

**Краткое изложение проекта Концепции
Стратегии развития молодежного предпринимательства в
Российской Федерации на период до 2020 года**

Оглавление:

I. Основные вызовы.....	2
II. Возможные ответы на вызовы.....	2
1. Зарубежный опыт.....	2
2. Стратегия развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года.....	4
2.1. Направления решения проблем молодежного предпринимательства в рамках Стратегии.....	5
2.2. Предложения по разработке и реализации Стратегии.....	5
2.3. Роль ТПП РФ в реализации Стратегии.....	6
2.4. Ожидаемые результаты реализации Стратегии.....	6

I. Основные вызовы

1. Отсутствие федеральной законодательной базы, регулирующей молодежное предпринимательство.
2. Низкая эффективность программ поддержки малого и среднего, в том числе молодежного предпринимательства.
3. Неэффективная работа инфраструктуры поддержки и развития молодежного предпринимательства.
4. Слабая информационная поддержка молодежного предпринимательства;
5. Наличие коррупционных барьеров и «теневой» экономики (по данным Всемирного банка, в 2011 году доля теневой экономики в отечественном ВВП составила 48,6%, в рейтинге «ведение бизнеса» Россия заняла 123 место среди 183).
6. Недостаточный уровень защиты интеллектуальной собственности.
7. Недостаток знаний основ предпринимательства и отсутствие института менторства в бизнес-среде.

В результате, в связи с отсутствием привлекательных условий для самореализации наблюдается **ежегодный отток активной молодежи из России**, в том числе в сфере предпринимательства. В соответствии с данными Федеральной службы государственной статистики, в 2009 г. Россию покинули 318320 человек в возрасте от 20 до 24 лет.

II. Возможные ответы на вызовы

Для решения указанных выше проблем необходимо создавать благоприятные условия ведения предпринимательской деятельности, обеспечивая **системную поддержку инициативной молодежи со стороны государства**.

1. Зарубежный опыт.

Государство	Орг. форма	Меры поддержки	Регулирование
Австрия 	Организация «Молодая экономика Австрии» при Федеральной палате экономики Австрии	Финансирование организации осуществляется в основном из бюджета Федеральной палаты	Устав Федеральной палаты экономики Австрии

		экономики Австрии	
Великобритания 	Молодежная торговая палата Великобритании (при Junior Chamber International)	Финансирование осуществляется специальным фондом «The British Junior Chamber Foundation»	Устав некоммерческой общественной организации
Италия 	Ассоциация молодых предпринимателей при всеитальянской Конфедерации промышленников и предпринимателей	Для молодых предпринимателей предоставляются льготные ставки кредитов, ссуды и др.	Устав всеитальянской Конфедерации промышленников и предпринимателей
Канада 	Канадский Фонд молодежного предпринимательства	Финансирование Фонда осуществляется Министерством промышленности Канады и частными инвесторами	Некоммерческой организацией федерального уровня
Япония 	Федерация молодых предпринимателей (ФМП)	ФМП оказывает содействие работе ТПП Японии в развитии регионов, совершенствовании предпринимательской культуры	Кодекс и базовые принципы деятельности ТПП
Германия 	Объединение молодых предпринимателей Германии федерального уровня WJD	Поддержание высокого статуса предпринимателя в обществе, содействие развитию социально ответственной рыночной экономики, повышению конкурентоспособности германского предпринимательства в мире	Объединение торговых промышленных палат Германии (ДИХК) осуществляет общее руководство деятельностью

Анализ международного опыта, проведенный специалистами ТПП РФ, показывает:

