть представлены в виде взаимосвязанных целевых установок, успешная реализация которых предполагает консенсус между свободой личности, устоявшимися нормами общества и стратегическими целями аппарата управления (структура ресурсного подхода представлена в Приложении 4).

II. Полифункциональные подходы.

1. Рискологический подход – рассматривается непосредственная взаимосвязь рискованных действий с реализацией коммерческой идеи и получением прибыли. Идея предпринимательского риска активно разрабатывалась А. Смитом [195], Й. Тюненом [260], Г. Мангольдтом [247], Ф. Найтом [145]. В России подход нашёл отражение в трудах Т.И. Заславской [88, С. 5], которая включила такие характеристики как риск, личная ответственность в качестве основополагающих в феномене предпринимательства. Ещё У. Бек определил современный социум как «общество риска» [13, С. 92], идею поддержали отечественные социологи Ю.А. Зубок, В.И. Чупров и др. [223, С. 20]. Э. Гидденс [234, С. 127] раскрыл тему рисков, связанных с технологическим развитием и прогрессом, который влияет в равной мере как на предпринимателя, предоставляя возможность реализовать новаторский потенциал, так и на традиционного бизнесмена, предоставляя более эффективные технологии. Главной идеей подхода является рассмотрение разнообразных рисков, с которыми сталкивается молодёжь в процессах самореализации, самоопределения, различных видах социальной и бизнес-активности.

В основе рискологического подхода заложены две главные идеи: идея риска как следствие выбора и наличия альтернативы, и идея разделения людей по принципу склонности к риску. В рамках концепции выбора следует отметить концентрацию внимания исследователей на вопросах альтернатив и последствий принятия рискованного решения. Например, А.П. Альгин приписывает риску свойство альтернативности, которое предполагает необходимость выбора из двух или нескольких возможных вариантов, решений, направлений, действий. Отсутствие выбора как такового может свидетельствовать и об отсутствии риска в классическом его значении [1, С. 43].

Поведенческий подход к риску заключён в функции оценки восприятия риска конкретными людьми, что приближено к психологическим теориям (П. Словик) [258, С. 89] и к восприятию риска в зависимости от принятых культурных норм, стереотипов, символов, образа жизни больших социальных групп. В рамках этой идеи М. Douglas, А. Wildavsky и W. Gartner рассматривали все происходящие события как соответствующие, или несоответствующие мировоззренческим установкам группы, укрепляющие, или разрушающие сложившийся образ жизни, что влияет на степень восприятия событий в качестве нормальных или рискованных [239, С. 174; 243, С. 698].

Управленческий подход к риску (М. Фокалт) направлен на практическую реализацию мер и ориентирован на официальное установление понятия нормы. Норма включает совокупность условий, событий, поведенческих установок, которые являются позитивно ожидаемыми, т.е. нормальными [241, С. 85]. Все отклонения, которые происходят как по воле субъекта деятельности, так и по причинам изменения внешней социальной или иной среды, относятся к категории риска. Таким образом, в теории предпринимательства сформировалось понимание управляемого и допустимого риска. Данная специфика характерна для бизнес-активности, т.к. связанная с ней деятельность априори характеризуется повышенным риском.

Среди рискологических теорий выделяются труды Н. Лумана. Рассматривая риск в управленческом аспекте как отклонение от нормы, Н. Луман поднимает проблему о дезориентации самого общества в целом, если склонность к риску становится основной характеристикой проявления деятельности его членов [131, С. 58]. По мнению учёных из Черногории, спецификой предпринимательства как деятельности являются экстремальные условия, в которых она должна вестись. Они определили предпринимателя как «владельца бизнеса, которым он управляет и одновременно берет на себя риск, связанный с ним» [221, С. 59]. Предприниматель, преодолевая рыночную неопределенность, в случае неудачи несет полную ответственность за свои поступки и действия, рискуя при этом не

только капиталом, но и репутацией, семьей и даже здоровьем. Однако для предпринимателя важна способность управлять риском. Так называемый «расчётливый риск» определяется как способность использовать ситуацию, в которой нет полноты информации, и пойти на риск, что требует умения реализовать сложные, но реальные цели [221, С. 60].

Представленные выше идеи диссертант считает отправными точками для формирования критериев оценки бизнес-активности молодёжи, а также для формирования эффективной модели управления в условиях повышенного риска.

2. Социологический подход (М. Вебер [22], А. Коул [238]). В социологическом аспекте предприниматель представлен следующим образом: в узком понимании – это человек, обладающий определённым социальным статусом и исполняющий в обществе определённую функцию; в широком – тип личности, которому присущ особый вид социального поведения, обусловленного наличием определённых умений и навыков. Когорта предпринимателей определяется как специфическая функционально-статусная социальная группа, в связи с тем, что существуют два основных подхода к её изучению: функциональный и структурный.

М. Вебер определял предпринимателя как индивида, все особенности характера, проявления интеллекта, моральные и нравственные ценности которого пронизаны предпринимательским «духом» как составляющей хозяйственного «духа» капитализма, глубоко укоренённом в социальных устоях, нравах, традициях народа на определённой (рыночной) ступени его хозяйственного развития [22, С. 84]. «Предприниматель» рассматривается как своеобразный социально-психологический тип хозяйственника, для которого главное – набор определённых психологических качеств» [22, С. 87]. Социологический подход по своей сущности представил А. Коул, поскольку он сфокусировал исследовательский интерес вокруг предпринимателя как инициативного человека, который создаёт систему социальных связей и развивает предприятие [238, С. 4]. В данном случае оба исследователя концентрировали своё внимание именно на предпринимателе, а не

на бизнес-прослойке общества в целом.

В социологии предпринимательство в основном рассматривается как социально-экономический феномен. Например, А. Хоскинг определял предпринимательство как форму проявления общественных отношений, возникающих в результате инициативной деятельности индивидуальных или коллективных хозяйствующих субъектов в сферах производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ. Как правило, деятельность направлена на получение прибыли (дохода) и осуществляется от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность [218, С. 91].

Социальная функция предпринимательства обнаруживается в формировании нового слоя людей – людей предприимчивых, тяготеющих к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности, способных создавать собственное дело, преодолевать сопротивление среды и добиваться поставленной цели. Вместе с тем развитие предпринимательства обеспечивает рост числа рабочих мест, сокращение уровня безработицы, повышение уровня социального положения наемных работников [34, С. 12].

III. Междисциплинарные подходы.

1. Субъектный подход. Управление производством нового продукта путём реализации механизмов планирования, организации и контроля над выполнением деятельности (М. Питерс, Р. Хизрич) [217, С. 16]. Согласно точке зрения А.В. Бусыгина [19] предпринимательство рассматривается, как умение организовать собственный бизнес и достаточно успешно осуществлять функции, связанные с ведением собственного дела. Модели строятся на основе теорий менеджмента, социологии предпринимательства, экономики труда.

2. Комплексно-функциональный подход наиболее полно отражён в исследованиях В.В. Радаева [172], А.В. Голубева [36], В.В. Генералова и М.В. Лычагина [34], где предпринимательство рассматривается как системное явление, проявляющееся в параллельном, но функционально взаимосвязанном воздействии на общественную среду. Предпринимательство позиционируется как:

экономическая функция, психологический тип, составляющая капиталистического духа, набор исторических типов хозяйствования, совокупность социальных групп и идеологическая система.

3. Управленческие модели «субъект-внешняя среда» (А. Шапиро [108], Х. Ле Маруа [246]). Модель, предложенная А. Шапиро, появилась одной из первых и вызвала бурное обсуждение в научных кругах. В её основе лежат четыре элемента, которые, по мнению А. Шапиро, объясняют создание нового предприятия. Первый из них – неустроенность создателя. Под неустроенностью он понимает тот факт, что будущего предпринимателя не устраивают условия жизни, и это способствует ускорению процесса создания своего дела [108, С. 209]. Предрасположенность индивида к предпринимательству является второй составляющей модели А. Шапиро. Он утверждал, что потенциальный владелец предприятия испытывает склонность к независимости и всячески стремится контролировать своё окружение. Кроме того, человек должен верить в возможность создания им своего дела. Потенциальному предпринимателю надо уметь представить себя в будущей роли управленца. Согласно утверждению А. Шапиро, эта вера представляет собой наиболее важный из четырёх элементов. Последним элементом модели является наличие ресурсов (финансовых, человеческих, технических и др.), необходимых для начала предпринимательской деятельности. Ещё одна комплексная модель процесса создания «жизнеспособного предприятия» была предложена Х. Ле Маруа [246, С. 56]. Исследователь вписывает созданную им модель в парадигму «субъект – система» и различает три первостепенных момента в процессе рождения организации: «перелом» (затрагивает предпринимателя), начало и собственно создание. На весь процесс влияют четыре взаимосвязанных «полюса»: личность создателя, его профессия, круг его знакомств и среда, находящаяся в плоскости изучения психологии, бихевиоризма, социологии, менеджмента, экономики.

Согласно проведённому автором диссертации анализу научных подходов, положение бизнес-активности в структуре социальной активности можно представить на рис. 2.

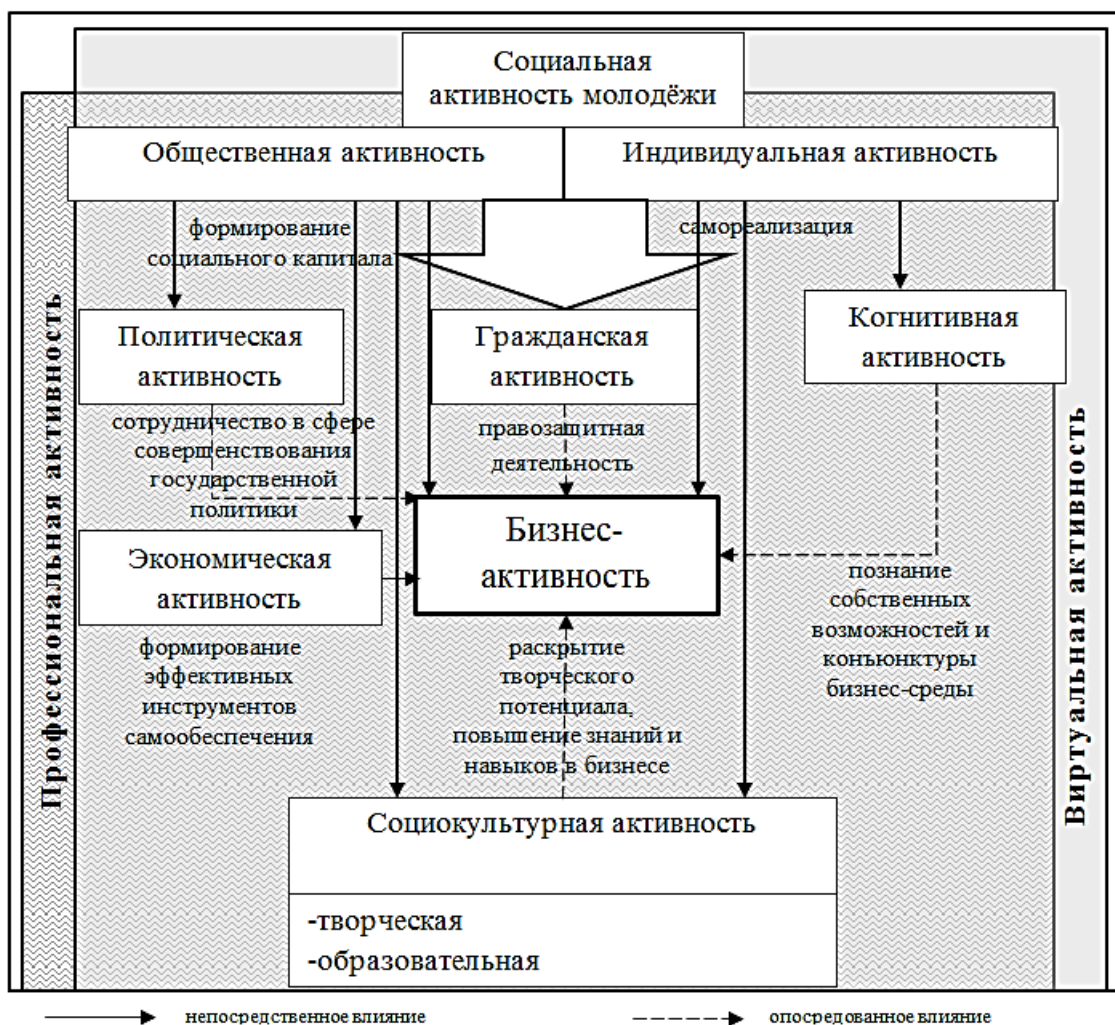


Рис. 2. Положение бизнес-активности в системе социальной активности

Как видно из представленного рисунка, все отмеченные виды активности так или иначе формируют конструктивные формы, характеризующиеся совершенствованием социальной системы [2], оздоровлением социальных институтов, повышением уровня самосознания членов социума и прочими позитивными эффектами.

Экономическую активность следует отличать от другого интегрального вида – деловой активности, которая выступает, по мнению Н.В. Исаевой и Л.В. Охотниковой, как способность человека действовать: организовать, управлять, брать ответственность на себя – социально ценная, приносящая выгоду обществу и себе [99, С. 80]. Отсюда следует, что деловая активность как таковая, является более характерной для экономической и хозяйственной сферы и не включает в себя

большую часть сфер культуры, творчества и др. Однако она также не сводима к бизнес-активности, т.к. включает и те сферы деятельности (например, покупка-продажа ценных бумаг), которые приносят доход, но не являются результатом интенсивной и содержательной деятельности субъекта.

Бизнес-активность непосредственно связана с экономической активностью. Принципиальное отличие от стандартной трудовой активности заключается в том, что бизнес-активный человек вносит определённые новаторские решения и нацелен на получение определённого уровня дохода, обладая полным спектром ответственности за производимые действия. Обобщённая концептуальная схема положения бизнес-активности в системе экономической активности представлена в Приложении 3.

В большей части исследовательских работ определение трудовой активности представлено в двух аспектах: как форма проявления и как способ её проявления. В первом случае трудовой активностью считается стремление к инновациям, принятие части управленческих полномочий, повышение требований к уровню качества продукции и т. д. Во втором случае она рассматривается как реализация интеллектуального и физического потенциала рабочей силы в процессе трудовой деятельности [160, С. 152]. В самом общем виде трудовая активность – форма воздействия субъекта трудовых отношений (личности, группы) на трудовую среду, при которой его целесообразные усилия обусловлены свободой, инициативностью, сознательностью, заинтересованной субъективностью, добросовестностью и служат удовлетворению его потребностей [119, С. 15]. Для того, чтобы окончательно разграничить трудовую и бизнес-активность, необходимо обратиться к факторам, характеризующим данный вид активности. С точки зрения И.В. Королева, факторами, определяющими трудовую активность, являются: отношение к труду, трудовое поведение, объективно-трудовые условия (содержание, характер и условия труда; удовлетворённость трудом), социально-трудовые отношения, качество трудовой жизни работника [119, С. 16].

Как видно из предложенного перечня детерминант трудовой активности,

такие ключевые характеристики бизнеса как получение прибыли, инновационный характер деятельности, полная ответственность и высокий уровень риска отсутствуют. В данном случае автором диссертационной работы трудовая активность понимается как выполнение работником своих трудовых обязательств в соответствии с дисциплиной и форматом трудовых отношений. В данные отношения не включено интрапренёрство, которое, несмотря на форму наёмного труда, обладает качественно иными характеристиками.

Таким образом, бизнес-активность – это один из видов социальной активности, имеющий к ней опосредованное отношение через социально-экономическую, связанную с получением материальных благ и общественную активность, т.к. проявление личности в бизнесе непосредственно связано с постоянным взаимодействием с социумом и его внешней средой. Гражданская активность имеет косвенную связь с бизнес-активностью, т.к. отдельные виды бизнеса могут быть связаны с защитой прав и/или исполнением гражданского долга, однако, не является обязательной компонентой бизнес-деятельности. В структуре этого явления также находятся такие разноплановые элементы как дискретная бизнес-активность, интрапренёрство и предпринимательская активность, выраженная в форме непосредственного предпринимательства [51, С. 71]. В заключение теоретического обзора диссертант отмечает, что на формирование бизнес-активности оказывают влияние множество факторов, что будет предметом рассмотрения в следующем параграфе.

1.2. Анализ внутренних и внешних факторов, влияющих на бизнес-активность молодёжи

Для того, чтобы выявить наиболее значимую совокупность факторов влияния на бизнес-активность молодёжи, необходимо провести комплексный анализ: выявить общие факторы, характерные для предпринимательских структур и дополнить их в соответствии со спецификой молодёжной бизнес-активности.

Комплексность проявляется в двух аспектах. Первый заключается в том, что бизнес-активность молодёжи находится в зависимости от множества факторов внешней среды, создающих препятствия, либо стимулирующих данный вид активности. Внешнее воздействие имеет неоднородную и сложную структурную основу, т.к. субъектами влияния становятся не только крупные социальные институты, но и малые группы, непосредственное окружение молодого человека. В данном случае актуален факторный подход, который целесообразно применить на основе результатов исследований в области управления предпринимательской деятельностью Ю.О. Ворожбит [29], М.А. Демина [72], Е.Н. Тумилевич [205] и др.

Второй аспект обусловлен сложной взаимосвязью субъективных установок и правил производственной и конкурентной деятельности, а также личностных качеств молодого бизнесмена/предпринимателя и требований рыночных отношений. В этой связи для выявления факторов, влияющих на управление бизнес-активностью молодёжи в регионе, автор диссертации считает целесообразным применение системного подхода (Н. Луман [131], Т. Парсонс [154, 155]), что позволит рассмотреть бизнес-активность как открытую социальную систему, а также выявить особенности взаимодействия внутренней и внешней среды влияния на активность молодёжи в бизнесе.

В отдельности каждая группа факторов была детально рассмотрена различными исследователями в рамках социологии, экономики, менеджмента, психологии и др. Диссертант выявил, что учёные предпочитают ограничивать свои поиски либо внешними факторами воздействия, либо внутренними (преимущественно психологическими) особенностями предпринимателя [72; 76; 128]. При этом принимается, что внешняя среда предпринимательства – это макросистема, которая состоит из ряда взаимосвязанных факторов, влияющих на развитие предпринимательской деятельности вне воли предпринимателя [72]. Например, А. Хоскинг выделяет макросреду и микросреду предпринимательства. Макросреда – это совокупность экономических, политических, правовых, социально-культурных, технологических, физических (географических) условий

деятельности. Микросреда включает в себя институциональную систему предпринимательства [218, С. 114]. Следует отметить, что в отечественных научных исследованиях учёными активно используется разделение на факторы макро-, мезо- и микросреды, с целью уточнения степени влияния внешней предпринимательской среды [29; 128].

Однако, О.Ю. Ворожбит и Н.Ю. Титова справедливо отмечают, что существуют общие условия и факторы, действующие в нескольких сферах и специфические, которые оказывают воздействие на конкретную сферу деятельности предпринимательской структуры [30, С. 135]. Кроме того, они предлагают различать факторы, оказывающие прямое и косвенное воздействие, что является полезным для составления авторской классификации факторов, влияющих на молодёжную бизнес-активность в регионе, поскольку позволяет конкретизировать состояние среды предпринимательской деятельности [30, С. 136]. Представляет интерес научный подход В.А. Семёновой, которая предлагает совокупность всех внешних и внутренних факторов предпринимательской среды разделить, исходя из их особенностей, на три группы: постоянные – предприниматель сталкивается с ними каждый день; переменные – оказывают влияние при желании самого предпринимателя; общие – предприниматель не может повлиять на них из-за их масштабности [188, С. 161].

Объективные и субъективные факторы предлагают выделять в ходе анализа предпринимательской активности в регионе Е.В. Корнева и А.В. Корень. В целях выполнения диссертационного исследования научно-практический интерес представляет выделенный учёными интегрированный подход к классификации факторов, формирующих предпринимательскую среду в регионе, предполагающий разделение на факторы предпринимательского потенциала и предпринимательского климата. При этом к первым были отнесены природно-ресурсные, человеческие, финансовые, информационные и научно-технические. Ко вторым – экономические условия (экономическая ситуация), государственная поддержка предпринимательства (консультационная, финансовая, научно-

техническая и др.), социально-культурный фактор, нормативно-правовая база, научно-технический фактор [118].

Представленные в диссертации подходы развивались в рамках экономики, менеджмента, теории предпринимательства. В социологии управления взаимодействие внутренних и внешних факторов воздействия на предпринимательскую среду (в особенности связанную с молодёжным бизнесом) не являлось предметом изучения. В остальном можно говорить о наличии ряда обзорных исследований, носящих общий характер, или аналитических статей о предпринимательстве, что является более узкой категорией по сравнению с бизнес-активностью [110; 119; 136 и др.].

Ближе всего к социологии управления оказался подход экономиста Тумилевич Е.Н., которая в ходе изучения развития малого предпринимательства в регионе, выделила базисные факторы, влияющие на саму возможность существования предпринимательства: законодательство, налогообложение, ресурсы и дополняющие, которые влияют на объём предпринимательства и его состояние: специальная государственная поддержка, инфраструктура рынка, социальное партнерство, самоорганизации предпринимателей. Также она отметила внутренние, которые во многом зависят от человеческого фактора: психологическая и профессиональная готовность к предпринимательской деятельности, окружение субъекта предпринимательства [205].

Факторы внешней среды учёный разделила на две группы: регулирующие и обеспечивающие. В первой группе оказались: политическая ситуация; правовые условия, отражённые в законодательстве (налоговом, бюджетном, тарифном, инвестиционном); административные механизмы (порядок регистрации, порядок лицензирования, порядок сертификации, порядок реорганизации, порядок стандартизации, система контроля); формы организации малого предпринимательства в регионе. Они выполняют функции по поддержке предпринимательской активности в регионе и созданию условий для развития предпринимательства. Наиболее значимые проблемы, возникающие в сфере

организации предпринимательской деятельности в регионе: нестабильность законодательства; налоговый пресс; региональные ограничения; рэкет; неэффективная таможенная, тарифная и кредитная политика; бюрократизм; взяточничество.

Обеспечивающие факторы внешней среды разделены на две подгруппы: экономические и деловые. К первой подгруппе отнесены: доступ к ресурсам (финансы; помещения и коммуникации; оборудование; кадры; информация; технологии; сырье, материалы; система сбыта); макроэкономические показатели (уровень научно-технического развития; покупательная способность потребителей; конкурентная среда; условия для интенсивного развития; развитость внешнего рынка; насыщенность внутреннего рынка). Во второй подгруппе оказались: институты для ведения предпринимательской деятельности (рынки по оказанию услуг); институты для установления деловых взаимоотношений; общественная атмосфера; физическая среда. Указанные факторы носят объективный характер и выступают основой для осуществления предпринимательской деятельности. Среди значимых проблем выделены: недостаток финансовых ресурсов; недостаток услуг по обеспечению ресурсами; недостаток деловой культуры предпринимателей и населения; неразвитость инфраструктуры малого предпринимательства.

В целях диссертационного исследования представляет интерес группировка факторов, осуществлённая Е.Н. Тумилевич с точки зрения управления сферой малого предпринимательства. Она произведена в зависимости от возможности быстроты их изменения: 1) неизменяемые факторы (географическое положение региона, наличие природных ресурсов); 2) медленно изменяемые (экологическая ситуация; плотность и структура населения; достаточность и доступность квалифицированной рабочей силы; наличие, доступность и развитость транспортной сети, коммуникаций и технической инфраструктуры; экономическая ситуация в регионе; производственный и инновационный потенциал; состав региона (городское и сельское население); общественные нормы, способствующие

доверию предпринимательству); 3) быстро изменяемые факторы (система регионального законодательства, «высота» административных барьеров, политика органов власти в отношении к субъектам предпринимательства, наличие инфраструктуры поддержки и сопровождения малого бизнеса) [205].

Несмотря на наличие различных подходов к классификации факторов, оказывающих влияние на формирование предпринимательской среды, автор диссертации отмечает, что указанные классификации имеют общий характер и не дают возможности выявить, в какой степени выделенные факторы влияют на результат управления бизнес-активностью молодёжи. Кроме того, выявить влияние этих факторов на результаты деятельности молодёжного бизнеса практически невозможно. Поэтому возникает необходимость в ходе выполнения диссертационного исследования выявить совокупность внутренних и внешних факторов, воздействующих на бизнес-активность молодёжи как комплексное явление, соединяющее инновационную деятельность (предпринимательство) и традиционные способы ведения бизнеса, создавая тем самым единый целевой ориентир для системы государственного и регионального управления.

В ходе теоретического анализа работ отечественных и зарубежных учёных [94; 110; 145; 223 и др.] автор диссертации пришёл к выводу, что бизнес-активность характерна для людей, способных принимать на себя риск, проявлять гибкость мышления и адаптироваться в постоянно изменяющихся условиях внешней среды. Поэтому достаточно закономерным является тот факт, что государственные программы поддержки малого бизнеса (к которому принадлежит абсолютное большинство начинающих бизнесменов) ориентированы именно на молодёжь, как наиболее мобильную и креативную часть населения.

Несмотря на то, что развитие молодёжи в целом подчинено общим правилам и тенденциям, характерным для современной социально-экономической обстановки в стране, молодёжная бизнес-активность обладает уникальными чертами.

Во-первых, специфичность молодёжной бизнес-активности обусловлена

рядом объективных и субъективных факторов: возрастом, социальным статусом, соотношением потребностей и возможностей, соотношением декларируемых и реальных возможностей, действием государственных программ и институтов социального контроля.

Во-вторых, молодёжь склонна проявлять активность в более, чем одной сфере, ввиду чего осложнено понимание мотивирующих факторов и особенностей её активности.

В-третьих, молодёжная бизнес-активность осуществляется не только в рамках взаимодействия с различными группами населения, но также в условиях жёстких экономических правил: достижение прибыли, функционирование в условиях риска и неопределённости, непрерывное развитие и совершенствование в выбранной сфере деятельности.

В-четвёртых, молодёжное предпринимательство находится в наиболее подвижном и активном состоянии, что обеспечивает ему большую степень адаптивности и эффективности, ввиду того, что молодые люди в основном более выносливы и в большей степени увлечены делом.

Изучение процессов, связанных с управлением бизнес-активностью молодёжи, невозможно без выделения основных особенностей данной возрастной группы, а также без анализа научных подходов к изучению, анализу, выработке концепций как относительно социальной активности в целом, так и в отношении бизнес-активности в частности.

При изучении такой социальной общности, как молодёжь, необходимо обратиться к её специфическим особенностям, сформулированным в работах специалистов по молодёжной проблематике. В.Т. Лисовский [129, С. 24] разделил молодёжь по принципу стадий усвоения социальных функций общества (профессиональных, культурных и др.). Возрастные рамки определялись им в интервале от 16 до 30 лет. Однако И.С. Кон использовал более широкий круг признаков, к которым он относил:

- возрастные характеристики;

- социальное положение;
- социально-психологические свойства.

При этом он отмечал, что помимо универсальных свойств относительно социального и психологического состояния молодых людей имеется зависимость от общественного строя и особенностей текущего периода развития человечества [112, С. 63].

И.М. Ильинский уточнил понятие «молодёжь», расширил её возрастные рамки и учёл, таким образом, момент приобретения дееспособности. В результате был получен интервал от 13-14 до 29-30 лет. Он утверждал, что социально-культурные особенности общества на текущем этапе оказывают значительное влияние на молодых людей, в связи с чем возрастные границы необходимо пересматривать, как и само определение молодёжи, которое может подвергаться изменениям ввиду общественного развития [141, С. 14].

В основе законодательно закреплённых признаков молодёжи выступает возраст, как универсальный инструмент определения целевой аудитории поддержки. Распоряжением Правительства РФ №1760-р от 18 июня 2006 г. была утверждена «Стратегия государственной молодёжной политики в Российской Федерации», согласно которой молодёжью считались граждане в возрасте от 14 до 30 лет [175]. Позднее был принят другой документ – распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [176], который закрепил положения о том, что государственная молодёжная политика осуществляется в отношении граждан Российской Федерации в возрасте от 14 до 30 лет [176; 177]. Таким образом, возрастные рамки не изменились, однако если в документе, принятом ранее, молодёжь в рамках государственной политики рассматривалась с точки зрения ресурсного подхода, то в последнем варианте она позиционируется как специфическая социально-демографическая группа.

В ходе аналитической работы автором диссертации было принято решение в дальнейшем определить границы возраста исследуемых молодых людей в

интервале от 18 до 30 лет. Данный выбор обусловлен тем, что в диссертации рассматривается бизнес-активность не в чистом виде, которая может проявляться и в подростковом периоде, а с точки зрения экономической и социальной независимости. Следовательно, только становление автономных молодёжных бизнес-субъектов представляет интерес в рамках данной работы, целью которой является совершенствование управленческого механизма. Для молодого человека возраст 18 лет юридически является отправной точкой для создания своего собственного бизнеса, либо полноценного участия в трудовых отношениях, а также совершения сделок и заключения договоров без участия опекающих лиц [113]. Соответственно, государство ставит перед собой задачу создания эффективной системы управления именно в области субъектов высокого уровня самостоятельности, где высоки риски, но в то же время наблюдается высокая вероятность реализации потенциала.

Объективным основанием для развития молодёжи как субъекта бизнес-активности и одновременно основным системообразующим элементом этого процесса выступает социальная среда. Не подвергается сомнению тот факт, что любая общественная система функционирует при взаимодействии нескольких факторов. Факторы преимущественно связываются с деятельностью самого субъекта бизнес-активности, т.е. молодого предпринимателя или бизнесмена и с воздействием на него внешней среды, включающей государство, общественные организации, социальные движения, нормы и др. Таким образом, выделяются: уровень внутренних факторов влияния и уровень внешних факторов влияния. Уровень внутренних факторов подразделяется на два подуровня: 1) сфера внутриличностных процессов; 2) сфера межличностных процессов, определяемая теснотой и интенсивностью интеракций с малыми и большими социальными группами, в том числе связанными с институциональными правилами и объединениями субъектов.

Среди внешних факторов, оказывающих существенное влияние на бизнес-активность молодёжи, автор диссертации выделяет следующие.

1. Географические и природные факторы места ведения бизнеса.
2. Деятельность государственных органов общего назначения (правительство страны, местные органы власти и др.).
3. Деятельность специализированных государственных, негосударственных служб, профессиональных и отраслевых союзов и добровольных объединений граждан.
4. Разработанность и рациональность законодательной базы в сфере молодёжного бизнеса – её единообразие и предельная конкретность.
5. Уровень развития социальных и экономических отношений в стране – выражает степень стабильности и налаженности социальных и экономических связей в стране в целом, характеризуется общими экономическими и социальными показателями страны.
6. Состав и обеспечение процедур, связанных с организационным сопровождением бизнес-активности молодёжи – простота и прозрачность регистрационных, контролирующих и иных государственных механизмов, минимизация посреднического звена между молодёжью и органами управления, принимающими решения.
7. Разработанность общегосударственных стандартов и правил ведения деятельности.
8. Наличие системы мониторинга, обратной связи и последующих изменений дисфункциональных институтов.
9. Особенности доступа к бизнес-информации относительно состояния отраслевой структуры экономики и рейтинга партнёров по бизнесу.
10. Прозрачность и подотчётность молодёжным организациям органов по защите и поддержке молодых предпринимателей.
11. Уровень сложившейся структуры социального капитала и системы обмена деловыми связями в стране.
12. Наличие на рынке труда необходимых специалистов.
13. Другие факторы внешнего воздействия, характерные для конкретного

субъекта федерации, муниципального образования.

К внутренним факторам, оказывающим особое влияние на этапе начальной деятельности малого бизнеса, диссертант относит следующие.

1. Информированность о сущности и характере бизнес-активности в целом.
2. Психологический настрой к риску и принятию ответственности за принимаемые бизнес-решения.
3. Сформированность коммуникативных навыков, в том числе в рамках деловой коммуникации.
4. Наличие стартовых средств, либо стартового заёмного фонда.
5. Навыки борьбы со стрессом и эмоциональным ступором.
6. Умение решать задачи в рамках ситуативного подхода.
7. Наличие первичного социального капитала.
8. Наличие накопленного опыта предыдущих поколений.
9. Умение формировать коллектив и осуществлять адекватное стимулирование персонала.
10. Умение создавать структуру логистических и финансовых потоков, планирования и прогнозирования в компании/ организации личной трудовой силы (для индивидуальных предпринимателей).
11. Прочие факторы личностного и внутриорганизационного характера.

Из представленного перечня внутренних факторов становится очевидным, что этот уровень характеризуется как личностной готовностью молодого человека к бизнес-активному поведению и обладанию необходимыми профессиональными и деловыми навыками, так и качеством построенной организационной структуры с её коммуникационными сетями, корпоративной культурой и др. Другими словами, проблема внутренней среды заключается в необходимости формирования базового капитала у начинающего бизнесмена и навыков внутриорганизационного планирования и управления у более опытного представителя.

Анализ вышеуказанных факторов влияния показал, что их взаимосвязь имеет чёткий каузальный характер, который не позволяет в полной мере

абстрагироваться от любого из имеющихся уровней. Поэтому, представляя более детальную характеристику факторов в дальнейшем, автор диссертации концентрирует внимание на прямом влиянии внешних факторов на изменение субъективного уровня и косвенном влиянии на организационный уровень. Данное решение основано на приоритетной практической задаче работы: создании модели эффективной системы управления бизнес-активностью молодёжи, структура которой адаптирована к имеющемуся и планируемому к введению инструментарию диагностики и коррекции.

Внешняя среда ориентирована на создание дополнительных благоприятных условий для активизации и стимулирования молодёжной бизнес-инициативы. Однако рассматривать внешнее воздействие как статичное образование невозможно, ввиду комплексности бизнеса как такового, социальной и экономической конъюнктуры в целом. Каждый уровень влияния характеризуется группами вторичных факторов, обусловленных длительностью воздействия и степенью управляемости со стороны бизнес-активного человека и системы государственного управления. Поэтому необходим структурированный анализ факторов в связи с наиболее актуальными критериями оценки деятельности.

Постоянные (или условно-постоянные, ввиду изменчивости самой природы бизнес-активности) факторы оказывают влияние на бизнес-активность ежедневно на регулярной основе. На них предприниматель способен оказывать прямое или косвенное воздействие, при условии полноценной системы обратной связи. Однако они оказывают влияние вне зависимости от получаемого результата и уровня активности бизнесмена.

К внешним постоянным факторам можно отнести те, которые формируют институциональную среду.

Правовой фактор – это совокупность законов (налоговых, земельных, трудовых) и подзаконных актов, которые определяют направленность и содержание предпринимательской деятельности, регулируют и регламентируют её, а также формируют отношения предпринимателя с другими субъектами

экономического процесса, государственными структурами и общественными институтами. Таким образом, формируются нормативные «правила игры» в сфере предпринимательства. Например, принятие Конституции РФ 1993 г. способствовало тому, что местное самоуправление как одна из основ конституционного строя, получило функцию создания благоприятных условий, способствующих расширению рыночных отношений предпринимательских структур, взаимодействию региональной экономической базы, повышению деловой активности населения и формирования главного участника рынка – предпринимателя [193, С. 184].

Политика в отношении предпринимательства и бизнеса внутри страны выражена отношением государства к предпринимательской активности и может носить стимулирующий, подавляющий или нейтральный характер. Стабильность политического строя в целом – определяющая характеристика этого фактора, так как даёт предпринимателю возможность стратегического планирования, т.е. долгосрочных расчётов своих действий. Также следует учитывать региональное и муниципальное управление, которое оказывает прямое воздействие в ходе создания благоприятной предпринимательской среды. Степень развитости обратной связи с молодыми предпринимателями, способность учитывать их потребности и рекомендации на местах во многом являются залогом высокой эффективности и экономической отдачи от молодёжных предприятий.

Экономическая ситуация в стране содержит в себе условия конкуренции и ценообразования. Последние базируются на уровне цен на факторы производства, вовлекаемые предпринимателем в производительный процесс, включая стоимость рабочей силы, размер ставок ссудного процента, а также уровень налогообложения и обязательных платежей (например, за используемые ресурсы).

Социальный фактор по структуре более сложен, чем другие факторы. Он включает в себя множество элементов, игнорирование которых бизнесменом, в особенности предпринимателем, может иметь для него негативные последствия. Образовательный и культурный уровень населения, степень информированности о

технических новинках, уровень застойной и циклической безработицы, социальная поддержка малоимущих слоёв населения – все эти аспекты позволяют сформировать наиболее эффективную целевую аудиторию для молодёжного бизнеса, однако вместе с тем могут создать серьёзные трудности в реализации узконаправленной продукции и услуг.

Также к группе условно постоянных внешних факторов можно отнести потребителя, производителя, конкурента, а также следующих субъектов рыночной инфраструктуры: материально-технического снабжения; оптовой и розничной торговли; банковского сектора; страхового бизнеса; фирмы, оказывающие юридические услуги; транспортные и экспедиторские компании; центры телекоммуникационных услуг.

Внутренние постоянные факторы связаны со стабильными внутриличностными и внутриорганизационными аспектами.

Достаточно стабильным является избранный стиль руководства (если речь идёт о малом молодёжном предприятии) организационная структура предприятия, логистическая система в организации, выбранная позиция на рынке (лидер, следующий за лидером и др.), стратегия формирования коллектива, социальная политика в организации и другие факторы. Следует подчеркнуть, что, хотя эти факторы и подвергаются изменениям, то чаще в долгосрочном периоде, когда возможен структурный анализ работы за определённый период времени.

Переменные факторы – факторы, оказывающие влияние с некоторым лагом во времени, либо возникающие точечно, в единичных случаях. Большинство данных факторов находятся в прямой зависимости от степени активности человека, и в некоторых случаях могут быть спрогнозированы заранее.

Внешние переменные факторы хотя и позиционируются как косвенно связанные с деятельностью бизнесмена, но тем не менее, имеют непосредственную связь с ним. В качестве таких факторов выступают: сезонность в реализации определённой продукции или услуг, декларируемые государством приоритетные сферы деятельности (год молодёжи, год культуры), установленные отраслевыми

союзами и предпринимателями направления (реклама, промо-акции) и прочие мероприятия.

Другим аспектом, влияющим на деятельность молодёжного бизнеса, может выступать мода. В условиях современной действительности явление моды охватывает не только стиль одежды, но и тип питания, предпочитаемых услуг, фирм-производителей или категорий товаров.

Несмотря на видимую объективную независимость указанных факторов, на практике предприниматель вполне способен сформировать их путём грамотного бизнес-активного поведения.

Внешние переменные факторы также обусловлены деятельностью профессиональных и отраслевых союзов. Даже в том случае, если молодой предприниматель не принимает участие в их деятельности, их вмешательство в качестве регуляторов отдельных процессов может оказать позитивное или негативное воздействие на стабильность развития отрасли в целом. Это потребует времени для адаптации молодёжного бизнеса к изменившимся условиям.

Изменения в деятельности банковского сектора и страховых организаций корректируют деятельность молодого бизнесмена в случае необходимости пользования их услугами. Если условия обслуживания расчётных счетов являются относительно стабильной услугой, то услуги кредитования и рефинансирования относятся к ситуативной категории. К данному фактору также можно отнести деятельность юридических фирм, бизнес-инкубаторов, коллекторских агентств и других субъектов влияния, к услугам которых бизнес прибегает в зависимости от интенсивности деятельности.

Внутренние переменные факторы обусловлены планированием в сфере организации и самоорганизации молодого бизнесмена.

Этап жизненного цикла развития молодёжного предприятия обуславливает специфику и темп работы молодого человека в зависимости от задач, связанных с определённым этапом. Этап роста требует разработки нормативных и структурных основ бизнеса, привлечения заёмного капитала, в то время как старение

организации требует антикризисных мероприятий или поиска другой, более жизнеспособной отрасли.

Личностные и семейные факторы влияния характеризуют наличие неустроенности молодёжи вне экономической сферы развития. С одной стороны, в случае организации семейных форм бизнеса межличностные коммуникации оказывают непосредственное влияние на бизнес, в другом случае – способствуют усилению или провоцируют снижение мотивации к труду и развитию.

