Министерство образования и науки Самарской области
государственное бюджетное профессиональное образовательное
учреждение Самарской области «Борский государственный техникум»

Доклад «Молодежное предпринимательство».

Разработчик: Бочарова Светлана Александровна, мастер производственного обучения 1 категории.
Организация-разработчик: ГБПОУ СО «Борский государственный техникум»

с.Борское 2021г

Введение

Сегодня одним из популярных тезисов в заявлениях и докладах Правительства РФ является утверждение о необходимости модернизации страны, построении инновационной экономики и создании предпринимательской инфраструктуры.

Предпринимательство является основной движущей силой экономики по опыту зарубежных стран. Однако если обратиться к статистике, то можно увидеть, что Россия занимает далеко не лидирующие позиции, в том числе по рейтингу индекса предпринимательского и экономического развития, составленного GlobalEntrepreneurshipMonitorConsortium.

По результатам исследования Россия занимает 67 место среди 69 стран-участниц проекта по количеству людей, вовлеченных в создание и управление новыми компаниями. В России 93 % населения не только не вовлечены в предпринимательскую деятельность, но и не рассматривают для себя возможность создания бизнеса. Лишь каждый 23-ий россиянин (4,3 %) в трудоспособном возрасте является ранним предпринимателем.

Предпринимательство по-прежнему играет меньшую роль в экономике не только по сравнению со странами БРИКС, в которых каждый 8-ой вовлечен в раннее предпринимательство, но и по сравнению со странами Восточной Европы, где каждый 11-ый является таковым. В России не только низкий уровень ранней предпринимательской активности, но и большинству созданных компаний не удается преодолеть начального этапа развития индекс активности устоявшихся предпринимателей составил 2,1 %. Их доля составила 33 % от общего числа предпринимателей

Среди причин непопулярности предпринимательства эксперты выделяют не только отсутствие благоприятных, стабильных экономических условий для ведения бизнеса, но и нехватку необходимых знаний и несформированность компетенций в области предпринимательства. Кроме этого, в России пока не сформировалась предпринимательская культура.

Следует отметить, что в большинстве регионов России не существует площадок, на которых молодые люди могли бы получать актуальные знания и навыки, обмениваться информацией, разрабатывать собственные идеи, получать консультации экспертов. В результате инновационные идеи либо не появляются, либо не выходят на рынок, оставаясь в стенах вузов и научных лабораторий.

В то же время молодежный бизнес играет главную роль в решении социально-экономических проблем, таких как создание новых рабочих мест и сокращение уровня безработицы, подготовка квалифицированных кадров. Расширение возможностей и усиление влияния молодежного предпринимательства обуславливает необходимость использования его потенциала. Молодежный бизнес является существенным сегментом малого предпринимательства. Молодежь является наиболее значимым звеном в предпринимательской среде. Ведь именно сегодняшняя молодежь, молодежное предпринимательство будут определять облик нашей страны

уже через 10 лет, от развития сегодняшнего молодежного бизнеса будут зависеть темпы экономического роста и развития нашей страны завтра. Молодежь – самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы. Молодежное предпринимательство – это очень сложный сектор, который требует особенно серьезного внимания со стороны государственных органов. Его правильно построенная, целенаправленная поддержка обеспечит развитие малого предпринимательства в регионе, что, в свою очередь, приведет к экономическому росту, к повышению инвестиционной привлекательности региона. Однако молодежь сталкивается с огромными трудностями на пути создания молодежных предприятий. Эти проблемы связаны как с финансовыми трудностями в создании предприятий, так и с недостаточной образованностью молодых людей. Сюда относятся высокие ставки налогов и процентов за кредиты, отсутствие начального капитала в руках молодых людей, ограниченность или отсутствие экономических и производственных связей ввиду непродолжительности своей деятельности и недостаточности опыта. Эти и другие проблемы требуют обязательного их решения путем государственной поддержки молодежного предпринимательства. Ввиду неинформированности молодых людей о существующих методах поддержки молодежного предпринимательства существует необходимость в проведении различных акций, конкурсов, создании информационных баз в учебных заведениях. Все эти меры будут способствовать тому, что молодые люди перестанут воспринимать предпринимательство, бизнес как недоступную им сферу деятельности.