- Во многих странах существует **законодательная база в сфере молодежного предпринимательства**, в которой закреплено понятие «**молодой предприниматель**» с указанием возрастных рамок.
- Реализуются **эффективные программы государственной поддержки** молодежного предпринимательства.
- В ряде зарубежных развитых государствах сформирована **развернутая инфраструктура поддержки**, включающая такие организации, как Молодежная торговая палата Великобритании, Ассоциация молодых предпринимателей при всеитальянской Конфедерации промышленников и предпринимателей, Федерация молодых предпринимателей (ФМП) при территориальной ТПП и т.д.
- Кроме того, успешно функционирует Международная молодежная палата (ММП), являющаяся партнером Международной торговой палаты. Основной целью ММП является активизация международного молодежного движения, развитие лидерских качеств молодых людей, социальной ответственности, товарищества и предпринимательства, необходимых для дальнейших позитивных изменений.
- В итоге, сложившаяся система поддержки молодежного предпринимательства **создает условия для самореализации** в сфере политики и предпринимательства.

2. Стратегия развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года.

Проект Концепции Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года разработан Координационным советом ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства.

Данный документ содержит предложения по формированию в России благоприятных условий для ведения молодыми людьми собственного бизнеса. Мы рассчитываем, что Правительство Российской Федерации поддержит указанную инициативу и возглавит работу по подготовке и реализации Стратегии с привлечением экспертного и делового сообществ.

Мы исходим из того, что молодых людей вряд ли удастся увлечь теорией предпринимательства, оторванной от реальной жизни, но при комплексном подходе и грамотной совместной деятельности ученых, бизнесменов,

преподавателей, государственных деятелей возможно получить необходимый для государства результат - создание класса способных, социально ориентированных молодых предпринимателей, уверенно «стоящего на ногах», заинтересованных в стабильности общества и развитии демократических основ.

Исполнение основных проектов Стратегии с учетом координирующей роли системы торгово-промышленных палат позволит изменить принципы работы государственных и общественных структур, ориентированных на поддержку молодёжного предпринимательства, создать работающую без излишних административных барьеров систему, при которой молодые люди будут иметь возможность выявить свои склонности к предпринимательской деятельности и развить их в условиях обучающих проектов.

2.1. Направления решения проблем молодежного предпринимательства в рамках Стратегии:

- законодательная деятельность;
- медиа-проекты на федеральном и региональном уровнях;
- информационное содействие и пропаганда молодежного предпринимательства;
- создание положительного имиджа российского молодого предпринимателя;
- обучающие программы;
- развитие инфраструктуры;
- привлечение финансирования;
- развитие кооперации и субконтрактации.

2.2. Предложения по разработке и реализации Стратегии

- Разработать Стратегию под руководством Правительства Российской Федерации.
- Включить Стратегию в повестку дня работы «Открытого Правительства».
- Предоставить ТПП РФ роль системного интегратора по вопросам развития молодежного предпринимательства в России.

- Реализовывать Стратегию, опираясь на региональную сеть территориальных ТПП, зарубежные представительства ТПП РФ, экспертные и бизнес-сообщества.

2.3. Роль ТПП РФ в реализации Стратегии

Основные задачи:

- Стать площадкой для координации усилий организаций и государственных структур, содействующих развитию молодежного предпринимательства.
- Создать систему международных отношений с зарубежными организациями по поддержке молодежного предпринимательства.
- В случае разработки «дорожной карты» (перечня мер) развития молодежного предпринимательства обеспечить для российского общества прозрачность процесса реализации разрабатываемых мер в тесном контакте с «Открытым Правительством».

Торгово-промышленная палата Российской Федерации как координатор понимает не только суть современных задач и вызовов экономического характера, не только изнутри видит проблемы российских предпринимателей, но и знает, как объединить различные социальные институты в решении конкретных практико-ориентированных задач. Для этого в качестве первого шага создан **Координационный совет ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства** (прилагается).

2.4. Ожидаемые результаты реализации Стратегии

- Совершенствование законодательства в области молодежного предпринимательства как на федеральном, так и на региональном уровнях.
- Развитие **инфраструктуры** поддержки молодежного предпринимательства.
- Повышение **эффективности программ поддержки** малого и среднего, в том числе молодежного предпринимательства.
- Формирование **системы отношений с зарубежными структурами**, содействующими молодежному предпринимательству.