Межличностные коммуникации в коллективе также имеют изменчивую природу по причине наличия текучести кадров, временного выбытия отдельных сотрудников и др. В результате молодому предпринимателю необходимо адаптироваться к изменившимся условиям и корректировать отдельные элементы социальной политики своего бизнеса.

Глобальные факторы – факторы, масштаб которых имеет институциональный страновой или глобальный характер, воспринимающиеся предпринимателем как данность, имеющие длительный (или не имеющие в целом) цикл изменения. Данные факторы не могут быть изменены бизнес-активным человеком даже в долгосрочный период, более того, они в большинстве случаев принимаются как факт и на уровне государственного управления.

К данной группе внешнего влияния можно отнести геоприродный фактор, включающий географическое положение страны, региона и города. Зачастую предпринимательство и бизнес формируются и получают дальнейшее развитие в зависимости от географического положения, что, например, детерминирует приоритетное развитие таких отраслей, как туризм, торговля, промышленность, сельское хозяйство, посредническая, финансовая деятельность и др.

Другим примером может послужить фактор международных политических отношений. В условиях обострения противоречий между лидирующими странами мирового сообщества, введение эмбарго, санкций и других мер оказывает значительное влияние на молодёжный бизнес. С одной стороны, препятствия импорту могут стимулировать отдельные сферы бизнеса, с другой – выводить

отдельные предприятия с рынка, ввиду невозможности приобретения импортных комплектующих и сырья.

Темпы и характер мирового технологического прогресса позволяют молодому человеку проявить предпринимательские качества, но в то же время высокая стоимость технических новинок может способствовать существенному снижению конкурентоспособности и привлекательности малого бизнеса для молодёжи. Научно-технические и технологические факторы, которые определяются некоторыми специалистами общим понятием «технологическая среда» [216], отражают общий уровень научно-технического развития страны и мирового сообщества, который воздействует на предпринимательство через автоматизацию производства, совершенствование технологических процессов, химизацию, посредством внедрения инноваций.

К внутренним глобальным факторам может быть отнесена ментальная особенность населения. В данном случае она проявляется относительно субъекта молодёжного бизнеса (современными учёными отмечается ментально низкая склонность к риску русского населения [223]), потребителей региона проживания (традиционные предпочтения, консерватизм в выборе производителя, либо стремление к новизне [190]), партнёров (в зависимости от того, идёт ли речь о типичном представителе данной страны, либо о зарубежном партнёре [21]).

Таким образом, факторы, влияющие на молодёжную бизнес-активность, в зависимости от целей исследователей, группируются и классифицируются по различным признакам, что коррелирует с целями и задачами диссертационной работы. Полученная классификация, в отличие от рассмотренных ранее, учитывает возможность осуществления обратной связи со стороны предпринимательской среды (с целью усиления субъект-объектной ориентации будущей модели) и определения характера источника воздействия на бизнес-активность (с целью отражения эффективности прямого и косвенного воздействия органов власти на бизнес-активное поведение). В результате выработана двухмерная оценка среды, влияющей на бизнес-активность молодёжи, с учётом глобальных, условно-

постоянных и переменных факторов с точки зрения их действия во внутренней или внешней среде функционирования бизнес-единицы.

Среди факторов, оказывающих наиболее существенное влияние на управление бизнес-активностью молодёжи на различных этапах становления бизнеса, по мнению диссертанта, необходимо выделить две группы: внутренние и внешние, связанные с функционированием молодёжной бизнес-единицы как таковой и с деятельностью субъектов управления. Высокая нестабильность и рисковость современных социальных и экономических отношений обусловила необходимость параллельного выделения ещё трёх групп факторов (условно-постоянные, переменные и глобальные), принцип разграничения которых основан на степени активности молодого бизнесмена и возможности его влияния на среду [40; 41].

Внешние факторы обладают различной степенью управляемости как со стороны субъекта бизнес-активности, так и со стороны государственных и региональных органов управления. Однако сглаживание диспропорции их развития представляется вполне осуществимым, так как формирует доверие, имеющее большую значимость для осуществления бизнес-деятельности [242].

Внутренние факторы, влияющие на бизнес-активность предпринимателя, более сложны с точки зрения оценки государственными органами управления. Они специфически связаны с этапом деятельности предприятия и этапом развития бизнес-активного молодого человека.

Несмотря на тот факт, что система государственного и регионального управления прямо или косвенно воздействует на бизнес-активность посредством внешних условно-постоянных и переменных факторов, изменяя налоговую политику, регулируя ставку рефинансирования, предлагая новые программные продукты поддержки бизнеса, внутренние факторы позволяют скорректировать модель управления в отношении адресности, оперативности и выработки наиболее эффективных и оптимальных механизмов воздействия на молодёжный бизнес. В зависимости от этапа воплощения бизнес-активного потенциала автор диссертации

выделяет три основных стадии формирования бизнес-активного человека, для каждой из которых характерно определённое сочетание главенствующих внутренних и внешних, постоянных и переменных факторов влияния: потенциально бизнес-активный человек, бизнес-активный человек, экс-бизнес-активный человек.

1. Потенциально бизнес-активный человек. Представляет наибольший интерес в качестве объекта исследования, так как основные внутренние факторы связаны с непосредственной подготовкой к бизнес-активности в любой форме её проявления: от фриланса до полноценной предпринимательской единицы. В сфере внешних факторов деятельность государственных и региональных органов власти посредством программ поддержки и субсидирования является наиболее существенной.

2. Бизнес-активный человек. Внутренние факторы во многом схожи с теми, что оказывают влияние на потенциально бизнес-активного человека, однако есть и такие, которые непосредственно связаны со спецификой уже действующей бизнес-единицы. Часть из указанных факторов характерна только для стандартной предпринимательской активности, либо неофициального предпринимательства. На данном этапе к личностным особенностям бизнесмена добавляется специфика построенной им организации. С точки зрения внешних субъектов влияния к работе органов власти добавляется деятельность общественных организаций и отраслевых (профессиональных) объединений, поведение целевой группы потребителей и другие особенности окружающей среды, влияющей на фактическую бизнес-активность.

3. Экс-бизнес-активный человек. Данный этап развития характеризуется утратой мотивации к деятельности и снижением активности, уходом с рынка, сворачиванием коммуникаций с экономическими партнёрами. В некоторых случаях переход на данный этап связан с утратой физического здоровья, переходом к иной форме экономической активности. Если для зрелого человека эта стадия может сопровождаться естественным переходом в пенсионный возраст, то для

молодого в отношении внутренних факторов превалируют иные мотивы. Их более детальное рассмотрение возможно при проведении полевого исследования, или в ходе анализа вторичных данных, которые будут представлены во второй главе диссертации. Возможно выделение общих факторов (которые были определены автором диссертации на основе исследования организации по бизнес-сопровождению и обучению в Тюменской области – СКБконтур в 2012 году [167] относительно основных причин неудач предпринимателей и закрытия фирм), мотивирующих молодёжь к прекращению бизнес-активного поведения. Внутренние факторы связаны с разочарованием в собственных способностях, распадом молодёжной бизнес-команды, потерей ведущих специалистов. Внешние факторы в основном определены налоговой политикой государства и усложнением (упрощением) отчётных и регистрационных процедур. Хотя экс-бизнес-активный молодой человек уже не участвует в исследуемом процессе, для системы управления его оценка имеет большое значение с целью корректировки и совершенствования программных продуктов для молодёжи.

Как видно из проведённого анализа, бизнес-активность характеризуется влиянием различных факторов не только в зависимости от времени, отрасли и деятельности органов власти, но и от этапа становления молодого бизнесмена, что существенно усложняет процесс эффективного управления молодёжной бизнес-активностью. Исследование системы управления бизнес-активностью молодёжи в общем виде, по мнению автора диссертации, состоит из трёх основных элементов.

1. Определение критериев эффективности управления бизнес-активностью молодёжи.

2. Диагностика существующей системы управления и внешней среды (внешних факторов) и оценка состояния объекта управления (внутренних факторов).

3. Формирование свода рекомендаций и основных способов совершенствования или корректировки текущих мероприятий системы государственного управления.

Отправной точкой исследования выступают критерии, позволяющие сформировать адекватную программу исследования. Поскольку критерии определения бизнес-активности размыты, ввиду неопределённости в идентификации самого явления, его индикаторы будут носить комплементарный характер и включать в себя признаки предпринимательской, деловой, трудовой и иных видов активности, находящихся на пересечении со сферой бизнес-активности молодёжи.

Степень развития бизнес-активности возможно оценить при помощи инструментария, используемого при изучении социальной активности, включающего следующие характеристики субъектов:

- 1) мобильность (молодёжь социально активна в большей степени);
- 2) разнообразие способов и сфер деятельности (социальная активность тем выше, чем больше степень включенности в общественные связи и общности);
- 3) сознательность осуществляемых действий, приобретающих свойства общественно значимых поступков;
- 4) использование опыта других субъектов, что помогает расширить объём и усилить интенсивность преобразующей деятельности;
- 5) привлечение сил других субъектов для достижения общественно значимых целей;
- 6) творческий потенциал, обеспечивающий генерацию новых способов преобразования природы и общественных отношений [73, С. 47].

Автор диссертационной работы на основе системного подхода выделил совокупность индикаторов управления бизнес-активностью молодёжи, которая представлена в Приложении 5.

Оценка влияния того или иного фактора на эффективность системы управления молодёжной бизнес-активностью возможна при определении системы индикаторов, характеризующих качество субъекта бизнес-деятельности как со стороны внутренних факторов, так и отражающих прямое и косвенное воздействие внешних факторов на мотивационную и поведенческую составляющие.

1. Общие количественные индикаторы бизнес-активности, позволяющие выявить результативность государственных инвестиций в молодёжный бизнес, сгруппированы следующим образом: количество молодёжных предприятий в общей совокупности производственной и непроизводственной сферы, уровень выживаемости бизнеса на первом и последующих годах функционирования, частоту обращения к кредитным организациям и органам государственной и региональной поддержки. В работе также отражена методика расчёта данных показателей.

2. Индикаторы субъективного уровня управления направлены на оценку готовности молодого человека к созданию предприятия или развитию текущего бизнеса в краткосрочной и долгосрочной перспективе. Группировка произведена по пяти направлениям: личностный потенциал молодёжной бизнес-активности (склонность к рисковому поведению и др.), образовательное обеспечение бизнес-активного поведения (уровень образования, повышение квалификации и др.), уровень профессиональной подготовки к ведению бизнес-активной деятельности (стаж работы и др.), наличие стимулирующей мотивации и сдерживающих факторов (количество и виды барьеров при открытии бизнеса и др.), качественная и количественная характеристика социального капитала (наличие эффективных связей на различных уровнях управления).

3. Индикаторы качества институционального уровня управления нацелены на отражение степени достаточности условий, созданных государством и регионом в отношении организации новых молодёжных предприятий, которая раскрывается через доверие к органам власти, доступность и актуальность участия в программах поддержки и финансирования, а также в специализированных или отраслевых сообществах

4. Индикаторы процессного уровня управления сгруппированы по двум направлениям: информационное обеспечение молодёжной бизнес-активности (степень информированности о программах поддержки предпринимательства, институциональных сообществах и др.) и включенность в институциональную

коммуникационную деловую сеть (коммуникации с бизнес-сообществами, бизнес-инкубаторами и др.).

Представленные индикаторы позволяют определить характеристики объекта управленческого воздействия, перспективные направления государственной молодёжной политики, а также выявить проблемы в уже существующих методах работы с молодыми бизнесменами. Таким образом, оценка бизнес-активности характеризуется несколькими макро-группами показателей:

- экономическими – в отношении уровня дохода, организации предпринимательского дела, принятия правил рынка;
- социологическими – в сфере построения взаимодействия с государством, обществом, социальными группами и общностями;
- психологическими – относительно степени готовности к реализации потенциала, преодолению личностных страхов и сомнений;
- культурологическими – в сфере формирования традиций и этики бизнеса;
- управленческими – в сфере государственного и муниципального управления – организация образовательных программ, создание достойных экономических и правовых условий; обеспечение возможности влияния молодого человека на систему управления в целом.

По результатам проведённого автором диссертации анализа существующих научных концепций, появилась возможность уточнить специфику изучаемого объекта, что позволит в дальнейшем рассмотреть нормативные основания и существующие мировые практики управления молодёжной бизнес-активностью.

1.3. Нормативно-правовые основы поддержки молодёжного бизнеса

В ходе анализа нормативно-правовой системы государственной поддержки молодёжного бизнеса в различных странах, автором диссертации было выделено три макроуровня воздействия на бизнес-активность молодёжи, обусловленные масштабом охвата целевой аудитории, степенью включённости (либо эксклюзии)

определённого бизнес-субъекта в сферу деятельности субъектов поддержки различного рода и подкреплённые соответствующими документами [68, С. 19-21].

I. Теоретический уровень.

1. Резолюции Генеральной Ассамблеи Организации Объединённых Наций. Среди документов, имеющих наибольшую значимость в отношении управления молодёжью в целом, и бизнесом в частности, диссертант выделяет следующие: Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН №A/RES/65/267 от 21 июня 2011 г. «Организация заседания высокого уровня по вопросам о молодёжи» [181], Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 18 декабря 2009 года №64/134 «О провозглашении 2010 года Международным годом молодёжи» [182], Проект резолюции ООН от 1 декабря 2009 года №A/64/432 «Политика и программы, касающиеся молодёжи» [169], Итоговый документ заседания высокого уровня Генеральной Ассамблеи по теме «Молодёжь: диалог и взаимопонимание» №A/65/L.87 от 13 июля 2011 г. [101]. Данные документы в целом содержат общую стратегию работы с молодёжью. В некоторых из них уделяется внимание только отдельным аспектам предпринимательства и бизнеса. Детальная регламентация бизнес-деятельности делегируется специализированным организациям и фондам.

2. Послания и выступления официальных лиц в рамках деятельности ООН. Они содержат общие цели и задачи, связанные с увеличением занятости молодёжи, повышением возможностей развития их творческого потенциала, а также очерчивают приоритетные направления международной молодёжной политики.

3. Резолюции международных конференций, посвящённых развитию молодёжи и молодёжного бизнеса. Данная группа включает в себя свод рекомендаций по совершенствованию работы с молодёжью на уровне международного сотрудничества и конкретных программ поддержки.

4. Документы, изданные Советом Европы (Европейская хартия об участии молодёжи в жизни муниципальных и региональных образований в действии – 2007 год) [101]. Особенностью данных документов является: во-первых,

содержание документов имеет системный и, в большей степени, прикладной характер; во-вторых, документы включают конкретные меры по управлению, контролю и исполнению принятых рекомендаций.

В ходе анализа международной нормативной базы автор диссертации выделяет следующие недостатки. Большинство указанных мер и правил носят рекомендательный характер и не являются обязательными к исполнению. Их реализация, безусловно, привела бы к положительным результатам в управлении молодёжным бизнесом и молодёжной бизнес-активностью в частности. Однако принимаются документы к исполнению в полном объёме далеко не везде и не всеми (в ряде случаев, они не могут быть применены ввиду этнокультурных и экономических особенностей стран и регионов), что стимулирует непоследовательность и разорванность эволюционных процессов в данной сфере, а также относительно мирового сообщества в целом. Ряд положений нуждается в плановой апробации, экспериментальной проверке и глубоком анализе, следовательно, оставаясь чисто декларативными, нормы не получают дальнейшего развития.

II. Программный уровень.

Включает совокупность программ, разработанных международными организациями, которые имеют фактическую реализацию в ряде государств, а также деятельность фондов, учреждённых с целью обеспечения финансовой, консультативной, образовательной помощи молодым предпринимателям и бизнесменам. К примеру, для решения проблемы занятости молодёжи Международным форумом лидеров бизнеса (IBLF) совместно с Фондом принца Уэльского (the Prince's Trust) была разработана Международная программа поддержки молодёжного бизнеса, развитием которой занимается Youth Business International (YBI). YBI объединяет в международную сеть программы, реализуемые в 39 странах мира [135]. Сущность программы заключается в комплексном охвате проблемы молодёжного стартапа, начиная с распространения информации и заканчивая финансовыми механизмами поддержки. К сожалению, к

услугам данных организаций прибегают в среднем не более 10-15 % молодых предпринимателей. В основном это вызвано незначительным распространением транслирующих представителей этих структур. Во-вторых, выделяемые средства ограничены, а условия получения помощи, в особенности финансовой, достаточно жёсткие.

III. Прикладной уровень.

На прикладном уровне рассматриваются соглашения, программы и резолюции, имеющие адресную направленность и целевую аудиторию. Автор диссертации выделяет несколько характерных черт рассматриваемой группы документов:

- круг стран, участвующих в подобных соглашениях, значительно ограничен (обычно 2-3 страны);
- документы чётко определяют конкретную сферу действия и перечень конкретизированных ограничений применения;
- документы являются частью государственных программ страны воздействия, либо программ всех стран участников;
- установлены виды и формы контроля над расходованием инвестиционных ресурсов;
- включают в состав активных субъектов не только общественные и политические организации, но и крупные финансовые институты (отдельные банки, страховые компании, венчурные фонды и др.).

В России впервые молодёжному предпринимательству было уделено особое внимание в начале 1990-х годов (28 февраля 1991 г. вышло Постановление Совета Министров РСФСР № 121 «О поддержке молодёжного предпринимательства в РСФСР» [163]). Согласно исследованиям Комитета РФ по делам молодёжи, именно молодыми людьми в начале 1990-х годов (период становления российского предпринимательства) было создано около 70-80 % малых и средних негосударственных коммерческих предприятий [138, С. 46]. Молодые предприниматели с самого начала рыночных реформ составили особую группу

«предпринимателей новой волны». В основном это были грамотные специалисты, которые покинули научные и исследовательские институты, вузы, государственные предприятия и министерства, где их многое не устраивало: низкий уровень оплаты труда, нестабильность рабочего места в условиях разрушения отечественной науки, образования и промышленности. Именно они обеспечили становление малых предприятий в нашей стране [138, С. 47]. В настоящее время существует около 500 малых предприятий, организованных молодыми предпринимателями в начале 1990-х годов, оборот которых составляет 10 млн. долларов [34, С. 63].

Однако на протяжении 1990-х и в начале 2000-х годов, как показывает проведённый Отделом социологии молодёжи ИСПИ РАН мониторинг социального развития молодёжи [200], интерес к предпринимательству у молодых людей стремительно падал, что нашло отражение в сужении сфер деятельности молодёжного предпринимательства. Причиной тому явилось отсутствие необходимой государственной поддержки данного сектора, отсутствие нормативно-правовой базы функционирования молодёжного предпринимательства.

Первый фундаментальный законодательный акт, в котором упоминалось понятие «молодёжное предпринимательство», был утверждён Постановлением Верховного Совета Российской Федерации 3 июня 1993 года. Речь идёт об «Основных направлениях государственной молодёжной политики в Российской Федерации» [162]. Для молодёжного предпринимательства данный документ имел косвенное значение, однако в общих чертах он задал направление для развития государственных программ в этой сфере.

С одной стороны, он создал условия для определения объекта воздействия. Государственная молодёжная политика согласно этому документу охватывает население, характеризующееся следующими признаками:

- граждане Российской Федерации, включая лиц с двойным гражданством, в возрасте от 14 до 30 лет;

– иностранные граждане, лица без гражданства в возрасте от 14 до 30 лет – в той мере, в какой их пребывание на территории Российской Федерации влечёт за собой соответствующие обязанности федеральных государственных органов;

– молодые семьи – семьи в первые три года после заключения брака (в случае рождения детей – без ограничения продолжительности брака), при условии, что один из супругов не достиг 30-летнего возраста, а также неполные семьи с детьми, в которых мать или отец не достигли 30-летнего возраста;

– молодёжные объединения [162].

С другой стороны, помимо общих понятий относительно объекта политики, данный закон выделил предпринимательскую деятельность как обособленный комплекс, требующий специальных мер поддержки. В принятом позднее Постановлении «О молодёжном предпринимательстве в городе Москве» в разделе «Содействие предпринимательской деятельности молодёжи» [161], впервые предлагалось создать систему мер, направленную на реализацию инновационного потенциала молодёжи, облегчение стартовых условий вхождения молодых граждан в рыночные отношения.

Данный документ определил фундаментальные принципы поддержки молодёжного предпринимательства, послужившие отправной точкой для последующих программ. Во-первых, было впервые предложено нормативное закрепление молодёжного бизнеса и выделение его из общей массы предпринимателей. Во-вторых, документ подразумевал финансовые льготы и определённые гарантии в сфере налогообложения, регистрационных сборов. В-третьих, молодёжному бизнесу предназначались специальные субсидии и льготы на покрытие ряда расходов, развития новых направлений. В-четвёртых, рассматривался блок образовательных мер, который включал в себя обучение основам бизнеса, правилам регистрации предприятия. Следует отметить, что, несмотря на значительную долю абстрактности указанных положений, нормативный акт закладывал основы для специализированного подхода к молодёжному бизнесу и предпринимательству, реализация которых в дальнейшем

не была осуществлена в полной мере.

Другой Федеральный закон от 28 июня 1995 г. № 98-ФЗ «О государственной поддержке молодёжных и детских общественных объединений» определяет общие принципы, содержание и меры государственной поддержки молодёжных и детских общественных объединений Российской Федерации [212]. К сожалению, в тексте данного закона предпринимательская деятельность или бизнес-активность в целом не отмечены специальными методами поддержки. Хотя отраслевые молодёжные объединения предпринимателей могли бы рассчитывать на некоторые льготы, к примеру: включение молодёжных и детских объединений в Федеральный реестр на бесплатной основе в течение месяца после представления ими письменного заявления и документов, подтверждающих соответствие объединения требованиям закона. Эта мера, по мнению автора диссертации, позволила бы им рассчитывать на консультационную, организационную и финансовую помощь в подготовке ряда мероприятий. Однако, учитывая тот факт, что экономическая деятельность не имеет ценностной и ярко выраженной патриотической составляющей, она не вошла в перечень приоритетных направлений.

Наиболее общие понятия и положения современной поддержки молодёжного бизнеса были заложены в Гражданском кодексе Российской Федерации, хотя молодёжный бизнес как отдельный объект нормативного регулирования в нём не представлен.

Молодёжный бизнес в подавляющем большинстве принято относить к микро-, малой или средней (встречается значительно реже) формам. Отношения, связанные с малым и средним предпринимательством, регулируются Федеральным законом от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ № «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [211]. Обращает на себя внимание тот факт, что молодёжь в указанных нормативных актах не выделяется в качестве отдельного субъекта предпринимательства.

Согласно Федеральному закону от 2 августа 2009 года № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам

создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» [209], учебным заведениям высшей школы предоставлено право создавать малые предприятия, однако там нет упоминания о молодёжном предпринимательстве. Тем не менее, нормативный акт косвенно стимулировал развитие научно-исследовательских институтов и создание небольших предприятий (например, по транспортному обеспечению и др.), в которых активное участие принимали студенты и выпускники образовательных учреждений. Однако специфических требований к соотношению персонала по возрасту не было установлено, в значительной степени данные предприятия имели формально самостоятельный, но практически зависимый способ существования.

На сегодняшнем этапе социально-экономического развития Российской Федерации актуальность проблемы развития молодёжного предпринимательства напрямую связана с теми задачами, которые были поставлены перед российским обществом в «Стратегии развития России до 2020 года». Согласно Стратегии, к 2020 году «минимальной планкой доли среднего класса в общей структуре населения должен быть уровень не менее 60 – 70 процентов» [32]. Однако такой показатель в условиях современной политической и экономической обстановки в мировом сообществе не имеет основы для столь интенсивного роста [87; 186].

В 2014 году было принято Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 года», которое содержит документ «Основы государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 года» [176], заменивший все предыдущие концепции и проекты. Данный документ по структуре и содержанию представляет собой логично выстроенный нормативный акт, который выделил молодёжное предпринимательство как отдельный самостоятельный феномен и конкретизировал его границы.

Молодёжное предпринимательство в этом документе определено как

«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» [158]. Таким образом, в скором времени должны быть приведены в соответствие с принятым нормативным актом все региональные программные документы в данной сфере. Однако по состоянию на 2015 год, большинство региональных актов остались в старой редакции.

Помимо существовавших ранее постановлений, в Распоряжении было сформулировано несколько положений, прямо или косвенно затрагивающих бизнес-активность молодых граждан. Новой концепцией развития молодёжной политики в сфере молодёжного предпринимательства определяется:

- создание базовых условий для реализации предпринимательского потенциала молодёжи, в том числе социального, а также создание и поддержка деятельности общественных объединений, направленной на развитие социально ориентированного молодёжного предпринимательства;

- создание равных условий молодым людям с ограниченными возможностями здоровья и инвалидам в социализации, реализации творческого потенциала, трудоустройстве и предпринимательской деятельности [176].

Однако указанные меры имеют весьма абстрактный и декларативный характер, при этом отсутствует логическая взаимосвязь указанных положений с другими мерами, предложенными в документе.

В этом отношении более специализированным и целеориентированным документом следует считать Концепцию Стратегии развития молодёжного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года, разработанную Координационным советом Торгово-промышленной палаты (ТПП) Российской Федерации по вопросам развития молодёжного предпринимательства [117]. Несмотря на достаточно объёмное содержание и наличие структуры потенциальных действий, у данного документа есть, по мнению автора

диссертации, ряд недостатков.

1. Документ был создан в 2012 году, однако так и остался по сути в проектной форме. Ряд формулировок и положений представляется достаточно спорным, а законодательные инициативы имеют общий характер без конкретизации целевых характеристик (измеримости, выполнимости, непротиворечивости целей) и предполагаемых результатов.

2. В документе отсутствуют положения, связывающие Координационный Совет и других участников процесса, а также проектных программ, реализующихся в стране на текущий момент.

3. Концепция не учитывает специфику различных подходов к бизнес-активности молодёжи как в рамках международных систем, так и имеющийся опыт в России, что приводит к дублированию положений и функций, которые уже распределены между другими участниками. Таким образом, ТПП позиционируется как надорганизационная обособленная структура, существование которой необходимо, но с учётом уже имеющихся разработок в данной области.

В то время как Концепции носят исключительно теоретический и обобщающий характер без конкретных количественных рамок, Федеральная программа устанавливает более чёткие показатели эффективности, сводит методику и методологию поддержки до узкоспециализированного инструментария. Однако, несмотря на Федеральный (Надрегиональный) уровень, учесть все особенности регионов данная программа не в состоянии. Заслуживающей внимания в данном отношении может являться Федеральная программа развития и поддержки молодёжного предпринимательства.

В России имеется наиболее консолидированная Федеральная программа «Молодёжь России», принимаемая на определённый период, однако о поддержке молодых предпринимателей в различных редакциях упоминается либо косвенно, либо этот феномен полностью отсутствует. Другой специализированной Федеральной программой является проект «Ты – предприниматель», курируемый Федеральным агентством по делам молодёжи (Росмолодёжь) [208]. По своей

сущности он координирует несколько основных аспектов управления бизнес-активностью: информационный, консультационный, образовательный и финансовый.

Федеральная программа развития и поддержки молодёжного бизнеса и предпринимательства является главной предпосылкой формирования основных рабочих документов в регионах, которые, в отличие от предыдущих, имеют прямое и непосредственное влияние на эффективность применяемых мер и процесс их реализации. Таким образом, формируется правовое поле регионального субъекта самоуправления.

Здесь также присутствуют группы законодательных инициатив общего и целевого характера. Главными документами на уровне регионов в отношении бизнес-активности можно считать Региональную Концепцию молодёжной политики и Региональную программу поддержки молодёжного предпринимательства. Ряд регионов активно пользуется предоставленной возможностью сформировать свой набор инструментов в этой сфере с учётом уровня и качества развития региона. Так, например, в Москве принято отдельное Постановление «О молодёжном предпринимательстве» [161], существует специальная комиссия, оказывается финансовая помощь. В остальных регионах помощь молодёжному предпринимательству стараются оказывать в основном комитеты по делам молодёжи и молодёжные парламенты, что, по мнению автора диссертации, явно недостаточно. В г. Санкт-Петербурге закон «О молодёжи и молодёжной политике Санкт-Петербурга» был принят Законодательным Собранием г. Санкт-Петербурга 20 февраля 1998 года (последние изменения в закон внесены 1 марта 2005 года) [149]. Предпринимательской деятельности посвящена статья 5, включающая всего лишь шесть строк общего характера. В принятом Законодательным Собранием Санкт-Петербурга 27 июня 2013 года законе «О реализации государственной молодёжной политики в Санкт-Петербурге» № 425-62 статья 5 уложилась в одну строчку, декларирующую в качестве одного из направлений реализации молодёжной политики «развитие

молодёжного предпринимательства, в том числе в инновационных секторах экономики» [85], остальные положения носят общий характер.

В целом законодательное регулирование государственной поддержки молодёжных организаций, а также молодёжи в субъектах Российской Федерации представлено в следующих вариантах:

1) единые законы, регулирующие предоставление государственной поддержки молодёжным организациям, а также молодёжи. Например, в Ростовской области принят Закон Ростовской области от 25 декабря 2014 года № 309-ЗС «О государственной молодёжной политике в Ростовской области» [86];

2) Специализированные нормативные акты. Например, Закон Белгородской области от 7 июля 1997 года № 123 «О государственной поддержке молодёжных и детских общественных объединений в Белгородской области» (с последующими изменениями) [83] и Закон Белгородской области от 9 января 1996 года № 44 «О государственной поддержке талантливой молодёжи» [82];

3) в большинстве субъектов Российской Федерации отдельными законами регулируется предоставление мер государственной поддержки только молодёжным организациям [84], а меры государственной поддержки молодёжи, как правило, закреплены в отраслевых законах, в частности, в законах, регулирующих образовательную деятельность.

Автор диссертации предлагает концептуальную модель, отражающую схему согласования документов в российской управленческой практике, построенную на существующей системе поддержки предпринимательства в условиях российской действительности (рис. 3).

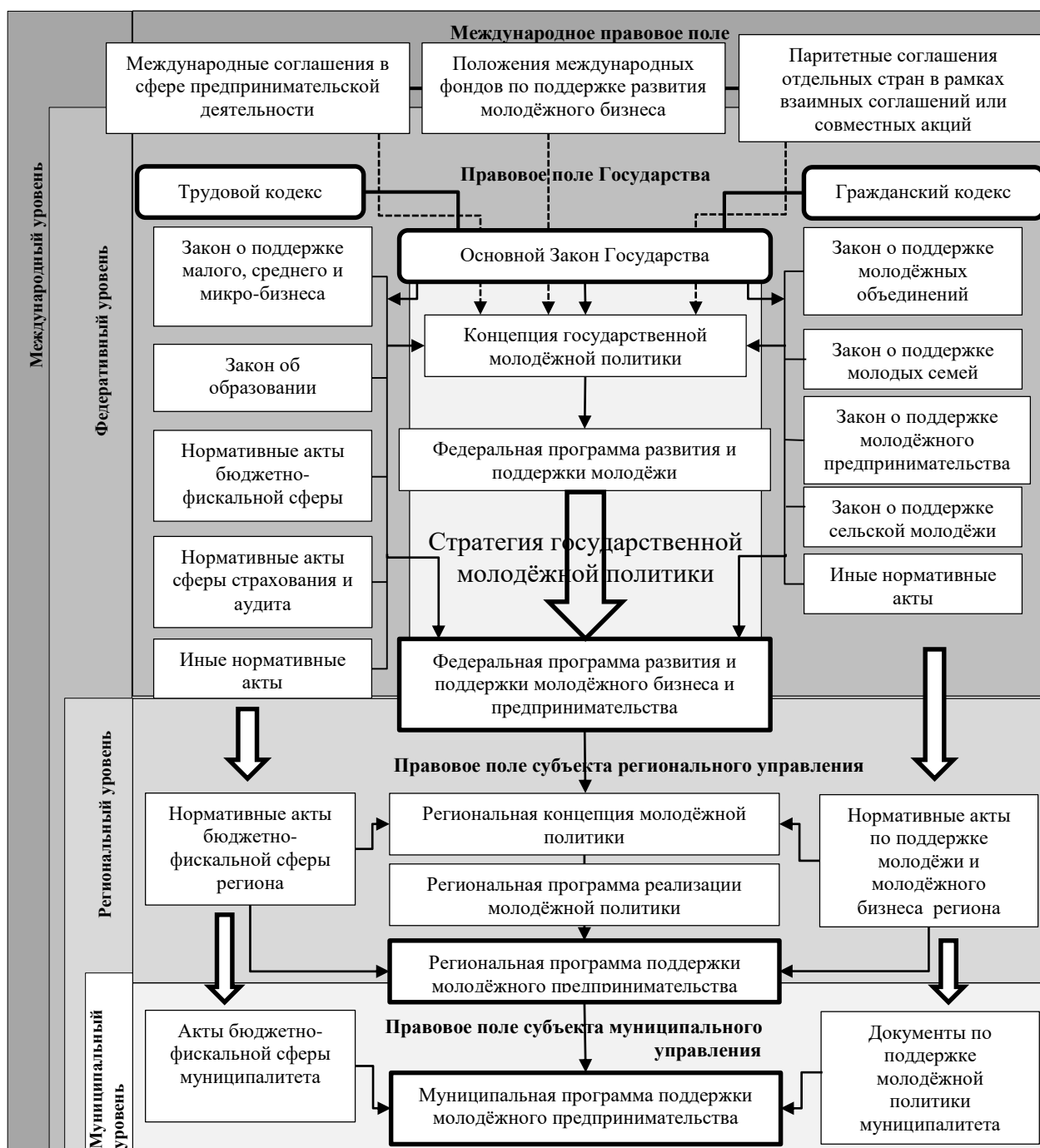


Рис. 3. Правовое обеспечение поддержки молодёжного бизнеса в России

Система государственного управления сферой молодёжной бизнес-активности с опорой на нормативно-правовую базу, по мнению диссертанта, должна быть построена на основе фундаментальных (общих) и специализированных документов, принятых на международном, государственном, региональном и муниципальном уровнях.

1. Базовый блок. К базовым основам отнесены законы и законодательные

акты, имеющие высшую юридическую силу и определяющие наиболее общие понятия и направления государственной поддержки молодёжного бизнеса/предпринимательства. К их задачам следует отнести закрепление основных фундаментальных прав (право на труд, право на образование иные гражданские права). Поэтому в предложенной схеме основной блок представлен Конституцией (Основной закон РФ) [116], Кодексами, регулирующими трудовое право и право осуществления предпринимательской деятельности (Гражданский и Трудовой кодексы соответственно [38; 204]). В перспективе при развитии семейного предпринимательства возможно включить Семейный кодекс [187].

2. Целевой блок. Включает те законы, проекты, концепции и программы, которые направлены исключительно на поддержку молодёжи и молодёжного бизнеса в наиболее общих положениях. Задача этих документов заключается в закреплении ряда гарантий, которые должны быть предоставлены молодёжному предпринимательскому кластеру в независимости от региональных и локальных специфик страны.

В этом отношении стратегически важным документом является Концепция Молодёжной политики, охватывающая все наиболее существенные направления в сфере работы с молодёжью. Её задача состоит в объединении и систематизации существующих приоритетных направлений деятельности на краткосрочный, среднесрочный и, по возможности, долгосрочный период. Проблема подобной систематизации будет заключаться в итоговом согласовании положений и утверждении программы, т.к. масштабность и долгосрочность указанных положений сопряжена с необходимостью осуществления такого же масштабного прогнозирования, реализовать которое сложно как технически, так и финансово.

3. Вспомогательный блок. В прочих сферах молодёжной политики некоторые нормативные акты переходят в группу основных, при этом сами по себе они имеют выделенное правовое значение. Их использование обусловлено необходимостью встраивания системы поддержки молодёжного бизнеса в суперсистему молодёжной политики, таким образом, все меры и инструменты программ должны

исходить из нормативных возможностей и положений законов иных сфер. В противном случае корректировке подвергаются либо программы, связанные с поддержкой молодых предпринимателей, либо законы вспомогательной сферы, ввиду частичной утраты актуальности. Во вспомогательном блоке, в свою очередь, справедливо выделить две подгруппы.

1) Вспомогательные нормативные акты и программы, направленные на ту же целевую аудиторию, т.е. в данном случае – на молодёжь. Эти документы включают отдельные аспекты поддержки сельской молодёжи, поддержку молодых семей или объединений и др. Так или иначе, обладая ориентацией на ту же группу населения, они могут быть как донорами инструментария и прикладных технологий для программ поддержки молодёжного бизнеса, так и сами выступать в роли реципиентов технологии вовлечения в бизнес-активность.

2) Собственно вспомогательные нормативные акты и программы. Отличие этих документов от предыдущих заключается в отсутствии прямой связи с рассматриваемой сферой деятельности; задействованы все группы населения, независимо от демографических и социальных признаков. К данной группе относятся законы об образовании, поддержке малого и среднего бизнеса, программы распределения бюджетных средств и др. Эти документы так или иначе определяют возможный набор инструментов поддержки молодёжных предприятий и бизнес-структур.

Предпринимательскую деятельность государственные и региональные программы рассматривают по различным основаниям, однако в теории и на практике сложилась классификация по следующим признакам: формам собственности, законности, охвату территории, распространению на различных территориях, составу учредителей, численности персонала и объёму оборота, темпам роста и уровню прибыльности, по уровню использования нововведений и др. На местном уровне управленческой системы региональные и муниципальные программы поддержки молодёжного предпринимательства имеют особое значение, ввиду необходимости учёта сложного социокультурного состава

региона/муниципалитета.

На основе проведённого анализа автор диссертации приходит к выводу, что в законодательстве на международном, государственном и региональном уровнях молодёжное предпринимательство и бизнес-активность не имеют конкретного нормативного оформления.

Международные акты в подавляющем большинстве носят декларативный, или рекомендательный характер, что связано с принципиальными различиями ратифицирующих стран. Несколько иная функциональная нагрузка у международных фондов, которые, напротив, имеют строго прикладные целевые установки и предпочитают работать с государственными, а в некоторых случаях и региональными субъектами напрямую, исключая посредничество.

На государственном уровне происходит утверждение центральных идей и направлений молодёжной политики в целом и молодёжного бизнеса в частности. Его задачи обусловлены необходимостью закрепления минимальных гарантий и преференций для молодёжного бизнеса, а также выстраивания структуры потенциальных благ, объём предоставления которых коррелирует с уровнем экономического и социального развития и качеством инфраструктуры конкретного региона или муниципалитета.

Региональные документы, в свою очередь, отвечают социально-культурным запросам населения и учитывают те специфические условия, которые не могут быть проигнорированы, ввиду соблюдения принципов равенства, толерантности и равномерного распределения ресурсов между нуждающимися представителями молодёжного бизнеса.

Изучение нормативных документов различного уровня в России позволило автору диссертации сделать вывод, что полноценная нормативная основа и механизмы поддержки молодёжного бизнеса отсутствуют, что может привести к сворачиванию программ и акций в независимости от их потенциала и качества целевой ориентации. Федеральные законы гарантируют поддержку молодёжному предпринимательству, предоставляя её на общих основаниях с другими

субъектами малого предпринимательства. Также на законодательном уровне основ интрапренёрства, фриланса, дискретного бизнеса не закреплено [52, С. 190], что затрудняет оценку фактического уровня бизнес-активного поведения среди молодёжи. В настоящее время в отношении бизнес-активности и предпринимательства, в том числе и молодёжного, существует ряд нерешённых концептуальных вопросов, проблемное поле которых находится как в теоретической, так и в прикладной области. Эти вопросы определяют направления дальнейшего исследования молодёжной бизнес-активности, которые будут предложены в следующей главе.

Глава 2. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕС-АКТИВНОСТЬЮ МОЛОДЁЖИ

2.1. Анализ системы управления молодёжной бизнес-активностью в России и за рубежом

Анализ зарубежных систем поддержки молодёжной бизнес-активности следует соотнести с общей оценкой существующих подходов к управлению бизнес-активностью молодёжи, что позволит автору диссертации не только вывить специфику программ по поддержке и развитию бизнес-активности, но и учесть общие особенности выбранной концепции применительно к конкретной стране. С целью более полного понимания специфики зарубежной системы управления молодёжной бизнес-активностью, необходимо рассмотреть основные принципы поддержки малого бизнеса, в рамках которых она осуществляется.