Таким образом, на сегодняшний день молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития малого бизнеса в России. Создание благоприятных условий, стимулирующих молодёжь заниматься предпринимательской деятельностью, рассматривается в различных программах общегосударственного и регионального уровня. Авторами статьи предлагается один из инструментов развития молодежного предпринимательства.

Особенности молодежного предпринимательства

Согласно статистике, примерно 300 млн молодых людей в возрасте от 18 до 30 лет во всем мире либо не имеют постоянного места работы, либо вообще являются безработными. Около 20 % из них обладают отличными способностями для начала собственного бизнеса и, в силу различных причин, только 5 % решается на это.

Выделение молодежного предпринимательства в качестве особого сегмента предпринимательства происходит потому, что в отличие от других видов предпринимательства оно имеет свои специфические признаки, сильные и слабые стороны.

Сильные стороны молодёжного предпринимательства
1.Высокая инновационная активность, инновационность мышления
2.Высокая мобильность, гибкость подходов, быстрота реакции по освоению новых рынков
3.Высокий уровень возможностей систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с меняющимися требованиями производства и рынка
4.Потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, сопровождающие предпринимательскую деятельность, особенно на её стартовом этапе
5.Предрасположенность молодёжи к риску
Слабые стороны молодёжного предпринимательства
1.Незначительный социальный опыт
Отсутствие деловой репутации
2.Слабые практические навыки применения экономических законов и механизмов
3.Проблема формирования стартового капитала
4.Недостаток личных контактов в сфере бизнеса и во властно-управленческих структурах
5.Незащищённость от воздействия бюрократических структур
6.Наиболее активный соблазн «теневого» предпринимательства и незащищённость от воздействия криминальных структур
7.Данные признаки, выделяя молодежное предпринимательство в особую категорию, определяют основные задачи по его поддержке: развитие сильных и преодоление слабых сторон.
Согласно Программе «Вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность в субъекте Российской Федерации», на сегодняшний день нерешенным остается целый ряд специфических проблем, влияющих на готовность молодых людей создавать самостоятельные бизнес-проекты. К ним следует отнести:
1. Социальные настроения. Слабо выраженным в молодежной среде остается предпринимательский дух, предполагающий готовность идти на риск, создавать новое. Молодежь сегодня охотнее отдает предпочтение перспективам самореализации в сфере крупного бизнеса или государственной службы.
2. Восприятие предпринимателей массовым сознанием. Предприниматели как социальная группа не входят в число ведущих профессиональных предпочтений молодых людей. В молодежной среде предпринимательская деятельность воспринимается в контексте скорее преодоления трудностей, чем достижения успеха.
3. Содержание образования. В традиционных учебных заведениях даются необходимые экономические знания, но не формируются стимулы и поведенческие компетенции, необходимые для успешной предпринимательской деятельности.

4. Стартовые условия. Меры, предпринимаемые в направлении поддержки малого бизнеса для молодежи как социальной группы, пока не дают видимого результата. Административные, правовые и финансовые барьеры, препятствующие свободному выходу на рынок, по-прежнему труднопреодолимы.
5. Неинформированность молодежи об организациях, осуществляющих государственную поддержку малого предпринимательства. Как показали результаты опроса, проведенного ИКСИ, о существовании таких организаций знают только 18 % респондентов. Большинство же опрошенных (69 %) ответили, что не имеют представления о существовании в их городе подобных структур. Результаты опроса свидетельствуют, что потенциальные предприниматели (66 % респондентов планируют в будущем организовать свой бизнес) не владеют информацией о том, какую поддержку они могут получить на местном уровне.