- Создание системы общественного контроля и информационной открытости, ориентированной на эффективное и быстрое формирование слоя молодых предпринимателей.

Главным итогом реализации Стратегии должно стать предоставление инициативным молодым людям возможности для самореализации.

Информация о Координационном совете ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства

Торгово-промышленная палата Российской Федерации - крупнейшая негосударственная некоммерческая организация, представляющая интересы малого, среднего и крупного бизнеса. Палата объединяет 174 территориальные торгово-промышленные палаты, более 200 союзов, ассоциаций и других объединений предпринимателей на федеральном и 500 бизнес-ассоциаций на региональном уровне, около 50 тысяч предприятий и организаций различных форм собственности.

В ТПП РФ в течение 2011 года поступали предложения о создании под патронатом ТПП РФ структуры по поддержке молодежного предпринимательства.

Экспертами Палаты была проведена работа по анализу опыта развития аналогичных организаций в России и за рубежом. В итоге после консультаций с представителями молодежных организаций было принято решение о создании Координационного совета ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства.

Деятельность Совета направлена на разработку, экспертную оценку и продвижение комплекса мер, необходимых для развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации, координации взаимодействия государственных и общественных структур.

В Координационный совет входят представители федеральных и региональных органов исполнительной и законодательной власти, молодежных объединений, ведущих ВУЗов страны, комитетов ТПП РФ, территориальных торгово-промышленных палат.

В составе Координационного совета – 10 рабочих групп:

- по развитию бизнес-инкубаторов и законотворчеству;
- по взаимодействию с территориальными ТПП по вопросам развития молодежного предпринимательства;
- по развитию молодежного предпринимательства в Центральном федеральном округе;

- по взаимодействию с региональными молодежными объединениями предпринимателей;
- по развитию молодежного предпринимательства в инновационной сфере;
- по взаимодействию с вузами по вопросам создания инновационных малых предприятий при ВУЗах;
- по международному сотрудничеству в сфере молодежного предпринимательства;
- по поддержке молодежного предпринимательства в рамках государственных программ;
- по информационному обеспечению и пропаганде молодежного предпринимательства;
- по взаимодействию с Международной молодежной палатой (JCI Россия).

*«...нужно создать дополнительные механизмы для того,
чтобы молодые и интересные перспективные люди
могли бы реализовывать свои идеи и предложения...»*

(В.В. Путин)



Концепция Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года

**Документ разработан Координационным советом ТПП РФ
по вопросам развития молодежного предпринимательства**

Содержание

I. Обоснование необходимости разработки Стратегии развития молодежного предпринимательства на период до 2020 года.....	3
1. Создание благоприятных условий для самореализации активной молодежи, желающей вести предпринимательскую деятельность.....	3
2. Организация системной поддержки молодежного предпринимательства в соответствии с международной практикой.....	8
3. Цели и задачи Стратегии.....	15
II. Предложения по разработке и реализации Стратегии.....	17
1. Роль ТПП РФ в разработке и реализации Стратегии.....	17
2. Проекты в рамках реализации Стратегии.....	19

I. Обоснование необходимости разработки Стратегии развития молодежного предпринимательства на период до 2020 года

1. Создание благоприятных условий для самореализации активной молодежи, желающей вести предпринимательскую деятельность. Финансово-экономический кризис, затронувший Россию, обострил весь спектр проблем российской экономики, в том числе недостаточный уровень профессионализма, компетентности кадров, необходимые для деятельности в условиях инновационной экономики. В частности, это относится к кадрам предпринимателей, прежде всего потому, что в их составе мало молодежи, обладающей большим инновационным потенциалом.

На сегодняшний день молодёжное предпринимательство должно быть одним из приоритетных направлений развития малого и среднего бизнеса в России. Практика развитых стран показывает, что именно малый и средний бизнес является ключевой «точкой роста» экономики государства и способен обеспечить развитие конкурентоспособности в стране.