1. Реализация государственной политики в области стимулирования развития малого предпринимательства через профильный орган власти (ведомство, агентство). Такова политика Великобритании, Германии, США, Японии и др. [153].

2. Специальная экспертиза, анализ регулирующего воздействия действующих и вновь принимаемых нормативных документов на предмет их воздействия (или потенциального воздействия) на сегмент малого предпринимательства. К примеру, в Великобритании действует специализированный отдел по анализу регулирующего воздействия нормативных актов [152].

3. Полноценное информационное обеспечение и сопровождение мероприятий, реализуемых в рамках политики стимулирования развития малого предпринимательства. В отношении всех субъектов малого бизнеса в США существует единая информационная сеть и организация SBA-Netw, занимающаяся информированием малых предприятий и консультированием по ряду вопросов [6].

В ходе анализа зарубежных порталов, программных документов и иных

источников, связанных с молодёжной активностью, автором диссертации было выделено несколько направлений, которые в российской практике представлены незначительно, или не представлены в принципе. Управление бизнес-активностью молодёжи за рубежом – это социальная система, на основе которой была выстроена вся структура поддержки, управления, контроля и оценки эффективности работы государственных органов [67, С. 164-166; 68, С. 33-47].

1. Концепция пролонгированной бизнес-активности. Существует в Канаде, Великобритании (Шотландии), в ряде штатов США. Основные принципы этой концепции заключены в идее, предполагающей предпринимательскую активность как своего рода стиль жизни, на закрепление которого необходимо длительное время. Пролонгированная бизнес-активность включает в себя несколько групп, возрастные рамки которых варьируются, однако категории молодёжи в большинстве своём идентичны (рис. 4).



Рис. 4. Структура управления в рамках пролонгированной бизнес-активности

Из представленной схемы видно, что пролонгированная бизнес-активность начинает формироваться с того момента, когда человек входит в сознательный этап своего существования. Основная задача управленческой системы в данном случае заключается в поддержании бизнес-активного поведения в течение всей жизни индивида. Система состоит из двух макроблоков консультативно-регулирующего и финансово-консультативного характера и основана на четырёх основных этапах, которые включают работу именно с молодёжью, начиная с воспитанников детских садов, заканчивая молодыми специалистами.

На первом этапе участвуют только субъекты консультативно-регулирующего блока. Главным действующим объектом в данной сфере становится образовательно-воспитательное учреждение, в функции которого обычно включают: 1) реализацию образовательно-игровых программ (интерактивные методы обучения); 2) экскурсии в небольшие фирмы или предприятия; 3) создание полуавтономных бизнес-единиц игрового типа.

Второй этап охватывает молодёжь, обучающуюся в среднеобразовательных школах и колледжах. Основные субъекты и задачи остаются идентичными. В практической части реализация способностей молодёжи может происходить различными способами. Это дни предпринимательских идей, организация дней «точек продаж», создание полуавтономной бизнес-единицы (т.е. зависимой от материнской организации – школы), продукция которой реализуется в рамках учреждения, либо в отдельных случаях выходит за её пределы. Также распространён метод внедрения наиболее талантливых учеников в качестве ассистентов сотрудников различных инновационных предприятий.

На третьем этапе, где субъектами бизнес-активности становится уже сформировавшаяся студенческая молодёжь, активно подключаются некоммерческие организации и бизнес-ангелы. Государство через специализированные мероприятия организует формирование бизнес-сетей и коммуникаций между молодыми антрепренёрами и внешней средой. Организована соревновательная система, которая включает в себя конкурсы

предпринимательских инициатив, бизнес-планов, полуавтономных бизнес-единиц и т.п.

Основная задача финансовой поддержки на основе получения дивидендов и участия в жизни проекта ложится на бизнес-ангелов. Бизнес-ангел использует свои личные свободные финансовые средства, а также предпринимательский или профессиональный опыт для инвестирования в перспективные компании на ранней стадии развития [17]. Таким образом, создаётся высоко эффективный тандем, позволяющий сократить не только финансовые, но и организационные риски молодёжного бизнеса.

Четвёртый этап рассматривает в качестве субъекта молодого человека, окончившего основной образовательный курс и имеющего какой-либо опыт в организации бизнеса. При учёте возможности полной ответственности по обязательствам и наличия опыта происходит включение венчурных фондов и кредитных организаций. Задача государства на всех этапах заключается в регулировании деятельности субъектов поддержки и корректировке нормативных актов, в случае появления необходимости.

Несмотря на значительные преимущества, данная система, по мнению автора диссертации, имеет ряд недостатков. При вовлечении молодых людей в бизнес на более поздних ступенях требуются специализированные программы, количество и содержание которых не может быть однородным, что приводит к нагромождению образовательных стандартов. В случае прохождения всех ступеней, но отказе от создания бизнес-единицы (либо скором её банкротстве), потери инвестиционных вложений в рамках системы возрастают в кратном размере. Невозможно формировать устойчивые идеи для бизнеса на перспективу, охватывающую пять, десять и более лет, т.к. быстро изменяющаяся конъюнктура сказывается на стремительной утрате актуальности идей. Качество итогового продукта (молодого предпринимателя) государству отследить практически невозможно ввиду существенной пролонгированности подготовительного процесса. В качестве преимущества автор диссертации отмечает, что выработка устойчивой привычки к

конкурентной среде упрощает процедуру привыкания к высокой изменчивости и риску при создании автономного предприятия. В российской управленческой практике использование образовательных и организационных модулей по формированию молодёжных предприятий полуавтономного типа на базе образовательных организаций актуально, так как начальные этапы формирования бизнес-активного поведения будут находиться под пристальным вниманием не только специализированных государственных и региональных структур, но и образовательной системы, которая будет оперативно оказывать необходимую консультационную и информационную поддержку.

2. Концепция максимизации экспорта. Отражена в системе поддержки малого бизнеса в Китае. Данная страна является лидером по количеству малых предприятий. На их долю приходится около 95 % всех организаций, работающих на территории страны. Малый и средний бизнес даёт одну треть ВВП Китая и создаёт большое количество рабочих мест. Именно поэтому поддержка малого бизнеса входит в одно из наиболее приоритетных направлений государственной политики [153].

Особенности государственной поддержки малого бизнеса в Китае представлены в следующих принципах.

1. Всеобщность предлагаемой помощи. В Китае не существует отраслевых ограничений или приоритетных направлений развития малого бизнеса.

2. Экспортная ориентированность малых компаний. Перед каждым малым предприятием открыта возможность (позиционируется как желательная) выхода на международный рынок сбыта.

3. Формирование делегаций малых предприятий. При представлении своих товаров, в особенности на международном рынке, государство формирует объединения малых предприятий для большей эффективности их популяризации и продвижения.

4. Использование всех доступных финансовых инструментов поддержки. Уменьшение процентов по кредитам, снижение требований и смягчение условий

для предоставления гарантий при получении кредитов, продление сроков кредитования.

Молодёжный бизнес в Китае входит в систему поддержки малого бизнеса, имеет преимущественную ориентацию на экспорт продукции. Выбор данной концепции обусловлен высокой насыщенностью спроса на товары внутри страны и геополитическими интересами государства. При этом система поддержки молодёжных структур привлекает к себе всех возможных субъектов (Приложение б).

Потенциальный молодой бизнесмен проходит обучение и получает финансовую помощь по классической схеме. Поддержку оказывают несколько субъектов:

- на международном уровне в рамках программ международного сотрудничества, например – YES (Youth Employment START), которая помимо обучения и тренингов по устройству на работу и эффективной деятельности включает в себя и помощь в самозанятости;

- на государственном и региональном уровнях – в рамках финансовых и консультационных проектов;

- на уровне некоммерческих организаций – по программе партнёрства «Бизнес-школа» часть молодых людей получает возможность создать своё собственное дело на основе софинансирования, института бизнес-ангелов, венчурного инвестирования и др.

После формирования бизнес-единицы государство предлагает (в ряде случаев на обязательной основе) бизнесмену выйти на экспортную ориентацию. При содействии государства организуются открытые торговые площадки, в том числе и на основе Интернет-торговли (например, Таобао и производные площадки Alibaba и Aliexpress). Некоммерческие организации в основной массе представлены профессиональными и отраслевыми союзами, формирующимися под эгидой государственных органов для облегчения коммуникационных вопросов с зарубежными партнёрами.

В России данный опыт, по мнению автора диссертации, полезен в тех сферах, которые не являются приоритетными для развития конкретного региона, а также в целях расширения рынка сбыта. Управленческое воздействие будет выражаться в ориентации такого молодёжного бизнеса на экспорт в качестве одного из приоритетных направлений поддержки, что снимет инвестиционную нагрузку на региональный бюджет. Это повысит его выживаемость, стабильность и обеспечит рост благосостояния населения, не обременяя его излишками производства. Формирование отраслевых союзов, в свою очередь, консолидирует общественное производство и формирует положительный социальный капитал молодых предпринимателей [16].

Однако среди недостатков автор диссертации отмечает неконтролируемый рост бизнес-единиц, благонадёжность и качество которых не могут быть своевременно учтены, что отрицательно сказывается на имидже экспортных сообществ в целом. Массовый экспорт, в том числе в сети Интернет приводит к росту не облагаемой налогами базы, ввиду сложности учёта деятельности организаций. Предлагаемая молодёжными, как и малыми предприятиями в целом продукция, в конце концов, начинает сводиться к изготовлению практически идентичной продукции, что стимулирует снижение её востребованности и ведёт к разорению малых компаний.

3. Концепция максимизации дифференциации. Максимально индивидуальный подход к каждой категории бизнеса: молодёжного, молодёжного-семейного и др., что реализовано в США и Германии.

В США различия в государственной поддержке малого молодёжного бизнеса проявляются ещё на уровне штатов. При этом дивергенция признаков бывает настолько велика, что некоторые районы изобилуют фактически или формально различными предприятиями, в то время как в других районах они практически не представлены. Весьма распространённым механизмом является покупка лицензии на определённый вид деятельности, которая заменяет ряд местных налогов и сборов (Подобная система действует в городах Калифорнии, где возможно

приобрести лицензию за 15 долл. в год при условии продаж менее 15 тыс. долл. в год) [21].

Одной из наиболее интересных практик на территории Соединённых Штатов является широкое распространение семейных предприятий без найма сторонних работников, среди которых весьма распространены молодые семьи, возраст супругов обычно варьирует от 25 до 35 лет [259]. В основном помощь таким предприятиям в виде особых условий кредитования, субсидирования, консультаций, обеспечения заказов оказывается на правах сверхмалых предприятий без привлечения сторонней рабочей силы, и это несмотря на тот факт, что конкретных признаков отличия семейного предприятия, от предприятия без привлечения наёмных работников выработать не удалось. В целом развитие семейных предприятий положительно сказалось на росте предпринимательского потенциала [59; 237]. Таким образом, косвенно поддерживая семейный бизнес, в США поддерживают и экономическую стабильность населения в целом.

В Германии семейное предприятие официально закреплено как форма проявления бизнес-активности. На текущий момент подобных компаний в стране насчитывается более одного миллиона. Для них созданы особые центры поддержки и различные льготные финансовые инструменты поддержки. Другим приоритетным направлением является молодёжный бизнес. Для молодёжи действует несколько программ по развитию своего дела [153]. Выделение в российских программах поддержки молодёжного бизнеса отдельных компонент для определённых категорий молодёжных предприятий, по мнению автора диссертации, позволило бы придать адресный характер отечественной системе управления бизнес-активностью, так как появилась бы возможность установления чёткой дифференциации направлений деятельности объектов управления и корректировки программных продуктов с ориентацией на потребности молодёжи.

4. Концепция централизации поддержки молодёжного бизнеса (Сингапур, Австралия и др.) (рис. 5).



Рис. 5. Системные и структурные особенности концепции централизации бизнес-поддержки

В противовес предыдущей концепции, ряд стран (преимущественно небольших по площади и однородных по национальному и религиозному составу) предпочитают максимально централизовать систему поддержки. Согласно данной концепции формируется единая организация, специализация которой заключается в одном макросекторе, в данном случае – поддержка малых предприятий и стартапов. В рамках организации выделяются отделы и департаменты, задачей которых является разработка комплексной системы поддержки. Таким образом, реализуется принцип «единого окна», благодаря которому существенно сокращаются временные затраты потенциальных и настоящих молодых бизнесменов, контролируется качество поступающей информации о рынке и конъюнктуре, отслеживается карьерный путь молодого бизнесмена.

Государство осуществляет полный контроль и регулирует степень вмешательства зарубежных и коммерческих структур [235]. Работа с молодёжным предприятием осуществляется на базе только одного юридического лица – государственной организации. Однако к работе на различных этапах привлекаются

и другие субъекты: образовательные учреждения, некоммерческие организации различных уровней, коммерческие кредитные и консультационные компании. Таким образом, их поиск, последующее взаимодействие и оценка эффективности работы происходит без участия бизнесмена. С одной стороны, это позволяет максимально сократить временные затраты, снимает проблему объективности информации и необходимости контроля работы субъектов. С другой стороны, система не имеет механизма самообновления и самокорректировки без участия государства. На этапе становления организации, поставленные на полный пакет обслуживания, могут выйти в свободную деятельность без достаточного объёма социального капитала, что может породить феномен инфантильного бизнеса.

Однако результаты подобной социальной практики достаточно позитивны. Сингапурские предприятия, относящиеся к малым и средним, являются одними из наиболее конкурентоспособных на международном рынке, чему в особенности способствует государство. Для поддержки малых и средних предприятий в Сингапуре создано специальное агентство Spring, которое поддерживает около ста различных программ [152]. В отечественной системе управления частично реализуется описанный принцип, однако наблюдается перенасыщение информацией, реализуется принцип «множественности окон». В большей степени формирование единого окна, по мнению диссертанта, актуально в сфере консультационной и информационной видов поддержки.

В некоторых странах предпочитают не придерживаться определённых концепций и концентрируют усилия на конкретных проблемах, характерных для страны в целом или региона.

Рассматривая роль и функции базовых организаций, регулирующих систему поддержки молодёжного предпринимательства, автор диссертации нашёл возможным провести условную группировку систем управления бизнес-активностью в зависимости от преимущественной роли организаций того или иного типа.

1. Объединения и организации федерального значения с официальным

закреплением полномочий. В данном случае главенствующая роль отдаётся учреждениям, созданным при правительственных органах. Они наделены рядом полномочий, позволяющих осуществлять коммуникацию и контроль над деятельностью коммерческих организаций и НКО на высшем уровне. (Объединение молодых предпринимателей Германии федерального уровня *Wirtschaftsjunioren Deutschland*, «Молодая экономика Австрии» (МЭА) при Федеральной палате экономики Австрии [153], Федерация молодых предпринимателей (ФМП) Японии), Торговые палаты Италии области Ломбардия (Мантуя, Лоди, Кремона), Фонд молодёжного предпринимательства (ФМП)) [152].

2. Объединения и организации государственного масштаба в статусе некоммерческих (НКО). Их полномочия аналогичны предыдущей категории, однако отсутствует ряд полномочий относительно контроля над участниками программ поддержки. Их основными задачами являются: обучение, консультация и предоставление финансовой помощи (Молодёжная торговая палата Великобритании (при *Junior Chamber International*), Канадский Фонд молодёжного предпринимательства, *Die Jungen Unternehmer* (*BJU Verband für junge Familien – und Eigentümerunternehmer*) в Германии) [153].

3. Объединения и организации государственного масштаба на правах добровольных объединений отраслевых/профессиональных союзов. Отличительной чертой, характеризующей преимущество подобных организаций, является высокая степень обработки обратной связи со стороны предпринимательских единиц. Участники программ и члены объединения, выступающие в роли бизнес-ангелов или венчурных субъектов бизнеса, имеют возможность влиять на структуру и характер оказания поддержки молодёжи («Ремесленная молодёжь» Германии, Ассоциация молодых предпринимателей при всеитальянской Конфедерации промышленников и предпринимателей [152]).

По результатам анализа существующих систем поддержки и их организационно-участников, автором диссертации был выработан ряд основополагающих положений, необходимых для дальнейшей разработки управленческой модели.

1. Государственная политика в сфере молодёжной бизнес-активности опирается на определённый способ координации поддерживающих мер, информационное обеспечение процесса, а также на качество и уровень профессионализма социальной экспертизы.

2. Государственное управление молодёжной бизнес-активностью включает в себя различные направления, программы и концепции, однако среди них есть приоритетные, имеющие фундаментальное значение в определении изменений и совершенствования государственной политики в целом.

3. Выбор главенствующей Концепции обусловлен сложившимися экономическими и культурными особенностями стран.

4. Чрезмерное внимание к какой-либо одной концепции, с одной стороны, позволяет экономить материальные и трудовые ресурсы, но, с другой, усиливает недостатки других направлений в масштабе страны. Поэтому в рамках федеративных государств отдаётся предпочтение дифференцированному комбинированию концепций.

5. Все системы поддержки так или иначе учитывают специфику категории «молодёжь», как субъекта предпринимательской деятельности, поэтому в случае отсутствия специализированных организаций, нацеленных на молодых бизнесменов, обязательно присутствуют молодёжные отделения и специально выделенные программные продукты.

6. В большинстве случаев государство выступает в качестве косвенного контролирующего субъекта посредством ассоциаций, отраслевых объединений, специализированных государственных фондов и др. Однако в ряде ситуаций, когда присутствуют объективные факторы (например, этнический, конфессиональный и др.), либо иные причины – государство может выступать в качестве субъекта поддержки напрямую, через единый центр поддержки.

Разработка организационной структуры поддержки молодёжной бизнес-активности предстаёт в виде комплексной системы, требующей учёта особенностей населения, менталитета, уже сложившихся экономических и

социальных отношений, институтов и взаимосвязей. В настоящий момент в большинстве развитых стран уже сложились устойчивые модели работы с молодёжным бизнесом, что позволяет принять во внимание их опыт для дальнейшей разработки практических рекомендаций.

Автор диссертации отмечает, что система управления бизнес-активностью в Российской Федерации построена по аналогии с мировой практикой (представлена в Приложении 7). В течение последних пяти лет многие государственные ведомства, действующие в научно-технической сфере, реализуют разнообразные программы поддержки молодёжи. Наиболее активно подобные инициативы осуществляют Российская академия наук, Министерство образования и науки РФ и Российский Фонд Фундаментальных Исследований (РФФИ). Число программ, реализуемых отдельными ведомствами или совместными усилиями различных ведомств, постоянно растёт. В системе возможно выделение двух макроуровней.

1. Действие на территории России международных систем управления бизнес-активностью молодёжи.

2. Действие отечественных субъектов системы управления бизнес-активностью молодёжи.

Международные субъекты представлены в двух формах. Как самостоятельно действующие в виде консультативных центров, сетевых сообществ и международных порталов, либо сетевых информационных центров (например, www.entrepreneur.com, www.erasmus-entrepreneurs.eu). Среди особенностей данных субъектов следует выделить их возможность оказания косвенного влияния на молодёжь, опосредованное сетью Интернет либо рядом НКО, получающих финансирование из соответствующих фондов. Международные инвестиционные фонды и международные организации сотрудничества представляют собой организации, официально действующие в России на законных основаниях, в соответствии с принятым в 2012 г. Федеральным законом «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента» [210].

Первая группа представлена инвесторами, вкладывающими средства в развитие инновационных предприятий, в том числе молодёжных. Вторая группа помимо финансовой помощи подразумевает определённые формы и виды бизнес-обучения, подготовки, в некоторых случаях – стажировки и консультативной помощи [68, С. 51-53].

Одной из таких организаций является Международный форум лидеров бизнеса (IBLF) – независимая некоммерческая организация (внесена в реестр под № 206 20 февраля 2007 года как иностранная НКО), основанная в 1990 году Робертом Дэвисом и принцем Чарльзом. Для решения проблемы занятости молодёжи IBLF совместно с Фондом принца Уэльского (the Prince's Trust) разработали Международную программу поддержки молодёжного бизнеса. Организационной и практической реализацией задач при этом занимается объединение Youth Business International (YBI). Работа программ данной системы на текущий момент реализуется в 39 странах мира [135]. Для России данное направление получило название «Молодёжный бизнес России» (МБР), которое помимо участия российского филиала YBI, опирается на сотрудничество с Британской неправительственной некоммерческой организации OXFAM и ЗАО «Королевский банк Шотландии» [135].

В большей степени программа нацелена на предоставление средств талантливым инициативным молодым людям, имеющим перспективные бизнес-идеи, потенциал стать предпринимателями и желание создать свой бизнес, но не имеющим финансовой поддержки со стороны иных организаций, семьи или друзей. Результатом международного сотрудничества является комплексная программа управления бизнес-активностью по следующим направлениям.

1. Финансовое обеспечение: молодёжных бизнес-инициатив (бизнес-плана), стартапа (бизнеса на ранней стадии), молодёжного бизнеса, работающего в инновационной, либо приоритетной сфере развития экономики региона.
2. Обучение: организации бизнеса, формированию эффективных коммерческих контактов, самоорганизации и др.

3. Институт наставничества: предоставление молодому бизнесмену наставника из среды опытных предпринимателей и бизнесменов, с целью организации «полевого» обучения и консультационного обслуживания.

Несмотря на очевидную простоту и логичность указанной системы, некоторые учёные отмечают целый комплекс социальных противоречий становления молодёжного предпринимательства [199]. В частности, автор диссертации отмечает некоторые из них, которые на текущий момент не решены.

1. Учитывая значительное влияние международных фондов и организаций, государству сложно соблюсти паритетное соотношение приоритетных и второстепенных сфер развития предпринимательской активности. Ввиду этого развивается непроизводственный сектор, франчайзинг и дилерские типы бизнеса.

2. Обучение по зарубежным программам и технологиям в ряде случаев входит в противоречие с ментальностью и спецификой населения Российской Федерации. Поэтому некоторые положения не могут быть реализованы в виде прямой экстраполяции на отечественную практику.

3. В рамках программы недостаточно разработан принцип и критерии отбора наставников. Существующие, с технической точки зрения, критерии их отбора (возраст, опыт работы, сфера деятельности) логически обоснованы, однако специфика положения молодёжной бизнес-единицы может быть отлична от деятельности наставника по другим, менее значимым, с точки зрения программного продукта, условиям.

4. Региональное распространение деятельности программы, её популяризация и восприятие в бизнес-среде. В большей степени деятельность международных фондов ориентирована на мегаполисы и крупные города. Например, в г. Москва работа программы осуществляется при сотрудничестве Департамента науки, промышленной политики и предпринимательства города Москвы, Международного форума лидеров бизнеса (IBLF) и Российского микрофинансового центра (РМЦ) [135].

Таким образом, несмотря на концептуальную логичность и комплексность

системы поддержки при участии международных субъектов, по мнению автора диссертации, управление эффективностью реализации поддержки затруднено в вопросах степени охвата регионов и качества оказанной помощи.

Государственные субъекты управления достаточно многообразны и представлены как на государственном, так и на региональном уровнях. Высшими органами, отвечающими за поддержку молодёжного предпринимательства в России, являются непосредственно Министерство образования и науки Российской Федерации и, частично, Министерство промышленности и торговли Российской Федерации (Минпромторг). Их координация заключается в консолидированном планировании стратегии развития производства и перспективных отраслей развития и вовлечении в них молодёжи посредством образовательных и консультативных технологий. Министерство экономического развития отвечает за финансирование всех программ по развитию предпринимательства в полном, либо частичном размере. Обеспечение распространения программ в регионах страны осуществляется при участии Министерства регионального развития.

Министерство образования в своей структуре имеет специализированный орган: Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь). Это федеральный орган исполнительной власти в России, осуществляющий функции по оказанию государственных услуг и управлению государственным имуществом в сфере государственной молодёжной политики, реализации (во взаимодействии с общественными организациями и движениями, представляющими интересы молодёжи) мероприятий, направленных на обеспечение здорового образа жизни молодёжи, нравственного и патриотического воспитания и на содействие реализации молодёжью своих профессиональных возможностей [31; 74]. Таким образом, данная организация включает в себя достаточно широкий спектр поддержки молодёжи: от образовательных и воспитательных аспектов до поддержки развития предпринимательских инициатив. В результате, несмотря на то, что в подавляющем объёме источников упоминается Росмолодёжь, непосредственно вопросами развития молодёжного бизнеса занимается одна из её

структур – Федеральное государственное бюджетное учреждение «Российский центр содействия молодёжному предпринимательству».

Среди задач Центра присутствуют как чисто прикладные моменты, связанные с развитием технологий и инфраструктуры предпринимательской активности, так и с формированием имиджевых составляющих [208]. Также организация располагает собственным порталом, который позиционируется как единый сайт по всем вопросам предпринимательской деятельности молодёжи [184]. Однако степень наполненности портала, по мнению автора диссертации, с точки зрения таких критериев как полнота и объективность, на текущий момент не может быть оценена положительно.

Следует отметить, что аналогичные задачи (помимо специфических, связанных с отраслевой направленностью учреждения) выполняет другое подразделение Росмолодёжи – Федеральное государственное бюджетное учреждение «Международный молодёжный центр», оказывающее влияние на молодых бизнесменов. К молодёжной бизнес-активности имеют отношение следующие реализуемые задачи:

- профессиональное ориентирование, развитие эффективной карьеры молодёжи;
- выявление и продвижение талантливой молодёжи и использование продуктов её инновационной деятельности;
- развитие международного молодёжного сотрудничества [208].

Несмотря на то, что в качестве самостоятельных аспектов молодёжный бизнес и молодёжное предпринимательство не выделены, развитие карьеры, реализация молодёжных инновационных инициатив и международное молодёжное сотрудничество могут быть реализованы в рамках данной сферы. Поэтому ряд мероприятий конкурсного характера, бизнес-форум и прочие массовые мероприятия подразделения реализуют консолидировано. Главным показателем эффективности реализации программных мероприятий является количество молодых людей, открывших собственный бизнес [208].

Таким образом, на текущий момент на государственном уровне образована достаточно устойчивая система координации усилий по развитию молодёжного бизнеса с привлечением правительственных структур различного рода.

На уровне некоммерческих организаций, начиная с 2012 года, к работе в данном направлении подключилась Торгово-промышленная палата Российской Федерации (ТПП РФ), основанная на членстве, созданная по инициативе российских коммерческих и некоммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей. В 2012 году Координационный совет ТПП РФ по вопросам развития молодёжного предпринимательства выдвинул на рассмотрение специализированный документ: Концепцию Стратегии развития молодёжного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года [117], которая включала основные цели и задачи работы Совета в указанной сфере, а также отражала ряд аспектов международного опыта, предлагаемого к использованию в российских условиях.

Однако в ходе детального анализа предложений автором диссертации был выявлен факт дублирования уже имеющихся продуктов под руководством Федерального агентства по делам молодёжи. Например, предлагаемый проект «Истории успеха молодых» (идея заключается в иллюстрации уже достигнутого успеха некоторыми молодыми людьми) уже реализован под названием «Истории успеха предпринимателей» [100] на сайте программы «Ты-предприниматель».

На региональном уровне также действуют государственные программы. Выдвигают собственные инициативы департаменты, связанные с развитием молодёжи, предпринимательства и инвестиций, региональные подразделения некоммерческих организаций (региональные ТТП), собственно региональные НКО, а также представительства отраслевых и профессиональных объединений (Ассоциация женщин – предпринимателей России, Ассоциация молодых предпринимателей России [207]).

Среди основных способов поддержки малого молодёжного бизнеса в России В.В. Гура выделяет несколько больших групп: финансовая поддержка;

информационное обеспечение; консультационное сопровождение [70, С. 17]. Наиболее разработанными являются методы финансовой поддержки предприятия, так как финансовый вопрос выступает определяющим на любой стадии развития малого предприятия [60, С. 75]. С точки зрения финансовой поддержки представлен значительный спектр возможных мероприятий. Наиболее полный список отражён в Приложении 8.

Информационное сопровождение распределено между значительным количеством организаций [117]. Во-первых, это представители федерального уровня – порталы Министерств, официальный сайт Росмолодёжи и др. Во-вторых, это порталы и мероприятия различного рода НКО и профессиональных союзов (региональная сеть ТТП). В-третьих, информационные услуги оказываются рядом коммерческих структур на возмездной основе. В-четвёртых, это совокупность неподтверждённых источников, представляющих обучающие программы или информацию от частных лиц. Отдельным блоком информационной поддержки выступают различного рода форумы и конференции бизнесменов, посвящённых вопросам молодёжного бизнеса и предпринимательства. Примерами подобного рода мероприятий могут послужить Национальный Экономический Саммит «Россия: молодёжь и предпринимательство», который проводится ежегодно с целью поддержки молодёжного предпринимательства и малого бизнеса (организатором мероприятия выступает Бизнес-инкубатор РЭУ им. Г.В. Плеханова [7]) или мероприятия Молодёжного бизнес-клуба при МГУ им. Ломоносова. Особенность таких способов поддержки заключается в реализации нескольких форм работы с молодёжью: лектории, круглые столы, фокус-группы, работа в рамках конкурсов, дискуссионные площадки и др.

Консультационная поддержка чаще всего неразрывно связана с комплексным подходом к поддержке молодёжного бизнеса [228, С. 89]. Консультационно-образовательные меры в России чаще всего реализуются через специальный институт акселераторов, основной задачей которого является искусственное выращивание бизнес-единиц с целью их последующего внедрения в естественную

социальную среду. Среди существующих методов и направлений в российской практике автор диссертации выделяет следующие [68, С. 61-63].

1. Метод создания бизнес-центров. Бизнес-центры призваны оказывать различные маркетинговые, консультационные и аудиторские услуги малым предпринимателям/предприятиям. В такого рода центрах также реализуются услуги по аренде офиса, оргтехники на льготных, либо безвозмездных условиях.

2. Метод создания бизнес-инкубаторов. Бизнес-инкубатор оказывает поддержку молодёжному бизнесу «под ключ» и включает полный цикл инкубации: от разработки бизнес-плана и бизнес-идеи до коммерческого воплощения проекта [189, С. 165]. Инкубационный период бизнеса длится три года – в зависимости от интенсивности развития стартапа. Бизнес-инкубаторы в России как отдельные структуры практически не представлены. В регионах инкубация производится в двух формах: на базе крупных высших учебных заведений, либо на базе технопарков. Наиболее крупные и инфраструктурно обеспеченные бизнес-инкубаторы в России расположены при следующих учебных заведениях: Бизнес-инкубатор МГУ, Бизнес-инкубатор НИУ ВШЭ, InCube (АНХ) [189, С. 166]. Эти структуры предоставляют стартапам помещения для работы, административную поддержку, консультационные и образовательные услуги и доступ к базам данных.

3. Организация работы технопарка. Несмотря на то, что бизнес-инкубаторы формируются на базе технопарков, последние выделяются в отдельную группу. Технопарки имеют более разветвлённую структуру и объединяют научно-исследовательские институты, деловые центры, учебные заведения и другие инфраструктурные объекты. В отличие от бизнес-инкубаторов технопарки поддерживают не только молодёжный бизнес на ранней стадии развития (стартап), но и бизнес, который уже осуществляет работу на протяжении определённого времени. Крупнейшие технопарки России: Технопарк «Строгино» (Москва), Технопарк в Москворечье (Москва), Ингрия (Санкт-Петербург), Технопарк Новосибирского Академгородка (Новосибирск) [220].

4. Функционирование института бизнес-акселераторов. Сущность данного

направления заключается в том, что молодёжному бизнесу предоставляется наставник, который способствует развитию стартапа в достаточно короткие сроки (от полугода до года). Акселераторы чисто консультационной группы представлены отделениями региональных департаментов или специализированных организаций, которые обеспечивают стартапам экспертную поддержку, освещение в СМИ, предоставляют инвестиции на раннем этапе развития бизнеса в обмен на долю в проекте для инвестора, а также выводят их на стадию презентации инвесторам. Среди российских акселераторов наиболее известны GenerationS, API Moscow, Fast Lane Ventures, Яндекс.Фабрика, TechDrive [254]. Также акселератором может выступать руководитель (или представитель руководящего звена) уже функционирующего предприятия, выступая в роли бизнес-ангела, он формирует жизнеспособный молодёжный бизнес с возможностью своего участия в делах компании, либо получать часть прибыли.

Анализ российской системы управления молодёжной бизнес-активностью показал, что значительные полномочия и наиболее обширная программа поддержки находятся под контролем Федерального агентства по делам молодёжи, которое обладает преимуществом в определении стратегических направлений по работе с молодёжью, а также в экспертной оценке всех инструментов и механизмов, реализуемых в рамках страны. Собственно региональные инициативы в большинстве своём остаются в пределах региона и контроль над их формированием и реализацией возложен на региональные органы по работе с молодёжью и инвестиционной политики.

Следует отметить, что в зарубежной системе управления молодёжной бизнес-активностью концентрируется внимание на региональных особенностях бизнеса, на разнообразии форм, методов и объектов поддержки (молодой бизнесмен или молодая семья), а не на создании разнообразных органов управления. Ряд концептуальных подходов могут быть реализованы на территории России не только в сфере поддержки деятельности, но и в воспитании бизнес-активного поколения. Принимая во внимание этот факт, следует учитывать, что

свободная и неофициальная деятельность в молодёжном бизнесе является в настоящее время естественной реакцией на издержки в системе управления [58, С. 74]. Однако при достаточно благоприятных условиях среды, часть неофициального (незарегистрированного) сектора может быть переведена в официальный естественным образом.

В последнее десятилетие Тюменская область стала полигоном для апробации различного рода программ, финансовых механизмов, систем управления и форм государственного контроля. Поэтому она была избрана в качестве экспериментальной площадки для разработки методики социальной диагностики системы управления бизнес-активностью молодёжи, что будет осуществлено в следующем параграфе.

2.2. Диагностика действующей системы управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области

Актуальность рассмотрения Тюменской области как социального полигона для отработки предлагаемой модели развития бизнес-активности молодёжи обусловлена рядом факторов, отражающих особенности развития территории.

1. Тюменская область характеризуется ростом темпов промышленности и производства, что позволяет говорить об интенсивном развитии региона.

2. На базе Тюменской области создана достаточно разветвлённая инфраструктура поддержки малого бизнеса в целом, а также молодёжного бизнеса в частности.

3. Относительная близость региона к пограничным территориям делает его привлекательным с точки зрения развития международного сотрудничества в сфере бизнеса с такими странами, как Казахстан, Китай, Монголия и др.

Таким образом, регион имеет объективные причины позиционироваться как субъект качественно новых преобразований в области управленческих технологий в сфере молодёжного бизнеса. Социальная диагностика системы управления молодёжной бизнес-активностью региона, по мнению автора диссертации, должна

осуществляться по следующим направлениям.

1) Оценка качества нормативно-правовой базы, анализ основных положений о молодёжном бизнесе и перечня предполагаемых к реализации мероприятий.

2) Анализ организационной структуры управления бизнес-активностью. В данном случае оценивается соблюдение единоначалия, рациональной дифференциации действующих органов и минимизации дублирования контрольных функций.

3) Оценка содержания предлагаемых мероприятий по поддержке молодёжного бизнеса и степени их координации со стороны государственных, региональных организаций и некоммерческих структур.

4) Анализ существующих форм и способов контроля за процессом реализации программ поддержки молодёжного бизнеса, оценка их соответствия требованиям актуальности, оперативности и минимизации вмешательства в текущую деятельность субъектов поддержки и бизнес-активной молодёжи.

5) Оценка системы управления бизнес-активностью молодёжи представителями фактической (имеется опыт самостоятельной бизнес-деятельности) и потенциальной (присутствует намерение открыть своё дело) бизнес-активной среды.

6) Оценка уровня востребованности предлагаемых в регионе направлений работы с молодыми бизнесменами и скорости ответа управленческой системы в случае принятия неэффективных управленческих решений.

Исходя из указанных направлений, диссертант предлагает осуществление социальной диагностики разбить на три этапа: информационно-аналитический, экспертный и прогностический.

На первом этапе диагностики автор диссертации считает необходимым проанализировать деятельность внешних субъектов влияния на формирование бизнес-активности молодёжи в лице различных организаций, которые занимаются разработкой, тестированием, внедрением и совершенствованием программ

поддержки бизнеса. Нормативно-правовая составляющая системы управления бизнес-активностью в Тюменской области на текущий момент имеет в своей основе устаревший основной закон, который не отвечает современному разнообразию форм проявления бизнес-активности, а также методам её управления. Попытка пересмотра устаревшего документа была предпринята в 2013 г., однако новый документ не был принят [168]. Таким образом, необходимость разработки нового документа является первоочередной задачей региональных органов власти, что отражено в Распоряжении Администрации города Тюмени от 05.11.2014 № 818-рк (ред. от 26.01.2015 г.) «Об утверждении муниципальной программы «Реализация молодёжной политики в городе Тюмени на 2015-2017 годы» [179].

Рассматривая структуру органов управления молодёжной бизнес-активностью, автор диссертации отмечает, что на территории Тюменской области не существует единого нормативно-правового обеспечения деятельности всего многообразия субъектов, оказывающих влияние на предпочтения и действия молодёжи.

Помимо организаций, управляемых на федеральном уровне, существует значительное количество небольших НКО и отраслевых объединений. В нормативно-правовом плане поддержка молодёжных бизнес-структур осуществляется через государственные целевые программы по отраслям промышленности: лесопромышленный комплекс, легкая промышленность, машиностроение и металлообработка и др. Нормативные акты, регламентирующие процесс управления бизнес-активностью молодёжи, можно классифицировать, соблюдая принципы юридической силы и субординации (рис. 6).

Департамент инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области занимает центральную позицию в организации деловой инфраструктуры и координации основных программ в сфере бизнеса и предпринимательства. Его задачей является обеспечение устойчивого развития предпринимательской среды и формирование эффективных механизмов

инвестирования в региональный бизнес.

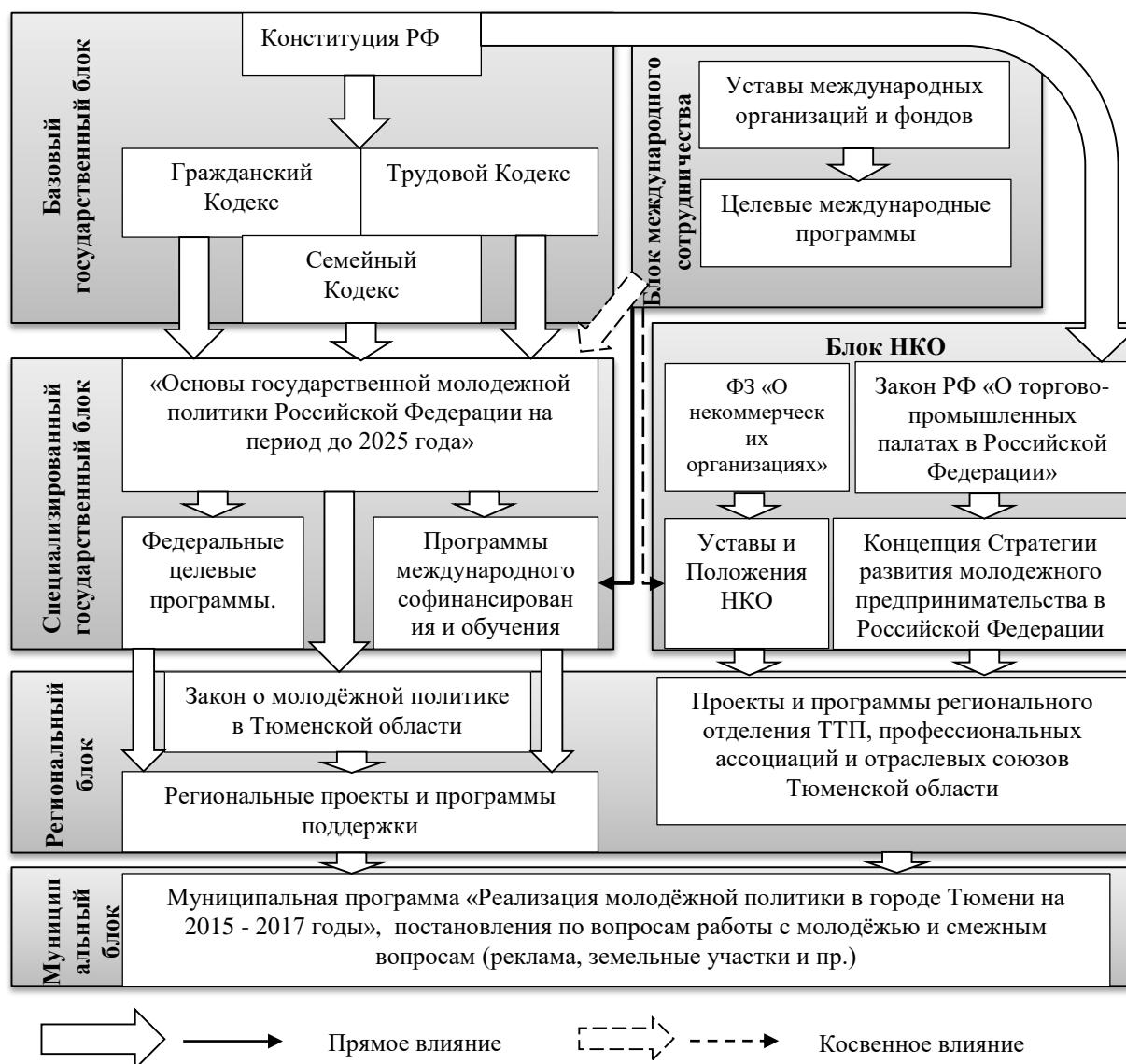


Рис. 6. Нормативные основы управления бизнес-активностью в Тюменской области

Под эгидой департамента было образовано несколько подразделений, занимающихся поддержкой структур малого бизнеса: Фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области», Областной бизнес-инкубатор на базе Тюменского технопарка и др.

