



СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕГИОНАХ РОССИИ¹

А.Ю. МАНОХИН

Тамбовский филиал негосударственного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский Новый Университет»

e-mail:

manockhin_a@rambler.ru

Развитие рыночных отношений в условиях интеграции национальной экономики в мировое хозяйство вызывает потребность в стратегических изменениях к подходу формирования программ развития молодежного малого и среднего предпринимательства в современной России. В статье предложена стратегия развития молодежного малого и среднего предпринимательства в регионах России. Особое внимание обращено на отсутствие федеральной и региональной политики в области развития молодежного малого и среднего предпринимательства.

Ключевые слова: малый бизнес, малое и среднее предпринимательство, молодежное предпринимательство, молодежь, стратегия развития, программа реформирования, регионы России.

Молодежное предпринимательство, как социально-экономическое явление, находится сейчас в условиях интеграции национальных экономик в мировое хозяйство, в центре внимания ученых, экономистов, социологов и т.д. В зависимости от макроэкономических задач, стоящих перед обществом, меняется понятие о содержании предпринимательства и его организационно-институциональной форме.

Происходит переоценка роли и места молодежного малого и среднего предпринимательства в экономике России. Возрастает потребность в развитии молодежного предпринимательства как основного фактора ускоренного социально-экономического развития региона. В связи с этим, в России в последние годы предпринимаются существенные меры по созданию условий для развития молодежного малого и среднего предпринимательства. Тем не менее, институт молодежного предпринимательства продолжает испытывать серьезные трудности в своем развитии. Молодежный малый и средний бизнес обусловлен его противоречивостью, неоднородностью не только в форме организации производства, способов хозяйствования, но и мотивов деятельности, основополагающих принципов, составляющих сущность данного явления. Особенностью становления молодежного малого и среднего бизнеса в России является его исторический период формирования, очерченный кратчайшим временным отрезком, основными источниками накопления капитала, отсутствием правового законодательства на момент его создания. Следовательно, сущностная основа развития молодежного малого и среднего предпринимательства в России – еще не сложившаяся, не утвердившая себя эволюционная модель, качественное содержание которой просматривается лишь в тенденционном плане. Поэтому, развитие данного института необходимо рассматривать в динамике социально-экономических процессов, которые происходят в экономике страны, и его сегодняшнее состояние может быть понято лишь после анализа закономерностей и тенденций в генезисе его развития.

Таким образом, исследование данной проблемы является чрезвычайно актуальным и направлено на разработку стратегии развития молодежного малого и среднего предпринимательства в регионах России. Цели и задачи данной стратегии нашли выражение в Концепции социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г., установившей в качестве целевого ориентира переход от экспортно-сырьевого к инновационному типу развития экономики.

Разработка стратегии развития малого и среднего предпринимательства применительно к российской экономике требует обращения к ее прошлому. Следует отметить, что та или иная экономическая форма успешно развивается, если имеет корни в отечественной хозяйственной жизни. Исторически обусловленная специфика развития предпринимательства на русской почве, экономические и психологические особенности его формирования и восприятия в России оказывают немалое воздействие на реальный ход реформ. Не только экономические условия, но и особая ментальность, культура, психология, заставляют с собой считаться. «...Преследуя цель экономического оздоровления и обновления России, – не следует забывать и о духовных его предпосылках, а именно о выра-

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009-2013 гг.», проект № 14.А18.21.0066 «Разработка стратегических направлений повышения конкурентоспособности экономики российских регионов с учетом влияния современных факторов развития».



ботке соответствующей хозяйственной психологии», – писал в начале прошлого века С. Н. Булгаков¹. С. Н. Булгаков¹.

Поэтому поиск модели общественного устройства разработка стратегии и тактики реформ предполагают «обобщение и осмысление огромного эмпирического материала, раскрывающего влияние социокультурных, национальных, религиозных и других факторов на характер и тенденции предпринимательства, в частности, и экономического развития российского общества в целом»².

Исторические, содержательные и сущностные аспекты предпринимательства находят отражение в самых разных источниках: нормативных, правовых, статистических документах, мемуарах, автобиографиях, экономических, исторических, социологических исследованиях предпринимательства, художественной литературе. В. Зомбарт писал: «...источники для раскрытия хозяйственной жизни текут из изобилия для каждого, чьи глаза открылись для исследования этой проблемы»³.