Предпринимательство для способной, социально ориентированной молодежи - база для реализации деловой активности, основа для формирования и расширения среднего, уверенно «стоящего на ногах» класса, а значит - для устойчивого развития в стране массового социально и экономически здорового слоя, заинтересованного в стабильности общества и развитии демократических основ.

Малый и средний бизнес способен обеспечивать быструю генерацию новых рабочих мест, высокую эффективность капиталовложений и, как следствие, увеличивать налоговые поступления в бюджеты всех уровней¹.

¹ В странах ЕС налоги от деятельности малых и средних предприятий формируют до 80% местных бюджетов

Исследования Всемирного банка показали, что если в стране малый и средний бизнес производит менее 40% ВВП, то инвестиции в такую национальную экономику не дают необходимого экономического эффекта.

В развитых европейских странах малый бизнес производит до 70% ВВП и создает от 50 до 60% рабочих мест, а на тысячу европейцев приходится от 30 до 35 малых предприятий. Японские специалисты также считают, что именно развитие малого и среднего предпринимательства позволило Японии за период после второй мировой войны стать страной с высоким уровнем социально-экономического развития.

Предпринимательство является мощным инструментом борьбы с безработицей, предоставляющим широкие возможности для самозанятости населения и создания условий для увеличения рабочих мест. А предприниматели – есть особый класс общества, ориентированный на формирование системы экономической поддержки, общественного контроля и стабильности государства.

Малые и средние предприятия значительно укрепляют экономическую базу местных органов власти, оказывают положительное влияние на развитие сел, небольших городов, что ведет к решению экономических проблем региона и страны в целом.

В связи с этим, формирование экономического мышления, выявление и развитие способностей к предпринимательской деятельности особенно актуально для молодых людей, и прежде всего выпускников средних и высших учебных заведений, которые стоят перед выбором своего личного и профессионального пути.

Научные исследования, статистика показывают, что не более 10 - 15 процентов работоспособного населения склонно к предпринимательству. Однако, даже в этом случае, при наличии способностей к предпринимательской деятельности молодой человек должен **захотеть** стать предпринимателем; **поверить**, что это возможно в рамках

существующего в государстве законодательства; **знать**, что есть «лучшие образцы» и **понимать**, откуда черпать информацию и поддержку.

Современная российская действительность усложняется тем, что несколько поколений, живших и учившихся в Советском Союзе, где предпринимательство воспринималось как жульничество и мошенничество, не воспринимает предпринимательскую деятельность серьезно.

С учетом этой специфики Россия должна делать ставку именно на молодых людей, которые выросли в условиях новых экономических реформ и воспринимают предпринимательскую деятельность как основу материального благополучия и профессионального роста.

Получается, что именно молодежь и является основной движущей силой малого и среднего бизнеса, в том числе инновационного, и играет главную роль в решении социально-экономических проблем. Но на законодательном уровне категории «молодежь» и «молодежное предпринимательство» в России пока не определены. Федеральные законы не выделяют молодых предпринимателей в отдельную категорию, предоставляя им поддержку на общих основаниях с другими субъектами малого предпринимательства.

Исследования российского предпринимательства показывают, что молодежное предпринимательство имеет **ряд проблем**:

- ежегодный отток активной молодежи из России (в 2009 г. Россию покинуло 318320 человек в возрасте от 20 до 24 лет²);
- отсутствие федеральной законодательной базы, регулирующей молодежное предпринимательство;
- низкая эффективность программ поддержки малого и среднего, в том числе молодежного предпринимательства;

² Данные Федеральной службы государственной статистики www.gks.ru

- неэффективная работа инфраструктуры поддержки и развития молодежного предпринимательства;
- слабая информационная поддержка молодежного предпринимательства;
- сильное налоговое бремя;
- наличие коррупционных барьеров и «теневой» экономики (по данным Всемирного банка, в 2011 году доля теневой экономики в отечественном ВВП составляет 48,6%³, в рейтинге «ведение бизнеса» Россия занимает 123 место среди 183³);
- недостаточный уровень защиты интеллектуальной собственности;
- отсутствие знаний основ предпринимательства и отсутствие института менторства в бизнес-среде.