Фонд «Инвестиционное Агентство Тюменской области» представляет собой комплекс поддерживающих мер организационного, консультационного и финансового плана для малого и среднего бизнеса в целом, т.е. молодёжные

предприятия также могут стать участниками этих мероприятий.

Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Тюменской области работает согласно Концепции максимизации экспорта региональных товаров. Его задачи варьируют от функционирования в качестве «одного окна» до всевозможной помощи экспортирующему бизнесу. Центр сотрудничает с зарубежными партнёрами (Евро Инфо Корреспондентский Центр) [213], что позволяет ему обеспечивать эффективные консультации для бизнеса в работе с зарубежными партнёрами. Также учреждение активно сотрудничает с другим субъектом, подчинённым Департаменту: Государственное бюджетное учреждение Тюменской области «Областной бизнес-инкубатор». Его главной задачей выступает оказание комплекса услуг начинающим бизнесменам. Однако помимо стандартных мероприятий, Инкубатор в буквальном смысле обеспечивает бизнес (в том числе и молодёжный) полным пакетом готовых условий для начала деятельности.

Развитие молодёжного предпринимательства характеризуется конгломеративным способом организации работы, т.е. в рамках каждой программы объединяются ресурсы нескольких региональных отделений государственных организаций и собственно региональных субъектов. Предоставляемый комплекс услуг в целом идентичен тем мероприятиям, что уже оказываются малому бизнесу в рамках бизнес-инкубатора и региональных фондов, однако имеет специфические направления, соответствующие особенностям молодёжи.

Следует отметить, что в Тюменской области создана достаточно разветвлённая инфраструктура поддержки малого бизнеса в целом, а также молодёжного бизнеса в частности [164; 165; 180]. На территории присутствуют развивающие бизнес-центры, отделения бизнес-инкубаторов, Западно-Сибирский инновационный центр. Активно функционируют региональные отделения программ «Ты-предприниматель» [159], осуществляется поддержка проектов в рамках бизнес-форумов и конференций и др. Программа «Ты-предприниматель» предусматривает реализацию комплекса мероприятий, направленных на

вовлечение молодёжи в предпринимательскую деятельность и её популяризацию (в контексте данной работы – бизнес-активность). Программа в Тюменской области выполняется силами всех имеющихся организаций данного профиля. Активное участие в реализации программы на территории Тюменской области приняли восемь организаций: Департамент по спорту и молодёжной политике Тюменской области, Департамент инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области, ГАУ ТО «Молодёжная биржа труда», ГАУ ТО «Молодёжный информационно-аналитический центр», ГБУ ТО «Областной бизнес-инкубатор», ГАУ ТО «Западно-Сибирский инновационный центр», НОУ ДПО «Институт предпринимательства УрФО», ТРО «Ассоциации молодых предпринимателей России».

По итогам 2013 года общее количество участников мероприятий в рамках федеральной программы «Ты – предприниматель» составило более 2 тысяч, обучение по программе прошли более 300 человек, 13 начинающих предпринимателей в возрасте до 30 лет прошли стажировку на предприятиях Австрии, Турции, Гонконга и Украины [150]. Создание специализированного информационного портала в целях популяризации предпринимательской деятельности обусловило появление медийных материалов в виде мотивирующих роликов, интервью с успешными бизнесменами (Истории успехов предпринимателей) и др. С одной стороны, показатели характеризуют значительный объём работы. Однако отсутствует объективная информация, которая позволила бы оценить полезность программы для их участников, а именно: количество человек, которые после обучения открыли своё дело; степень выживаемости бизнеса; результативность зарубежных стажировок. В итоге автору диссертации не удалось оценить результативность управленческих воздействий, применявшихся в ходе выполнения программы.

На региональном уровне следует отметить деятельность по поддержке молодёжного бизнеса, осуществляемую общественными организациями, такими как Тюменское региональное отделение Общероссийской общественной

организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ» [71]. Эта организация призвана объединить молодых бизнесменов, молодёжный бизнес на ранней стадии развития и потенциальных бизнесменов в среде студенческой молодёжи.

Следует отметить, что, в отличие от предыдущих организаций, данный субъект имеет определённую правотворческую и правозащитную ориентацию, направленность на диалог между властью и сообществом молодёжного предпринимательства. Информационная, консультационная и образовательная составляющая практически идентичны аналогичным положениям других федеральных и региональных программ, что свидетельствует о частичном дублировании функций.

Тюменское региональное отделение «Ассоциация молодых предпринимателей России» (АМПП) представляет собой сетевую организацию по типу профессионального союза, представляющего все слои молодёжной предпринимательской среды. В настоящее время АМПП насчитывает более 60 региональных отделений, одно из которых находится в Тюменской области.

Качественная диагностика системы управления бизнес-активностью возможна при учёте двух основных компонентов управления: внешнего воздействия субъектов влияния и рефлексии объекта воздействия. До настоящего момента в работе уделялось внимание внешним субъектам влияния в лице государства, некоммерческих организаций, профессиональных союзов и объединений, которые занимаются разработкой, тестированием, внедрением и совершенствованием программ. Однако степень соответствия предлагаемых мероприятий реальным потребностям молодых бизнесменов представляется возможным оценить только путём осуществления качественной обратной связи с потребителями данных программ на втором этапе социальной диагностики – экспертном [68, С. 79-105].

С целью выявления внутренних и внешних факторов, влияющих на систему управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области, автором с января по май 2014 г. был осуществлён экспертный опрос (N = 40 человек). В качестве

экспертов выступила трудоспособная молодёжь в возрасте 18-30 лет, осуществляющая фактическую предпринимательскую деятельность на территории субъекта федерации [66, С. 73-74].

Объект исследования: управление бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области.

Предмет исследования: факторы, влияющие на систему регионального управления молодёжной бизнес-активностью.

Основная гипотеза: современная система управления бизнес-активностью молодёжи не является удовлетворительной: не охватывает в полной мере бизнесменов, фактически осуществляющих бизнес-деятельность, нерационально распределяет нагрузку между её функциональными звеньями – субъектами поддержки.

Для проверки гипотезы были поставлены следующие задачи.

1. Выделить наиболее сильные стороны системы управления бизнес-активностью, которые необходимы для поддержания текущей эффективности бизнес-программ, либо их совершенствования.

2. Диагностировать факты нерационального распределения функциональных обязанностей государственных структур и организаций, а также недостаточной координации в ряде аспектов системы поддержки.

3. Определить количественное соотношение и качественное состояние сильных и слабых сторон существующей системы управления бизнес-активностью.

В качестве экспертов выступили представители малого молодёжного бизнеса из городов: Тюмень, Тобольск, Ялуторовск, Заводоуковск, Салехард, Надым, Новый Уренгой, Ханты-Мансийск и др. Соотношение мужчин и женщин предпринимателей составляет 60 % и 40 % соответственно. В рамках исследования приняли участие руководители таких организаций как: ООО «Фирма Тюмень Эковата», ООО НПП «Тюменский институт медицинской информатики», ООО «Центр научных соисканий», Магазин здорового питания «Зелёное яблоко» и др.

Официально зарегистрированный бизнес был зафиксирован у 45 % экспертов (согласно списку резидентов ГБУ ТО «Областной бизнес-инкубатор»); 55 % представили иных форм бизнес-деятельности.

С целью максимизировать объективность полученной информации и минимизировать намеренное искажение информации со стороны интервьюируемых, отбор экспертов осуществлялся по ряду критериев [64, С. 53].

1. Возрастной ценз составил 18-30 лет. 30 лет – верхняя граница, определённая нормативными актами Российской Федерации. 18 лет – нижняя граница, позволяющая молодому человеку полноценно осуществлять легальную бизнес-деятельность.

2. Опыт работы. Минимальное пороговое значение для экспертов – 3 месяца. Данный срок достаточен для того, чтобы столкнуться с рядом системных проблем в бизнесе. Предпочтение отдавалось экспертам с опытом от 1 года работы, но не более 5 лет.

3. Непрерывность функционирования. Деятельность должна была осуществляться без перерывов, превышающих 2 месяца.

4. Тип созданной бизнес-структуры. В рамках диссертационного исследования под бизнес-активными людьми понимаются представители официального бизнеса в рамках бизнес-инкубаторов и самостоятельного становления, неофициального бизнеса, который был рассмотрен в виде свободной бизнес-деятельности (фриланс) и стандартного бизнеса без регистрации в государственных органах, но охватывающего законодательно незапрещённые виды и способы деятельности (пропорция соблюдена примерно в равных долях) [43, С. 460]. В состав экспертов не были включены представители криминальных структур, т.к. их деятельность не поддерживается, запрещена законом и является объектом исследования в юридической научной сфере.

5. Фактическое осуществление деятельности. С целью подтверждения факта ведения бизнеса были проанализированы признаки фактической реализации деятельности, а именно: наличие клиентской базы (отзывы не менее, чем от 10

клиентов), документальные доказательства производства/оказания услуг (наличие фотоотчётов, готовой продукции и др.), наличие действующих рекламных порталов в рамках отдельного сайта или сообщества в социальной сети с количеством участников более 100 человек. Распределение экспертов по возрасту представлено на рис. 7.

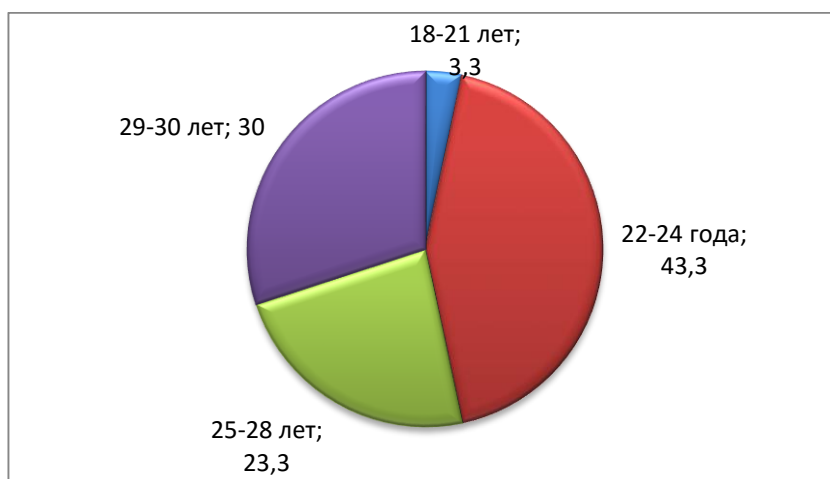


Рис. 7. Распределение респондентов по возрасту, %

Наибольшую долю составили возрастные категории: 29-30 лет (30 %) – молодёжь, которая уже имеет значительный опыт в ведении бизнес-деятельности и способна оценить качество текущей системы управления, ориентированной на стабильно функционирующие структуры; 22-24 года (43,3 %) – данная категория напротив, обладает опытом ведения дела в среднем около 1,5 лет и ориентирована на оценку стартовых возможностей в сфере создания и организации своего дела. Кроме того, она в большей степени представлена в бизнесе, осуществляющемся частично на неофициальной основе разрешёнными методами и с разрешённым ассортиментом товаров и/или услуг (64 %).

Образовательный уровень у большинства экспертов представлен категорией «высшее» (63,3 %), всего лишь 16,7 % имеют среднее образование, у 10 % бизнесменов имеется учёная степень кандидата наук. Официальный бизнес, деятельность которого полностью соответствует заявленной в государственных органах – 40 %, в сфере неофициальной бизнес-активности 30% составила

категория компаний, осуществляющих свою деятельность регулярно, по стандартам и требованиям к качеству продукции и формированию имиджа, аналогичным зарегистрированным формам. Причина привлечения к участию в исследовании представителей неофициального бизнеса обусловлена высокой активностью неформальной экономики в России в принципе. Согласно данным Global Financial Integrity (GFI) оборот теневого бизнеса оценивается до 40 % от ВВП [17], подобную тенденцию отмечают и исследователи Высшей школы экономики, которые утверждают, что с ноября 2014 года по февраль 2015 года неформальная занятость увеличилась до 17–18 млн. человек [153]. Поэтому учёт представителей неофициального бизнеса значим для разработки системы управления бизнес-активностью, способной стимулировать молодёжь регистрировать свой бизнес. Распределение экспертов по категориям бизнеса представлено на рис. 8.

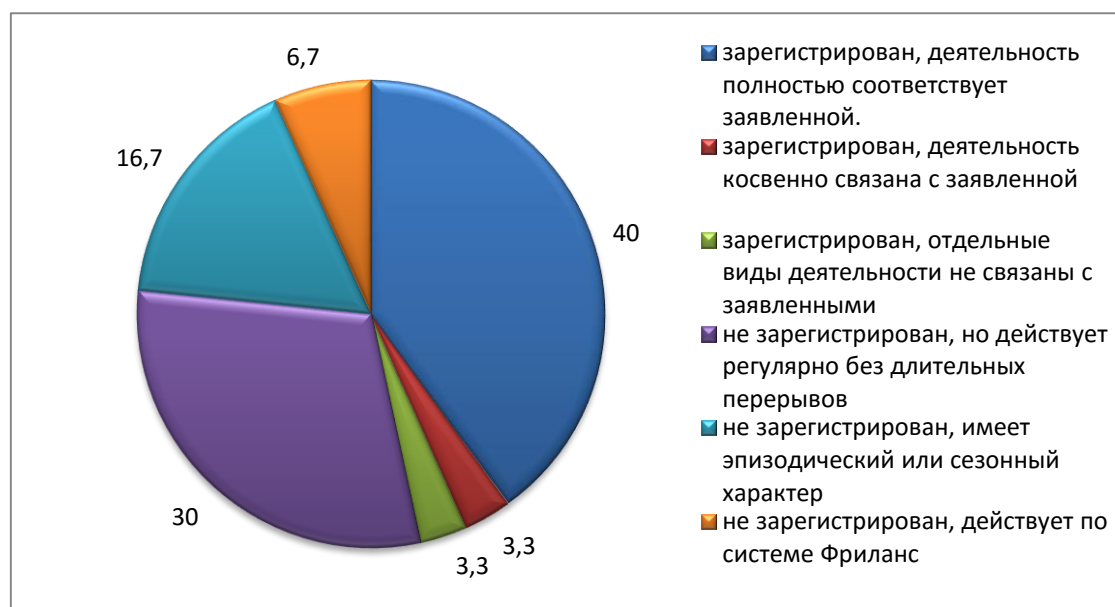


Рис. 8. Распределение экспертов по категориям бизнеса, %

Преимущественное значение выделенных форм бизнес-активности обусловлено их относительно положительным потенциалом к реализации исследовательских задач, желанием идти на контакт и объективно обсуждать назревшие проблемы. С отдельными бизнесменами из представленных категорий

были также проведены неформализованные интервью с целью уточнения влияния некоторых факторов.

Фриланс как категория неофициальной бизнес-активности представлен в незначительной мере (6,7 %). Имидж фриланса как такового в данной среде не сформирован, и в большей степени не воспринимается как серьёзная деятельность самими бизнесменами. Поэтому даже тот эпизодический бизнес, который ведётся на бессистемной основе, молодые люди не склонны относить к фрилансу. Предпринимательство, имеющее инновационную составляющую и традиционный бизнес, по подсчётам автора диссертации (учитывалась сфера деятельности и потенциал инновационности производства), находятся примерно в соотношении 30 % к 70 % соответственно.

Опыт ведения бизнес-деятельности ограничивался рамками от 3 месяцев (т.е. эксперты, имеющие опыт меньше 3-х месяцев, не принимали участие в исследовании) до 5 лет, т.к. после 5 лет субъект бизнес-активного поведения имеет значительный опыт работы и является потребителем услуг программ, рассчитанных на малый бизнес в целом. Преимущественная доля экспертов пришлась на временной интервал от 1 года до 2 лет, т.к. именно в этот период молодые бизнесмены проявляют наибольшую активность в сфере потребления разнообразных услуг со стороны различных организаций и находятся в фазе активного становления и расширения деятельности.

Большинство опрошенных в целом относятся к достаточно стабильному среднему классу (53,3 %) и в состоянии позволить себе большинство необходимых товаров, в том числе и длительного пользования. В меньшей степени представлены те, чьи доходы покрывают лишь текущие расходы (33,3 %) и на грани бедности живут 3,3 %. Последние две категории представлены бизнесом до года функционирования и в младших возрастных категориях. Т.е. в основном это представители бизнеса на ранних стадиях развития. 60 % опрошенных приходится на г. Тюмень, 40 % – на жителей других городов – Тобольск, Ялуторовск, Салехард, Надым и др. Следует отметить, что среди бизнесменов Тюмени около 10 %

переехали на постоянное место проживания из других городов области в течение пяти последних лет.

В сфере обеспечения страховых рисков, следует отметить, что 74 % экспертов указали на наличие запасных вариантов осуществления профессиональной деятельности, что говорит о настороженном отношении бизнес-сообщества к происходящим изменениям в стране. Этот показатель характеризует потенциальную долю молодых бизнес-активных людей, готовых в срочном порядке покинуть эту сферу при возникновении соответствующих обстоятельств [42, С. 40]. Рассматривают бизнес как стабильный способ организации своей трудовой и профессиональной деятельности 26 % опрошенных.

Таким образом, в составе экспертной группы для осуществления диагностики системы управления бизнес-активностью молодёжи произведён пропорциональный учёт социально-демографических признаков, что позволяет утверждать о репрезентативности полученной информации и о рациональности её использования в целях разработки рекомендаций для создания модели управления.

Относительно мотивационных установок молодёжи, входящей в бизнес-активную фазу деятельности, респонденты проявили высокий уровень единодушия. Самым популярным стимулом, побудившим молодёжь к бизнесу, стала возможность работать «на себя» – 73,3 % и желание реализовать актуальную бизнес-идею – 63,3 %. На третьем месте оказались материальные проблемы, связанные с недостатком на рынке подходящих рабочих мест – 30 %. В дальнейшем примерно в равных пропорциях распределены: желание получить быстрый и наглядный результат (что коррелирует с максималистскими настроениями современной молодёжи) – 20 %. По 17 % распределились между удовлетворением личных амбиций в виде руководящей работы и наличием социального капитала в данной области. Таким образом, социальные связи играли хотя и не доминирующую, но значительную роль в выборе молодёжью сферы деятельности.

Сложившаяся ситуация свидетельствует о преимуществе ценностных побудительных мотивов вопреки материальным стимулам, что является

положительным моментом, отражающим, в первую очередь, воспитательную роль молодёжного бизнеса, а не удовлетворение первичных потребностей. Данные авторского исследования несколько расходятся с результатами, полученными в ходе «Глобального мониторинга предпринимательства», проведённого в 2012 году Высшей школой менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ), при поддержке Babson College и London Business School (где было опрошено население 69 стран). Согласно результатам этого исследования, в России только 4% взрослых включены в создание и развитие собственного бизнеса; подобная ситуация характерна для Италии и ряда стран старой Европы, а российское предпринимательство носит вынужденный характер – его целью является решение насущных финансовых проблем, практически не раскрывается трудовой и предпринимательский потенциал населения, качество ведения бизнеса остаётся весьма низким [64, С. 52]. Особенно удивительным является тот факт, что, по мнению исследователей, чем дольше человек осуществляет бизнес в России, тем больше становится тех, кто считает свой бизнес «вынужденным» [35; 148].

С одной стороны, подобная позиция ясна, так как вынужденность именно молодёжного бизнеса зачастую исходит из отсутствия у молодёжи видимых перспектив объективного и субъективного планов. Достаточно показательным является тот факт, что на фоне прочих видов получения стабильного дохода, предпринимательская деятельность является наиболее предпочтительной, хотя и более рискованной сферой приложения усилий. Однако мотивационные составляющие, указанные экспертами и их оценка общей ситуации в стране, данную тенденцию не подтверждают, что обусловлено спецификой взглядов молодых бизнесменов.

Анализ внутренних и внешних причин неудач в бизнесе или сознательного отказа от него показал другую негативную тенденцию, которая, скорее всего, является истинной причиной высокой доли вынужденного бизнеса, который нашёл своё отражение в Мониторинге. Тенденция заключается в высокой доле избегания

ответственности и осознанного, спланированного рискового поведения.

Относительно молодёжи указанные тенденции подтверждаются различными частными исследованиями в регионах. Например, по результатам исследования в г. Саратов позицию избегания риска выбрали 25,9 % всех опрошенных (среди них 46,7 % юношей и 27,5 % девушек). Склонность к риску выражена у 19,4 % всех респондентов (среди них 27,5 % девушек, 15,5 % юношей). Как следует из полученных данных, юноши в большинстве случаев оказываются более осторожными и не склонными к риску [110]. Данная тенденция подтвердилась в авторском исследовании относительно препятствий к началу бизнес-активной деятельности.

Как и в сфере побудительных мотивов, барьеры в области реализации собственного бизнеса позиционируются экспертами в ценностном контексте. Наибольшее значение эксперты придали таким проблемам как нежелание в течение длительного времени прилагать усилия к деятельности – 47 %, избегание ответственности – 40 %. Проблема данных барьеров заключается в том, что их устранение в большей степени имеет корни в несовершенстве воспитательного процесса, чем неэффективности рычагов финансового воздействия. Тем не менее на третьем месте фигурирует недостаточный уровень государственной поддержки (36,7 %). Также существенными барьерами признаны пробелы в образовательной и когнитивной сферах: по мнению экспертов, молодёжь не имеет достаточных навыков для ведения деятельности и не способна быстро и эффективно обучаться. 38 % опрошенных отметили равную возможность успеха или провала в зависимости от стабильности внешних условий, 27 % высказались за низкие стартовые возможности и значительное влияние барьеров на результативность проектов (рис. 9).

В целом можно утверждать, что шансы на создание успешного бизнеса оцениваются экспертами как рисковые. Всего лишь 20 % опрошенных посчитали, что ряд диагностируемых проблем в целом не снижает высоких шансов на успех.

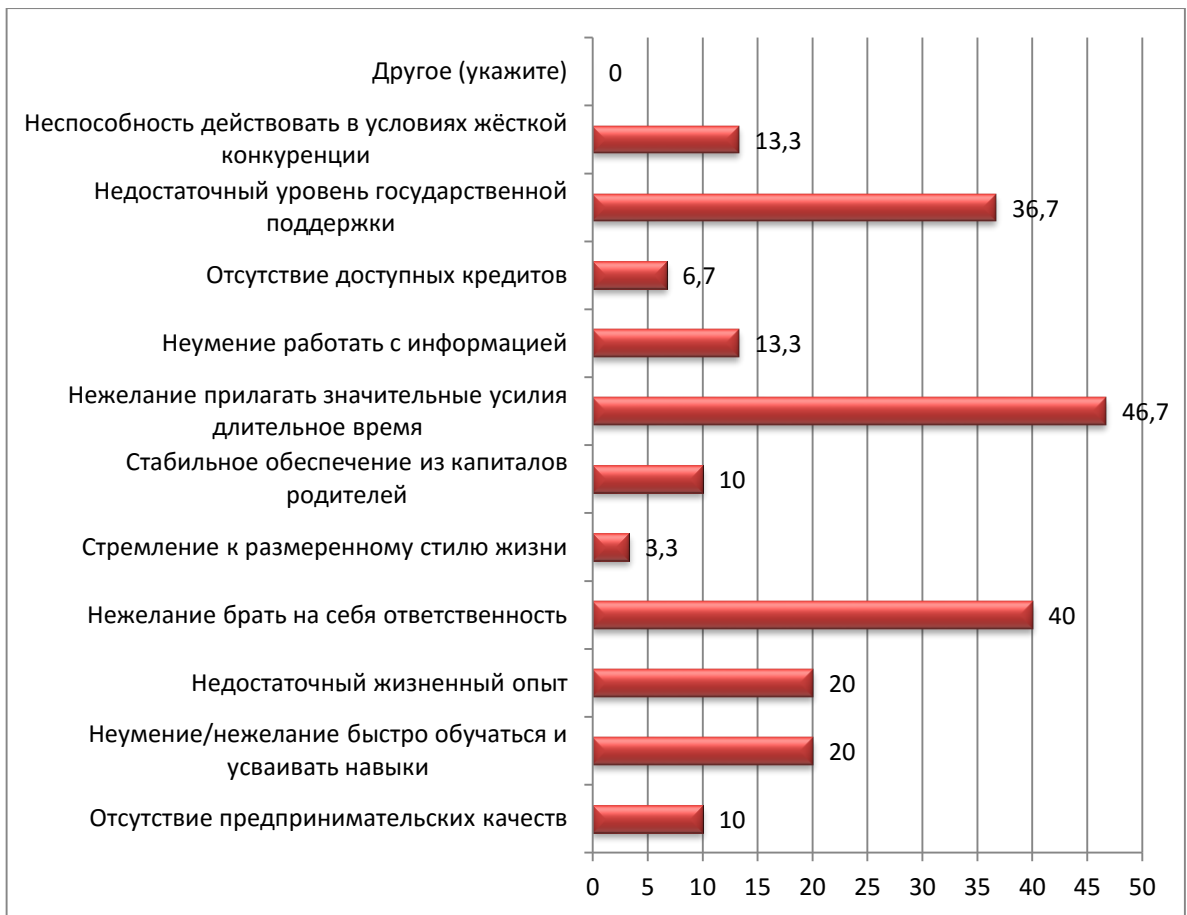


Рис. 9. Препятствия к началу бизнес-деятельности молодёжи, по мнению экспертов, %

Данные свидетельствуют о неуверенной оценке внешней и внутренней среды, преобладании осторожных оценок перспектив развития молодёжного бизнеса, что, вероятно, обусловлено высоким уровнем нестабильности современных социальных и экономических коммуникаций.

С целью уточнения, что именно в инфраструктуре управления бизнес-активностью оказывает негативное воздействие на потенциал и фактические возможности молодёжи, экспертам была предоставлена возможность оценить шансы молодых людей относительно отдельных направлений поддержки бизнеса, выделенных на основе анализа теоретических положений и прикладных аспектов уже действующих программных продуктов [56, С. 164] (рис. 10).

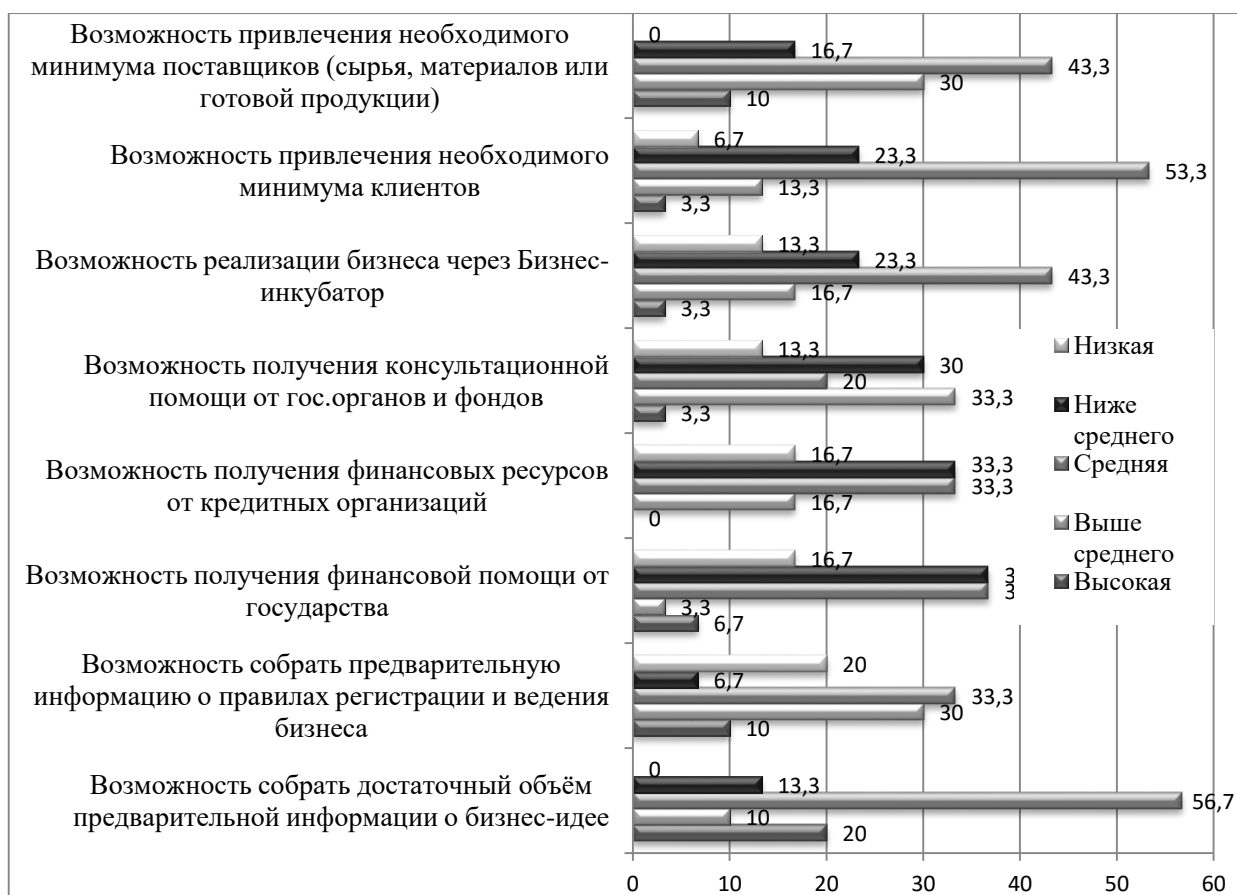


Рис. 10. Оценка экспертами направлений поддержки начинающих молодых бизнесменов, %

Самыми проблемными направлениями поддержки, по мнению экспертов, (сумма позиций «низкая» и «ниже среднего») оказались: возможность получения финансовой помощи от государства (53,4 %) и кредитных организаций (50 %), возможность получения консультационной помощи от государственных органов и фондов (43,3 %), возможность реализации бизнеса через бизнес-инкубатор (36,6 %). Также молодым предпринимателям достаточно трудно прогнозировать реальную прибыльность своего бизнеса, что, в свою очередь, проявляется в бизнес-планах [46, С. 30]. Невысоко оценены шансы на реализацию идеи через бизнес-инкубатор (негативное значение на уровне 23 % против позитивного в 17 %). Неоднозначно характеризуется и возможность получения консультационной помощи.

В дальнейшем автор исследования сконцентрировал своё внимание на более детальном подходе к выявлению потребностей и проблем молодых бизнесменов в рамках отдельных мероприятий, проводимых государственными и региональными организациями. Вовлечение молодёжи в бизнес всегда начинается с информационного обеспечения, поэтому экспертам было предложено определить наиболее значимые источники информации для ведения бизнеса (рис. 11).

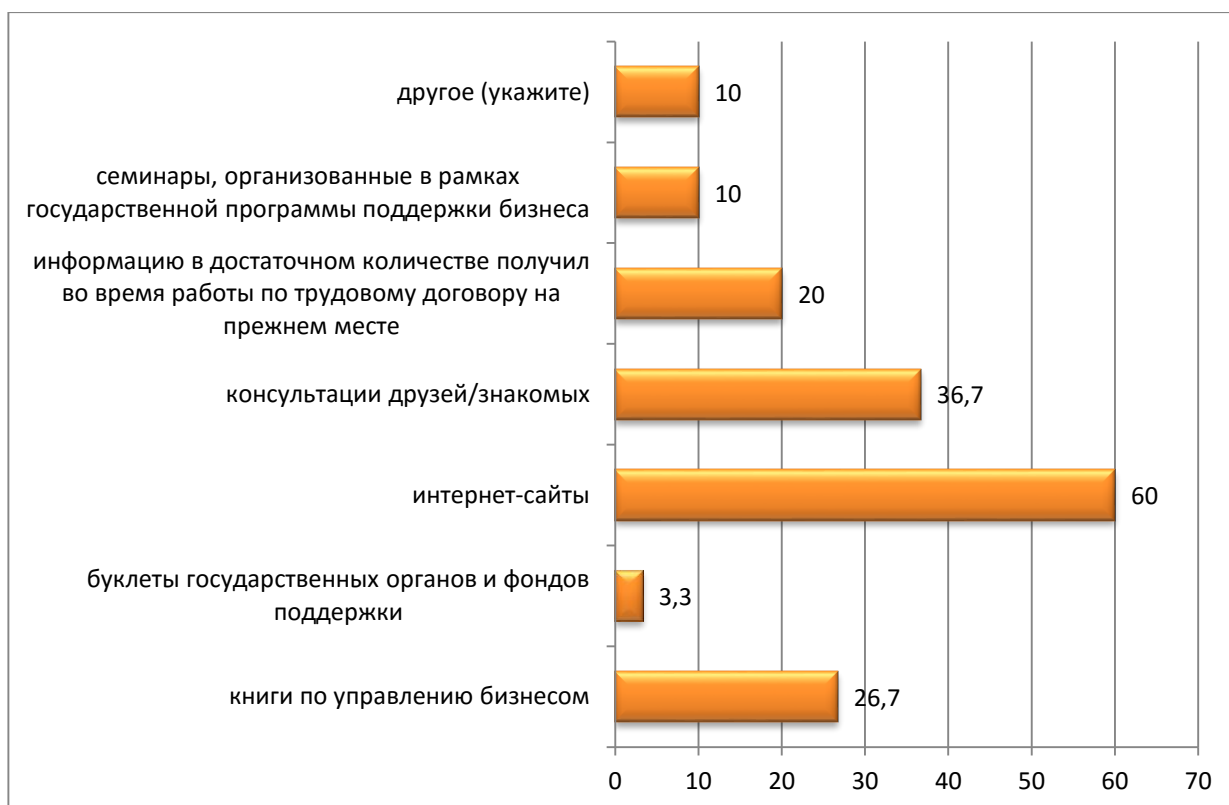


Рис. 11. Основные источники информации, используемые для решения текущих вопросов, %

В отношении поиска информации о создании бизнеса и поставщиков преобладают позитивные настроения. Это связано с тем, что большое количество порталов на текущий момент предлагают детализированные инструкции по созданию предприятий, а поиск поставщиков значительно упрощён, благодаря сети Интернет. Консультационную помощь эксперты могли оценить неоднозначно по той причине, что в регионе присутствует значительное количество организаций, у

которых есть собственные порталы, и бизнесмены теряются в обилии предлагаемых услуг, качество которых не гарантируется.

В качестве основного источника получения необходимых данных эксперты указали Интернет-ресурсы (60 %) [66, С. 74]. Это объясняется тем, что данный источник доступен в любое время, обеспечивает сравнительно быстрый поиск информации, не требует значительных вложений сил и ресурсов. Однако, учитывая обильное количество разнообразных порталов, чрезмерная концентрация на такого рода информации может привести к обратному эффекту: если в течение значительного времени решение проблемы не будет найдено – то сам мотив к устранению затруднения угаснет. Сказывается и тот факт, что Интернет располагает, помимо проверенных источников, огромным количеством «мусорной» и устаревшей информации. 37 % опрошенных предпочли использовать такой ресурс как социальный капитал: через родных и близких, занятых в сфере бизнеса, либо в соответствующих сферах деятельности (юристов, бухгалтеров и др.). Следует отметить, что наличие положительных социальных связей играет значительную роль в жизни молодого бизнесмена, что говорит о необходимости внимания к бизнесу, построенному на семейных и родственных связях. Книжки по управлению бизнесом в целом удерживают значимые позиции – 27 %. В основном это литература, подготовленная успешными бизнес-тренерами или владельцами крупных компаний (53 %), печатные версии законов и комментариев к законодательным актам (27 %), и в незначительном объёме представлена литература, рекомендованная Министерством образования (10 %). Данный факт говорит о повышенном внимании бизнесменов к информации более опытных коллег-практиков, нежели к учебной литературе.

Высокая популярность Интернет-ресурсов обусловила необходимость конкретизации названий или примерной тематики сайтов, используемых для решения проблем экспертами в ходе ведения бизнеса. Показательным является тот факт, что конкретных названий сайтов, либо организаций, их содержащих, большинство опрошенных указать не смогли. Наибольшая популярность выявлена

у двух порталов: поисковика google.com и сайта системы «Консультант+». Выяснилось, что для решения каждой возникшей проблемы молодой предприниматель начинает поиск заново, а не обращается к уже проверенным порталам. Представил интерес для автора диссертации тот факт, что в ответах экспертов неоднократно фигурировал сайт molodost.ru, который, несмотря на красочное и грамотное структурно логическое оформление, не имеет прямого отношения к Тюменской области, а поддерживается Министерством физической культуры, спорта и молодёжной политики Свердловской области. Эпизодически указывались такие варианты ответов как: «порталы по тайм-менеджменту», «психология общения», «сайт бизнес-инкубатора Тюменской области», «органов власти», «сайты бизнес-идей», но конкретных названий порталов (кроме бизнес-инкубатора) не было приведено. В случае отраслевой специализации (нефтепереработка) были указаны «порталы нефтяных компаний» – что отражает чисто прикладной интерес в виде поиска поставщиков или потенциальных клиентов.

Обращались за помощью к официальным органам поддержки 74 % опрошенных. Следует отметить, что среди всех обратившихся никому не было отказано, 56 % оценили помощь как эффективную, 22 % посчитали, что поддержка оказана в недостаточном объёме и лишь 11 % отразили её фиктивность. Данный факт говорит о том, что эффективность работы структур поддержки молодёжного бизнеса в целом оценивается положительно, хотя и с некоторыми оговорками. Однако повторно обращаться за поддержкой молодые предприниматели не спешат и предпочитают справляться своими силами.

В сфере повышения образовательного уровня большинство отметило предпочтительность самообразования – 56,7 %, 23,3 % отдали предпочтение повышению квалификации в негосударственном образовательном секторе. Данный факт говорит о необходимости разработки со стороны государственных органов комплекса поддержки в рамках дистанционных форм обучения, а также офлайн самообразования с возможностью проверки полученных знаний и навыков.

Структура подобных комплексов должна содержать такую информацию, которая была бы наиболее востребованной с точки зрения потребителей. С этой целью автор исследования попросил экспертов определить наиболее проблемные области знаний, требующие обращения за дополнительными материалами (рис. 12).



Рис. 12. Области знаний, востребованные для организации бизнеса, %

Наиболее востребованными знаниями при организации бизнеса эксперты назвали проблемы организации производственного процесса (67 %) и правила поиска и удержания клиентов (63 %). Таким образом, действующие предприниматели концентрируют своё внимание на технологиях и процессах, которые способствуют увеличению конкурентных преимуществ. Однако поиск потенциальных идей для бизнеса (30 %), средств для стартового капитала (20 %) и правила конкурентной борьбы (20 %) также занимают значительные позиции. Это объяснимо тем, что в неформальном предпринимательстве конкурентная борьба особенно обострена, ввиду отсутствия нормативного закрепления взаимоотношений между заказчиком и бизнесменом посредством официальных документов, а ценовая конкуренция не представляется возможной [50, С. 144].