Формы поддержки молодежного предпринимательства за рубежом

Обратимся к опыту зарубежных стран и рассмотрим механизмы, стимулирующие развитие студенческого предпринимательства. Для анализа существующих в мировой практике форм поддержки студенческого и молодежного предпринимательства было проведено кабинетное исследование интернет-ресурсов и были рассмотрены некоммерческие и коммерческие организации, деятельность которых связана с финансированием, информационной поддержкой и обучением молодых предпринимателей. Условно эти организации можно разделить на следующие группы:

1) Благотворительные фонды

Первостепенной функцией таких фондов является частичное или полное финансирование стартап-проектов.

Ярким примером фонда поддержки молодежного предпринимательства является международная организация “ThePrince’sYouthBusinessInternational” (YBI), основанная Принцем Уэльским Чарльзом в Англии. Согласно отчету организации фондом было профинансировано 8 530 стартап-проектов по всему миру.

Совет директоров фонда принимает решение о финансировании проекта, а участники этого проекта впоследствии предоставляют совету директоров отчетность о деятельности созданной организации. Фонд состоит в основном из благотворительных грантов и дотаций, подробный отчет о доходах и расходах фонда можно прочитать в приложении (Годовой отчет YBI). В том же документе содержится краткое описание национальных подразделений этой организации.

2) Студенческие бизнес-клубы на базе университета

Виды деятельности: организация дискуссионных клубов; проведение учебных курсов, тренингов; консультации в различных сферах менеджмента и бизнеса.

Бизнес-клубы такого формата часто выступают в качестве информационной площадки для инвесторов. Это отличает их от консультационных

студенческих организаций, о которых будет рассказано позже. Периодически организуются конкурсы бизнес-планов, разработанных студентами – участниками клуба. Наиболее успешные авторы могут рассчитывать на финансирование своих проектов венчурными инвесторами. А также проводится сбор и предоставление информации о студенческих проектах для предпринимателей и инвесторов (коммерческих структур, благотворительных фондов и т.д.). Примерами таких организаций могут служить:
AaltoEntrepreneurshipSocietyandAaltoVenturePark, Финляндия;
Columbia Entrepreneurs Organization (CEO), США;
GSB Entrepreneur Club, США;
HBS Entrepreneurship Club, США;
University of Wisconsin Entrepreneurship Association, США;
Idelab, Швеция;
GU Holding, Швеция.

3) Национальные и интернациональные бизнес-клубы

Виды деятельности те же, что и у предыдущих. Главное отличие заключается в том, что доступ к информации получают не только студенты одного определенного университета, но любые молодые предприниматели без привязки к учебному заведению (даже если сам клуб создан на базе какого-либо университета). Примерами таких организаций могут служить:
Asia-PacificStudentEntrepreneurshipSociety (ASES), Индия и прочие государства;
National Association for Community College Entrepreneurship (NACCE), США;
Student Entrepreneur Support Project (Asian Student Entrepreneur Support Fund), Япония;
The Center for Entrepreneurship (CFE), США;
The Youth Business Support Unit (YBSU) at Sharek Youth Forum, Палестина.

4) Бизнес-кампусы

Это академические курсы с расширенной практической частью, посвященной разработке и реализации бизнес-проектов. Примерыбизнес-кампусов:
Hinman Campus Entrepreneurial Opportunities Program (Hinman CEOs), США;
The Austin Entrepreneurship Program at Weatherford Residential College, США.

5) Бизнес-инкубаторы для студентов и/или молодых предпринимателей (StudentBusinessIncubators, SBI)

Созданы для облегчения реализации бизнес-проектов предпринимателями, у которых мало опыта. Им предоставляются офисные (а также коммерческие и производственные) площади по сниженным ценам, а также прочие льготы. Для таких организаций типично предоставление консультаций в различных сферах, связанных с предпринимательским делом. Реже возможна финансовая поддержка стартапов.