Создание условий, стимулирующих молодежь к созданию собственного дела, является неотъемлемой частью социально-экономической системы и модернизации страны (см. Концепцию долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года⁴ и Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года⁵), и обеспечивает:

- стабильность рыночных отношений, поскольку значительная часть населения втягивается в эту систему отношений (по мнению зарубежных ученых, стабильность системы обеспечивается при условии, когда 20-30% граждан страны имеют свое собственное дело);
- быструю адаптацию и необходимую мобильность в условиях рынка, создают глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без которых немыслима его высокая эффективность;

³ Исследования всемирного банка: ведение бизнеса в 2011 году [Электронный ресурс]- режим доступа: <http://gtmarket.ru/news/state/2010/11/05/2720>

⁴ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р «Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года (раздел 9)

⁵ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 8 декабря 2011 г. № 2227-р «Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» (стр. 47)

- гибкость управления и оперативность в выполнении принимаемых решений;
- создание новых и относительно недорогих рабочих мест;
- гибкость внутренних коммуникаций, а также возможность молодого человека реализовать свои идеи, проявить свои способности, высокий уровень мотивации;
- более низкую потребность в первоначальном капитале и способность быстро вносить прогрессивные изменения в продукцию и технологию процесса производства в ответ на требования рынков (местных и региональных);
- относительно более высокую оборачиваемость собственного капитала.

Существует еще один фактор, который делает активность малых предприятий особенно актуальной. Современные рыночные процессы характеризуются высокой степенью сегментации. Эпоха массовых рынков безвозвратно уходит. Сегодня разнообразие и изменчивость потребительских предпочтений становятся факторами, определяющими тенденции в бизнесе. Возникают рынки новых товаров и услуг, емкость которых весьма незначительна.

Малые предприятия, создаваемые молодыми людьми, способны особенно быстро реагировать на потребительские запросы, осваивая выпуск мелкосерийной, уникальной продукции или специфических услуг для отдельных рыночных сегментов.

Для быстрого развития молодежного предпринимательства в России необходимо создать условия для массового привлечения молодежи в предпринимательскую деятельность и сформировать «правильный» имидж молодого предпринимателя и российского предпринимательства в целом.

На современном этапе развития молодежной политики существует ряд государственных структур, курирующих молодежную политику

(Администрация Президента России, Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по делам молодежи, Комитет ГД по физической культуре, спорту и делам молодежи, Комитет СФ по социальной политике). Однако необходимо изменение качественных и межведомственных подходов к развитию молодежного предпринимательства.

Основные выводы:

- на современном этапе отсутствует системный (комплексный) подход и координация деятельности государственных органов, отвечающих за развитие молодежного предпринимательства. Как результат, в России не существует четко сформулированной политики, определяющей цели и задачи молодежного предпринимательства;
- отсутствует межведомственное взаимодействие, позволяющее комплексно формировать молодежное предпринимательство как со стороны структур, курирующих молодежную политику, так и со стороны предпринимателей и бизнесменов. Не ярко выражено взаимодействие государственных и общественных, негосударственных сегментов, ориентированных на поддержку молодежного предпринимательства;
- Торгово-промышленная палата Российской Федерации как структурный (системный) институт может выступать в роли координатора данного межведомственного взаимодействия с привлечением дополнительных общественных ресурсов для поддержки молодежного предпринимательства.

2. Организация системной поддержки молодежного предпринимательства в соответствии с международной практикой

Международный опыт молодежных предпринимательских организаций свидетельствует о том, что они выполняют важные функции прежде всего в плане налаживания взаимодействия между молодыми предпринимателями, обучения, организации консультаций с состоявшимися бизнесменами, продвижения деловой культуры среди молодежи, создания новых рабочих мест.