История развития современного малого и среднего предпринимательства в регионах началась с конца 80-х – начала 90-х годов и развивалась параллельно с процессом формирования предпринимательства в России. С точки зрения макроэкономической политики, законодательства и институциональных изменений, в развитии предпринимательства за последнее десятилетие можно выделить по меньшей мере шесть основных этапов⁴:

I этап, кооперативный (1987-1991 гг.), обусловленный легализацией частного сектора, волной «новой кооперации» и индивидуальной деятельности.

II этап, стагнирования (1991-1994 гг.), характеризующийся полной легализацией частного предпринимательства, приватизацией и разгосударствлением.

III этап, транзитарный (1994- 1997 гг.), связанный с переходом к рыночным отношениям, формированием полноправного и мощного негосударственного сектора в экономике и переходом к социально-ориентированному рыночному хозяйству.

Разразившийся в августе 1998 года кризис дал отсчет началу нового, IV, этапа в развитии предпринимательства в России (1998-2000 гг.). Следствиями кризиса стали понесенные многими экономическими субъектами значительные финансовые потери, временный паралич платежно-расчетной системы, фактическое прекращение кредитования, резкое ускорение спада реального производства, масштабное сворачивание деятельности в наиболее рыночно продвинутых секторах российской экономики, существенное сокращение реальных доходов, снижение уровня жизни населения, заметное увеличение безработицы.

V этап в развитии предпринимательства (2001-2004 гг.) наглядно продемонстрировал ограниченность его потенциала возможностей предпринимательства как самостоятельного сектора экономики, способного в короткие сроки преодолеть кризисную ситуацию и стать одним из решающих факторов экономического подъема в России.

VI – этап (2008-2020 гг.), главным принципом которого должна являться трансформация экономических и правовых условий для саморазвития конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства с учетом отраслевых, географических, национальных, особенностей и традиций, зарубежного опыта, а также в условиях глобализации.

Государственная поддержка субъектов малого предпринимательства является средством достижения социально-экономических целей текущего и перспективных этапов экономического развития России на основе создания механизмов эффективной конкуренции. Основная цель экономической трансформации – достижение экономического роста, создание эффективной экономики, обеспечивающей высокий уровень жизни населения, реальное участие России в мировом экономическом сообществе, рост конкурентоспособности российской экономики⁵.

Становление и развитие молодежного малого и среднего предпринимательства в современной России происходило параллельно с развитием малого и среднего предпринимательства в России в целом.

При разработке стратегии развития молодежного малого и среднего предпринимательства в регионах России важно определить институциональные основы молодежного малого и среднего предпринимательства на федеральном и региональном уровнях.

Ведение предпринимательской деятельности требует своего правового обеспечения. В Российской Федерации она регулируется, прежде всего, Конституцией и Гражданским кодексом, кото-

¹Булгаков С. Н. Два града. Т.1. М., 1992.

²Абалкин Л. И. Против однородности, за целостное видение социально-экономических процессов // Вопросы экономики. 1993. № 8. С.4-12.

³Зомбарт. В. Буржуа. М., 1994. С. 274.

⁴Поляков А. А. Институт предпринимательства в социально-экономическом развитии региона: Дис. ... к. э. н. Тамбов, 2006. С. 142.

⁵Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в современной России: монография / А.Ю. Манохин. – Тамбов: Изд-во Першина Р.В., 2010. – 138 с.



рые гарантируют право каждого гражданина на использование для этого своих способностей, возможностей и имущества.

Институт предпринимательства в Российской Федерации основан на положениях ст. 8 Конституции РФ, которыми «гарантируется единство экономического пространства, свободное перемещение товаров, услуг и финансовых средств, поддержка конкуренции, свобода экономической деятельности», а также закрепленными в ст. 34 правами каждого лица «на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской ... деятельности»¹.

Понятие предпринимательства дано в ст.2 ГК РФ, а отношения, связанные с малым и средним предпринимательством, регулируются на федеральном уровне федеральным законом от 24 июля 2007 г. №209-ФЗ "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" и постановлением Правительства РФ от 22 июля 2008 г. №556 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства». Самостоятельное значение имеет и 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».

Однако, на федеральном законодательном уровне не закреплено понятие молодежное предпринимательство, понятие субъект молодежного предпринимательства и молодежное предприятие, а это необходимо, чтобы обеспечить комплексное регулирование и поддержку молодежного малого и среднего предпринимательства на федеральном и региональном уровнях.