Как правило, студенческие бизнес-инкубаторы (SBI) создаются на базе университетов (или других образовательных учреждений), но также есть множество независимых от университетов коммерческих структур. Такие организации могут предлагать площади и прочие услуги студентам какого-

либо конкретного университета, либо молодым предпринимателям без привязки к месту обучения. Четко отделить студенческие бизнес-инкубаторы и бизнес-инкубаторы для молодежи довольно трудно, так как на практике грань между ними размыта. Стоит отметить, что и коммерческие бизнес-инкубаторы сотрудничают с университетами тем или иным образом. Например, заказывают у университетов исследования и обмениваются информацией о перспективных студенческих проектах, которые могут претендовать на размещение в бизнес-инкубаторе. Примеров таких бизнес-инкубаторов в современном мире множество, например, некоторые из них:
Darebin Enterprise Centre Ltd (DECL), Австралия.
DUHatch Student Business Incubator, США.
The UNI Student Business Incubator of the John Pappajohn Entrepreneurial Center, США.
Student Business Incubator Program of Asheville-Buncombe Technical Community College, США.
SBI of University of Wisconsin-Madison, США.
The Student Business Incubator operated by the Office of Technology Transfer and Economic Development (TTED) at Missouri University of Science and Technology (Missouri S&T), США.
The Student Business Incubator Center, США.
Student Business Incubator, США.
Darden Business Incubator, США.
Fresno State business incubator, США.
Student Business Incubation Program, США.
The Community Foundation of Western Massachusetts Student Business Incubator (SBI), США.
Student AgencieseLab, США.
Student entrepreneurship project, Швейцария.
SUREstart Business Incubators, Шотландия.
Oakland University's SmartZone Business Incubator (OU INC), США.
The Entrepreneurship Cell of IIT Madras, Индия.
И другие.

6) Молодежные дискуссионные клубы

Такие организации не имеют целью поддержку реализации бизнес-проектов участников, но созданы для воспитания предпринимательской культуры, для образования молодежи в сфере бизнеса. Традиционно они занимаются организацией студенческих конференций, бизнес-школ, семинаров с участием опытных бизнесменов. Однако они не преследуют целью финансовую или же информационную поддержку молодежныхстартап-проектов, поэтому мы не будем подробно рассматривать организации такого типа в данном исследовании. В качестве примера можно указать австралийскийBusinessStudentClub на базе Университета Квинсленда (UniversityofSouthernQueensland) и CollegiateEntrepreneurs’ Organization, США.

7) Консультационные студенческие организации

Это студенческие сообщества, которые, напротив, созданы именно для поддержки студентов, начинающих реализацию своих бизнес-проектов. Они помогают молодым предпринимателям в составлении бизнес-планов, консультируют в финансовых, бухгалтерских, маркетинговых вопросах. Стоит отметить, что такие организации и сообщества предоставляют информационную поддержку без финансирования стартапов. Так как поддержка стартап-проектов не является целью подобных клубов, то они не являются объектом данного исследования, и мы не будем останавливаться на них подробно. В качестве примера можно указать StudentBusinessServices, созданный на базе Университета Окленда (OaklandUniversity), США, штат Мичиган.

Анализ различных форм стимулирования молодежного предпринимательства показывает, что поддержка осуществляется в разных направлениях: финансовая, консалтинговая, информационная, инфраструктурная, образовательная. Среди наиболее распространенных форматов можно выделить различные клубы, которые объединяют по интересам молодежную аудиторию.

Всероссийская сеть молодежных бизнес-клубов как средство развития молодежного предпринимательства

В российской практике существуют отдельные инициативы, направленные на поддержку и развитие молодежного предпринимательства. В основном это клубы студенческой инициативы, например, Нижегородский бизнес-клуб «Предприниматель», Казанский бизнес-клуб «Навигатор», Новгородский «Молодежный бизнес клуб», Ижевский клуб предпринимателей «Стимул», Челябинская «Школа молодежного предпринимательства», Центр корпоративного предпринимательства Владивостока, Инвестиционный клуб ЦКП, Томский Клуб Молодых Предпринимателей и др.