В настоящее время успешно функционирует Международная молодежная палата (ММП), являющаяся партнером Международной торговой палаты.

Основной целью ММП является активизация международного молодежного движения, развитие лидерских качеств молодых людей, социальной ответственности, товарищества и предпринимательства, необходимых для дальнейших позитивных изменений. ММП проводит для членов национальных палат различные бизнес-семинары, тренинги и деловые игры для приобретения навыков лидерства и развития новых личных связей с коллегами из других стран.

В Конфедерации торгово-промышленных палат стран Азиатско-Тихоокеанского региона (КТПП АТР) уделяют большое внимание развитию молодежного предпринимательства. Так, одним из семи действующих в рамках Конфедерации советов является Группа молодых предпринимателей АТР.

Опыт ряда стран также свидетельствует о положительном влиянии национальных торгово-промышленных палат на развитие молодежного предпринимательства.

Австрия

При Федеральной палате экономики Австрии действует специальная организация - Молодая экономика Австрии (МЭА). Организация состоит из 9 региональных (земельных) филиалов (по числу федеральных земель в

Австрии), а также около 100 муниципальных (районных) и проектных групп, в которых активно работают 36000 чел. Членство в МЭА осуществляется на добровольной основе.

МЭА информирует членов об интересных событиях и встречах в области бизнеса, проводит опросы на важные экономико-политические темы с целью мониторинга пожеланий молодежного предпринимательства, рассылает членам специальный инновационный вестник с информацией об актуальных инновациях во всем мире. В рамках МЭА функционирует консалтинговый центр для начинающих предпринимателей, который дает правовые и практические рекомендации относительно действий, необходимых для заведения собственного бизнеса. Организация ведет также бизнес-портал (Businessportal) в сети интернет.

Финансирование МЭА осуществляется в основном из бюджета Федеральной палаты экономики Австрии.

Германия

Крупнейшим объединением молодых предпринимателей Германии федерального уровня является Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD), которая объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников в возрасте до 40 лет. В WJD входят более 10 тысяч активных членов. Перед WJD поставлена задача поддержания высокого статуса предпринимателя в обществе, содействия развитию социально ответственной рыночной экономики, повышению конкурентоспособности германского предпринимательства в мире. Международная деятельность осуществляется в рамках Junior Chamber International (JCI). Объединение было создано в 1954 г., состоит из 11 земельных (Bayern, Baden-Württemberg, Berlin-Brandenburg, Hanseraum, Hessen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt, Thüringen) и 210 районных объединений. Общее руководство деятельностью районных

отделений осуществляет, как правило, местная торгово-промышленная палата (ТПП). На федеральном уровне - Объединение торгово-промышленных палат Германии (ДИХК) в Берлине.

Другим молодежным объединением предпринимателей является Союз молодых собственников семейных предприятий - Die Jungen Unternehmer (BJU Verband für junge Familien- und Eigentümerunternehmer). Союз был создан в 1950 г., насчитывает сегодня порядка 1500 членов в возрасте до 40 лет, представляющих все отрасли экономики Германии. Членами Союза могут стать собственники предприятий, имеющие не менее 10 работников или более 1 млн. евро годового оборота. Членом Союза может также стать начинающий предприниматель, доказавший, что имеет шанс достичь необходимого уровня развития предприятия в течение пяти лет.

Третьим по значимости молодежным предпринимательским объединением можно назвать объединение «Ремесленная молодежь» - Junioren des Handwerks e.V. Это самая большая в Германии организация, содействующая подготовке молодого поколения специалистов ремесленных профессий. Она насчитывает 8000 членов в возрасте от 25 до 40 лет. Организация состоит из 120 региональных объединений. Штаб-квартира федерального объединения находится в Берлине. Организация была создана в 1956 г. в Нюрнберге. Основную свою задачу объединение видит в содействии росту профессиональной квалификации молодых мастеров.