В некоторых регионах России молодежное предпринимательство имеет законодательную базу (например, постановление правительства г. Москвы от 19 сентября 2006 г. N 696-ПП " О молодежном предпринимательстве в городе Москве".), в других законодательно не закреплено (например, в Тамбовской области понятие молодежного предпринимательства на региональном законодательном уровне не определено²).

Новым фактором в развитии малого и среднего предпринимательства в России является то, что Государственная дума на своем заседании 10 июля приняла решение о ратификации договора о вступлении России в ВТО³. Протоколом предусматривается, что Россия в качестве государства - члена ВТО принимает на себя все обязательства по Марракешскому соглашению об учреждении ВТО. Переходные периоды для либерализации доступа на рынок составляют 2-3 года, по наиболее чувствительным товарам - 5-7 лет. К чувствительным отраслям, в которых могут возникнуть определенные экономические и финансовые сложности в связи с новыми условиями, вызванными членством России в ВТО, относятся автомобильная промышленность, сельское хозяйство, сельхозмашиностроение, легкая промышленность⁴. На наш взгляд ратификация протокола окажет существенное влияние на развитие института молодежного малого и среднего предпринимательства в нашей стране.

Важным этапом при разработке стратегии развития молодежного малого и среднего предпринимательства является анализ существующей инфраструктуры поддержки молодежного малого и среднего предпринимательства. Определение инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства дается в статье 16. Федерального закона Российской Федерации от 24 июля 2007 г. N 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». В настоящее время в различных регионах России сложилась своя инфраструктура поддержки молодежного малого предпринимательства, которая должна обеспечивать оптимальные условия развития молодежного малого и среднего предпринимательства бизнеса. В каждом регионе инфраструктура поддержки молодежного малого предпринимательства состоит из совокупности организаций (государственных, общественных, коммерческих и т.п.), основная цель деятельности которых – создание благоприятных условий для работы субъектов малого бизнеса (центры и фонды поддержки малого бизнеса, технопарки, бизнес-инкубаторы, консалтинговые фирмы, информационные агентства, бизнес-центры и другие). От того, насколько будет развита инфраструктура поддержки малого предпринимательства на региональном уровне, во многом будет зависеть и эффективность её деятельности. Решением вопросов развития малого и среднего бизнеса в России занимается несколько министерств и ведомств: Минфин и Минэконом России, Государственный комитет по делам молодежи и Государственный комитет по поддержке и развитию малого предпринимательства, Министерство общего и профессионального образования, и некоторые другие. Но они осуществляют поддержку малого бизнеса на федеральном уровне, а для молодых предпринимателей нужна также и поддержка на региональном и муниципальном уровнях.

¹ Конституция Российской Федерации. М.: Проспект, 2012. 48 с.

² Официальный сайт администрации Тамбовской области <http://www.tambov.gov.ru/>

³ <http://www.rg.ru/2012/07/10/vto-site.html>

⁴ http://www.wto.ru/ru/news.asp?msg_id=29030



Одним из положительных моментов в развитии малого и среднего предпринимательства является создание института уполномоченного при президенте РФ по защите прав предпринимателей им назначен председатель «Деловой России» Борис Титов¹.

На сегодняшний день не все регионы могут "похвастать" наличием обширной инфраструктуры поддержки молодежного малого предпринимательства. Безусловно, лидером по созданию наиболее развитой инфраструктуры является Москва, развита хорошая инфраструктура в Санкт-Петербурге и некоторых других крупных городах, но многие регионы такого количества организаций, оказывающих поддержку малому предпринимательству, не имеют.

К примеру, в Москве инфраструктура поддержки малого предпринимательства состоит из 80 организаций, включая 10 бизнес-инкубаторов, 12 фондов поддержки малого предпринимательства и другие организации; в Московской области действует 6 бизнес-центров и 22 фонда поддержки малого бизнеса. А, например, в Тамбовской области всего 2 бизнес-инкубатора и 1 фонд поддержки малого и среднего бизнеса, поддержкой молодежного предпринимательства занимается «Региональный центр поддержки молодежного малого предпринимательства» созданный в 2011 году при Тамбовском филиале НОУ ВПО «Российского Нового Университета», в состав которого входит «Мобильный центр экономико-правовой помощи сельской молодежи Тамбовской области»².