Поэтому информационное и образовательное сопровождение в данной сфере становится особенно актуальным.

Оценка предпочтительности участия в мероприятиях, организованных различными субъектами поддержки, отразила низкую склонность молодёжи к участию в них. Наиболее популярными среди бизнесменов оказались ярмарки-выставки продукции (24 %). Однако их эффективность на текущий момент определяется как сомнительная. Эксперты, описывая свой опыт участия в подобного рода мероприятиях, отмечают высокую стоимость аренды помещений (например, в Выставочном зале г. Тюмени) и малый клиентопоток, не обеспечивающий покрытие расходов. В то время как распространение продукции посредством частных договорённостей с магазином (в случае неофициального сектора) и методы активных продаж представляют собой более эффективное вложение средств. Таким образом, востребованность многих программ опосредована размером отдачи от их использования. Показательным является тот факт, что о большей части мероприятий молодые бизнесмены не располагают информацией, либо не планируют принимать в них какое-либо участие [244, С. 330]. Отвечая на открытый вопрос о причинах такого выбора, эксперты ссылались на недостаток времени «игры» в бизнес, а также выражали сомнение в качестве и актуальности информации в рамках образовательных и информационных услуг.

Внешние факторы эксперты оценили с точки зрения их актуальности на текущий момент развития. Позитивное влияние на деятельность бизнеса оказывают общественные объединения (30 %), имеющиеся стандарты качества в России (30 %). К негативным факторам развития были отнесены покупательная способность населения (44 %), процедуры регистрации и лицензирования (30 %), изменения курса валют (40 %). Указанные факторы связаны, в первую очередь, с нестабильным положением современной социально-экономической системы в стране и снижением качества жизни населения в целом. Тем не менее, можно отметить, что существование неофициального бизнеса так или иначе оказывает

поддерживающий эффект для ряда молодых людей. Изменение курса валют имеет большое значение, в первую очередь, для торговых и посреднических сфер бизнеса. Этот процесс отражает негативную тенденцию общероссийского роста цен: как на товары первой необходимости, так и на импортное оборудование и комплектующие.

Учитывая сложность оценки влияния внешних факторов на бизнес для экспертов, автор диссертации предложил им сформировать рейтинг проблем и затруднений, с которыми они сталкиваются чаще всего, которые имеют наибольшее значение для их деятельности.

Тройку лидирующих затруднений составили следующие неотъемлемые факторы успешного ведения дела: финансовое обеспечение, социальный капитал, специальное образование. Следует отметить, что эти факторы выступают в качестве основных во всех программах поддержки со стороны государства, однако они по-прежнему остаются наиболее востребованными со стороны опытных молодых бизнесменов. Менее приоритетными, но значимыми остаются проблемы отсутствия достаточного опыта и сильная конкуренция, которая сопровождается не совсем этичным поведением со стороны других организаций. Соответственно, подтверждается необходимость развития навыков конкурентной борьбы и способов сопротивления недобросовестным методам конкурентного противостояния. Также пробел в наличии адекватных образовательных и информационных продуктов может заключаться в недостатке развития у молодёжи креативных подходов к формированию образа продукта или услуги в глазах потенциального потребителя. Кроме того, в качестве проблемы была отмечена изменчивость и несовершенство законодательства.

Давление со стороны внешних структур (или отдельных субъектов) экспертами отмечалось как незначительное, однако относительно конкурентов в среде неофициального бизнеса, такое давление отметили 40% опрошенных, со стороны других организаций-конкурентов производилось давление по оценке 25 % экспертов. 13,8 % выделили прессинг государства посредством нормативных

актов, проверяющие органы превышали свои полномочия в меньшей степени (10,3 %). В незначительной мере отмечено вмешательство коллекторских агентств (7,1 %) и кредитных учреждений (3,4 %). Таким образом, основной проблемой остаётся работа с конкурентной средой. Низкие показатели относительно коллекторских агентств и кредитных организаций обусловлены скорее осторожностью бизнесменов и отсутствием склонности к получению заёмных средств среди представителей неофициальной сферы бизнеса. Давление законодательства, тем не менее, имеет место, что подтверждается авторским анализом влияния законодательной сферы на деятельность молодёжного бизнеса.

Вопросы недостаточной нормативной проработанности отдельных аспектов бизнес-активности отразили ряд приоритетных аспектов, которые молодые бизнесмены предпочли бы видеть в более детализированном виде, либо в форме законодательно закреплённых норм. Изменчивость законодательной среды, по мнению экспертов, заставляет тратить время и усилия на периодическую адаптацию к произошедшим изменениям (60 %). В особенности это касается форм отчётности в различные службы типа ИФНС, ФСС, Пенсионный фонд. Периодически возникают трудности с изменениями в оформлении платёжных документов и форм статистической отчётности. Относительно электронных форм предоставления отчётов в программе типа «1С: Бухгалтерия» эксперты отметили высокую стоимость обладания лицензионной программой и не менее высокую стоимость её обслуживания.

Наиболее сложным вопросом для молодёжного бизнеса остаётся сбор информации в сфере регистрации и выбора отрасли (40 %). В ходе неформальной беседы эксперты отметили значительное количество источников, где инструкции являются устаревшими, либо не отвечающими действительности, что вынуждает затрачивать на поиск актуальных данных значительное количество времени и сил (рис. 13).



Рис. 13. Этапы предпринимательской деятельности, нуждающиеся в совершенствовании нормативного обеспечения, %

Не совсем ясными и доступными признаны инструкции и порядок формирования отчётности в различные фонды (33 %). Ввиду необходимости платить за обслуживание программ, формирующих электронные отчёты, молодые бизнесмены предпочитают сокращать работу с ними до возможного минимума, либо исключают этот процесс в целом в случае неофициального вида деятельности. Процедура регистрации (20 %) и подготовка документов для регистрации (30 %) вызывают затруднения, несмотря на значительное количество существующих буклетов и инструкций. Эксперты объясняли это указанной выше проблемой с Интернет-сайтами, а также тем, что нужные буклеты к ним не поступали. Нехватка полноценной нормативной регламентации делопроизводства в организации (17 %) вызывает дискомфорт в осуществлении деятельности как в штатной ситуации, так и в нестандартных условиях. Экспертам достаточно сложно осваивать необходимые и актуальные формы документации ввиду их количества и

относительно быстрой смены формы представления.

Молодые бизнесмены отметили конкретные нормативные акты, которые были бы необходимы им для полноценной работы. В основном предложения касались разработки Положения о поддержке предпринимательства на региональном уровне, Положения о порядке ведения пробного (экспериментального) бизнеса, Положения о порядке поддержки молодёжного бизнеса в зависимости от этапа его становления и развития. Также эксперты высказались за уточнение критериев молодёжного бизнеса на региональном уровне. Пересмотру, на взгляд опрошенных, должны подвергнуться: Налоговый кодекс, порядок сборов налогов в зависимости от результативности бизнеса, порядок сдачи отчётности и произведения отчислений. Ряд экспертов выдвинули предложение о переходе на прецедентную систему права. Следует отметить, что по-прежнему значимой проблемой считается порядок отчисления налогов и сборов, как и для всего малого бизнеса в целом. Другим характерным моментом являются предложения об уточнении признаков молодёжного бизнеса и возможности создания «экспериментальных» компаний, которые были предложены неформальным бизнесом. Сущность «идеи экспериментальности», на взгляд экспертов, заключается в возможности попробовать начать деятельность без какой-либо помощи, чтобы не «жить иллюзиями в объятиях опеки государства». Это говорит о желании и стремлении бизнес-активной молодёжи оценить свои «действительные» способности, навыки и шансы в условиях естественной конкурентной среды.

Степень остроты необходимости той или иной формы поддержки экспертам было предложено оценить в виде рейтинговой шкалы предпочтений. Наиболее предпочтительной и востребованной со стороны экспертов выступила образовательно-консультативная сфера на безвозмездной основе. Молодые бизнесмены нуждаются, в первую очередь, в повышении образовательного уровня в сфере ведения бизнеса и организационных вопросах, в оперативной и актуальной информации по вопросам бухгалтерского и юридического обслуживания. Также

отмечается большая потребность в своевременном оповещении о происходящих изменениях, с возможностью уточнения спорных аспектов. При этом бизнесмены отмечают желательность дистанционного характера оказания подобных услуг.

Значимым является обеспечение защиты прав молодых предпринимателей. Эксперты отмечают, что они ощущают недостаточность работы организаций, отстаивающих их права в сфере кредитования, патентного права и др. Однако в ходе индивидуальной беседы выяснилось, что ни одной организации (за исключением бизнес-инкубатора, который отметили потребители данного типа акселерации) они не могут назвать, не говоря о том, чтобы обращаться к их помощи.

Эксперты положительно отнеслись к мораторию на реформирование системы управления. В вопросе им предоставлялась возможность указать свой срок, на который необходимо приостановить модернизацию. В среднем период составил от одного года до трёх лет. Это говорит о том, что бизнесмены устали от необходимости приспосабливаться к изменениям управленческой системы и не видят объективной необходимости в постоянном её преобразовании, хотя удовлетворительным её текущее состояние также не признают. Отраслевые и профессиональные союзы не являются востребованными, это может быть вызвано текущей концентрацией на делах исключительно практического и организационного характера, ввиду которых у молодого бизнесмена не хватает ресурсов на формирование социальных связей с аналогичными субъектами бизнес-активности.

Чем выше качество системы и стабильнее ситуация – тем более склонен бизнес к официальному ведению дел. Однако для выявления наиболее острых проблем в среде молодёжи экспертам было предложено указать основные причины формирования неофициального бизнес-кластера (рис. 14).

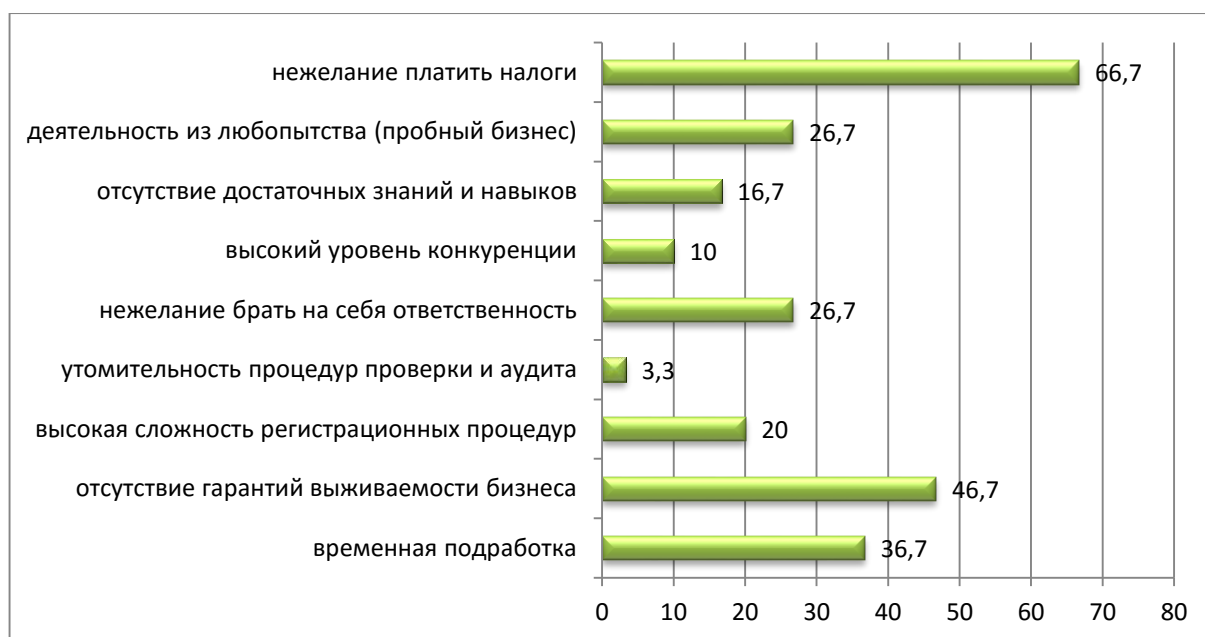


Рис. 14. Причины распространения неофициальных видов бизнеса среди молодежи, %

Неофициальный бизнес представляет собой реакцию бизнес-сообщества на происходящие события в стране и качество системы управления бизнес-активностью. Таким образом, наибольшая проблема сконцентрирована в налоговом секторе, несмотря на налоговые льготы и программы, ориентированные на начальный период работы малого бизнеса, бизнесмены по-прежнему настаивают на сложности и неадекватной политике налоговой системы. Печальным и показательным является факт, отражающий высокую нестабильность ситуации в стране – почти 47 % экспертов указывают, что гарантии выживаемости бизнеса находятся на низком уровне, что не позволяет планировать бизнес-активное поведение на длительный срок, что, в свою очередь, сводит на нет возможность стратегического планирования развития компании. 36,7 % отмечают, что бизнес-деятельность часто выступает в роли дополнительного дохода к основной трудовой деятельности. Учитывая тот факт, что это повышает покупательную способность молодежи, явление нельзя назвать негативным в полной мере. Боязнь ответственности (26,7 %) заключена в нежелании или неумении осуществлять рисковое поведение, что связано с недостаточным

развитием навыков конкурентного бизнес-активного поведения.

Полученные результаты коррелируют с данными первого этапа социальной диагностики и позволяют установить наличие обратно пропорциональной зависимости между длительностью предпринимательской деятельности и уровнем доверия к государственным и региональным органам управления. Подобная ситуация является результатом отсутствия учёта обратной связи и последующей коррекции системы поддержки. Тем не менее, несмотря на выявленные недостатки, в ходе исследования автор диссертации считает, что в регионе проводится большая работа по поддержке молодёжного бизнеса, и в перспективе 74 % от опрошенных экспертов выразили готовность регулярно принимать участие в программах на государственном и региональном уровнях.

Два предыдущих этапа социальной диагностики подтвердили выдвинутую гипотезу о необходимости комплексного подхода к формированию управленческого воздействия с учётом высокой дифференциации потребностей объекта воздействия. Поэтому для достижения цели исследования был предпринят третий этап социальной диагностики – прогностический, где был осуществлён эмпирический анализ социальных установок потенциальных субъектов бизнес-активности в августе-декабре 2014 г. [68, С. 107-134]. Прогностический потенциал заключается в том, что диагностики ожиданий, потребностей и ориентаций потенциальных молодых бизнесменов, которые в большей степени способны оценить субъективный фактор барьеров, не отражённый у действующих бизнес-активных людей. Опираясь на теоретико-прикладной анализ специфики предпринимательства, автор диссертации акцентирует внимание на молодёжной среде, которая обладает повышенной коммуникативной способностью, высоким уровнем эмпатии, характерной для периода активной фазы социальной и профессиональной социализации.

Цель исследования: выявление социальных установок молодёжи на создание бизнес-единиц, с учётом привлечения государственной поддержки. Эвристический потенциал проведённого исследования заключается в сравнении мнений экспертов

от молодёжного бизнеса и мнений потенциальных участников бизнес-деятельности в гг. Тюмени и Павлодаре, т.е. осуществлено сравнение реального поведения и ожидаемого, что имеет определённый прогностический потенциал. Для достижения поставленной цели предстояло решить следующие задачи.

1. Выявить внешние факторы социальной среды, влияющие на развитие молодёжной бизнес-активности, препятствующие или способствующие открытию собственного дела.

2. Определить целевые установки при создании, ведении, склонности к закрытию бизнес-единицы.

3. Сравнить социальные установки на ведение бизнес-деятельности среди молодёжи, характеризующие состояние бизнес-среды в гг. Тюмени и Павлодаре.

4. Выявить основные стереотипические представления о барьерах на пути к открытию своего дела.

5. Установить причины распространения среди молодёжи неофициальных видов бизнеса и выявить меры по их устранению.

6. Определить основные потребности молодёжи, которые могут быть реализованы посредством государственных программ.

Объект исследования: молодёжь в возрасте 18-30 лет, обучающаяся в ведущих учебных заведениях г. Тюмени и г. Павлодара. Предмет исследования: социальные установки молодёжи на занятие бизнес-деятельностью.

Гипотеза: в ходе социальной диагностики имеющихся социальных установок на открытие собственного дела будут выявлены факты дивергенции позиций казахской и российской молодёжи, ввиду различий в сфере государственного обеспечения поддержки молодёжного бизнеса.

Выборочная совокупность составила 882 человека. Респондентами выступили студенты вузов г. Тюмени – 455 человек (51,6 %) и г. Павлодар, Республика Казахстан – 427 человек (48,4 %). Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Тюменской области до 2020 года и на перспективу до 2030 года [178], наметилась перспектива формирования рыночных

ниш для специфических видов продукции малых предприятий в соседних регионах, включая, в том числе, и приграничные области Казахстана. В документе отмечена необходимость реализации крупного инвестиционного проекта «Урал Промышленный – Урал Полярный», который обеспечит дополнительные возможности для развития транспортно-логистической зоны на территории Тюменской области с учётом отдельных преимуществ: выходы на Северный морской путь, Республику Казахстан и Китай. Концепция представляет собой часть общей вертикально-интегрированной системы документов стратегического планирования и прогнозирования развития территорий и отраслей народного хозяйства Российской Федерации на долгосрочную перспективу. К тому же Павлодар является крупнейшим городом Северного Казахстана, который за последние годы превратился в один из важных научных центров, в котором имеется два университета и восемь иных учебных заведений (в том числе филиалов). В Павлодарской области активно реализуется государственная программа поддержки субъектов малого и среднего бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2020». Павлодарский регион находится в тройке лидеров по реализации данной государственной Программы и сталкивается в основном с теми же проблемами организации молодёжного предпринимательства, что и Тюменская область.

Кроме того, в рамках заключённого договора о международном сотрудничестве между Тюменской государственной академией мировой экономики, управления и права и Инновационным Евразийским университетом (ИнЕУ) представилась возможность сравнительного изучения социальной среды для формирования бизнес-активности молодёжи. Среди опрошенных молодых людей в г. Павлодаре были представители Инновационного Евразийского университета (государственное и местное управление; экономика; юриспруденция; транспорт); Павлодарского государственного университета им. С. Торайгырова (ПГУ) (финансы, государственное и местное управление, экономика). В опросе в г. Тюмени были задействованы студенты ведущих учебных заведений области:

Тюменский государственный нефтегазовый университет (Институт транспорта («Автомобильное хозяйство»), Институт Менеджмента и бизнеса («Государственное и муниципальное управление»)); Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права (направление обучения «Юриспруденция», специальность «Мировая экономика»); Тюменский государственный университет («Менеджмент», «Юриспруденция»).

Учитывая тесные экономические связи двух государств, автор диссертации стремится не противопоставлять позиции молодёжи, а дополнить их теми исключительными признаками, которые идентифицируют российскую и казахскую молодёжь [62]. Тем более, учитывая возможность внесения в модель управления экспортоориентированной компоненты, её потенциал необходимо определить во взаимосвязи с ближайшим из возможных соседей, способных эффективно поддерживать сотрудничество на уровне малого молодёжного бизнеса.

Отбор респондентов осуществлялся при помощи направленной (целевой) выборки, не требующей статистического соответствия генеральной совокупности. При осуществлении исследования по выбранной теме выяснилось, что надёжных статистических данных о составе и структуре целевой группы нет, поэтому не представлялось возможным задать точные квоты. Автор диссертации в данном случае преследовал цель получения информационно насыщенных фактов для последующего многостороннего изучения [75, С. 91; 231, С. 115-116]. В качестве целевой группы выступили 1) студенты, у которых среди родственников или знакомых были люди, имевшие (имеющие) опыт ведения бизнеса (выявлялись в ходе индивидуальной беседы); 2) студенты, имеющие (имевшие) опыт ведения бизнеса. В ходе проведения опроса был использован метод «снежного кома». Кроме того, в качестве легко доступных для исследователя выступили обучающиеся на тех направлениях (специальностях), которые могут потенциально способствовать формированию бизнес-активного поведения. В таблицах 1,2 представлено распределение респондентов по полу и возрасту.

Таблица 1

Распределение респондентов по полу, %

Параметры выборки	Тюмень	Павлодар
Мужчины	47,7	40,2
Женщины	52,3	59,8

Таблица 2

Распределение респондентов по возрасту, %

Параметры выборки	Тюмень	Павлодар	мужчины	женщины
18-20	15,7	10,3	20,0	31,1
21-22	33,8	32,5	25,9	29,5
23-25	49,7	42,4	45,8	32,2
26-30	0,8	14,8	8,3	7,2

В качестве респондентов привлекались обучаемые по гуманитарным, социально-экономическим, техническим специальностям и направлениям обучения. С целью получения более объективных результатов, диссертант уделил внимание тем возрастным группам (3-5 курсы), которые так или иначе начинают активно интересоваться альтернативными вариантами трудоустройства.

Завершая описание изучаемого массива, необходимо отметить достаточный для полной характеристики объекта спектр его свойств, позволяющий дифференцировать мнения респондентов по указанным выше критериям, с последующим углублённым анализом тех аспектов, которые определяют контур разрабатываемой модели, призванной активизировать молодёжную бизнес-активность.

По объектам трудоустройства следует отметить примерное равное предпочтение работы в государственных учреждениях как в Казахстане, так и в России (29,5 % против 23,8 %). Однако склонность к реализации предпринимательских способностей скорее характерна для России (21,5 % против 18,0 %) и в подавляющем большинстве для мужчин (30,6 % против 14,4 % у

женщин). Следует отметить тот факт, что уровень бизнес-активных настроений в России выше аналогичных показателей в Казахстане. Казахские же респонденты преимущественно ориентированы на работу в крупном бизнесе, но в то же время отмечают большую готовность к внутрифирменному предпринимательству. Данный факт, скорее всего, обусловлен более широкими возможностями, которые предлагает своим сотрудникам крупный бизнес в Казахстане. Обращает на себя внимание, что международные компании привлекают к себе внимание в большей степени тюменской молодёжи, в отличие от павлодарской.

Учитывая тот факт, что бизнес-активность является также одним из вариантов профессиональной реализации, респондентам было предложено оценить, что на их взгляд является наиболее вероятным мотивом открытия своего дела. Предпочтение было отдано желанию работать на себя, т.е. осуществлять планирование времени и контроль над движением ресурсов самостоятельно. К этому мнению склоняется большинство опрошенных – 81,3 %. Стремление к самостоятельности означает также принятие на себя определённой доли риска. Поэтому в данном случае молодёжь либо соглашается его принять, либо не в полном объёме представляет характер конкурентной среды. Следует отметить, что, согласно международным опросам, почти две трети молодых людей предпочитают «самозанятость» и в будущем, по мнению Г. Стэндинга, они могут составить ядро нового класса – прекариата [201, С. 121]. Прекариатизироваться – это значит вести нестабильное существование без чёткой самоидентификации [201, С. 36].

На второе место по значимости студенты поставили возможность реализовать актуальную идею в бизнесе (около 40 %) – данный факт говорит о положительном настроении респондентов к трансформации креативных идей в реальное производство и результативную прибыль. Примечателен тот факт, что первые два фактора полностью коррелируют с предпочтениями экспертов. Стремление к получению результата в максимально короткие сроки (24,2 %) характерно в целом для молодёжи, что подтверждают обе группы исследуемых. Расхождение во взглядах, однако, произошло в сфере значимости социального

капитала. Если студенческая молодёжь оценила его роль всего в 4 % случаев, то бизнес-активная молодёжь придала данному фактору большее значение – на уровне 17 %. Несмотря на положительную в целом оценку самостоятельности в бизнесе, данная тенденция содержит в себе определённый риск. На первых этапах его создания полное отсутствие социального капитала может блокировать возможности стартапа, и привести потенциальных бизнесменов к разочарованию и сворачиванию бизнес-активного поведения. Поэтому формирование навыков по созданию коммуникационных сетей является первостепенной задачей в области воспитания предпринимательских качеств.

Большинство респондентов не только догадываются о наличии препятствий (барьеров) в реализации себя как бизнесмена, но и опираются на опыт родителей, мнения и суждения компетентных специалистов (телевидение, интернет, пресса), некоторые молодые люди, вероятно, уже имели негативный, либо недостаточно эффективный, опыт «неофициального предпринимательства» (рис. 15).

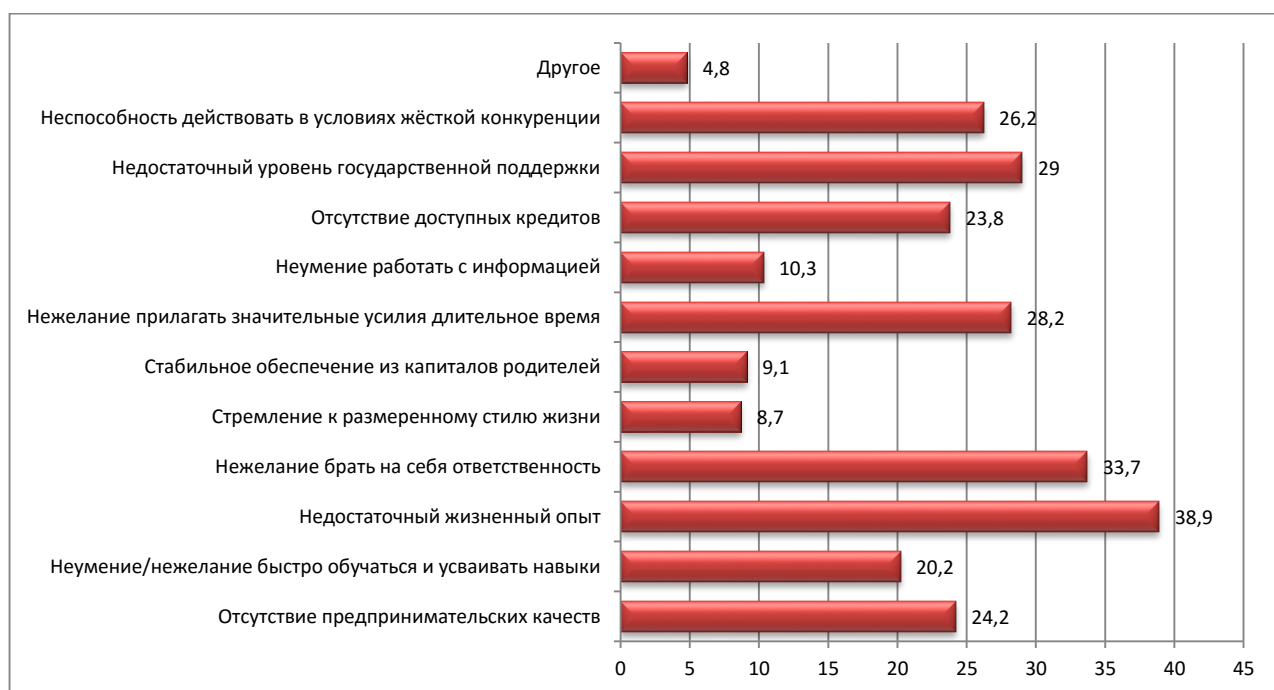


Рис. 15. Препятствия к началу бизнес-деятельности молодёжи, по мнению студентов, %

Различий в ответах российской и казахской молодёжи не было выявлено. Недостаточный жизненный опыт отмечают четыре из десяти опрошенных (38,9 %), и этот барьер измеряется не столько в количестве прожитых лет, сколько в сложности самооценки, выбора наиболее эффективной социальной роли, позиционирования своего места в обществе и др. В каком-то случае, опыт является комплексным показателем, включающим целый ряд анализируемых самостоятельных параметров, например, знания, коммуникативные способности, умения и т.д. Мнения студентов и экспертов о недостаточном уровне государственной поддержки совпали. Данный факт может быть связан с малой информированностью, поскольку 70 % опрошенных не смогли назвать ни одной программы и ни одного конкретного представителя поддержки бизнес-активности ни в своём регионе, ни на уровне государства.

Нежелание прилагать усилия длительное время в среде студенческой молодёжи нашло отклик только у 28 %, в то время как эксперты оказались более критичными (47 %). Это говорит о том, что практический опыт бизнес-активных людей снижает иллюзии относительно лёгкости и простоты деятельности, в то время как студенты относятся к себе менее критично. Нежелание брать на себя ответственность (34 %) коррелирует с ответами экспертов (40 %). Данный факт подтверждает достаточно ощутимый уровень инфантилизма в среде молодых людей, при этом он фиксируется как со стороны более опытных представителей бизнеса, так и в ходе самодиагностики молодёжи.

«Неспособность действовать в условиях жёсткой конкуренции» (26,2 %) отражает боязнь вступать в конфронтацию при условии жёстких рамок борьбы. Это мнение подкрепляется тем фактом, что студенты отмечают недостаток жизненного опыта (39 %), в то время как эксперты, поработавшие на практике, оценивают роль накопленных переживаний и личной информации не столь высоко – 20 %. Данная разница является подтверждением отсутствия понимания у студентов сущности и особенностей бизнес-активного поведения, ввиду чего у них формируются чувства страха и неуверенности (24 % сослались на отсутствие предпринимательских

качеств, в то время как среди бизнесменов данный фактор набрал лишь 10 %).

Большинство респондентов (60,3 %), также, как и экспертов (33 %), оценили шансы молодёжи на создание успешного бизнеса как «50/50», и этому есть объяснение в виде определённой степени риска, связанной с нестабильностью экономической сферы. Как известно, под успешностью бизнеса (об этом молодёжь заявляла при собеседовании) понимаются темпы прироста прибыли при условии наличия определённых гарантий со стороны государства и общества. Каждый пятый студент (19,4 %) уверен в хороших перспективах и каждый третий (31,7 %) даёт негативный прогноз, что коррелирует с ответами экспертов. Единство во мнениях определяет единую тенденцию развития системы управления молодёжной бизнес-активностью, которая заключается в закреплении в сознании молодёжи как фактических доказательств, так и стереотипов в сфере бизнеса, которые во многом формируют их карьерный путь. В России студенты более сдержаны в позитивных высказываниях, что вызвано сомнениями в собственных силах и в возможности долгосрочного планирования.

Респондентам было предложено определить те «пробелы в образовании», т.е. недостаток знаний, который необходим для потенциальных бизнесменов в отношении старта своих бизнес-проектов (рис. 16).

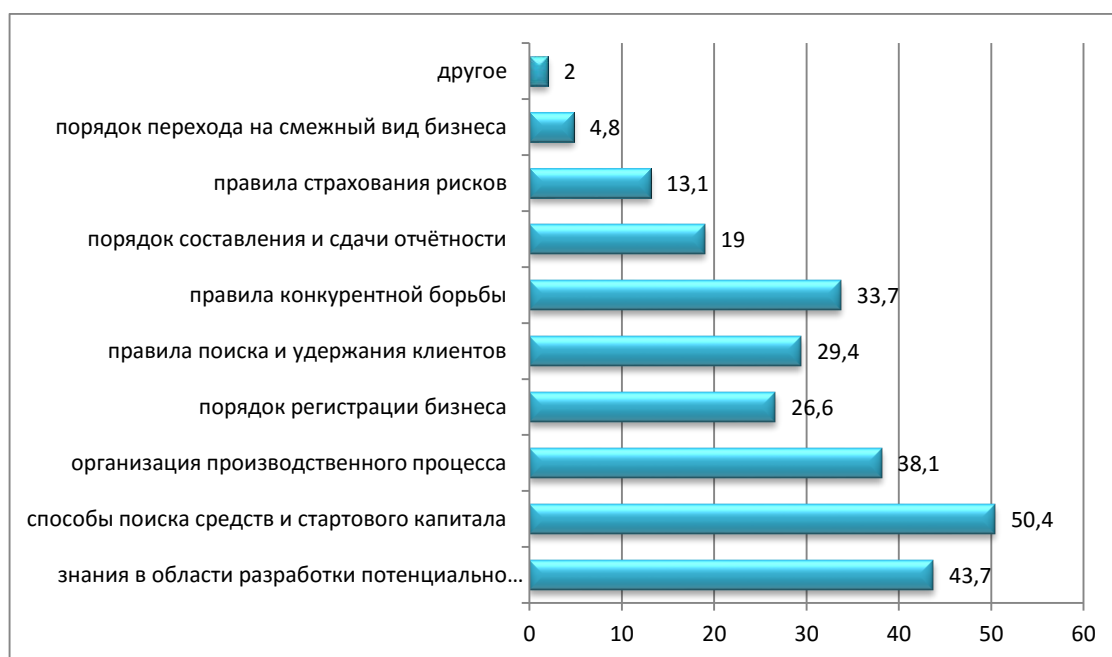


Рис. 16. Знания, необходимые для организации бизнеса, %

Студенческая молодёжь в качестве наиболее значимой проблемы, требующей наличия базовых знаний, рассматривает поиск инвесторов для стартовых вложений (50,4 %). Вероятно, это связано с тем, что молодые люди в принципе не знакомы с основными механизмами инвестирования в бизнес ранней стадии развития, либо рассматривает шансы на финансовую помощь как недостаточные, т.к. только 20 % экспертов посчитали эти знания востребованными. Второй фактор, вызывающий интерес у студентов, связан с поиском потенциально успешных идей (44 %), эксперты также оценили этот параметр достаточно высоко (30 %). Это говорит о недостатке качественной маркетинговой информации и об отсутствии достаточной информированности о состоянии отраслей в регионе, т.к. рациональный выбор сферы деятельности напрямую зависит от умения ориентироваться во внешней среде. Коррелируют с предыдущими данные о востребованности знаний в сфере организации конкурентной борьбы (34 %), что говорит о понимании молодёжи того, что в бизнесе необходим фактор новизны, креативности, а также моральной устойчивости перед действиями аналогичных компаний. Также этот факт подтверждает наличие страха респондентов перед возможной неудачей в бизнесе. Организация производственного процесса, информацию о которой считают полезной 63 % экспертов, у студенческой молодёжи нашла отклик в меньшей степени – около 40 %. Это свидетельствует о том, что студенты не готовы начинать бизнес в ближайшие сроки, ввиду отсутствия первоначальной бизнес-идеи. Для сравнения: большинство опрошенных учащихся московских бизнес-школ, согласно результатам исследования, проведённого Н.Э. Соболевой (2010 г., N=144 человека), в качестве цели бизнес-образования указали получение дополнительных знаний и навыков для профессионального роста. Для большинства было важно усвоение современных практик ведения бизнеса и развития управленческих компетенций [196, С. 92]. Фактически данные, полученные диссертантом, коррелируют с уже имеющимися результатами в других регионах.

Респондентам было предложено выделить путём ранжирования приоритетные направления образования, которые необходимы для стартапа. Так же, как и эксперты, студенческая молодёжь отдала первые позиции бесплатным образовательным бизнес-курсам и бесплатным видам консультационных услуг: юридических и бухгалтерских. Организация производственного процесса в отношении построения бизнес-единицы, как таковой, волнует студентов в большей степени, знание основ ведения бухгалтерии и юридического сопровождения, согласно самооценке студентов, получило низкую оценку. В то же самое время эксперты оставили этот фактор лишь на 5-ом месте.

Молодёжь, ощущая недостаток навыков по самоорганизации и управлению временем, выдвинула этот фактор по значимости обучения на 4-ю позицию, что говорит о понимании будущих бизнесменов роли собственных усилий в организации своего дела. Мораторий на реформы у студентов занял лишь 10-ю позицию, в то время как эксперты предпочли его оставить на 7-ом. Студенческая молодёжь определила длительность моратория в один год, что говорит о стремлении к созданию стабильной основы для работы.

Большая часть из тех услуг и сфер знаний, в которых нуждается молодёжь, уже разработана на базе различного рода организаций, что говорит о недостатке информированности об их деятельности, либо недостаточном интересе, проявленном со стороны молодёжи. На территории города Тюмени образовательные курсы не пользуются повышенным спросом у молодёжи. Среди причин такого положения молодые люди часто указывают: недостаточная информированность о таких мероприятиях, неудобное время их проведения, устаревшие методики и информация, негативный опыт непосредственных участников этих курсов и др.

Отсутствие заинтересованности молодёжи в государственной поддержке, особенно у той её части, которая обладает активной жизненной позицией и соотносит свои жизненные планы с самостоятельной экономической деятельностью, стимулирует развитие неофициального бизнеса, который по

основным характеристикам аналогичен его зарегистрированным конкурентам, но в то же время он лишён возможности участия в программах поддержки (рис. 17).



Рис. 17. Причины распространения неформальных видов бизнеса среди молодёжи, %

Отличительным свойством неофициального бизнеса (который не включает формы проявления криминальной сферы) является его сравнительно невысокая доходность, гибкость в распределении прибыли, привыкание и, как следствие, отсутствие какого-либо желания легализации своей деятельности. В такой ситуации активность молодёжи может быть исключена из сферы внимания и поддержки со стороны государства и общества, поэтому вовлечь человека в официальный бизнес будет значительно сложнее. В данном случае студенческая молодёжь была солидарна с мнением экспертов. В качестве наиболее значимого негативного фактора была отмечена система налогообложения (47,4 % студенты против 67 % среди экспертов), хотя у потенциальных бизнес-активных людей негативное восприятие деятельности ФНС выражено в меньшей степени, нежели у

их опытных коллег. Временная подработка и отсутствие гарантий выживаемости бизнеса заняли примерно равные позиции – около 31 %. Это говорит об устойчивой взаимосвязи этих двух факторов среди студентов. Т.к. низкие гарантии на осуществление бизнеса в течение длительного времени приводят к его ориентации на одномоментное получение прибыли, что в отдельных случаях приводит к развитию полукриминальных способов заработка, особенно через социальные сети и интернет-магазины. Высокий показатель нежелания брать на себя ответственность в предыдущих вопросах занял менее существенную позицию, в его пользу высказалась треть опрошенных. Это, в некоторой степени, характеризует понимание со стороны молодёжи, что риск связан с самой бизнес-активностью, и в меньшей степени зависит от уровня её формализации.

Более трети респондентов отметили кратковременный характер неофициальной деятельности и считают такое положение вполне приемлемым в целях подработки (30 % и 33,9 % в России и Казахстане соответственно) и, среди ответивших положительно, женщин на 3,1 % больше чем мужчин. Высокий уровень конкуренции, который не позволяет «выиграть в честной борьбе», также считают существенным фактором, выводящим капиталы в неофициальный сегмент экономики. С данной позицией в большей степени согласились мужчины – в среднем на 8,7 % больше женщин.

Самой важной причиной роста неформального сектора респонденты обеих стран назвали стремление уйти от налогообложения, которое, вероятно, воспринимается молодёжью как препятствие к осуществлению нормальной бизнес-деятельности. Впрочем, принимая во внимание льготное налогообложение малого бизнеса, «налоговые каникулы» и другие меры поддержки, автор диссертации считает, что целесообразно воспринимать полученный результат не применительно к молодёжному бизнесу в целом, а как личностно-субъективный фактор стремления к максимально быстрому формированию собственного благополучия.

Автор исследования предложил респондентам оценить те меры, которые

оказались бы наиболее полезными в сфере перевода неофициальных структур в официальное русло (рис. 18).



Рис. 18. Способы устранения неофициальной бизнес-активности, %

В данном случае, концептуально обоснованным шагом является разработка такой модели поддержки и развития молодёжного бизнеса, которая, с одной стороны, будет обеспечивать эффективность превентивных мер по удержанию активной части молодёжи в структуре официального сектора экономики, а с другой – предлагать очевидные преимущества зарегистрированной бизнес-деятельности, имеющей объективные и понятные критерии. Другим обязательным требованием к государственной поддержке молодёжной бизнес-активности выступают гарантии безопасности бизнеса, т.е. генерируемый правительством конвейер реформ не должен ущемлять права тех, кто встал на путь реализации самостоятельного бизнес-проекта без отработки страховых планов развития карьеры и жизни.

Первоочередным мероприятием по защите интересов малого бизнеса молодёжь считает создание бизнес-ассоциаций по защите интересов малого бизнеса и предпринимательства (52 %). Этот шаг предполагает создание

объединений взаимопомощи предпринимателей с последующим юридическим, экономическим и психологическим сопровождением начинающего предпринимателя, т.е. осуществляется перераспределение функций между государственными органами управления и профессиональными союзами. Последний факт может свидетельствовать о недоверии к органам власти в целом, осуществляющим в одном лице и вспомогательные, и ограничительно-карательные функции.