В таких клубах студенты совместно разрабатывают бизнес-планы, делятся опытом, решают бизнес-кейсы и т.д. К недостаткам такого формата можно отнести отсутствие системной организационной работы и партнерского взаимодействия с успешными региональными предпринимателями.

По нашему мнению, механизмом формирования инновационной экосистемы на уровне молодежного сообщества может выступать комплексная программа, в основе которой лежит создание сети всероссийских межвузовских бизнес-клубов, объединяющих молодых энергичных предпринимателей «нового типа», обладающих актуальными знаниями, новым прогрессивным мышлением. Деятельность клуба должна быть направлена на формирование нового мировоззрения, поддержку молодых людей с активной жизненной позицией, создание условий для развития их предпринимательской инициативы. По сути, будет создан механизм, интегрирующий элементы экосистемы и способствующий взаимодействию государства, бизнеса, науки и образования, а также обеспечивающий эффективные коммуникации между молодежью и всеми стейкхолдерами.

Всероссийская сеть межвузовских бизнес-клубов должна состоять преимущественно из представителей двух заинтересованных сообществ – предпринимательского и молодежного.

Первая группа – молодежь в возрасте от 17 до 30 лет:

ориентированная на создание своего дела;

желающая продолжать семейный бизнес;

заинтересованная в скорейшем заработке.

По результатам исследования, проведенного НИУ ВШЭ – Нижний Новгород, доля активных и инициативных студентов не превышает 10 % от общего числа. В основном это студенты, интересующиеся программами предпринимательской подготовки, управленческого и личностного развития. Поиск и привлечение такой молодежи будет осуществляться преимущественно через уже существующие городские и вузовские молодежные организации.

Вторая группа – социально-ответственные предприниматели (потенциальные партнеры и участники клуба):

заинтересованные в поиске и привлечении в свою компанию молодых инициативных работников;

желающие передать накопленный опыт и знания в сфере предпринимательства;

находящиеся в поиске новых бизнес-идей и проектов.

Специфика Всероссийской сети межвузовских бизнес-клубов и технология организации ее работы заключаются в системном подходе к решению проблемы поиска и разработки инновационных и бизнес-проектов на стадиях seed и pre-seed. Из схемы видно, что молодежные инновационные проекты получают всестороннюю помощь: финансовую, консультационную, информационную и организационную. Такой комплексный подход будет способствовать увеличению количества молодежных инновационных проектов и повышению их жизнеспособности на рынке.

Система Всероссийской сети межвузовских бизнес-клубов соответствует модели скрининга инновационных идей «Воронка» Уилрайта – Кларка: на начальном этапе большое количество молодежных бизнес-идей проходит поэтапный экспертный отбор, команды разработчиков получают всестороннюю поддержку, что приводит в дальнейшем к запуску на рынок жизнеспособных инновационных молодежных проектов. Таким образом, система работы всероссийской сети направлена на формирование и постоянное пополнение потока молодежных бизнес-проектов.

В рамках образовательного направления участники клуба получают информацию в области инновационного предпринимательства. Образовательный компонент затрагивает ключевые темы управления инновационными и бизнес-проектами: методы генерирования идей, истории успеха в бизнесе, организация бизнеса с нуля, юридические аспекты организации предприятия, работа и подбор персонала, командообразование, маркетинговые стратегии, выбор системы налогообложения, оценка рисков в бизнесе, организация системы продаж инновационных продуктов и др.

Поставщиками знаний являются бизнесмены, топ-менеджеры, ведущие преподаватели региональных вузов. В ходе проведения семинаров используются активные методы обучения: деловые игры, круглые столы, дебаты, кейсы, мозговые штурмы. Массовое привлечение активной молодежи к мероприятиям этого направления в т.ч. выполняет задачу продвижения клуба.

В рамках практического направления проектные команды имеют возможность получить консультационную помощь бизнес-экспертов. Кроме этого, участникам предоставляется информация о профильных фондах и способах получения государственной поддержки, их знакомят с системой работы бизнес-инкубаторов и технопарков.