Еще одним важным этапом подготовки стратегии развития молодежного малого и среднего предпринимательства является анализ демографической ситуации в регионах России, особенно, в сельской местности. В российских регионах довольно острой стоит проблема занятости молодежи на селе, высока доля молодых сельских жителей, имеющих статус безработных в течение длительного времени, вследствие чего теряется квалификация, уверенность в себе, а также наблюдается отток молодежи из села в областные центры и другие регионы России (особенно в московский регион и Санкт-Петербург). В качестве основных причин оттока молодежи из сельской местности можно выделить: отсутствие рабочих мест на селе и невысокий уровень заработной платы в аграрном секторе области. Основной отток из села идет за счет молодежи в возрасте от 16 до 35 лет, удельный вес которой в сельском населении сокращается, а именно эта часть населения является наиболее трудоспособной и грамотной³. А в 2009 г. Россию покинуло 318320 человек в возрасте от 20 до 24 лет⁴.

При разработке стратегии развития молодежного малого и среднего предпринимательства необходимо также учитывать наличие коррупционных барьеров и «теневой» экономики в России и ее регионах (по данным Всемирного банка в 2011 году доля теневой экономики в отечественном ВВП составляет 48,6%, в рейтинге «ведение бизнеса» Россия занимает 123 место среди 183)⁵.

Перед молодыми людьми планирующими создать собственное дело или уже имеющими его остро стоит проблема привлечения финансовых ресурсов на разных стадиях создания и развития бизнеса. Эта проблема обусловлена не только возможностью подтвердить банку свою платежеспособность или провести экспертизу проекта, получить гарантии от различных государственных и негосударственных фондов, занимающихся поддержкой малого и среднего предпринимательства, и получить помощь в залоговом обеспечении, а особенностью предоставления банковских кредитов молодым людям, планирующим открыть собственный бизнес. Крупные отечественные банки (ЗАО «ВТБ 24», ОАО «Российский Сельскохозяйственный банк», «Сбербанк России» и др.) устанавливают молодым людям возрастной ценз 20-21 год, с которого начинается предоставление банковского кредита на создание бизнеса, а заниматься предпринимательской деятельностью согласно гражданскому кодексу РФ гражданам можно с 16 лет. В результате, за бортом банковского сектора оказываются молодые люди не достигшие возрастного ценза - это выпускники среднеспециальных учебных заведений, получившие специальность в сфере обслуживания автотранспорта, общественного питания, бытового обслуживания населения, производства и т.п., особенно, молодые люди (в возрасте от 16 до 21 года), проживающие в сельской местности, имеющие опыт ведения личного подсобного хозяйства, получившие среднеспециальное сельскохозяйственное или другое образование и отслужившие армию, и не имеющие возможность трудоустройства по месту проживания.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что на современном этапе отсутствует системный (комплексный) подход координации деятельности государственных органов, отвечающих за развитие молодежного малого и среднего предпринимательства. Как результат, в современной России не существует четко сформулированных понятий «молодежное предпринимательство» и «субъект молодежного предпринимательства»; нет четко сформулированной политики, опре-

¹ <http://президент.рф/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/15721>

² <http://publ.tambov.gov.ru/page/5>

³ Манохин, А.Ю. Мониторинг и оценка развития молодежного малого и среднего предпринимательства в сельской местности Тамбовской области / А.Ю. Манохин // Проблемы и перспективы развития молодежного малого и среднего предпринимательства в сельской местности. I всерос. науч.-практ. конф. / изд.во ТФ Рос. нов. ун-т. – Тамбов, 2011. – С. 58–62.

⁴ Данные Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru

⁵ Исследования всемирного банка: ведение бизнеса в 2011 году. <http://gtmarket.ru/news/state/2010/11/05/2720>



деляющей цели и задачи поддержки и развития молодежного малого и среднего предпринимательства; не выражено взаимодействие государственных и общественных, негосударственных сегментов, ориентированных на поддержку молодежного малого и среднего предпринимательства; не эффективно работают банковские институты, занимающиеся финансированием субъектов малого и среднего предпринимательства.

В результате, считаем, что в основе развития молодежного малого и среднего бизнеса находится стратегия, которая должна пройти различные этапы в условиях современной России. Для этого необходимо разработать программу реформирования малого и среднего предпринимательства, базисным положением которой выступает совершенствование стратегии развития малого и среднего бизнеса на основе взаимодействия института предпринимательства и власти, направленного на повышение конкурентоспособности экономики региона.