Италия

Ассоциации молодых предпринимателей (АМП) – негосударственные организации, работающие автономно, но организационно входящие во всеитальянскую Конфедерацию

промышленников и предпринимателей (КПП) и руководствующиеся ее Уставом.

Существует центральная АМП при КПП, в которую входят 20 региональных комитетов АМП и 104 провинциальных/территориальных группы АМП. Участие в деятельности АМП осуществляется на добровольной основе, с уплатой ежегодных членских взносов. Определенные расходы покрываются КПП. Общая численность в АМП – 12 500 членов.

АМП содействует продвижению предпринимательских ценностей и культуры в современном гражданском обществе Италии, совершенствованию знаний экономического, социального, политического и управленческо-прикладного характера.

Торговые палаты области Ломбардия (Мантуя, Лоди, Кремона) проводят форумы молодых предпринимателей, направленные на развитие предпринимательского духа молодежи и создание благоприятных условий для поддержки компаний молодых предпринимателей. Во время форумов проходят «конкурсы идей» и выставки проектов, опытные предприниматели проводят консультации для будущих выпускников профессиональных институтов.

Координацию территориальных групп АМП проводит выборный Национальный совет АМП и Центральный совет (аналог руководящего комитета).

Канада

Фонд молодежного предпринимательства (ФМП) является некоммерческой организацией федерального уровня. Ее основные задачи заключаются во всемерном содействии и оказании практической помощи молодым канадским предпринимателям в создании и развитии частных предприятий и организаций.

Главными целями Фонда являются создание посредством поддержки молодежного предпринимательства новых рабочих мест по всей стране, внедрение инноваций и новых идей.

В структуру ФМП входят территориальные подразделения (филиалы). Общая численность занятых в работе ФМП, включая волонтеров, составляет около 4 тысяч человек.

Заинтересованным молодым предпринимателям ФМП предлагает ряд комплексных программ, которые предоставляются заявителям бесплатно.

Государственная поддержка обеспечивается двумя министерствами федерального уровня – Министерством малого предпринимательства и туризма и Министерством промышленности Канады. Определенная роль в решении ряда вопросов, связанных с молодежным предпринимательством, отводится Министерству молодежи.

Первый уровень – федеральный. Основная нагрузка по поддержке и развитию молодежного предпринимательства в Канаде возложена на ФМП, который имеет разветвленную сеть своих региональных отделений по всей стране.

Второй уровень – провинциальный. Вместе с территориальными отделениями ФМП в большинстве провинций действуют и другие некоммерческие организации, деятельность которых нацелена на поддержку молодежи в сфере бизнеса с учетом местных особенностей рынка, национального состава населения, сложившихся традиций.

Третий уровень – университетский. Практически в каждом университете имеется независимая ассоциация (или клуб) молодых предпринимателей, деятельность которой определяется внутренним уставом и порядком работы. В ряде университетов помимо профильных факультетов имеются бизнес-школы, на базе которых осуществляется поствузовское образование. По окончании таких бизнес-школ выпускники

уже имеют все необходимые знания и практические навыки по ведению собственного дела, четко разработанный и прошедший экспертизу бизнес-план и рекомендации своих наставников, что является неременным условием для подачи заявки на получение государственной финансовой поддержки.

Деятельность ФМП финансируется Министерством промышленности Канады, Правительством провинции Онтарио, 5 крупнейшими канадскими банками – CIBC, Montreal Bank, RBC, Scotiabank, TD Canada Trust, 6 компаниями – Bombardie, EnCana, Canam Group, Shaw, Axor, Clearwater, 3 фондами – Alberta Lottery Fund, RBC Foundation, The Jonh Dobson Foundation. Еще 13 организаций постоянно поддерживают те или иные программы ФМП.

При содействии Фонда молодежного предпринимательства создано более 17500 новых рабочих мест, инвестировано свыше 4000 проектов молодых предпринимателей.