Общая логика заседаний такова, что на начальном этапе происходит формирование межфункциональных команд. Процедура знакомства включает в себя ряд мероприятий по командообразованию, составление ресурсной карты членов клуба и ролевую игру, направленную на выявление личностных компетенций. На основании проведенного анализа состава участников клуба, определяются критерии для формирования команд, включающих представителей различных профессиональных областей и интересов. Далее в процессе командной работы генерируются бизнес-идеи и организовывается их презентация, в результате которой формируется рейтинг бизнес-идей. Для лучших идей определяются «идейные вдохновители» (инноваторы). После этого членам клуба предоставляется возможность «перегруппироваться» в команды в соответствии с их собственными интересами и предпочтениями для реализации проектов.

Последующие этапы деятельности клуба направлены на разработку и реализацию проектов. Промежуточные результаты работы межфункциональных команд презентуются на специальных семинарах, в ходе которых участники могут обменяться мнениями и опытом, задать вопросы и получить необходимую информационную поддержку.

Всероссийская сеть межвузовских бизнес-клубов – это система из региональных бизнес-клубов (рисунок 3), интегрированная в международную инновационную молодежную среду.

В качестве параметров привлекательности городов, в которых могут быть созданы региональные бизнес-клубы, можно предложить следующие критерии:

Численность населения.

Уровень развития инновационной инфраструктуры (наличие бизнес-инкубаторов, технопарков, существующих студенческих бизнес-клубов и др.).

Количество научных организаций (научно-исследовательские институты (НИИ), научно-производственные объединения (НПО), конструкторские бюро (КБ), проектные организации (ПО).

Характеристики города: статус, географическое положение.

Наличие финансовых структур, занимающихся инвестированием в инновационные проекты (представительство Фонда содействия развитию

малых форм предпринимательства в научно-технической сфере (ФСР МФП НТС), ассоциации бизнес-ангелов, венчурные фонды и др.).
Всероссийская сеть бизнес-клубов должна состоять из типизированных взаимосвязанных элементов (региональных клубов), управление которыми осуществляется посредством Координирующего Центра. На начальных этапах формирования сети основными функциями Координирующего Центра будут являться разработка и оптимизация механизмов работы (ключевых процессов, процедур, регламентов), а также управление процессом создания новых клубов сети. На последующих этапах Координирующий Центр должен обеспечивать эффективное функционирование сети, ее непрерывное развитие и совершенствование.

Формирование сети может производиться в несколько этапов:

Первый этап – запуск пилотного проекта из 5 клубов. Данный этап должен являться определяющим для построения всей сети межвузовских клубов, поскольку в рамках его проведения будет происходить отладка ключевых процессов взаимодействия элементов системы, оптимизация технологии управления и корректировка регламентов работы сети.
Второй этап направлен на создание «точек роста» в каждом округе РФ. В рамках данного этапа может быть организовано до 10 клубов в наиболее крупных центрах России. Несмотря на то, что работа созданных клубов будет проводиться по отлаженной технологии, опыт их функционирования должен накапливаться и анализироваться. Лучшие управленческие практики должны быть внедрены как для повышения эффективности работы действующей сети, так и учтены при создании клубов на последующих этапах.
Третий этап запуск следующих 10 клубов. К моменту завершения данного этапа сеть должна представлять собой молодежное сообщество, объединяющее более 4000 действительных представителей, активно участвующих в мероприятиях клуба и более 100000 дистанционных членов по всей России, активно взаимодействующих не только в рамках сетевых и локальных мероприятий, но и посредством глобального информационного портала, интегрирующего знания, контакты и предпринимательский опыт клубов 25 городов РФ.
Четвертый этап – заключительный этап реализации проекта направлен на интеграцию Всероссийского сообщества молодых предпринимателей в международную сеть молодежных предпринимательских сообществ. Для этого основной задачей клуба должна стать организация взаимодействия и создание возможностей для реализации совместных мероприятий по интегрированию в сообщество предпринимателей Европы и других стран.
Процесс создания одного регионального клуба, входящего в состав сети, представлен на рисунке 4. Последовательное выполнение разработанного алгоритма позволит в короткие сроки запустить действующие площадки клубов в обозначенных регионах.
На первом этапе осуществляется формирование инициативной группы из числа молодежи, члены которой станут организаторами и активными участниками регионального клуба. Поиск и отбор претендентов в эту группу