Упрощение самой процедуры оформления пакета необходимых документов и последующий облегчённый порядок регистрации и получения разрешений (лицензий, патентов и др.), предпочтительно по принципу «одного окна», отмечают 48,8 % опрошенных. Также эта потребность была отмечена экспертами, поскольку достигается максимальная экономия времени на осуществление сопутствующих процедур.

Проведение мероприятий по контролю за деятельностью органов власти со стороны бизнеса актуально для 43,3 % потенциальных молодых бизнесменов. Однако если для казахской молодёжи важны такие меры как создание контроля и стандартизированных инструкций, то для российской молодёжи – это создание бизнес-ассоциаций и стандартизированных инструкций. Выстроенный рейтинг в целом коррелирует с мнениями российской и казахской молодёжи обоих полов.

Обращает на себя внимание значительная разница в ответах респондентов при выборе варианта «перевод всех государственных услуг на электронную платформу». В большей степени за такую меру выступают студенты г. Павлодар. В то же самое время они, по сравнению с тюменской молодёжью, не очень доверяют тому, что создание бизнес-ассоциаций по защите интересов малого бизнеса и предпринимательства решит проблему. В целом, обозначенные направления совершенствования государственного управления процессами развития бизнеса не охватывают всего спектра проблем, встающих перед молодыми людьми. Обозначена ещё одна важная позиция в виде партнёрского участия субъекта активности и органов управления в процессе становления

бизнеса. Следует отметить, что возможность контроля над процессом оказания поддержки и осуществления обратной связи с государственными органами, генерирующими программные продукты, является для молодёжи признанным способом приспособить систему управления под свои потребности, тем самым корректируя её основные элементы в наиболее эффективном, с точки зрения реализации направлении.

Предложенные автором диссертации меры для повышения эффективности осуществления бизнес-деятельности получили общее одобрение среди респондентов (выявлена высокая степень согласованности мнений). Молодёжь считает, что необходимо чётко соблюдать установленные процедуры проверок и отчётности (54,4 %); должна быть возможность контроля процессов, связанных с решением проблем собственного бизнеса (53,6 %); должен быть свободный доступ к первичной маркетинговой и иной бизнес-информации (48 %); бизнесмен должен иметь возможность получить государственного представителя, поставляющего надёжную информацию (45,6 %). При этом фактор предоставления наставника для начинающих бизнесменов и бизнес-активных людей отмечен в качестве одного из возможных механизмов управления бизнес-активностью молодёжи по итогам третьего этапа социальной диагностики.

В итоге социальная диагностика современной системы управления бизнес-активностью в регионе позволила выявить не только положительные моменты, но и определила наличие ряда проблем. Особую значимость имеют следующие.

1. Анализ нормативно-правовой среды региона показал отсутствие нормативного документа, регулирующего поддержку молодёжного бизнеса. Также не имеется плана мероприятий (дорожной карты) по развитию этого направления деятельности.

2. В Тюменской области создана достаточно разветвлённая инфраструктура поддержки малого бизнеса в целом и молодёжного бизнеса в частности. Система поддержки предпринимательства (в том числе и молодёжной бизнес-активности) в регионе включает 19 организаций, имеющих различный статус и уровень

распространения деятельности. С одной стороны, отсутствует необходимость в создании новых региональных структур, с другой – недостаточный уровень консолидации усилий в сфере оказания поддержки приводит к снижению эффективности деятельности в этом направлении.

3. Анализ программных документов имеющихся организаций, целей и задач деятельности выявил факты дублирования ряда функций без специфических черт или объекта воздействия. Согласно мнению экспертов, перегруженность программными продуктами приводит к тому, что молодые бизнесмены утрачивают желание разбираться в специфике и особенностях каждого из них.

4. В результате анализа выявлено, что значительная часть информационных порталов не заполнена (например, «ОПОРА РОССИИ» (Тюменское отделение; раздел «Наши программы» на сайте Тюменского отделения «Ассоциации молодых предпринимателей России» и др.), другая часть имеет в своём составе дублирующую информацию. Порталы теряются среди новостных и «мусорных» контентов.

5. Существующая методика сбора статистических данных, не позволяет в полной мере оценить результативность действующих в регионе программ и проектов поддержки молодёжного предпринимательства, а также принимаемых управленческих решений в этой сфере деятельности.

Итоги социальной диагностики предопределили содержание социального механизма управления бизнес-активностью молодёжи. Он представляет собой динамичную гибкую структуру взаимодействия субъектов управления и выполняет мобилизирующую и регулирующую функции. Цель такого взаимодействия – это не только активизация деятельности субъектов управления, но и изменение целевых и ценностных установок объекта управления. Обеспечение реализации управленческого воздействия возможна в следующих направлениях, которые будут конкретизированы в параграфе 2.3 диссертационной работы.

1. Формирование нормативно-правовой базы управления молодёжной бизнес-активностью на территории Тюменской области с целью уточнения

направлений и форм поддержки молодёжного бизнеса и предпринимательства на региональном уровне.

2. Создание единой системы специализированных субъектов управления бизнес-активностью с целью устранения дублирования функций и разделения функциональной нагрузки между ними.

3. Мониторинг эффективности системы управления бизнес-активностью на основе единого перечня статистических сведений, с целью своевременного выявления неэффективного использования управленческих и материальных ресурсов.

Таким образом, в основу разрабатываемой модели автор диссертации включает структурные элементы, обеспечивающие функциональное качество продукта, в роли которого выступают потенциальные молодые бизнесмены, а также гарантии и условия, при которых достигаемый эффект будет максимизирован.

2.3. Разработка управленческой модели формирования бизнес-активности на региональном уровне

Любая система управления представляет собой определённого рода комплекс, реализация которого обладает кумулятивным эффектом, т.е. накопительным по отношению к результативности производимых изменений. Таким образом, оказывая воздействие на объект через одну группу компонентов, итоговое влияние системы будет происходить сразу по нескольким параметрам (информационное обеспечение, образовательные услуги, консультационная поддержка и др.) и, таким образом, объект будет качественно изменяться в различных аспектах одновременно.

По результатам анализа нормативной, организационной и программной составляющих поддержки молодёжного бизнеса в регионе, автор диссертации определил основные макроблоки системы управления, в рамках которых были

диагностированы (опираясь на оценки экспертов и студенческой молодёжи) концептуальные и прикладные проблемы следующего характера.

1. Информационное и консультационное обеспечение.

1) Информация, получаемая в образовательных учреждениях, в отдельных аспектах представлена в устаревшем или искажённом виде и не может быть использована в практических целях. Особенно это касается экономического и бизнес-образования, организованного на базе вузов.

2) Распространение информационных буклетов ограничено в количественном и инфраструктурном планах. В лучшем случае материалы получают резиденты бизнес-инкубатора, в ряде случаев осуществляется рассылка участникам образовательных программ или бизнес-конференций.

3) Перегрузка молодёжи неактуальными (устаревшими или бесполезными) сведениями в информационном поле. Часть порталов представляет собой «интернет-призраки», обновление и сопровождение которых остановилось в 2010-2011 гг. В результате повышаются временные и когнитивные затраты на анализ и отбор необходимой информации. Консолидирующие порталы сталкиваются с двумя основными проблемами. Во-первых, попытка объединить разнообразные направления, в том числе молодёжную бизнес-активность на единой площадке (портал Моя территория – moicentr.ru, MOI-PORTAL.ru) в результате приводит к соединению огромного количества информации, которое требует длительной фильтрации при необходимости выявить что-либо конкретное. Поисковые системы, хотя и присутствуют, не всегда и не в полном объёме отражают качественное содержание по определённой тематике. Во-вторых, соединение информации о бизнес-активности на базе одного портала на текущий момент так и не было реализовано в полном объёме – в большинстве своём единый портал заменяет целая группа разнообразных сайтов организаций, которые зачастую содержат информацию низкой совместимости друг с другом. Учитывая тот факт, что, по оценкам опрошенных, именно глобальная сеть является основным источником получаемой информации (в особенности для неформального сектора),

состояние информационного обеспечения в данной сфере весьма актуально.

В результате действия указанных проблем потенциальные молодые бизнесмены и опытные владельцы компаний по факту показывают высокий уровень неинформированности как о программах, конкурсах и др., так и о самих организациях, их реализующих, что блокирует любой возможный эффект от воздействия государственной системы управления.

В рамках консультационного блока молодёжь сталкивается с проблемами, которые специфичны для этого направления и сопряжены с указанными недостатками в информационной сфере.

Во-первых, представлено значительное количество видов консультационной поддержки в рамках различных организаций, поэтому молодёжь затрудняется с определением наиболее полезной для решения возникшей конкретной проблемы.

Во-вторых, контроль над деятельностью НКО в сфере консультативного обеспечения недостаточен, так как экспертами названы факты оказания бесплатных услуг низкого качества, что вынуждало их обращаться к платным услугам коммерческих компаний.

В-третьих, существование большого количества вспомогательных организаций приводит к росту апатии среди молодых бизнесменов ещё на стадии поиска необходимого партнёра.

2. Финансовое субсидирование и поддержка. В сфере финансирования в региональной системе поддержки молодёжной бизнес-активности имеются проблемы, связанные с кризисными явлениями и развитием инфраструктуры. На текущий момент действует значительное количество финансовых инструментов и механизмов, которые в условиях кризисных явлений оказались неэффективными. Другие меры существуют обособленно друг от друга (венчурные фонды, институт бизнес-ангелов и др.), поэтому в случае получения отказа в одной-двух формах поддержки молодой человек предпочитает не совершать дальнейших попыток и уходит в неофициальную сферу. Поэтому в данном случае необходима систематизация оказываемых услуг наравне с образовательными и

информационными компонентами.

3. Административные меры управления молодёжным бизнесом.

1) В большинстве случаев единое окно заключается в соединении в себе комплекса различных услуг без системного объединения в пакет, актуальный для той или иной формы бизнес-активного поведения.

2) Ориентируясь на значительный перечень предлагаемых услуг организациями в сфере консультативного обеспечения, молодёжь предпочитает не обращаться за помощью и не регистрировать бизнес-идею, ввиду нагромождения предоставляемой информации.

3) Принцип комплексности для бизнеса ранней стадии развития должен быть реализован на принципиальной основе (бухучёт, юридическое обслуживание, помощь в формировании отчётности и др.) во всех учреждениях и организациях, предлагающих услуги для данной категории.

4. Рефлексия молодёжного бизнеса и механизмы обратной связи. На текущий момент оценка обратной связи затруднительна, так как получаемые социологическими службами результаты часто имеют низкую степень валидности, ввиду недостаточной репрезентативности выборки. Исследования проводятся нерегулярно и, в большей степени, единичными исследователями (кроме ресурсов, задействованных бизнес-инкубаторами). Инструментарий в этом случае содержит разнообразные факторы, которые трудно сопоставить и провести системный, пролонгированный анализ (осуществить мониторинг), что в результате приводит к абстрактным выводам.

Центральной идеей авторского подхода является представление системы в качестве совокупности комплексных программ пакетного либо дифференцированного типа по базовым направлениям, объединённым единством концептуальных подходов:

1) поэтапное внедрение идей бизнес-активного поведения на основе концепции пролонгированного вовлечения в бизнес-активность;

2) ускоренное внедрение в среду путём развития дифференцированных

подходов к организации молодёжного бизнеса;

3) наличие экспресс-методик обучения и внедрения – сопровождение при возникновении актуальной бизнес-идеи в рамках концепции централизации бизнес-поддержки;

4) специализированное внедрение в социально-экономическую инфраструктуру – формирование специализированных структур многофункциональной ориентации (например, межрегиональные, межгосударственные) под управлением концепции максимизации экспорта.

В сфере нормативно-правового обеспечения системы необходимо сформировать чётко организованную структуру документов, которая должна объединяться единым нормативным сопровождением в виде положения или законодательного акта (рис. 19).



Рис. 19. Система нормативно-правового обеспечения молодёжной политики в Тюменской области

Таким образом, структура нормативно-правового единства означает соответствие содержательной части документов федерального и регионального уровней. Помимо представителей государственной власти и НКО, в схему были добавлены положения образовательных учреждений, которые оказывают непосредственное влияние на воспитание бизнес-активной молодёжи через базовые и опциональные образовательные программы.

Относительно регионального блока, автором диссертации предложена переработка и внедрение двух документов. Для формирования единого нормативно-правового поля будущей модели системы управления бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области, в первую очередь, необходимо пересмотреть закон «О молодёжной политике в Тюменской области». Учитывая уже отмеченные в предыдущей главе недостатки, следует добавить, что с 1996 года ситуация в регионе значительно изменилась, и данный документ не удовлетворяет практическим нуждам региона. В законе отсутствуют базовые понятия, современные меры поддержки молодёжи, таким образом, невозможно построение полноценной модели управления, опираясь на устаревший основной закон.

В обновлённом нормативном документе должны присутствовать следующие положения:

- определение базовых понятий молодёжной политики и молодёжных явлений в обновлённой трактовке, согласно обновившемуся нормативному документу на федеральном уровне [156];
- конкретизация основных мер, способов и механизмов поддержки молодёжи с учётом современного развития технологий и инфраструктуры;
- приведение документа в соответствие со всеми базовыми постановлениями, касающимися молодёжной политики на федеральном и региональном уровнях;
- введение в состав субъектов молодёжной политики новых (например, субъектов акселерации и др.);
- определение основных обязательств каждой группы субъектов;

- выделение контрольной функции над образовательными и информационными продуктами;
- выделение санирующей функции в сфере информационного обеспечения (сеть Интернет) и программ поддержки.

В концептуальном плане автор диссертации предлагает развести понятия «молодёжный бизнес» и «предпринимательство» как традиционное воспроизводство товаров или услуг и инновационную предпринимательскую деятельность. Это позволит закрепить разницу в порядке, механизмах и содержательной части документов и практических мероприятий, которая обусловлена более высокой сложностью организации инновационного бизнеса и более сильным конкурентным давлением в сфере традиционных бизнес-идей и технологий.

В качестве основного документа, регулирующего поддержку молодёжного бизнеса в Тюменской области, предлагается разработать «Положение по развитию молодёжного бизнеса и предпринимательства в Тюменской области». Структура документа должна содержать следующие аспекты:

- основные положения молодёжной бизнес-активности, бизнеса и предпринимательской деятельности;
- информационную политику в сфере обеспечения потребителей услугами поддерживающих организаций, а также защиты молодых предпринимателей от недостоверной и неполной информации;
- основы организации поддержки: должны быть сформулированы основные субъекты воздействия, их функциональная нагрузка и ответственность в той мере, которая закрепит основные задачи, поставленные перед организациями;
- порядок осуществления контроля: необходимо отразить способы, периодичность и другие характеристики системы мониторинга состояния бизнес-активности в регионе;
- формы и принципы социальной ответственности: должна быть закреплена ответственность организаций и молодых бизнесменов за взаимные

действия, которые в результате могут привести к негативным последствиям для населения;

– формы и методы защиты прав: содержательной частью данного положения должна быть регламентация основных процедур по защите прав молодых бизнесменов, а также основных субъектов, её осуществляющих.

Наличие комплексной нормативно-правовой системы поддержки молодёжной бизнес-активности будет способствовать единообразию целевых установок и приоритетных способов и методов её реализации. Систематизация документов позволит осуществлять оперативную коррекцию тех или иных аспектов организации системы поддержки молодёжной бизнес-активности в зависимости от изменений окружающей социальной среды.

Второй фактор заключается в формировании единой системы специализированных субъектов управления бизнес-активностью с целью устранения дублирования функций и разделения функциональной нагрузки между государственным, региональным и муниципальным уровнями управления, включая некоммерческий сектор.

В настоящее время существует значительное количество различных организаций, которые осуществляют работу с молодёжью по направлению развития бизнес-активного поведения. Однако, детальный анализ деятельности большинства из них приводит автора диссертации к выводу о наличии дублирования функций, касающихся обучения, защиты прав, финансовой поддержки. С одной стороны, некоторая степень конкуренции в данной сфере должна способствовать повышению качества предоставляемых услуг. С другой стороны, в реальности молодые бизнесмены сталкиваются с большим количеством неопределённых по функциональной нагрузке структур, что создаёт эффект перенасыщения информацией и отталкивает молодёжь от участия в предлагаемых формах поддержки. Этот факт подтверждён экспертами, которые в большинстве случаев оказываются неспособными назвать конкретные организации, которые оказывают или могли бы оказать конкретную помощь.

Таким образом, для повышения эффективности комплексной системы и обеспечения единства субъектов в соответствии с оказываемыми услугами, автор предлагает усилить специализацию структур в выполнении основных базовых функций в сфере поддержки бизнес-активности.

Указанная в Приложении 9 структура взаимодействия субъектов управления бизнес-активностью молодёжи не является исчерпывающей, т.к. присутствует большое количество частных организаций и коммерческих финансовых структур, которые также принимают участие в системе. Однако в данном случае задачей автора было формирование разделения функциональной нагрузки между государственным, региональным, муниципальным и некоммерческим секторами.

В основе структуры заложен ряд базовых функций, которые включают в себя совокупность конкретных мероприятий. Для каждой функции выделяется свой основной исполнитель, для которого специализация является желательной, ввиду необходимости исключения дублирования и излишнего усложнения системы управления. Распределение организаций в авторской редакции является примерным распределением в зависимости от специфики текущей деятельности. Таким образом, на основе анализа, автор диссертации выделил следующие основные функции.

1. Профилированное информационное и консультационное обеспечение.

Включает в себя два основных направления: предоставление информации и консультаций в зависимости от возникшего затруднения, или потребности организации. Реализация данной функции может быть возложена на Фонд «Инвестиционное Агентство Тюменской области» и в некоторой мере на Областной бизнес-инкубатор.

2. Образовательное обеспечение, где в качестве основных исполнителей отмечаются образовательные учреждения Тюменской области, обучающие организации и развитию бизнеса.

3. Финансовое субсидирование и сопровождение. Данная функция предполагает наличие двух основных компонент: сопровождение финансовых

операций и собственное субсидирование. В сфере сопровождения операций на текущий момент активно действует Гарантийный Фонд, который обеспечивает поручительство малому бизнесу в случае обращения к кредитным и венчурным продуктам. Поэтому автор диссертации рассматривает его как главного и наиболее опытного субъекта. Также необходимо включить Фонд микрофинансирования, ввиду его непосредственного участия в выдаче средств на специальных условиях для микропредприятий на небольшой срок, что чаще всего находится в поле интересов молодёжи.

4. Комплексное обслуживание молодёжного бизнеса. Принципиальным отличием данной функции от других является то, что молодёжный бизнес проходит все стадии развития (вплоть до начала активного функционирования и расширения деятельности) на базе одной организации. Таким образом, происходит акселерация бизнес-идеи, что позволяет молодому человеку получить всю необходимую информацию, обучение, финансовую и организационную помощь пакетным методом, находясь определённое время под наблюдением акселератора: Областного бизнес-инкубатора, либо бизнес-ангела.

5. Коммуникации B2G (business-to-government) и научное сопровождение. Данная функция включает в себя все аспекты взаимного сотрудничества молодёжного бизнеса и властных структур различного уровня. В качестве потенциального субъекта автор предлагает Тюменское Региональное отделение общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ» [171]. Эта организация в настоящее время отвечает большинству из указанных требований и обладает информационными и коммуникационными ресурсами для качественного сопровождения указанных мероприятий.

6. Научное сопровождение. Взаимодействие может заключаться в организации конференций, форумов, дискуссионных площадок, слушаний по законопроекту, а также иметь большое значение в случае выдвигаемых законодательных инициатив и блокирования проектов, не отвечающих интересам бизнеса, что также может осуществляться под руководством Тюменского

Регионального отделения общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ».

7. В сфере юридического сопровождения деятельности бизнес-активной молодёжи диссертант выделил единого субъекта – Ассоциацию молодых предпринимателей России (региональное отделение). Защита прав молодых предпринимателей частично реализована на базе консультационного блока, однако в данном случае рассматриваются возможности официальной коллективной помощи в тех судебных делах, которые касаются проблем, повлёкших за собой юридическую ответственность компании.

8. Мониторинг, контроль и общая статистика. Мониторинг (осуществляется два раза в год) должен охватывать показатели эффективности образовательных, консультационных и финансовых продуктов по следующим аспектам: количество оказанных услуг; степень использования услуг (выявление посредством обратной связи); уровень эффективности услуг (количество услуг, позитивно повлиявших на деятельность бизнеса). Общая статистика должна концентрироваться в центральном региональном органе системы управления – Департаменте инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области.

9. Сопровождение стратегического экспорта. Указанная функция призвана осуществлять коммуникации между региональным молодёжным бизнес-сообществом и бизнесом других стран, чаще всего ближайших соседей (Республика Казахстан). В Тюменской области активно функционирует Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Тюменской области, который на текущий момент регулирует деятельность всех категорий малого и среднего бизнеса и имеет возможность финансировать специальные программы для молодёжи.

Таким образом, предложенная структура взаимодействия субъектов системы государственного управления бизнес-активностью позволяет без создания дополнительных структур сформировать единый комплекс услуг в условиях

специализации и интенсификации усилий. Преимуществом авторского подхода является относительная простота и прозрачность для потенциального потребителя услуг системы.

Третьим направлением является формирование единого статистического анализа социальной среды осуществления бизнес-деятельности, при этом необходимо учитывать несколько факторов.

1. Общее количество существующих бизнес-единиц, которые являются потенциальными реципиентами государственной помощи.

2. Количество экспериментальных (в рамках бизнес-инкубаторов или исследовательских институтов) единиц, имеющих потенциал к самостоятельной активности.

3. Количество обучающихся по бизнес-программам, результатом которых является подготовка молодёжи к самостоятельной бизнес-деятельности.

4. Средний показатель фактически реализуемых стартапов по окончании обучающих программ.

Предлагаемая автором диссертации система из 16 показателей эффективности управления бизнес-активностью молодёжи имеет смежный социально-экономический характер, позволяющий оперативно выделить наиболее фундаментальные препятствия для развития молодёжной бизнес-активности. Для удобства использования они разбиты на пять блоков: уровень включённости молодёжи в бизнес-активную среду, уровень доходности молодёжной бизнес-активности региона, вклад молодёжной бизнес-активности в стабильность региональной среды, степень стабильности молодёжной бизнес-активной среды, эффективность образовательных программ по обучению навыкам бизнес-активного поведения [65, С. 52-53]. Наличие статистических сведений по указанной системе показателей позволит рационально использовать имеющиеся ресурсы и перенаправлять их в те сферы, которые более востребованы в системе регионального управления молодёжной бизнес-активностью. Порядок расчёта шестнадцати показателей отражён в Приложении 10.

Результатом предлагаемого механизма социального управления является социальная технология поэтапного формирования бизнес-активного поведения с опорой на концепцию пролонгированной бизнес-активности, представленная на рис. 20.

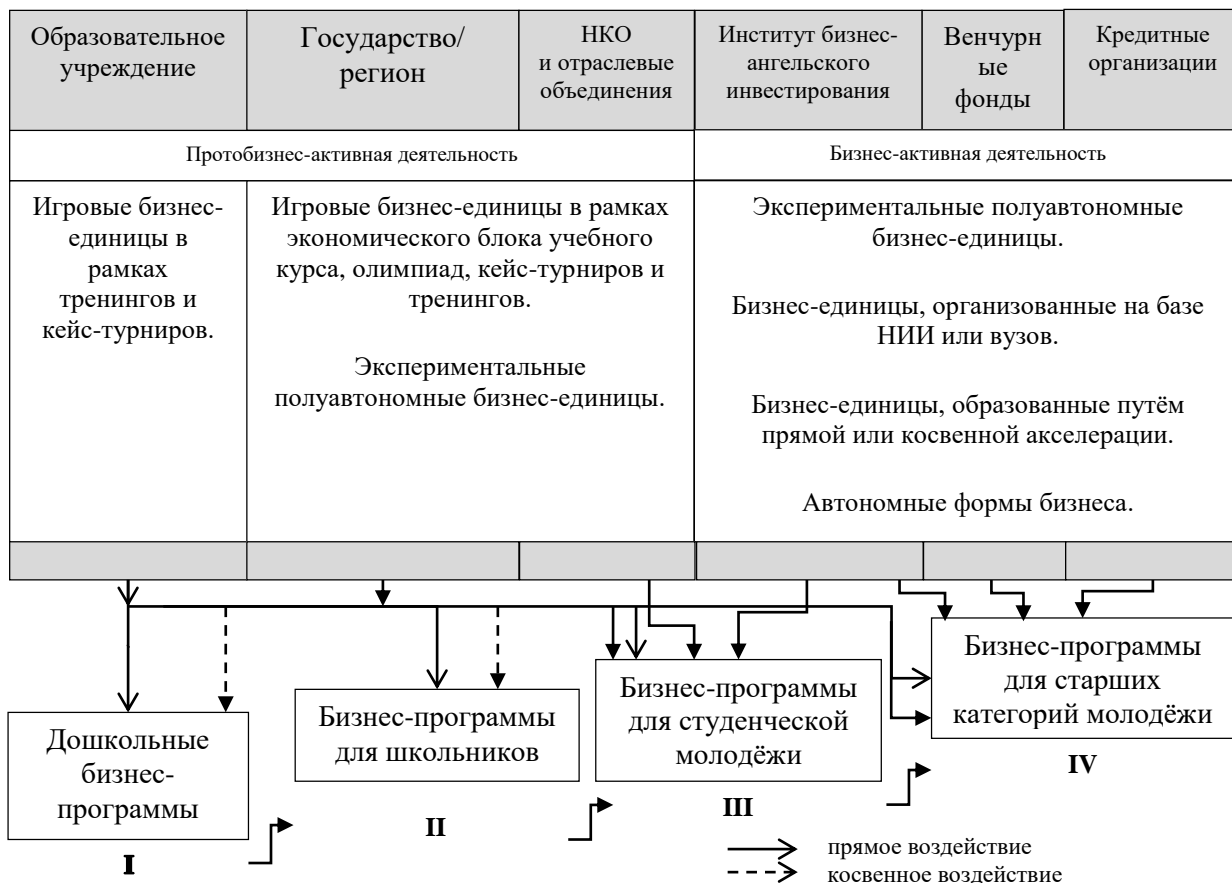


Рис. 20. Социальная технология поэтапного формирования бизнес-активного поведения

На первом этапе система управления формирует игровые бизнес-единицы, которые не имеют прямого социального или экономического эффекта, однако они позволяют сформировать необходимые навыки у детей дошкольного возраста. Второй этап, помимо накопления навыков посредством мероприятий игрового плана, позволяет получить субъектов (пока зависимых в материальном, финансовом и организационном отношении от базового учреждения – школы), имеющих потенциальную способность к самостоятельной организации бизнес-процессов. На третьем этапе, помимо полностью зависимых от организации

субъектов, формируются более независимые на производственной базе НИИ, учебных заведений и других организаций, которые позволяют студентам часть деловых коммуникаций осуществлять на самостоятельной основе. Также на данном этапе может быть реализована система акселерации в виде обращения молодого человека к услугам бизнес-инкубатора, бизнес-ангела и др. Эффективность системы управления будет положительной вне зависимости от количества организованных предприятий, т.к. не создавшие свою полноценную единицу в итоге становятся сотрудниками других малых и средних организаций, стимулируя последних к развитию.

Ускоренное внедрение в среду предполагает развитие дифференцированных подходов к организации молодёжного бизнеса. В случае наличия у молодого человека, не прошедшего многоуровневую подготовку, актуальной бизнес-идеи в программах государственной поддержки должны быть предусмотрены механизмы, позволяющие бизнесу на ранней стадии полноценно развиваться за период от одного года до трёх лет. Это актуально для ряда случаев: развитие бизнес-идеи, входящей в список приоритетных направлений для региона; создание профилированного бизнеса молодой семьёй; создание бизнес-единицы молодым человеком с ограниченными возможностями.

В качестве примера развития управления данного типа можно привести систему поддержки семейной молодёжной бизнес-активности, которая существует в некоторых странах Европы (в частности в Германии) и США [126, С. 38]. Внимание семейному молодёжному бизнесу также уделяется и в России, однако реальная поддержка имеет место в единичных регионах нашей страны [125] и представляет собой разновидность общей программы поддержки, ориентированной, в основном, на неблагополучную и сельскую молодёжь.

На основе проведённого теоретического и эмпирического анализа автор диссертации предлагает комплексную модель управления молодёжной бизнес-активностью, графическое изображение которой приведено на рис. 21.

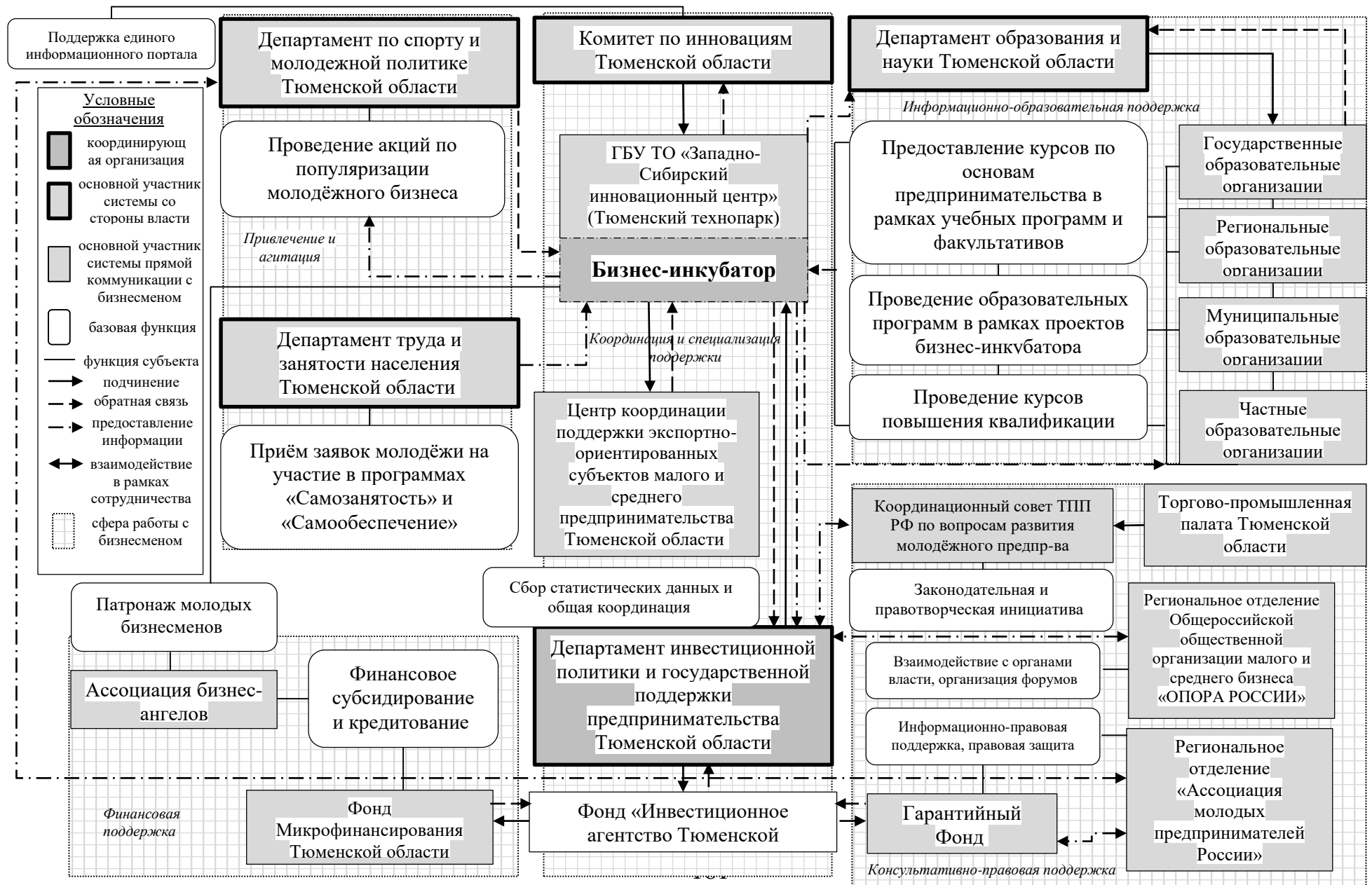


Рис. 21. Комплексная модель управления молодёжной бизнес-активностью в Тюменской области

Модель объединяет распределение функциональных обязанностей субъектов управления молодёжной бизнес-активностью, сферы воздействия на молодёжь и их коммуникационные взаимосвязи. Следует отметить, что во избежание перегруженности модели не указана возможность взаимодействия департаментов, починающихся Губернатору Тюменской области, между собой. Это взаимодействие подразумевается в рамках сотрудничества с бизнес-инкубатором, посредством которого предоставляемые департаментами услуги и программы маршрутизируются и поступают конечному потребителю в соответствии с его потребностями и конкретным видом бизнес-активного поведения.

Механизм реализации модели – это комплекс мероприятий органов регионального и муниципального управления, некоммерческих и частных организаций по оптимизации работы с бизнес-активной молодёжью организационно-управленческого, нормативно-информационного, финансово-экономического и социально-психологического направлений:

- чёткое разграничение полномочий и функциональных обязанностей среди субъектов управления бизнес-активностью молодёжи;
- оптимизация информационного пространства и формирование единой информационной базы по правовым, организационным и техническим вопросам поддержки бизнес-активности, которые могут быть решены путём обращения молодёжи к региональным субъектам поддержки;
- организация бесперебойной обратной связи, в ходе которой система управления может быть скорректирована в зависимости от потребностей молодых бизнесменов;
- стандартизация финансовых механизмов поддержки молодых бизнесменов и предпринимателей с целью обеспечения прозрачности, доступности и адресности материальной поддержки;
- разработка способов вовлечения молодёжи в бизнес-деятельность;
- социальный патронаж начинающих бизнесменов;
- мониторинг результатов и оценка эффективности управленческих решений.

Автор диссертации отмечает следующие преимущества предлагаемой комплексной модели.

1. Отсутствие необходимости создания новых организационных структур – в рамках каждой программы или блока используется уже присутствующие и активно действующие структуры.

2. Формирование единого нормативного документа для региона, обеспечивающего координацию деятельности в области поддержки молодёжного бизнеса, позволяет сократить количество неэффективных мероприятий, которые не будут отвечать базовым целям региона.

3. Создание системы сбора статистических данных по установленным параметрам позволит осуществлять более детальный и оперативный контроль над происходящими изменениями в уровне и качестве бизнес-активности молодёжи. Предложенный инструментарий позволит провести первичную оценку ситуации по конкретным направлениям деятельности органов государственной поддержки.

4. Разработка устойчивых программных продуктов, ряд которых был представлен автором в качестве возможных примеров, позволит сконцентрировать имеющиеся ресурсы под потребности и специфику различных групп потенциальных бизнес-активных молодых людей и избежать таким образом нецелевого и чрезмерного расходования бюджетных средств.

5. Формирование системы поддержки многопрофильной ориентации, согласно которой, вне зависимости от реализации фактического создания бизнес-единицы, либо предпочтения трудовой деятельности по типу интрапренёрства, вложенные затраты будут окупаться посредством формирования молодёжи нового предпринимательского типа.

6. Чёткое разграничение функций и маршрутизация информационных потоков через единый распределяющий портал позволят оптимизировать работу с молодёжью, сократить неформальную сферу активности путём повышения прозрачности и доступности услуг. Структура управленческого воздействия в ходе реализации комплексной модели представлена в Приложении 11.

Среди преимуществ модели также следует отметить её малобюджетный характер, отсутствие посредников, формирование дифференцированного подхода к разным группам бизнес-инициативы. Реализация предложенной модели, на взгляд автора диссертации, решит ряд как концептуальных, так и программных затруднений, которые возникают в связи с воздействием внешних и внутренних факторов развития региона. Первоочередная задача предлагаемой модели заключается в упрощении работы молодёжи с органами власти с целью ускорения разработки и внедрения мер по совершенствованию системы управления бизнес-активностью в зависимости от формируемых потребностей представителей бизнеса и изменений внешней среды.

К возможным рискам реализации модели следует отнести некоторые временные затраты, связанные с формированием законодательных документов, приведением в соответствие устаревших актов новым требованиям, перераспределением функциональных обязанностей между базовыми государственными и подчинёнными государству субъектами системы управления.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Сложность современных социально-экономических отношений вынуждает государство привлекать всевозможные ресурсы для увеличения потенциала развития региона. Молодёжная бизнес-активность (в рамках современных программ рассматривается её предпринимательская компонента) является одним из наиболее действенных и эффективных способов: повысить качество жизни населения региона, увеличить поступления в региональный и федеральный бюджеты, сформировать стабильные межнациональные связи с другими странами, осуществить воспитательную работу с молодёжью и препятствовать росту молодёжной безработицы. Автор диссертации провёл обширную аналитическую работу, позволившую ему предложить качественно новую систему управления молодёжной бизнес-активностью, которая позволит преодолеть ряд проблем и барьеров, мешающих эффективному развитию программ поддержки.

В работе было осуществлено концептуальное разделение понятий «социальная активность», «экономическая активность», «предпринимательская деятельность», что позволило определить специфику рассматриваемого понятия и необходимость введения в терминологическое поле социологии управления понятия «бизнес-активность» наряду с молодёжным предпринимательством. Автор диссертации выявил, что бизнес-активность является обобщающим понятием для всех видов бизнес-деятельности человека. В отличие от предпринимательства, которое подразумевает новаторские аспекты деятельности, бизнес-активность включает традиционный бизнес, его дискретные формы, а также другие виды активного поведения, формирующиеся в условиях трансформационных процессов социума.

Развитие бизнес-активности происходит в условиях сложного взаимного влияния различных групп факторов: постоянных – не зависящих от уровня и интенсивности проявления активности, и переменных – прямо пропорционально

связанных с частотой коммуникационных контактов, продвижением бизнеса, объёмом производства и др. Категория глобальных факторов обуславливает фундаментальные проблемы и достижения цивилизации, которые корректируют развитие молодёжного бизнеса, но затруднительны в управлении. Параллельно были выделены группы факторов, связанных с субъект-объектной составляющей бизнес-активности. Внутренние факторы обусловили связь результатов активности, личностных и внутриорганизационных компонентов, в то время как влияние государства, общественных организаций характеризуется внешним типом воздействия.

Систематизация факторов влияния позволила автору диссертации выделить ряд индикаторов эффективности управления бизнес-активностью молодёжи, позволяющих оценить её состояние как на уровне количественных исследований (в рамках сбора статистических данных), так и на качественном уровне: в определении мотивационных установок и объёма накопленного социального капитала.

Диссертант определил, что специфика молодёжной бизнес-активности, помимо очевидных положительных аспектов: прибыли, самореализации, значительных возможностей для карьерного роста, имеет ряд факторов, оказывающих естественный демотивирующий эффект на потенциальных бизнесменов. Самыми существенными среди них являются: высокий риск в плане финансовых, временных и организационных затрат и опасность не получить ожидаемый эффект. Нивелирование рискового потенциала возможно только в ходе сообразного воспитательного процесса в рамках образовательных программ и обеспечения относительной стабильности законодательной, правовой и экономической базы со стороны государства.

Диагностика системы управления молодёжной бизнес-активностью в Тюменской области, позволила выявить преимущества и недостатки существующих социальных практик. В нормативно-правовой сфере были установлены пробелы относительно содержания и качества основных документов,

призванных регулировать фундаментальные вопросы поддержки молодёжного бизнеса. Количество субъектов поддержки значительно возросло, но на практике они дублируют деятельность друг друга, предлагая мероприятия, программы и услуги идентичные уже действующим. В пределах региона это приводит к дезориентации молодёжи, которая находится в поисках помощи при создании бизнеса. Изобилие информационных порталов, в условиях отсутствия какой-либо санации пространства приводит к тому, что молодёжь не может оперативно получать актуальные данные, занимаясь поиском и фильтрацией всего массива данных. Поэтому автор диссертации предложил создание портала-маршрутизатора, который бы позволил объединить различного рода ресурсы в зависимости от потребностей и запросов пользователей. При этом создание подобного портала исключает необходимость усилий по санации сети, так как у пользователей исчезнет необходимость в дополнительном обращении к поисковым системам.