Стратегия развития молодежного малого и среднего предпринимательства в регионах России должна быть рассчитана на период до 2020 года, ориентироваться на поддержку приоритетных направлений «Концепции социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г» и основываться на следующих принципах:

- выделение основных системообразующих направлений в системе формирования молодежного малого и среднего предпринимательства в регионах России;
- учет особенностей социально-экономического различия российских регионов, их специализации, инвестиционного климата и потенциала;
- учет особенностей и потребностей различных групп молодежи, склонных к предпринимательской деятельности;
- учет национальных и конфессиональных особенностей молодых людей к предпринимательской деятельности;
- взаимодействие государства, институтов гражданского общества и представителей бизнеса;
- информационная открытость;
- независимость (общественной) оценки результатов Стратегии;
- учет условий вступления России в ВТО.

В рамках реализации стратегии должна быть разработана программа развития молодежного малого и среднего предпринимательства, основными направлениями которой станут нижеследующие.

1. Совершенствование стратегии и тактики взаимодействия представителей молодежных малых предприятий и власти.
2. Совершенствование законодательства в области поддержки молодежного малого и среднего бизнеса.
3. Совершенствование механизмов, обеспечивающих молодежным малым и средним предпринимательским структурам доступ к финансовым ресурсам.
4. Снижение административных барьеров на пути развития молодежного малого и среднего предпринимательства.
5. Активное взаимодействие предприятий молодежного малого и среднего бизнеса с региональными кластерами для более эффективного развития молодежного малого предпринимательства и повышение конкурентоспособности регионального кластера.
6. Создание институтов частно-государственного партнерства.
7. Государственную поддержку модернизации и технического оснащения предприятий молодежного малого и среднего бизнеса с использованием лизинга.
8. Поддержку инновационной деятельности.

Разработка стратегии развития молодежного малого и среднего предпринимательства позволит смягчить неблагоприятные условия процесса вхождения России в ВТО, является одним из факторов повышения конкурентоспособности экономики регионов, страны в целом.

Список литературы

1. Абалкин Л. И. Против однородности, за целостное видение социально-экономических процессов // Вопросы экономики. 1993. № 8. С.4-12.
2. Булгаков С. Н. Два града. Т.1. М., 1992.
3. Данные Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru
4. Зомбарт. В. Буржуа. М., 1994. С. 274.
5. Исследования всемирного банка: ведение бизнеса в 2011 году. <http://gtmarket.ru/news/state/2010/11/05/2720>
6. Конституция Российской Федерации. М.: Проспект, 2012. 48 с.
7. Манохин, А.Ю. Мониторинг и оценка развития молодежного малого и среднего предпринимательства в сельской местности Тамбовской области / А.Ю. Манохин // Проблемы и перспективы развития молодежного малого и среднего предпринимательства в сельской местности. I всерос. науч.-практ. конф. / изд.во ТФ Рос. нов. ун-т. – Тамбов, 2011. – С. 58–62.



8. Официальный сайт администрации Тамбовской области <http://www.tambov.gov.ru/>
9. Поляков А. А. Институт предпринимательства в социально-экономическом развитии региона: Дис. ... к. э. н. Тамбов, 2006. С. 142.
10. Стратегия развития малого и среднего предпринимательства в современной России: монография / А.Ю. Манокхин. – Тамбов: Изд-во Першина Р.В., 2010. – 138 с.
11. <http://www.rg.ru/2012/07/10/vto-site.html>
12. <http://президент.рф/%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8/15721>
13. <http://publ.tambov.gov.ru/page/5>
14. http://www.wto.ru/ru/news.asp?msg_id=29030

STRATEGY OF THE DEVELOPMENT OF YOUTH SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE REGIONS OF RUSSIA

A. YU. MANOKCHIN

*Tambov Affiliate of Russian
New University, Tambov*

e-mail:

manockhin_a@rambler.ru

The development of market relations under the conditions of the integration of the national economy into the world economy causes the need for the strategic changes to the approach of the forming of the development programs of youth small and average enterprise in modern Russia. In the article is proposed strategy of the development of youth small and average enterprise in the regions of Russia. Special attention is inverted to the absence to federal and regional policy in the region of the development of youth small and average enterprise.

Keywords: small business, small and average enterprise, youth enterprise, young people, strategy of development, the program of reformation, the regions of Russia.