предполагается проводить в первую очередь на Всероссийском молодежном образовательном форуме «Селигер» и за счет установления деловых контактов с активной молодежью регионов в рамках других мероприятий и через городские студенческие организации. Выбор форума «Селигер» обусловлен наличием широко представленной потенциальной целевой аудитории (возраст участников 18-30 лет), а также охватом и разнообразием регионов-участников. Для выявления потенциальных претендентов в региональную группу организаторов на форум выезжают представители координирующего центра, проводят разъяснительную и агитационную работу, формируют базу участников, договариваются о возможности дальнейшего сотрудничества.

На втором этапе происходит поиск регионального вуза-партнера, на базе которого будет реализовываться деятельность бизнес-клуба. Вузом-партнером может стать ведущее в регионе многопрофильное высшее образовательное учреждение, осуществляющее активную научно-исследовательскую и образовательную деятельность. Вуз-партнер предоставляет на безвозмездной основе помещение для проведения мероприятий клуба, оргтехнику, телефонную связь, доступ к сети Интернет. Кроме этого, из числа профессорско-преподавательского состава выбирается куратор регионального клуба, ответственный за дальнейшее взаимодействие регионального партнера с координирующим центром и за реализацию образовательного компонента программы клуба. Сотрудничество с Всероссийской сетью бизнес-клубов «Предприниматель» позволяет вузу стать центром развития молодежного инновационного предпринимательства в регионе, способствует укреплению имиджа как образовательного учреждения, внедряющего инновационные образовательные технологии.

На третьем этапе происходит заключение договора о сотрудничестве Некоммерческого партнерства с региональным вузом.

Четвертый этап связан с открытием филиала Некоммерческого партнерства в регионе. Назначается руководитель филиала, с ним заключается трудовой договор. Далее, в соответствии с ФЗ «О некоммерческих организациях», регистрация филиала Некоммерческого партнерства осуществляется в ИФНС путем подачи уведомления о создании филиала. Затем заключаются трудовые договоры (или договоры подряда) с остальными сотрудниками филиала: специалистом по PR и менеджером клуба. Данные сотрудники выбираются из числа инициативной группы молодежи, сформированной на первом этапе.

На пятомэтапе происходит согласование регламентов работы регионального клуба с координирующим центром, разработка программы мероприятий на год и кампании по привлечению активной молодежи на региональную площадку.

Шестой этап связан с привлечением региональным клубом партнеров на городском и областном уровнях: вузов, бизнес-инкубаторов, технопарков, предпринимательских сообществ и других элементов региональной инновационной системы. Эта задача возлагается на сотрудников филиала. В