Анализ мотивационных установок и предрасположенности молодёжи к вовлечению в бизнес-активное поведение выявил фундаментальные проблемы, требующие последовательного устранения и нивелирования со стороны органов власти всех уровней. Несмотря на позитивную оценку возможности создания собственного бизнеса, эксперты и респонденты отметили ряд затруднений, препятствующих или формирующих барьеры в осуществлении бизнес-активного поведения. С одной стороны, были выявлены внутренние барьеры – избегание ответственности, страх перед риском, недооценка собственных возможностей, недоверие к органам власти и НКО. С другой – определены наиболее депривирующие факторы со стороны внешней среды бизнеса: низкий уровень распространения информации, недостаточность систематизации разработанных программ поддержки, наличие значительного количества процедур регистрации и контроля, высокий уровень изменчивости правового поля в одних сферах и стагнация законодательных инициатив в других. Попытка нивелирования большей части указанных проблем была предпринята автором в ходе разработки

соответствующих мер на основе комплексного подхода к функциональной и коммуникационной структурам управления.

Предложенная автором комплексная модель управления бизнес-активностью позволит свести к минимуму негативные аспекты поддерживающей системы. Дифференцированный подход в зависимости от потребностей молодых бизнесменов и консолидирующие аспекты информационной, нормативной и статистической составляющих позволят скоординировать ресурсы отдельных субъектов, что усилит эффект воздействия каждого компонента системы.

Авторская модель не претендует на решение абсолютно всех проблем, связанных с функционированием молодёжного бизнеса, тем более, что часть из них сопряжена с естественным проявлением темперамента населения, прошлого опыта, связанного с перестройкой социальных и экономических отношений, а также со сложившейся инфраструктурой региона, которая нуждается в длительной корректировке. Однако внедрение указанной модели позволит не только эффективно реформировать систему управления, но и создаст базис для последующего расширения и дифференциации управления молодёжной бизнес-активностью с учётом современных тенденций и новых видов активности, которые будут развиваться в ответ на создание благоприятных условий среды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Альгин А. П. Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989. – 187 с.
2. Аналитическая записка Группы №16 – стимулирование конструктивной социальной активности. Стратегия социально-экономического развития страны до 2020 года. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://2020strategy.ru/g16/news/32636086.html> (дата обращения: 18.06. 2014 г.).
3. Андреева Ю. и др. В фокусе – молодёжный активизм // Поколения.net: Хроники событий. – Ульяновск, Издательский центр Ульяновского государственного университета, 2007. – С. 76-80.
4. Ануфриев Е.А. Понятие «социальное» и предмет социального управления // Проблемы социального управления. Российская академия государственной службы при Президенте РФ. – М., 1999. – С. 28-29.
5. Ануфриев Е.А. Социальная роль и активность личности. – М.: Просвещение, 1971. – 151 с.
6. Аруцев А.А. Общие направления государственного регулирования малого предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ieau.ru/nauch/sc_article/2008/01/Arucev.shtml (дата обращения: 12.09.2014 г.).
7. Асаул А.Н., Войнаренко М.П., Ерофеев П.Ю. Организация предпринимательской деятельности / Под ред. д.э.н., проф. А.Н. Асаула. – СПб.: «Гуманистика», 2004. – 448с.
8. Багиев Г.Л., Томилов В.В. Чернышева З.А. Маркетинг и культура предпринимательства / Под общ. ред. А. И. Муравьева. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та экономики и финансов, 1995. – 115 с.
9. Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Честная игра: нравственная философия и этика предпринимательства. – Томск: Изд-во Томск. ун-та, 1992. – 235 с.

10. Барбакова К.Г., Барбаков О.М., Гаврин А.С., Костко Н.А. Искусство управления городом: социальные эксперименты на виртуальном пространстве. – Курган: Тюменский государственный нефтегазовый университет, ФГУИПП «Зауралье», 2005. – 269 с.

11. Барышников Е.Н. Воспитание социальной активности молодёжи: полисистемный подход // Социальная активность молодёжи как условие развития современного общества: сборник научных трудов по итогам Всероссийских социально-педагогических чтений им. Б.И. Лившица, 2 – 3 февраля 2010 г. / Урал. гос. пед. ун-т, Екатеринбург. – в 2-х ч.: Ч. 2, 2010. – С. 52-62.

12. Бек У. Власть и её оппоненты в эпоху глобализма. Новая всемирно-политическая экономия / Пер. с нем. А. Б. Григорьева, В. Д. Седельника. – М.: Прогресс-Традиция; Издательский дом «Территория будущего», 2007. – 464 с.

13. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / Пер. с нем. В. Седельника, Н. Федоровой; Послесл. А. Филиппова. – М.: Прогресс Традиция, 2000. – 384 с.

14. Белоножко М.Л., Косиков А.В. Роль территориального общественного самоуправления в развитии местного самоуправления // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2009. – №4 (23) октябрь-декабрь. – С. 23-24.

15. Беспалова Ю.М. «Экономический человек» и «хозяйствующий субъект» в социокультурном пространстве современной России // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы, подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. – Тюмень: Издательство «Вектор Бук», 2003. – С. 58-61.

16. Бизнес с Китаем / IV Российско-Китайский форум. 25-26 ноября 2014 г., Санкт-Петербург, Ленэкспо // OptimConsult. Официальный сайт консалтинговой компании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bc-expo.com/wp-content/uploads/2014/11/CHINA-2014.pdf> (дата обращения: 28.10.2014 г.).

17. Бизнес-ангельское инвестирование // Национальная ассоциация бизнес-

ангелов. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusangels.ru/naba/investors/business-angels-investment/> (дата обращения: 20.01.2015 г.).

18. Брушлинский А.В. Социальная психология в России и теория Сержа Московичи // Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Пер. с фр. Т.П. Емельяновой – М.: Академический проект, 2011.– С. 18-20.

19. Бусыгин А.В. Предпринимательство. – М.: Дело, 2001. – 640 с.

20. Бюджет для граждан Тюменской области // Аналитический центр при правительстве Российской Федерации. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ac.gov.ru/.../m-2-1-byudzhet-dlya-grazhdan-tyumenskoj-oblasti-pdf.pdf> (дата обращения: 12.01.2015 г.).

21. Васильев М.В. Малый бизнес и современный политический процесс в США: совершенствование системы классификационных признаков малых фирм // Электронный научный журнал «Россия и Америка в XXI веке». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusus.ru/?act=read&id=171> (дата обращения: 23.06.2013 г.).

22. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. / М. Вебер; Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайдено; Комментар. А.Ф. Филиппова. – М.: Прогресс, 1990. – 804 с.

23. Верховская О.Р. Глобальный мониторинг предпринимательства (GEM) / Портал Высшей школы менеджмента. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/research/gem/gem_full_13.pdf (дата обращения: 15.06.2014 г.).

24. Вишневецкая Л.В. Педагогические условия воспитания гражданской активности молодёжи во внеучебной деятельности. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://academicon.ru/publ/obshhaja_pedagogika/vishneveckaja_1_v_pedagogicheskie_u_slovija_vospitanija_grazhdanskoj_aktivnosti_molodezhi_vo_vneuchebnoj_dejatelnosti/2-1-0-174 (дата обращения: 26.06.2013 г.).

25. Вишневский Ю.Р., Белова О.Р., Дидковская Я.В., Певная М.В. Профессиональный выбор студентов в ракурсе ресурсного подхода // Молодёжь как ресурс регионального развития: Материалы Межд. научно-практической конференции. – Киров: Изд-во ВятГГУ, 2011. – С.29-34.
26. Вишневский Ю.Р., Шапко В.Т. Социология молодёжи. – Екатеринбург: ГОУ ВПО УГТУ-УПИ, 2006. – 430 с.
27. Волков Ю.Г., Добреньков В.И., Кадария Ф.Д., Савченко И.П., Шаповалов В.А. Социология молодёжи / Под ред. проф. Ю.Г. Волкова. – Ростов-н/Д.: Феникс, 2001. – 576 с.
28. Волков Ю.Г., Добреньков В.И., Нечипуренко В.Н., Попов А.В. Социология. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Гардарики, 2003. – 512 с.
29. Ворожбит О.Ю. Структура предпринимательской среды: определяющие факторы // Вестник ТОГУ. – 2010. – № 4 (19). – С.121-128.
30. Ворожбит О.Ю., Титова Н.Ю. Предпринимательская среда как фактор взаимодействия предпринимательских структур // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. – 2014. – Вып. 1 (20). – С. 134-139.
31. Встреча Дмитрия Медведева с руководителем Федерального агентства по делам молодёжи Сергеем Поспеловым 14 марта 2014 г. // Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь). Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/department/241/events/> (дата обращения: 28.10.2014 г.).
32. Выступление Путина В. на расширенном заседании Государственного совета «О стратегии развития России до 2020 года» 8 февраля 2008 года // Официальный сайт Президента России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/tcxt/appears/2008/02/159528.html> (дата обращения: 18.07.2014 г.).
33. Гаврилюк В.В. Провинциальная молодёжь эпохи перемен: Монография. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2005. – 132 с.

34. Генералов В.В., Лычагин М.В. Предпринимательство: проблемы и методы систематизации знаний / Отв. редактор д.э.н., профессор Г.М. Мкртчян. 2-е изд., перераб. и доп., электронная версия. – Новосибирск: ИЭиОПП СО РАН, НГУ, 2004. – 78 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rcsine.fu/libArt.asp?id=4465> (дата обращения: 13.06.2014 г.).

35. Глобальный мониторинг предпринимательства (GEM) // Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gsom.spbu.ru/research/eship/projects/gem/> (дата обращения: 14.09.2014 г.).

36. Голубев А.В. Предпринимательство в процессе становления гражданского общества / Материалы круглого стола «Молодёжь и будущее России», 29 октября 2002 г., Москва. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.roaescenas.ru/doc/2Q03_9_3.html (дата обращения: 12.06.2013 г.).

37. Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодёжь России: социологический портрет. – Второе издание, дополненное и исправленное. – М.: Институт социологии РАН, 2010. – 592 с.

38. Гражданский кодекс Российской Федерации / Официальный сайт компании «Консультант Плюс». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gkrfl/> (дата обращения: 24.06.2014 г.).

39. Грошева Л.И. Абсентеизм молодежи как результат девиаций в социально-экономической политике // Вестник Орловского государственного университета. Серия «Новые гуманитарные исследования». – 2012. – №9(29). – С. 210-212.

40. Грошева Л.И. Нивелирование диспропорций в системе «субъект-среда» как фактор преодоления роста деструктивной социальной активности // Общество и человек. – 2012. – № 1 (3). – С. 70-75.

41. Грошева Л.И. Факторы преодоления сопротивляемости внутренней среды молодёжного бизнеса // Проблемы формирования единого пространства социально-экономического развития стран СНГ. Сборник трудов международной

научно-практической конференции / Отв. редактор О.М. Барбаков. – Тюмень, 2013. – С. 55-62.

42. Грошева Л.И. Актуализация публичности исследования нелегализованного молодежного бизнеса // Инновационный потенциал публичной социологии в региональном социальном программировании: материалы и доклады Междунар. научно-практ. конф. (Самара, 6–7 ноября 2013 г.) / редкол.: Н.П. Щукина (отв. ред.) [и др.]. – Самара: Изд-во «Самарский университет», 2013. – С. 39-40.

43. Грошева Л.И. Диспропорции в поддержании социально активного поведения молодёжи как стагнирующий фактор молодёжной политики // Модернизационный потенциал и социальные практики – основа конкурентоспособности и консолидации российских регионов: Материалы III Тюменского социологического форума. 3-4 октября 2013 г. / Под ред. М.М. Акулич, Г.С. Корепанова. – Тюмень: Тюменская областная Дума, ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный университет», 2013. – С. 458-462.

44. Грошева Л.И. Особенности теоретической конструкции феномена «Социальная активность молодёжи» // Академический вестник №2 (24) [Текст]: научно-аналитич. журнал. – Тюмень: «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права» («ТГАМЭУП»), 2013 г. – С. 198-204.

45. Грошева Л.И. Противоречия и сопротивляемость внутренней и внешней среды предприятия как факторы нивелирования инновационного пути развития организации // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права Материалы Международного научного семинара (17 декабря 2012 года). ФГБОУ ВПО «Тюменский государственный нефтегазовый университет». – Тюмень, 2013. – С. 118-128.

46. Грошева Л.И. Сопротивляемость инновациям в различных сферах производственной деятельности // Современные тенденции в образовании и науке: сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической

конференции 28 декабря 2012 г.: в 10 частях. Часть 9. М-во обр. и науки РФ. – Тамбов: Изд-во ТРОО «Бизнес-Наука-Общество», 2013. – С. 29-30.

47. Грошева Л.И. Специфика изучения социальной активности молодёжи. Развитие личности: материалы международной научно-практической семинара «Личность в современном мире: быть или казаться?» / отв. ред.: П.Ф. Дик. – Костанай: КИНЭУ им. Дулатова, 2013. – С. 74-80.

48. Грошева Л.И. Стимулирование дивергенции молодёжи посредством дисфункции комплекса государственных мер // Государство, политика, социум: вызовы и стратегические приоритеты развития. Международная научно-практическая конференция. Екатеринбург. 27-28 ноября 2013 г. Сб. ст. в 2 ч. Часть 1. – Екатеринбург: Уральский институт-филиал РАНХиГС, 2013. – С. 80-82.

49. Грошева Л.И. Технология формирования бизнес-активности делинквентной молодёжи // Социология. Журнал Российской социологической ассоциации. – 2013.– №3. – С. 111-118.

50. Грошева Л.И. Финансы или самореализация: противоречия государственной поддержки молодёжи // Сборник материалов третьей международной научно-практической социологической конференции «Продолжая Грушина». Материалы конференции. – М.: ВЦИОМ, 2013. – С. 143-145.

51. Грошева Л.И. Актуализация института интрапренёрства как предпосылки развития молодёжной предпринимательской инициативы // Актуальные проблемы социологии молодёжи, культуры, образования и управления: материалы всероссийской научно-практической конференции (Екатеринбург, 28 февраля 2014 г.). В 4 т. Том IV/ под общ. ред. Ю.Р. Вишневого. – Екатеринбург: УрФУ, 2014. – С. 70-73.

52. Грошева Л.И. Иерархическая и системная специфика поддержки развития молодёжной бизнес-активности в России // Академический вестник №2 (28) [Текст]: научно-аналитич. журнал. – Тюмень: «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права» («ТГАМЭУП»), 2014 г. – С. 188-196.

53. Грошева Л.И. Концептуальные особенности социальной, общественной и гражданской активности молодёжи в современной России // Государство, общество, церковь в истории России XX века: материалы XIII Междунар. науч. конф., Иваново, 12-13 марта 2014 г.: в 2 ч. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2014. – Ч. 2. – С. 48-54.

54. Грошева Л.И. Методы государственного сопровождения молодёжной бизнес-активности в России. Современное российское общество и местное самоуправление // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 18 февраля 2014 г. – Пермь: НП ВПО «Прикамский социальный институт», 2014. – С. 43-52.

55. Грошева Л.И. Проблемы формирования профессиональной активности молодёжи в современной России // Вузовская наука: теоретико-методологические проблемы подготовки специалистов в области экономики, менеджмента и права. Материалы Международного научного семинара (13 декабря 2013 года). – Тюмень, 2014. – С. 130-133.

56. Грошева Л.И. Социокультурные особенности формирования успешного молодого предпринимателя // Региональная культурная политика: новые парадигмы: материалы международного симпозиума (Улан-Удэ, 12-14 сентября 2014 г.): в 2 т./ науч. ред. Д.Ш. Цырендоржиева. – Улан-Удэ: Изд-во Бурятского госуниверситета, 2014. – Т.2. – С. 164-167.

57. Грошева Л.И. Специфика подходов к определению предпринимательства в условиях многомерных социальных процессов // Сборник материалов XVII Международной конф. «Культура, личность, общество в современном мире: опыт эмпирического исследования» памяти профессора Л.Н. Когана 20-21 марта 2014 г. / Ред. коллегия: Грунт Е.В. и др. – Екатеринбург, УрФУ, 2014. – С. 709-716.

58. Грошева Л.И. Нелегализованная бизнес-активность молодёжи в условиях общества потребления // Преступность, девиантность и социальный контроль в эпоху постмодерна: Материалы международной научно-практической конференции 2014 / Под ред. докт. юридич. наук, проф. Н.А. Исаева и кандидата

юрид.наук, проф. А.В. Комарницкого – СПб: ИД «Алеф-Пресс», 2014. – С. 73-78.

59. Грошева Л.И. Технология формирования бизнес-активности на основе молодёжного семейного предпринимательства // Материалы Международного молодёжного научного форума «ЛОМОНОСОВ-2014» / Отв. ред. А.И. Андреев, Е.А. Антипов. [Электронный ресурс] – М.: МАКС Пресс, 2014. –1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. - Систем. требования: ПК с процессором 486+; Windows 95; дисковод CD-ROM; Adobe Acrobat Reader.

60. Грошева Л.И., Грошев И.Л. Развитие семейного молодёжного предпринимательства в условиях современной России // Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология. Вып.34. – 2014. – № 24(353). – С. 75-77.

61. Грошева Л.И. Проблемы формирования молодёжной предпринимательской активности в условиях общества риска // Инновации. Интеллект. Культура. Материалы XXII Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции / Ответственный редактор О.А. Новоселов. – Тобольск: Тюменский государственный нефтегазовый университет (Тюмень), 2015. – С. 119-122.

62. Грошева Л.И. Специфика бизнес-активного поведения молодёжи в России и Казахстане // Проблемы формирования единого пространства экономического и социального развития стран СНГ (СНГ-2015). Материалы ежегодной Международной научно-практической конференции / Ответственные редакторы: О.М. Барбаков, Ю.А. Зобнин (24 апреля 2015 г.). –Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2015. – С. 140-149.

63. Грошева Л.И. Парадигмальный аспект государственного управления бизнес-активной молодёжью // Государство, общество, церковь в истории России XX-XXI веков: материалы XIV Международной научной конференции, Иваново, 18-19 марта 2015 г.: в 2 ч. – Иваново: Иван. гос. ун-т, 2015. – Ч.1. – С. 437-444.

64. Грошева Л.И., Грошев Л.И. Молодёжный семейный бизнес в структуре малого предпринимательства России // Известия высших учебных заведений.

Социология. Экономика. Политика. – 2015. – №1(44). Январь-март 2015. – С. 52-55.

65. Грошева Л.И., Грошева И.А., Грошев Л.И. Индексная оценка эффективности молодёжного предпринимательства и бизнеса // Агропродовольственная политика России. – 2015. – №7. – С. 50-53.

66. Грошева Л.И., Ханбеков Э.Р. Развитие человеческого потенциала молодёжи в рамках бизнес-образования // Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия: Проблемы социально-гуманитарного знания. – 2015. – Т.21. – №7 (167). – С. 72-75.

67. Грошева Л.И. Особенности национальных систем формирования бизнес-активности молодёжи // Академический вестник ТГАМЭУП №1 (31): [Текст]: научно-аналитич. журнал. – Тюмень: «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права» («ТГАМЭУП»), 2015. – С.160-168.

68. Грошева Л.И., Грошев Л.И. Стратегии управления бизнес-активностью молодёжи. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2015. – 176 с.

69. Гудков Л.Д., Дубин Б.В., Зоркая Н.А. Молодёжь России. – М.: Московская школа политических исследований, 2011. – 96 с.

70. Гура В.В. Проблема развития социальной активности молодёжи в виртуальном пространстве/ Сборник научных трудов «Социально-педагогические проблемы детей и молодёжи». – Ростов-на-Дону, 2009. – С. 16-22.

71. Деловая инфраструктура Тюменской области // Портал УРФО. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.portal-urfo.ru/tumen/infrastruktura/delovai-infrastruktura/rz61/> (дата обращения: 15.01.2015 г.).

72. Демин М.А. Внешняя предпринимательская среда и её структура // Мир экономики и права. – 2011. – № 10 (27). – С. 16-24.

73. Дзялошинский И.М. Медиа и социальная активность молодёжи // Медиаобразование: от теории – к практике / Сб. материалов III Всеросс. науч.-практ. конф. «Медиаобразование молодёжной аудитории». – Томск, 2009. – С. 47-

50.

74. Дмитрий Медведев: «Москва подаёт пример в развитии предпринимательства». 21 февраля 2008 г. / Официальный сайт АР. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pressmon.com/ru/a/ru/1242519/DMITRIY-MEDVEDEV-MOSKVA-PODAET-PRIMER-V-RAZVITII-PREDPRINIMATELSTVA> (дата обращения: 18.07.2014 г.).

75. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 768 с.

76. Дроблюк Т.Б. Деловая среда малого и среднего предпринимательства города Омска: анализ с применением компонентов авторской модели // Вестник Омского университета. Серия: Экономика. – 2012. – № 4 (24). – С. 79-86.

77. Друкер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы: перевод / П. Друкер. – Москва: Бук Чембэр Интернэшнл, 1992. – 349 с.

78. Дуран Т.В., Костина Н.Б. Современная теория социального управления: состояние и проблемы // Вопросы политологии и социологии. Уральский институт-филиал РАНХиГС. – 2011. – №1(1) декабрь. – С. 77-83.

79. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. – М.: Наука, 1991. – 217 с.

80. Емельянов Е. Н., Поварницына С. Е. Психология бизнеса. – М.: АРМАДА, 1998. – 511 с.

81. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Мирзажанов С.К. Риски в оценке: теория, методы измерения. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2008. – 136 с.

82. Закон Белгородской области от 9 января 1996 года № 44 «О государственной поддержке талантливой молодёжи» // Электронный Фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/923002012> (дата обращения: 24.02.2013 г.).

83. Закон Белгородской области от 7 июля 1997 года № 123 «О

государственной поддержке молодёжных и детских общественных объединений в Белгородской области» (с последующими изменениями) // Электронный Фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/923002305> (дата обращения: 24.02.2013 г.).

84. Закон Республики Башкортостан «О молодёжной политике в Республике Башкортостан» от 12 ноября 1991 г. (в последней редакции от 18.07.2011 № 434-з) / Официальный информационный портал. Государственное Собрание – Курултай Республики Башкортостан. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gsrb.ru/ru/mop/legislation/youth_policy/ (дата обращения: 05.06.2014 г.).

85. Закон Санкт-Петербурга от 27 июня 2013 года № 425-62 «О реализации государственной молодёжной политики в Санкт-Петербурге» / «Российская газета». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/06/29/spb-zakon425-62-reg-dok.html> (дата обращения: 22.12.2014 г.).

86. Закон Ростовской области от 25 декабря 2014 года № 309-ЗС «О государственной молодёжной политике в Ростовской области» // Электронный Фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/423905780> (дата обращения: 26.02.2015 г.).

87. Занятость и безработица в России // Портал Росстата России. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/Stg/d02/197.htm. (дата обращения: 15.06.2014 г.).

88. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования. – 1995.– №3. – С. 3-11.

89. Заславская Т.И. Социология экономической жизни. – Новосибирск, 1988. – 448 с.

90. Зборовский Г.Е. Общая социология. – М., 2004 – 592 с.

91. Зборовский Г.Е., Костина Н.Б. Социология управления. – М.: Гардарики, 2008. – 272 с.
92. Здравомыслова Е.А. Парадигмы западной социологии общественных движений. – СПб.: Наука, 1993. – 172 с.
93. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / Пер. с нем.; изд. подгот. Ю. Н. Давыдов, В. В. Сапов. – М.: Наука, 1994. – 442 с.
94. Зубок Ю.А. Феномен риска в социологии. Опыт исследования молодежи. – М.: Мысль, 2007. – 285 с.
95. Иваненков С.П., Кострикин А.В. Проблемы исследования социальной активности молодёжи // Credo new. – СПб. – 2009. – №3(59). – С. 46-52.
96. Иваненков С.П., Кусжанова А.Ж. Важнейшие факторы самоидентификации и социализации молодёжи во взаимосвязи поколений / Молодёжь современной России: Альтернативы выбора духовных и нравственных убеждений: Сборник статей. Изд-ние 2-ое, переработанное и дополненное // РАН. ИНИОН. Центр гуманист. науч.-информ. исслед. Отд. философии; Отв. ред. В.А. Зернов, Г.В. Хлебников; ред.-сост. Д.Г. Шкаев – М., 2012. – С. 192-224.
97. Иванов Д.В. Виртуализация общества. Версия 2.0. – СПб.: Петербургское Востоковедение, 2002. – 224 с.
98. Ильинский И.М. Молодёжь и молодёжная политика. – М.: «Голос», 2001. – 694 с.
99. Исаева Н.В., Охотникова Л.В. Развитие деловой активности населения в муниципальных образованиях Республики Башкортостан: Научное издание. – Уфа: Уфимский государственный университет экономики и сервиса, 2013. – 104 с.
100. Истории успеха предпринимателей // Программа «Ты – предприниматель». Программа Федерального агентства по делам молодёжи. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://molpred.ru/success_story/ (дата обращения: 28.10.2014 г.).
101. Итоговый документ заседания высокого уровня Генеральной Ассамблеи

по теме «Молодёжь: диалог и взаимопонимание» №А/65/L.87 от 13 июля 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.un.org/ru/events/youth2010/hlm.shtml> (дата обращения: 13.02.2013 г.).

102. Как люди делают себя. Обычные россияне в необычных обстоятельствах: концептуальное осмысление восьми наблюдавшихся случаев / Под общ. ред. В.А. Ядова, Е.Н. Даниловой, К. Клеман. – М.: Логос, 2010. – 388 с.

103. Кантильон Р. Опыт о природе торговли вообще. – М.: Наука, 1975. – 400 с.

104. Капто А.С. Социальная активность молодёжи / А.С. Капто. – М.: Знание, 1971. – 46 с.

105. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. The general theory of employment, interest and money / Дж. М. Кейнс; Пер. с англ. Н. Н. Любимова под ред. Л. П. Куракова. – М.: Гелиос АРВ, 1999. – 351 с.

106. Киричук С.М., Белоножко М.Л. Субъекты местного самоуправления в России // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – №4. – С. 19-22.

107. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство. Пер. с англ. А. В. Куряева и др. – Челябинск: Издательство Социум, 2010. – 272 с.

108. Кислин Д.В. Основные подходы в исследовании феномена предпринимательства // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2008. – № 6. – С. 208-216.

109. Кларк Дж. Б. Распределение богатства / The Distribution of wealth / Дж. Б. Кларк; Пер. с англ. Д. Страшунского и А. Бесчинского под ред. Л.П. Куракова. – М.: Гелиос АРВ, 2000. – 367 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://financspro.ru/2008/01/10/k\]ark-dzhon-bejjls-rasprcdclenic.html](http://financspro.ru/2008/01/10/k]ark-dzhon-bejjls-rasprcdclenic.html) (дата обращения: 26.09.2014 г.).

110. Кленова М.А. Социально-психологическая адаптация молодёжи и склонность к риску // Известия Саратовского университета. 2010. Т.10. Сер. Философия. Психология. Педагогика. Вып. 3. – С. 79-82. [Электронный ресурс]. –

Режим

доступа:

<http://www.sgu.ru/sites/default/files/journals/izvestiya/pdf/2013/12/13/2010-3-16.pdf>

(дата обращения: 25.01.2015 г.).

111. Коверзнева, И.А. Психология активности и поведения/ И.А. Коверзнева. – Минск, 2010. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://psyera.ru/ponyatie-aktivnosti-291.htm> (дата обращения: 23.05.2014 г.).

112. Кон И.С. Психология ранней юности. – М.: Просвещение, 1989. – 256 с.

113. Конвенция о правах ребёнка // Официальный сайт «Консультант+» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=9959> (дата обращения: 18.06.2014 г.).

114. Конев Ю.М. Актуальные проблемы российского федерализма и их законодательное обеспечение // Законодательные (представительные) органы власти субъектов Российской Федерации: Информ.-метод. бюл. – 2002. – №3(25). – С. 5-15.

115. Консвисарева Л. Б. Волонтерское движение как фактор развития социальной активности молодежи: автореф. дис. ... канд. пед. наук / Л. Б. Консвисарева. – Кострома, 2006. – 26 с.

116. Конституция Российской Федерации // Официальный сайт «Консультант+». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.constitution.ru/> (дата обращения: 14.09.2013 г.).

117. Концепция Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года (проект) // Тульская Торгово-промышленная палата. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ccitula.ru/index.php?id=public_forming_2 (дата обращения; 14.01.2015 г.).

118. Корнева Е.В., Корень А.В. Факторы, влияющие на предпринимательскую активность региона // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

<http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16832> (дата обращения: 05.04.2015 г.).

119. Королев И.В. Трудовая активность современной российской молодёжи: социологический анализ [Текст]: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – М., 2009. – 22 с.

120. Костин В.А. Онтологические законы как свойства социальной деятельности: Монография. – Екатеринбург: РАНХиГС, Уральский институт, 2012. – 136 с.

121. Костко Н.А., Попкова А.А. Использование в практике муниципального управления социологических методов исследования экстремизма в молодёжной среде // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – №2. – С. 75-78.

122. Костко Н.А., Попкова А.А. Опыт исследования социальной активности молодёжных общественных объединений и молодёжных сообществ [Текст]: монография. – Тюмень: Печатник, 2012. – 112 с.

123. Костко Н.А. К вопросу о современных подходах к муниципальному управлению в городах // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2013. – №3. – С. 21-26.

124. Костюшев В. В. Практики позиционирования молодёжных групп в поле культуры и политики российского общества // Публичная политика: вопросы мягкой безопасности в Балтийском регионе / Под ред. М.Б. Горного. – СПб.: Норма, 2004. – С. 163-174.

125. Крюков С.П. Поддержка малого бизнеса увеличивается. Официальный сайт Правления Российского банка. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rosbr.ru/ru/press_center/bank_news/?pid=2436 (дата обращения: 10.07.2014 г.).

126. Кунин В.А., Александрова Е.А. Анализ зарубежного опыта поддержки малого предпринимательства // Российское предпринимательство. – 2011. – № 1 Вып. 2 (176). – С. 36-43.

127. Лапушта М.Г., Поршнева А.Г., Старостин Ю.Л., Скамай Л.Г. Предпринимательство/ Под ред. М.Г. Лапушты. 4-е изд., испр. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 667 с.

128. Левушкина С.В. Интегрированная совокупность факторов предпринимательской среды и тенденции их развития // Современные исследования социальных проблем: электр. науч. журн. – 2012. – №9 (17). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/integrirrovannayasovokupnost-faktorov-predprinimatelskoj-sredy-itendentsii-ih-razvitiya> (дата обращения: 22.12.2014 г.).

129. Лисовский В.Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодёжи России. – СПб.: СПбГУП, 2000. – 519 с.

130. Луков Вал. А. О сущности молодёжной политики и её базовых положениях Информационный гуманитарный портал «Знание. Понимание. Умение». –2013. –№5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2013/5/Lukov_Matter-Youth-Policy/ (дата обращения: 13.02.2014 г.).

131. Луман Н. Общество как социальная система. Пер. с нем./ А. Антоновский. – М: Издательство «Логос», 2004. – 232 с.

132. Мальцева Э.А., Костина Н.М. Социальные инициативы и детское движение // Молодёжные и детские общественные объединения: проблемы преемственности деятельности и исследований: сб. докл. и выступ. – М.: Логос, 2002. – С. 213-217.

133. Маннгейм К. Идеология и утопия; Человек и общество в эпоху преобразования; Консервативная мысль / Карл Маннгейм // Диагноз нашего времени: [Сборник]: пер. с нем., англ. / Карл Маннгейм; пер. М.И. Левина; отв. ред. Я.М. Бергер. – М.: Юрист, 1994. – 693 с.

134. Маслов В.И. Мораль современных предпринимателей России // Предпринимательство. – 2000. – №2. – С. 52-94.

135. Международный форум лидеров бизнеса // Фонд содействия развитию микрофинансовой деятельности. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. –

Режим доступа: <http://www.fundmfi.ru/about/partners/iblf/> (дата обращения: 28.10.2014 г.).

136. Мезенцева Е.В. Социально-экономическая оценка развития предпринимательства в молодёжной среде: автореф. дис.... канд. социол. наук. – Ставрополь, 2009. – 24 с.

137. Мертон Р. Явные и латентные функции // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренкова; Сост. Е. И. Кравченко. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – С. 379-448.

138. Методологические положения по статистике. Вып.1. – М.: Госкомстат России, 1996. – С. 46-48.

139. Мизес Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории / 2-е испр. изд. – Челябинск: Социум, 2005. – 878 с.

140. Модель И.М., Модель Б.С. Профессиональная культура предпринимателя // Социологические исследования. – 1997. – № 10. – С. 10-16.

141. Молодёжь России: положение, тенденции, перспективы: Доклад Комитета Российской Федерации по делам молодёжи (Науч. рук. И.М. Ильинский). – М., 1993. – 131 с.

142. Мордкович В.Г. Трудовая активность: «теория» одного эмпирического измерения // Социальная активность – Челябинск, 1981. – С 55-62.

143. Мордкович В.Г., Помыкалов В.В. Социальная активность как качество общественного человека // Социальная активность городского населения // под ред. В.Г. Мордковича. – М.: Институт соц. исслед. АН СССР, 1984. – С. 6-26.

144. Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс / Пер. с фр. Т.П. Емельяновой – М.: Академический проект, 2011.–396 с.

145. Найт Ф. Понятие риска и неопределенности // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. – 1994.– № 5.– С. 12-28.

146. Научно-исследовательский центр «Регион» // Официальный портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.regioncentre.ru/history/> (дата обращения: 26.08.2014 г.).

147. Национальная психологическая энциклопедия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vocabulary.ru/dictionary/28/word/apatija> (дата обращения: 23.08.2014 г.)

148. Национальный отчёт «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2012». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gsom.spbu.ru/files/upload/research/gem/gem_full_13.pdf (дата обращения: 14.09.2014 г.).

149. О реализации государственной молодежной политики в Санкт-Петербурге / Российская газета. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2013/06/29/spb-zakon425-62-reg-dok.html> (дата обращения: 22.12.2014 г.).

150. Объявлен старт федеральной программы «Ты – предприниматель» в Тюменской области. 15.11.2013 г. // Официальный сайт поддержки малого и среднего бизнеса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tmb72.ru/content/news/view-46> (дата обращения: 12.01.2015 г.).

151. Овчинников В.И. Потребности личности как фактор её социальной активности // Социальная активность и духовное богатство личности / Под общ. ред. К.М. Никонова. – Волгоград, 1980. – С. 36-42.

152. Организации поддержки молодёжного предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mbm.ru/stuff.asp?ID=730> (дата обращения: 24.06.2014 г.).

153. Официальный форум лидеров молодёжного бизнеса. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iblfrussia.org/programmes/current/detail.php?ID=290> (дата обращения: 25.02.2015 г.).

154. Парсонс Т. О социальных системах. – М.: Академический Проект, 2002. – 832 с.

155. Парсонс Т. Система современных обществ. – М.: Аспект Пресс, 1997. – 270 с.

156. Первый Московский форум молодых предпринимателей //Официальный портал «Деловая пресса» Национального Делового Партнерства «Альянс Медиа». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_3_ald_377236.html (дата обращения: 18.07.2014 г.).

157. Петров А.П. Социальная активность: сущность, содержание, критерии // Формирование социальной активности личности: сущность, проблемы: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. А.П. Петрова. – М. : МГПИ им. В.И. Ленина, 1985. – Т.1. – С. 8-13.

158. Поддержка малого и среднего предпринимательства // Внешэкономбанк. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.veb.ru/strategy/bsup/> (дата обращения: 20.01.2015 г.).

159. Положение о проведении региональной программы «Ты - предприниматель» // Программа «Ты – предприниматель Тюменской области». Официальный портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://xn--b1aescbqfmrbcerrj.xn--p1ai/?page_id=25 (дата обращения: 14.09.2014 г.).

160. Попов А. В. Трудовая активность как основа трудового поведения населения [Текст] / А. В. Попов // Молодой учёный. – 2012. – №10. – С. 151-158.

161. Постановление «О молодёжном предпринимательстве в городе Москве» от 19 сентября 2006 г. № 696-пп / Предпринимательское право. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.businesspravo.ru/Docum/DocumShow_DocumID_115903.html (дата обращения: 18.11.2014 г.).

162. Постановление Верховного Совета Российской Федерации от 03.06.1993 №5090-1 «Об основных направлениях Государственной молодёжной политики в Российской Федерации» // Официальный сайт «Консультант+». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=2138;dst=0;ts=34447D1C7F8A9CDC50C33263FB2181DA;rnd=0.24425797769799829> (дата

обращения: 26.08.2014 г.).

163. Постановление Совета Министров РСФСР от 28 февраля 1991 г. № 121 «О поддержке молодёжного предпринимательства в РСФСР» / Официальный Интернет-сайт «InfoPnivu-Законодательство СССР и России». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://infapravo.by.ru/fetJI991/ch0l/aktll997.shtm> (дата обращения: 24.06.2014 г.).

164. Постановление Правительства Тюменской области от 29 июля 2015 г. № 359-п «О перераспределении ассигнований и внесении изменений в постановления от 22.12.2014 № 687-п, от 22.12.2014 № 688-п» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/428651248> (дата обращения: 12.09.2015 г.).

165. Постановление Правительства Тюменской области от 22 декабря 2014 г. № 688-п «Об утверждении государственной программы Тюменской области «Основные направления развития малого и среднего предпринимательства» до 2020 года (с изменениями на: 10.11.2015)» // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/423978726> (дата обращения: 10.01.2016 г.).

166. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 863 с.

167. Провалы и неудачи в бизнесе. 30 ноября 2012 г. // Официальный портал СКБ Контур. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kontur.ru/articles/170> (дата обращения: 12.01.2015 г.).

168. Проект закона «О молодёжной политике в Тюменской области» // Портал Тюмень за ЛДПР. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://za-ldpr72.ru/general/229-proekt-zakona-o-molodezhnoj-politike-v-tyumenskoj-oblasti> (дата обращения: 14.09.2014 г.).

169. Проект резолюции ООН от 1 декабря 2009 года №А/64/432 «Политика и программы, касающиеся молодёжи» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vmo.rgub.ru/files/proekt_rezoluzii_oon_2010-146-2.pdf (дата обращения:

13.02.2013 г.).

170. Проект стратегии молодёжной политики 2005 // Портал «Документы и материалы деятельности федерального агентства по образованию». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ed.gov.ru/files/materials/1741/molstrategy.doc (дата обращения: 26.08.2014 г.).

171. Проекты // Портал ОПОРА РОССИИ. Тюменская область. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tyumen.opora.ru/organization/opora/projects/> (дата обращения: 15.01.2015 г.).

172. Радаев В.В. Социология предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ckp.ru/bibiio/r/radaev_ixt/ (дата обращения: 29.09.2014).

173. Раздел «Бюджет» // Портал Министерства Финансов Российской Федерации. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/performance/budget/index.php>. (дата обращения: 12.09.2014 г.).

174. Ракша И.Р. Проблемы развития малого бизнеса в периферийных муниципальных образованиях // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – №2. – С. 37-39.

175. Распоряжение Правительства РФ №1760-р от 18 июня 2006 г. «Стратегия государственной молодёжной политики в Российской Федерации» / Информационно-правовой портал BESTPRAVO.RU. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bestpravo.ru/federalnoje/hj-gosudarstvo/mlw.htm> (дата обращения: 24.02.2015 г.).

176. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодёжной политики Российской Федерации на период до 2025 года» // Информационно-правовой портал «Гарант-РУ». Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70713498/> (дата обращения: 21.01.2015 г.).

177. Распоряжение Правительства РФ от 25.12.2015 № 2570-р «План

мероприятий по реализации Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденных распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р» // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/laws/acts/98/50535548451088.html> (дата обращения: 12.01.2016 г.).