результате реализации данного этапа сотрудниками нарабатываются деловые контакты, и формируется пул партнеров, с которыми заключаются договоры о сотрудничестве (соглашения).
На следующем этапе происходит официальное открытие и начинается функционирование филиала. Открытию предшествует реализация разработанной ранее кампании по привлечению активных участников клуба.
Реализация восьмого этапа предполагает открытие региональной страницы на виртуальном портале сети. Сотрудники филиала предоставляют контент, содержащий информацию о привлеченных партнерах, материалы о текущей деятельности, программу региональных мероприятий для размещения на портале.
С последующего этапа начинается осуществление запланированной в регионе программы мероприятий, которая может быть скорректирована по мере ее реализации. Сотрудниками филиала предоставляются ежемесячные, ежеквартальные и ежегодные отчеты о деятельности регионального клуба директору координирующего центра. А также, по итогам каждого заседания, в информационный отдел Координирующего центра предоставляются отчетные видео и текстовые материалы.
Мероприятия сети организовываются на двух уровнях локальном (региональном) и сетевом (всероссийском). Организация мероприятий на локальном уровне находится в компетенции региональных команд, в то время как сетевые мероприятия готовятся и проводятся централизованно сотрудниками координирующего центра.
Тематические встречи
Встречи с предпринимателями и бизнес-экспертами, инноваторами и инвесторами. Форма проведения: семинары, «круглые столы», деловые игры, мозговые штурмы, тренинги, мастер-классы, презентации и экспертные сессии лучших проектов. Ключевые мероприятия представляют собой реализацию практического компонента формата клуба и служат инструментом повышения уровня компетентности участников в вопросах построения и развития инновационного бизнеса.
Практические встречи – «Инфорумы»
Встречи участников проектных команд и экспертов. Форма проведения: «круглый стол», презентация в группе, дискуссия. Участники проектных команд получают консультационную поддержку со стороны приглашенных экспертов. Данный инструмент работы с командой дает возможность стимулировать развитие инновационного проекта, реализуемого участниками клуба, выполнять периодическую оценку качества выполняемой работы, поддерживать процессы командного развития, готовить проект к рассмотрению его инвесторами.

Кейс-клуб
Встречи по решению бизнес-кейсов и анализу бизнес-ситуаций, предлагаемых действующими представителями бизнес-среды – региональными компаниями. Возможно проведение региональных

чемпионатов по решению бизнес-кейсов. Победители региональных чемпионатов имеют возможность участвовать в общероссийских.

Клуб носителей языка

Встречи-дискуссии, объединяющие студентов иностранных государств (носителей языка) и российских студентов, желающих улучшить знания иностранных языков.

Дополнительные форматы встреч

Члены клуба предлагают свои варианты форматов встреч в качестве направления деятельности регионального клуба. Например, экскурсии на предприятия, тематические дискуссионные клубы и так далее, что стимулирует активность членов клуба.

Заключение

Значительная часть молодежи проявляет высокую активность в предпринимательской деятельности, но по причине отсутствия реального механизма поддержки молодежного предпринимательства большинство начинаний либо закрывается в течение первых нескольких месяцев работы, либо уходит в сторону нелегального, а нередко и криминального бизнеса. Молодые предприниматели остро нуждаются в экспресс-обучении основам предпринимательской деятельности, консультационном обслуживании, помещениях, оснащенных современными средствами связи и оргтехникой, бухгалтерских и многих других услугах на льготных условиях. Общество нуждается в развитии молодежного предпринимательства, поощрении и распространении его цивилизованных форм. Молодежные малые предприятия могут способствовать созданию дополнительных рабочих мест при значительно меньших затратах, чем на крупных предприятиях, что способно частично решить проблему безработицы в области. Несмотря на то что, что в области существует подпрограммы «Поддержка предпринимательской деятельности молодежи», в большинстве случаев она так и остается только на бумаге.

Проведенный анализ отечественного и зарубежного опыта форм и способов поддержки и развития молодежного предпринимательства показал, что в настоящее время в России отсутствует целостная система, способствующая формированию потока молодежных инновационных проектов и единого коммуникативного пространства среди активной молодежи.

Одним из таких инструментов может стать Всероссийская сеть межвузовских бизнес-клубов «Предприниматель». В данной статье разработаны основные концептуальные положения создания этой сети, структура и механизмы формирования сети, сформулированы основные результаты и ожидаемые эффекты.

Реализация разработанной концепции Всероссийской сети межвузовских бизнес-клубов «Предприниматель» будет способствовать:

- интенсификации потока молодежных предпринимательских проектов; созданию кадрового резерва для повышения конкурентоспособности национальной инновационной системы;

- аккумуляции интеллектуального потенциала в России;
- увеличению количества социально-ответственных представителей бизнеса;
- распространению идеологии предпринимательства среди молодежи, в т.ч. за счет донесения историй успехов российского бизнеса;
- увеличению количества рабочих мест за счет развития малого предпринимательства.