178. Распоряжение Правительства Тюменской области от 25 мая 2009 г. № 652-рп (в редакции от 26 октября 2011 г. № 1976-рп, от 9 октября 2012 г. № 1121-рп, от 28 декабря 2012 г. № 2844-рп) «Об утверждении Концепции долгосрочного социально-экономического развития Тюменской области до 2020 года и на перспективу до 2030 года». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW026;n=46157> (дата обращения: 25.09.2014 г.).

179. Распоряжение Администрации города Тюмени от 05.11.2014 № 818-рк (ред. от 26.01.2015) «Об утверждении муниципальной программы «Реализация молодежной политики в городе Тюмени на 2015-2017 годы» / Консультант Плюс. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru/regbase/cgi/online.cgi?req=doc;base=RLAW026;n=91294> (дата обращения: 25.02.2015 г.).

180. Распоряжение Правительства Тюменской области от 17 марта 2015 г. № 246-рп «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») в сфере развития малого и среднего предпринимательства в Тюменской области на 2015-2017 годы» // Деловой портал Правительства Тюменской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tyumen-region.ru/support/enterprises/useful-info/plan/> (дата обращения: 12.09.2015 г.).

181. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН №A/RES/65/267 от 21 июня 2011 г. «Организация заседания высокого уровня по вопросам о молодёжи». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vmo.rgub.ru/files/organizazija_zased_po_molod_2011-146-2.pdf (дата

обращения: 13.02.2013 г.).

182. Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН от 18 декабря 2009 года №64/134 «О провозглашении 2010 года Международным годом молодёжи» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vmo.rgub.ru/files/resol_64_134-146-2.pdf (дата обращения: 13.02.2013 г.).

183. Российская социологическая энциклопедия / Под ред. Г. В. Осипова. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 1999. – 672 с.

184. Российский центр содействия молодёжному предпринимательству // Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rosstartup.ru/#/about> (дата обращения: 28.10.2014 г.).

185. Ручкин Б.А. Молодёжь и становление новой России // Социологические исследования. – 1998. – №5. – С. 90-98.

186. Сайт Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/2008/demo/nas-pol08.htm. (дата обращения: 05.06.2014 г.).

187. Семейный кодекс Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (принят ГД ФС РФ 08.12.1995, действующая редакция от 04.11.2014) // Официальный сайт «Консультант+». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/family/> (дата обращения: 14.09.2014 г.).

188. Семёнова В.А. Предпринимательская среда: проблемы и факторы, на неё воздействующие // Альманах современной науки и образования. – Тамбов: Грамота, 2010. – № 8 (39). – С. 160-162.

189. Сидоренко И.В. Управление активностью персонала предприятия // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 4 (32) – С. 164-166.

190. Симонов С.Г. Обеспечение безопасности предпринимательской деятельности [Текст] /С.Г. Симонов, А.Г. Дурцева, М.М. Махмудова. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2012. – 150 с.

191. Симонов С.Г. Социально ориентированная деятельность банков в регионе [Текст]/ С.Г. Симонов, Д.Н. Стадучин. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2013. – 100

с.

192. Симонов С.Г., Грошева Л.И. Молодёжное предпринимательство в России: проблемы и перспективы развития // Академический вестник №2 (20) [Текст]: научно-аналитический журнал. – Тюмень: «Тюменская государственная академия мировой экономики, управления и права» («ТГАМЭУП»), 2012 г. – С. 39-44.

193. Система муниципального управления / под ред. В.Б. Зотова. – СПб.: Питер, 2010. – 560 с.

194. Ситаров В.А., Смирнов А.И. Культура предпринимательства: теория и практика. – Москва - Вологда: ООО «Полиграфист», 2006. – 192 с.

195. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: [перевод с английского]. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://aseu.narod.ru/book/smit_a.html (дата обращения: 26.09.2014 г.).

196. Соболева Н.Э. Деловой успех и его факторы в представлениях студентов бизнес-школ // Социологические исследования. – 2011. – №5. – С. 90-96.

197. Состав Координационного совета Торгово-промышленной палаты Российской Федерации по вопросам развития молодёжного предпринимательства // Энциклопедия знаний Pandia. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pandia.org/text/77/308/51167.php> (дата обращения: 16.08.2014 г.).

198. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькии, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://slovarLyandex.ru/dict/sociology> (дата обращения: 02.10.2014 г.).

199. Староверов В.В. Социальные противоречия становления молодёжного предпринимательства России: автореф. дис.... канд. социол. наук. – М., 2003. – 24 с.

200. «Студенческое» предпринимательство стало опорой для крупного бизнеса. 26.10.2005./Официальный сайт QIP.RU. [Электронный ресурс]. – Режим

доступа: <http://5ballov.qip.ru/news/newsline/2005/10/26/48927/> (дата обращения: 18.07.2014 г.).

201. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2014. – 328 с.

202. Тоньшева Л.Л., Трофимова Ю.В. Проектно-целевой подход при обосновании развития социально ориентированной экономики региона // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – №1. – С. 53-56.

203. Тоньшева Л.Л. Инновационное предпринимательство: природа и выбор бизнес-модели // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2012. – №3. – С. 11-15.

204. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.12.2001, действующая редакция от 31.12.2014) // Официальный сайт «Консультант+». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/tkrf/> (дата обращения: 14.09.2014 г.).

205. Тумилевич Е.Н. Факторы и формы развития малого предпринимательства в регионе // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2012. – №1. – С. 32-42. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vipstd.ru/nauteh/index.php/---er12-01/343-a> (дата обращения: 11.12.2014 г.).

206. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. – М.: Научный мир, 1998. – 204 с.

207. Тюменское региональное отделение «Ассоциация молодых предпринимателей России» // Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tmb72.ru/content/bazy-dannyh/obcshestvennyye-organizacii/associacija-molodyh/> (дата обращения: 15.01.2015 г.).

208. Федеральное агентство по делам молодёжи (Росмолодёжь)/ Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://government.ru/department/241/about/> (дата обращения: 12.12.2014 г.).

209. Федеральный закон от 2 августа 2009 года № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» // Информационно-правовой портал Гарант. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12168685/> (дата обращения: 24.02.2013 г.).

210. Федеральный закон от 20.07.2012 № 121-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента» // Официальный сайт «Консультант+». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/19861.html> (дата обращения; 14.01.2015 г.).

211. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» // Информационно-правовой портал Гарант. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12154854/> (дата обращения: 24.02.2013 г.).

212. Федеральный закон от 28 июня 1995 г. № 98-ФЗ «О государственной поддержке молодёжных и детских общественных объединений» // Информационно-правовой портал Гарант. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/103544/> (дата обращения: 24.02.2013 г.).

213. Фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области» // Торгово-промышленная палата Тюменской области. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tpp-to.ru/partner/486/> (дата обращения: 12.01.2015 г.).

214. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Пер. с нем. под ред. Д. В. Складнева, послесл. Б. В. Маркова. – СПб.: Наука, 2000. – 380 с.

215. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международ. отношения. – 1989. – № 12. – С. 47-56.

216. Хальзова Е.В. Молодёжное предпринимательство в Российской

Федерации: проблемы и перспективы развития // Предпринимательское право. Приложение к журналу. – М.: Юрист, 2011, Вып. 4. – С. 36-39.

217. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха. Вып.1.: Предприниматель и предпринимательство. – М.: Прогресс-Универс, 1991.– 158 с.

218. Хоскинг А. Курс предпринимательства: практическое пособие. – М.: Международные отношения, 1993.– 352 с.

219. Христова И.Ч. О социальной активности личности // Пути формирования социальной активности личности при социализме. – М.: Мысль, 1972. – 187 с.

220. Церетели Л. Развитие молодёжного предпринимательства: сегодня и завтра // Общественный Совет по развитию малого предпринимательства при Губернаторе Санкт-Петербурга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.osspb.ru/experts/otrasli_MB/razvitie_molod_predpr.php (дата обращения: 02.09.2014 г.).

221. Черанич Г., Кривокапич Н., Живкович П. Качества предпринимателей в Черногории // Социологические исследования. – 2014. - №12. – С. 59-64.

222. Чупров В.И. Молодёжь в общественном воспроизводстве // Социологические исследования. –1998. – № 3. – С. 93-106.

223. Чупров В.И., Зубок Ю.А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. – М.: Наука, 2003. – 272 с.

224. Шведова М.Ф. Деловая культура управления малым бизнесом // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2010. – №1. – С. 81-83.

225. Шведова М.Ф. Формирование социальной ориентации в деятельности бизнес-структур // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2011. – №2. – С. 25-27.

226. Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исслед. предпринимат. прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер;

Перевод с нем. В. С. Автономова и др. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

227. Щербатых Ю.В. Основные виды и направления активности человека. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pro-psichology.ru/index.php?newsid=1031&news_page=3 (дата обращения: 22.06.2014 г.).

228. Экономическая активность. Формирование новых типов экономического поведения / Под общ. ред. А.А. Иудина. – Н. Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2001. – 282 с.

229. Энциклопедический словарь. – СПб.: Изд-во Ф. А. Брокгауз, 1890. – 309 с.

230. Энциклопедический социологический словарь / Под ред. Г.В. Осипова. – М., 1995. – 939 с.

231. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – 6-е изд. – М.: ИКЦ «Академкнига»; «Добросвет», 2003. – 596 с.

232. Ясинский Д.В. Психолого-педагогическая характеристика конструктивной социальной активности молодёжи // Гуманитарные научные исследования. – 2013. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://human.snauka.ru/en/2013/01/2245> (дата обращения: 23.05.2014 г.).

233. Alexander J.C. The Civil Sphere / J.C. Alexander. – New York: Oxford University Press, 2006. – 816 p.

234. Beck U., Giddens A. & Lash S. Reflexive modernization: Politics, tradition and aesthetics in the modern social order. – Stanford, CA: Stanford University Press, 1994. – 210 p.

235. Bygrave W.D., Hofer C.W. Researching Entrepreneurship // Entrepreneurship Theory & Practice. 1992. – V. 16. – № 3. – P. 91-100.

236. Casson M. The entrepreneur. – Edward Elgar Publishing, 2003. – 271 p.

237. Chrisman J., Cha J., Kellermann F. Priorities, Resources, and Performance in Family and Non-family Firms. – «Entrepreneurship Theory and Practice», May 2009. – P. 739-760.

238. Cole A.H. An Approach to the Study of Entrepreneurship: A Tribute to Edwin F. Gay // *The Journal of Economic History*, 1946. – Vol. 6, issue S1. – P. 1-15.
239. Douglas M., Wildavsky A. Risk and culture: An essay on selection of technological and environmental dangers. – Berkley, 1982. – 224 p.
240. Drucker P. Les entrepreneurs. – Paris: L'Expansion-Hachette, 1985. – 288 p.
241. Foucault M. Discipline and punish: The birth of the prison. – N.Y., 1977. – 333 p.
242. Fukuyama F. TRUST: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. – Free Press; 1st Free Press Pbk. Ed edition 1996. – 480 p.
243. Gartner W.B. A framework for describing the phenomenon of new venture creation // *Academy of Management Review*. 1985. – V. 10. – № 4. – P. 696-706.
244. Grosheva L. Obstacles and opportunities of Self-employment of Young people in a modern society // *Facing an Unequal World Challenges for Global sociology. Book of abstracts XVIII ISA World Congress of Sociology, 13-19 July 2014. International Sociological Association.* – Yokohama, Japan. RC34-549.11. – p. 330.
245. Kent C.A., Sexton D.L., Vesper K.N. (eds). *Encyclopedia of Entrepreneurship.* – New Jersey, 1982. – P. 7-78.
246. Le Marois H. Contribution à la mise en place de dispositifs de soutien aux entrepreneurs. Thèse de doctorat en Sciences de Gestion. – Lille: Université de Lille, 1985. – 385 p.
247. Mangoldt H.-K.-E. «Volkswirtschaftslehre» («Bibliothek d. gesamten Handelswissenschaften»). – Shtuttgart, 1868. – 432 p.
248. Mannheim K. *Diagnosis of our time* / K Mannheim. – Oxford univ. press, 1944. – 195 p.
249. Marshall A. *Principles of Economics.* – Macmillan and Co., 1980. – 802 p.
250. Maslow A.H. *Motivation and Personality* (2nd ed.). – N.Y.: Harper & Row, 1970. – 369 p.
251. Mc Clelland D.C. *The Achieving Society.* – Princeton, New Jersey, Van Nostrand, 1961. – 530 p.

252. Pinchot G. Intrapreneuring.– New York: Harper & Row, 1985.– 368 p.
253. Reflexivemodernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social order / Ed. by U. Beck, A. Giddens, S. Lash. – Stanford, CA, 1994. – 228 p.
254. Russian Startup Rating (RSR)// Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://russianstarturating.ru/about/> (дата обращения: 12.01.2015 г.).
255. Say J.B. A Treatise on Political Economy; or the Production/ Distribution, and Consumption of Wealth, ed. Clement C. Biddle, trans. C. R. Prinsep from the 4th ed. of the French. – Philadelphia: Lippincott, Grambo& Co., 1855. 4th-5th ed. – 390 p.
256. Schumpeter J.A. The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. – New Brunswick (U.S.A) and London (U.K.): Transaction Publishers, 1934 – 255 p.
257. Sieverding M. Survey of young people in Egypt. Policy Brief series. Population council. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.popcouncil.org/research/survey-of-young-people-in-egypt-final-report-and-data-sets> (дата обращения: 25.05.2014 г.).
258. Slovic P., Fischhof B., Lichtenstein S. The assessment and perception of risk. – L., 1981. – 473 p.
259. The Anatomy of an Entrepreneur: Family Background and Motivation. July 2009. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kauffman.org> (дата обращения: 12.09.2014 г.).
260. Thünen J.H. Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationa lökonomie / J.H. von Thünen. – Jena: Verlag von Gustav Fischer, 1910. – 680 p.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Сущностное содержание социальной активности молодёжи в рамках различных научных подходов

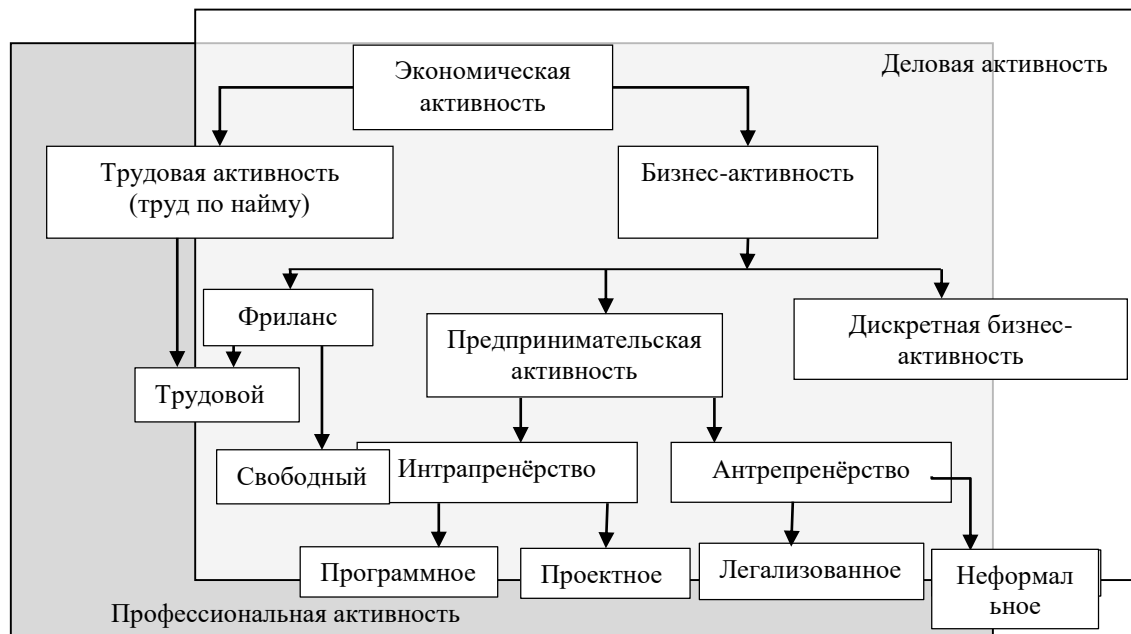
№ п/п	Функционально-смысловой признак	Сущностное содержание	Представители научной среды
1	Взаимодействие субъекта социальной активности и общества	– выполнение определённых функций в обществе; – переход фактора интереса в фактор действия; – включает целеполагание, познание и направлена на преобразование действительности; – возникает при возникновении противоречия между текущими условиями и потребностями личности	Друкер П. [77], Васильев Г.А. [21]
		действующее лицо – ситуационное окружение	Парсонс Т. [154]
2	Преимущественное воплощение в качествах личности	интегрированное качество личности, основанное на проявлении инициативы	Консвисарёва Л.Б. [115]
		социальное качество человека, основанное на реализации потребностей, заинтересованности (ориентация на внутреннюю мотивацию), свободе действия, осознании её необходимости	Мордкович В.Г. [143]
		качественная характеристика личности, заключённая в конкретном виде способностей человека	Ануфриев Е.А. [5]
		высшая форма активности, являющаяся качеством, присущим человеку, группе или обществу в целом	Христова И.Ч. [219]
3	Социальная активность, как преобразовательная деятельность	деятельность по преобразованию окружающей среды и собственной личности	Зборовский Г.Е. [90]
		деятельность, которая выражается через объективные результаты и реализацию способности субъекта к деятельности	Ануфриев Е.А. [5]
		мера направленности деятельности, измеритель практического действия	Смирнов А.И., Ситаров В.А. [194]
		проявление творчества в самодеятельности	Ануфриев Е.А. [4]
		социально-поведенческий аспект - сознательная деятельность, выраженная через её ориентацию (на цели, ценности, эмоции и др.	Вебер М. [22], Зомбарт В. [93]

№ п/п	Функционально-смысловой признак	Сущностное содержание	Представители научной среды
4	Преимущественная ориентация на потребности личности	абсолютизация роли потребностей как примата социальной активности	Овчинников В.И. [151]
		субъективная мотивация, выражающаяся в готовности личности к деятельности	Барышников Е.Н. [11]
5	Преимущественная ориентация на внешние факторы социальной активности	примат общественной среды	Дюркгейм Э. [79].
		продвижение личности в процессе становления к более высоким уровням развития под влиянием социальных и педагогических факторов	Ситаров В.А., Смирнов А.И. [194]
6	Комплексность феномена социальной активности	комплекс действий в рамках технологии социальной активности	Ясинский Д.В. [232].
		единство объективного и субъективного в деятельности, направленной на общество	Волков Ю.Г. и др. [27], Капто А.С. [104]

Сравнительный анализ социальной, общественной и гражданской активности

Индикатор	Социальная активность	Общественная активность	Гражданская активность
Степень охвата деятельности	Прямое и опосредованное взаимодействие с социальными группами	Прямое взаимодействие с социальными группами	Прямое и опосредованное взаимодействие с социальными группами в связке с нормами конкретного государства
Система взаимодействия	Индивид – действие – общество	Индивид – воздействие – общество	Индивид – действие – общество – государство
Целевая направленность активности	Потенциальная, определённая и неопределённая	Концептуально определённая	Концептуально определённая, направленная на соответствие принятым нормам
Тип ожидаемой субъектом рефлексии	Латентный, явный, саморефлексия	Явный формальный/неформальный	Явный формальный/нормативный
Тип контролирующего института	Вся совокупность институтов социума	Социальная группа воздействия, малая социальная группа	Социальная группа воздействия, малая социальная группа, государство
Типы главенствующих санкций	Все формальные/неформальные, принятые в данном обществе, индивидуальные санкции	Санкции малой социальной группы, санкции группы воздействия	Санкции группы воздействия, формальные санкции государства
Тип регламентирующих документов	Вся совокупность нормативных и иных актов	Основной закон государства; этические нормы; традиции, обычаи, характерные для группы действия/воздействия	Основной закон государства; специфические нормативные акты о гражданских правах; регламенты защиты прав и др.
Возможность государственного регулирования	Определение общих тенденций, через базовые концептуальные нормативные акты	Формирование приоритетных направлений через программы поддержки и финансирования	Регулирование активности через систему комплексных нормативных актов, систем поддержки и мониторинга политических решений

Положение бизнес-активности в системе экономической активности



Структура ресурсного подхода



Социальные индикаторы управления бизнес-активностью молодёжи

Индикатор	Метод оценки	Показатель	Целевая направленность
Общие количественные индикаторы развития бизнес-активности			
Результативность государственных инвестиций в молодёжный бизнес	Анализ статистических данных	Количество молодёжных предприятий	Числовая оценка эффективности государственной системы управления в соотношении с результативностью и выживаемостью молодёжных предприятий (более полный перечень показателей с детализацией порядка расчёта указан в Приложении 10)
		Уровень выбытия молодёжного бизнеса	
		Уровень выбытия молодёжного бизнеса в первый год становления	
		Уровень вовлечения молодёжи в бизнес-активность	
		Совокупный доход от деятельности молодёжных предприятий	
		Соотношение организационных форм молодёжного бизнеса	
		Частота обращения молодёжных предприятий к органам власти	
Субъективный уровень управления			
Личностный потенциал молодёжной бизнес-активности	Опрос, глубинное интервью	Модальные развитые бизнес-качества молодёжи (определение наиболее развитых качеств бизнес-активной молодёжи)	Формирование набора качеств, навыков и психологических свойств для определения качества управления образовательным процессом и системой переобучения и повышения квалификации
		Модальные не развитые бизнес-качества молодёжи (выделение наиболее востребованных, но не развитых качеств)	
		Уровень склонности к рисковому поведению	
Образовательное обеспечение бизнес-активного поведения	Опрос, анализ статистических данных, анализ личных карточек (в отношении интрапренёрства)	Доля предпринимателей с различными уровнями образования	Определение уровня знаний, достаточного для бизнес-активности, Выявление портрета бизнес-активного молодого человека на предприятии и в качестве самостоятельного экономического субъекта
		Количество пройденных курсов повышения квалификации/переобучения	
		Степень доступности образовательных ресурсов для молодёжи	
		Уровень удовлетворённости предоставляемого бизнес-образования в вузах, ДПО, Государственных учреждениях по поддержке бизнеса	

Индикатор	Метод оценки	Показатель	Целевая направленность
Уровень профессиональной подготовки к ведению бизнес-активной деятельности.	Опрос, анализ статистических данных	Соотношение имеющейся профессии и рода бизнес-активной деятельности	Выявление профессий, наиболее способствующих переходу к бизнес-активному поведению; выявление причин переобучения, повышения квалификации; определение категории «достаточного профессионального уровня» для проявления бизнес активного поведения
		Стаж работы	
Наличие стимулирующих мотивации и сдерживающих факторов	Опрос, анализ статистических данных	<p>Соотношение уровня заработной платы б/а человека к среднему показателю по региону</p> <p>Количество и виды барьеров при открытии бизнеса</p>	<p>Определение степени мотивации материального достатка интрапренёров и предпринимателей;</p> <p>выявление материальных преимуществ и психологически критичного уровня данных преимуществ для выбора предпринимательской деятельности и интрапренёрства.</p> <p>Формирование комплекса показателей, отражающих личностную заинтересованность в деятельности</p>

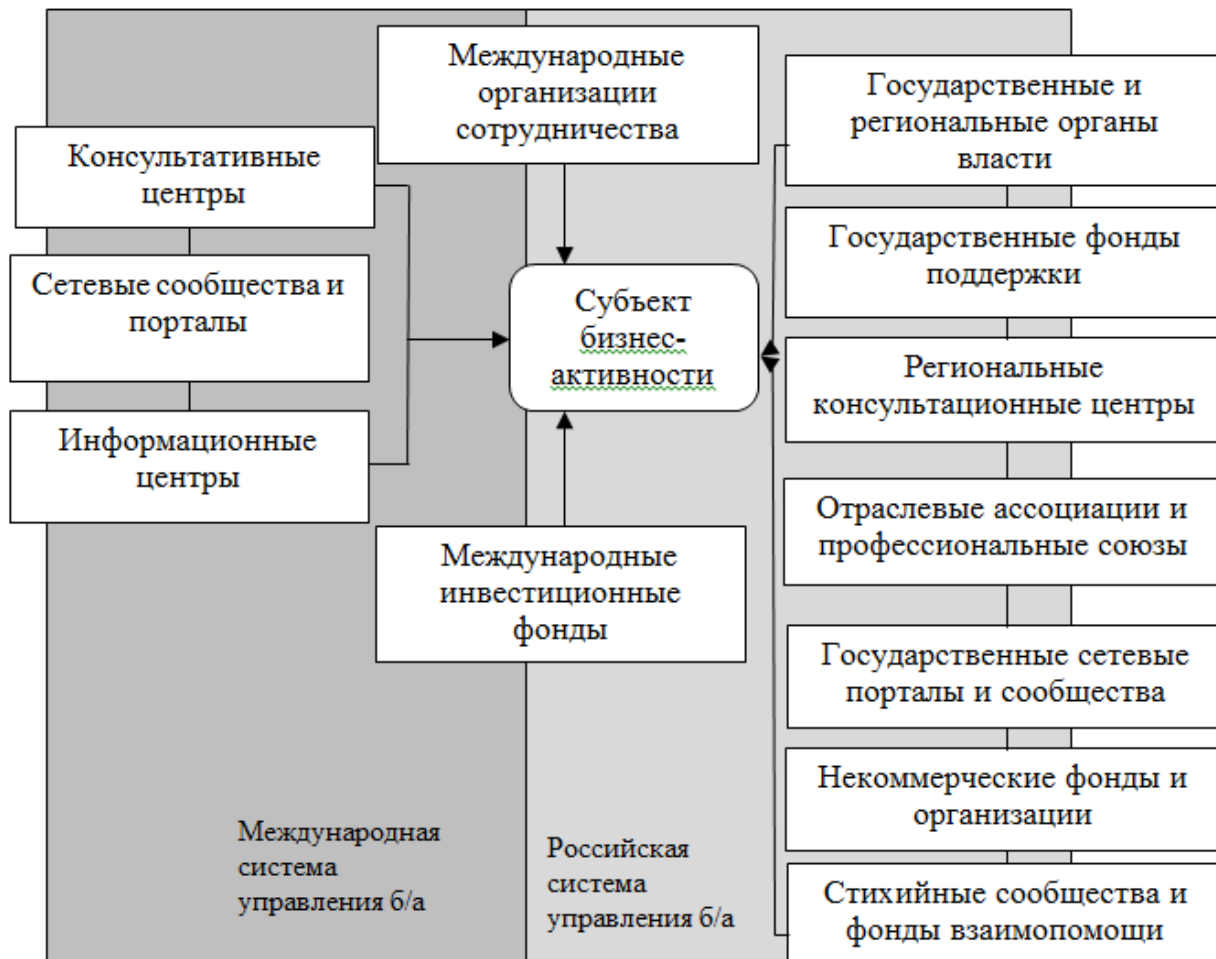
Индикатор	Метод оценки	Показатель	Целевая направленность
Качественная и количественная характеристика социального капитала	Опрос, интервью	Наличие эффективных связей в малой группе (семья, близкие друзья)	Определение степени влияния на вовлечение и успешность бизнес-активного молодого человека различного рода и интенсивности деловых контактов
		Наличие эффективных связей в большой группе (уровень города, области, страны)	
		Наличие международных эффективных бизнес-связей (взаимодействие с зарубежными бизнес-субъектами)	
		Наличие глобальных эффективных бизнес-связей (взаимодействие с представителями ТНК)	
Институциональный уровень управления			
Качество инфраструктуры молодёжной бизнес-активности	Опрос, анализ документов, вторичный анализ данных	Уровень достаточности условий труда активной деятельности	Выявление факторов условий труда, оптимальных для проявления бизнес-инициативы; Определение склонности к участию в государственных программах и акциях в области предпринимательства; определение пробелов в законодательстве
		Уровень доверия молодых предпринимателей и интрапренёров к государственным программам	
		Доступность программ государственной и иных форм поддержки	
		Доступность участия в институциональных сообществах	
Процессный уровень управления			
Информационное обеспечение молодёжной бизнес-активности	Опрос, метод ранжирования, вторичный анализ данных	Степень информированности о программах поддержки предпринимательства	Оценить качество информационной системы общества, определить способности молодёжи в отборе необходимой информации в условиях постоянно меняющейся ситуации
		Степень информированности об основных источниках адекватной бизнес-информации	
		Степень информированности об институциональных сообществах и объединениях	
		Частота и качество информации, поступающей от государственных органов	

Индикатор	Метод оценки	Показатель	Целевая направленность
Включенность в институциональную коммуникационную деловую сеть	Опрос, интервью, анализ документов	Уровень коммуникации молодых людей с бизнес-сообществами и обучающими организациями	Выявить потенциал и фактическую ситуацию относительно
		Уровень взаимодействия с технологическими центрами и бизнес-инкубаторами	включённости молодых людей в бизнес коммуникацию и деловые сети; определить качество
		Степень плотности деловых и коммуникационных сетей в регионе	и интенсивность данных связей; определить степень использования предоставленных государством и обществом возможностей

Структура концепции максимизации экспорта



Система управления молодёжной бизнес-активностью



Финансовые механизмы поддержки молодёжного предпринимательства в России

Механизмы поддержки малых предприятий	Интересы субъектов-участников	Интересы малого бизнеса	Интересы общества
1. Субсидирование % ставок	Получают возможность расширить рынок за счёт новых клиентов – представителей малого бизнеса	Получают более дешёвые кредиты	Продукция предприятия находится в более востребованном ценовом сегменте
2. Кредитование на льготных условиях	Увеличение количества выданных кредитов.	Снижаются ставки по кредитам за счет ставок по депозитам	Искореняется возможность дефицита продукции в связи с возрастающим спросом населения. Снижается средняя цена производимой продукции
3. Формирование гарантийных фондов кредитования	Снижаются риски невозврата кредитов	Ставка по кредитам снижается на 1-3 %	
4. Софинансирование	Возможность привлечения ресурсов по более низким ценам	Средние ставки по кредитам, которые привлекаются для реализации проекта снижаются на 4-6%	
5. Формирование кредитных союзов	Средства аккумулируются в единый фонд	Участники союза получают льготы при целевом кредитовании в среднем 5-7%	
5. Стимулирование лизинга	Гарантия возврата займа ввиду существования реальных материальных ценностей в виде оборудования	Получение возможности приобрести оборудование в рассрочку, ускоряется автоматизация производства, сумма гарантий снижается в среднем на два-три процента	
6. Содействие распространению франчайзинга	Возможность расширения при наличии лишь переменных издержек	Снижается уровень постоянных издержек. Есть возможность относительно быстро выйти на уровень безубыточности	Появление представителя крупного бренда в шаговой доступности

Механизмы поддержки малых предприятий	Интересы субъектов-участников	Интересы малого бизнеса	Интересы общества
7. Оказание консалтинговых услуг	Повышение качества подготовки характера ведения деятельности, сопровождения проектов	При разработке проектов возможна экономия средств в размере 2-3 %	Население получает более качественную продукцию или услуги. Уменьшается длительность ожидания продукции/услуг
8. Внешний бухгалтерский учёт	Увеличение клиентопотока консалтинговых и аудиторских фирм	Предприятие экономит средства на выплату заработной платы и социальных отчислений штатным специалистам.	Продукция предприятия находится в более востребованном ценовом сегменте
9. Организация венчурных фондов	Возможность участия в высокодоходном инновационном проекте	Появляется возможность развития инновационного производства, требующего значительных капиталовложений	Население получает качественно новый вид продукта/работ/услуг
11. Создание бизнес-центров	Диверсификация оказываемых услуг и увеличение клиентской базы	Предприятие экономит на расходах при обращении в сторонние организации Бизнес-центра	Предприятие проходит многоуровневый контроль, что обеспечивает безопасность компании для населения
12. Организация Бизнес-инкубаторов	Рост количества молодёжных предприятий, занятых в сфере производства	Предприятие экономит на аренде помещений и ряде производственных расходов	Предприятие, задействованное в рамках бизнес инкубатора является своеобразной рекламой и стимулом к созданию собственного малого предприятия
13. Развитие системы комплексного обслуживания малых предприятий	Увеличивается легализация работы малого бизнеса с проверяющими организациями	Создаётся возможность получения услуг высокого качества при минимальных издержках	Продукция предприятия находится в более востребованном ценовом сегменте

Структура взаимодействия субъектов управления молодёжной бизнес-активностью

№ п/п	Базовая функция	Содержание функции	Вероятный исполнитель
1.	Профилированное информационное и консультационное обеспечение	Предоставление актуальной информации по изменениям в работе и законодательстве	Областной бизнес-инкубатор Фонд «Инвестиционное Агентство Тюменской области»
2.	Образовательное обеспечение	Обучение организации и развитию бизнеса	Учебные заведения Тюменской области
3.	Финансовое субсидирование и сопровождение	Обеспечение финансовой помощи и гарантийного сопровождения	Фонд микрофинансирования Тюменской области, Гарантийный Фонд
4.	Комплексное обслуживание молодёжного бизнеса	Обучение «пакетного типа»	Областной бизнес-инкубатор, Ассоциация бизнес-ангелов
5.	Коммуникации B2G (business-to-government)	Взаимодействие с государственными и региональными органами власти	Региональное отделение Общероссийской общественной организации малого и среднего бизнеса «ОПОРА РОССИИ»
6.	Научное сопровождение	Организация слётов/конференций/форумов	
7.	Защита прав молодых бизнесменов и предпринимателей	Помощь в организации и процедуре защиты прав	Региональное отделение «Ассоциация молодых предпринимателей России»
8.	Мониторинг, контроль и общая статистика	Сбор и оценка статистических данных	Департамент инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства
9.	Сопровождение стратегического экспорта	Формирование коммуникаций и организация экспорта за пределы региона	Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства ТО

Показатели эффективности управления молодёжной бизнес-активностью

№ п/п	Сущность показателя	Способ определения
I. Уровень включённости молодёжи в бизнес-активную среду		
1.	Абсолютный показатель бизнес-активности молодёжи, чел.	$Ba_m = Z_{пд} + Z_{пб} + Z_{тп} + Z_{ф}$ <p>где $Z_{пд}$ – молодёжь, официально занятая предпринимательской деятельностью; $Z_{пб}$ – молодёжь, занятая партнёрским бизнесом (работа в качестве наёмного работника с либеральным стилем управления); $Z_{тп}$ – молодёжь, занятая неформальной предпринимательской деятельностью; $Z_{ф}$ – молодёжь, занятая во фрилансе</p>
2.	Общая доля бизнес-активной молодёжи, % (TYBA – Total Youth Business Activity)	$D_{бам} = \frac{Z_{пд} + Z_{пб} + Z_{тп} + Z_{ф}}{Z_m} * 100$ <p>где Z_m – общее количество занятой молодёжи</p>
3.	Оценочная доля бизнес-активной молодёжи, % (EYBA – Estimate Youth Business Activity)	$D_{бам} = \frac{Z_{пд} + Z_{тпд}}{Z_m} * 100$ <p>где $Z_{пд}$ – молодёжь, официально занятая предпринимательской деятельностью; $Z_{тпд}$ – молодёжь, осуществляющая фактическую деятельность, приносящую прибыль</p>
4.	Доля молодых предпринимателей в общем количестве предпринимательских единиц, %*	$D_{мп} = \frac{Z_{мп}}{Z_{нп}} * 100$ <p>где $Z_{мп}$ – количество молодых предпринимателей $Z_{нп}$ – количество занятых в сфере предпринимательства</p>
II. Уровень доходности молодёжной бизнес-активности региона		
5.	Уровень эффективности дохода от молодёжной предпринимательской деятельности, %	$MI_{мп} = \frac{I_{мп}}{I_{мпн}} * 100$ <p>где $I_{мп}$ – уровень дохода молодёжи от предпринимательской деятельности $I_{мпн}$ – уровень дохода молодёжи от наёмного труда (показатели в среднем по региону)</p>

№ п/п	Сущность показателя	Способ определения
6.	Общий уровень эффективности предпринимательского дохода молодёжного бизнеса, %	$MI_{мп} = \frac{I_{мп}}{I_{нп}} * 100$ <p>где $I_{мп}$ – уровень дохода молодёжи от предпринимательской деятельности $I_{нп}$ – уровень дохода от наёмного труда в целом по региону (показатели в среднем по региону)</p>
7.	Предельный уровень эффективности молодёжной бизнес-активности, %*	$MI_{пред} = \frac{I_{мп}}{ПМ_{min}} * 100$ <p>где $I_{мп}$ – уровень дохода молодёжи от предпринимательской деятельности $ПМ_{min}$ – уровень прожиточного минимума</p>
8.	Темп роста дохода от молодёжной бизнес-активности, %	$Tr_{I_{мп}} = \frac{I_{мп1}}{I_{мп0}} * 100$ <p>где $I_{мп1}$ – уровень дохода молодёжи от предпринимательской деятельности в отчётном году $I_{мп0}$ – уровень дохода от предпринимательской деятельности в базисном году</p>
III. Вклад молодёжной бизнес-активности в стабильность региональной среды		
9.	Доля продукта, произведённого молодёжным бизнесом, % *	$Д_{ВП_{моб}} = \frac{ВП_{мп}}{ВП_{р}} * 100$ <p>где $ВП_{мп}$ – количество продукции, произведённой молодёжными бизнес-единицами в денежном выражении. $ВП_{р}$ – валовый региональный продукт</p>
10.	Доля продукта, произведённого молодёжными бизнес-единицами в общем объёме производства малых предпринимательских структур, % *	$Д_{ВП_{мпс}} = \frac{ВП_{мп}}{ВП_{пс}} * 100$ <p>где $ВП_{мп}$ – количество продукции, произведённой молодёжными бизнес-единицами в денежном выражении. $ВП_{пс}$ – количество продукции, произведённой предпринимательскими структурами в денежном выражении</p>

№ п/п	Сущность показателя	Способ определения
11.	Эффективность государственных затрат поддержки молодёжного предпринимательства, % *	$Д_{ВП_{\text{моб}}} = \frac{ВП_{\text{МП}}}{З_{\text{ГМП}}} * 100$ <p>где ВП_{МП} – количество продукции, произведённой молодёжными бизнес-единицами в денежном выражении. З_{ГМП} – объём затрат на поддержку молодёжного предпринимательства</p>
IV. Степень стабильности молодёжной бизнес-активной среды		
12.	Степень первичной стабильности молодёжного предпринимательства, %	$С_{\text{ПМП}} = \frac{МЕ_{0-1}}{МЕ_{1+}} * 100$ <p>где МЕ₀₋₁ – количество единиц молодёжного бизнеса со сроком функционирования до 1 года МЕ₁₊ – количество единиц молодёжного бизнеса со сроком функционирования более 1 года</p>
13.	Степень общей стабильности молодёжного предпринимательства, %	$С_{\text{ПМП}} = \frac{МЕ_{0-3}}{МЕ_{3+}} * 100$ <p>где МЕ₀₋₃ – количество единиц молодёжного бизнеса со сроком функционирования до 3 лет МЕ₃₊ – количество единиц молодёжного бизнеса со сроком функционирования более 3 лет</p>
V. Эффективность образовательных программ по обучению навыкам бизнес-активного поведения		
14.	Эффективность региональных образовательных программ в сфере ведения бизнеса, %	$ЭОП_r = \frac{С_{ор}}{\sum ор} * 100$ <p>С_{ор} – количество стартапов из среды обучаемых в регионах $\sum_{ор}$ – общее количество обучаемых по региональным программам</p>
15.	Эффективность предпринимательского образования, %	$ЭОП = \frac{С_{ор} + С_{ос}}{\sum об} * 100$ <p>С_{ор} – количество стартапов из среды обучаемых в регионах С_{ос} – количество стартапов из среды обучаемых в рамках государственных проектов $\sum_{об}$ – общее количество обучаемых по бизнес образованию</p>

№ п/п	Сущность показателя	Способ определения
16.	Эффективность бизнес-активного образования, %	$\text{ЭОБ}_a = \frac{\text{Б}_{\text{ам}}}{\sum \text{об}} * 100$ <p>Бам – абсолютный показатель бизнес-активности молодёжи $\sum \text{об}$ – общее количество по бизнес образованию по бизнес образованию</p>

* Данные показатели были сформированы на основе разработок Е.В. Мезенцевой [136].

Структура управленческого воздействия в ходе реализации комплексной модели управления молодёжной бизнес-активностью в Тюменской области