Япония

Федерация молодых предпринимателей (ФМП) является структурным подразделением большинства местных ТПП. Организационными формами функционирования ФМП являются общие собрания, конференции директоров, президентов и вице-президентов, заседания комиссий и комитетов, а также встречи региональных представителей. Количество активистов ФМП, включая их руководителей, насчитывает 5500 человек.

Деятельность ФМП (в основном их секретариатов, в которых работает до 5 человек в каждом) финансируется за счет членских взносов от входящих в них компаний. Величина отчислений варьируется в зависимости от региона расположения предприятия и размера компании. Как правило, взносы составляют 2 тыс. иен (около 25 долл. США) в месяц

и 24 тыс. иен (около 300 долл. США) в год. Дополнительная часть средств для ФМП (около 10 процентов их бюджета) поступает непосредственно от ТПП, в составе которых они работают. Возраст членов ФМП – до 45 лет, однако этот лимит не имеет жесткого характера.

ФМП оказывает содействие работе ТПП Японии в развитии регионов, совершенствовании предпринимательской культуры, защите окружающей среды. Для выявления наиболее перспективных идей ФМП при ТПП Японии также организует общенациональный конкурс бизнес-планов, победителям которого предоставляются необходимые консультации по коммерциализации разработок и совершенствованию методов управления.

Свыше 400 ФМП, объединяющих 27 тыс. человек, являются членами организованной в 1983 году Японской ФМП при Торгово-промышленной палате.

Основной вывод:

Международная практика показывает, что в ряде развитых государств существует системная поддержка молодежного предпринимательства, сформированная на базе национальных ТПП.

3. Цели и задачи Стратегии

Стратегия выстраивается на целях и задачах, ее реализующих, которые ориентированы на качественно иную молодежную политику - политику молодого предпринимателя, и более высокий уровень развития отечественной экономики по пути от экономики экспорта сырья к экономике знаний.

Цели Стратегии:

Стимулирование активности молодежного предпринимательства путем реализации действенной системы мер, направленной на вовлечение молодых людей в предпринимательскую деятельность:

- содействие качественным изменениям в концептуальных и управленческих подходах к формированию и развитию молодежного предпринимательства;

- создание условий для самореализации различных групп молодых предпринимателей, а также молодых людей, способных к данному виду профессиональной деятельности;

- возрождение и поддержка предпринимательского сословия;

- предоставление возможностей для развития, вдохновляющих молодых людей создавать позитивные изменения;

- развитие механизмов поддержки молодежного предпринимательства;

- создание «трамплина» для достижения делового успеха и самореализации молодых предпринимателей;

- усиление роли молодежного предпринимательства в формировании среднего класса.

Ключевые задачи:

- создание системы мер, направленных на развитие экономического мышления, способностей к предпринимательской деятельности; реализация потенциала молодежи, облегчение стартовых условий вхождения молодых граждан в рыночные отношения;

- популяризация предпринимательской деятельности среди молодежи, формирование предпринимательской среды;

- системное вовлечение способных молодых людей в предпринимательскую деятельность;

- отбор перспективных предпринимательских идей;

- профильное обучение, приобретение молодыми людьми навыков ведения бизнеса;
- поддержка начинающих молодых предпринимателей, в т.ч. освещение в СМИ историй успеха как ключевого показателя эффективности деятельности по развитию молодежного предпринимательства;
- учебно-методическая поддержка преподавателей, психологов – консультантов, коучей и других групп взрослых, вовлеченных в процесс подготовки молодых предпринимателей;
- объединение для выработки единой политики существующих организаций, содействующих развитию молодежного предпринимательства в России;
- создание системы международных связей для обмена опытом и продвижения имиджа российского молодого предпринимателя;
- развитие инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства, в т.ч. при ВУЗах и НИИ;
- создание системы информационной поддержки молодежного предпринимательства, создание коммуникационных, консультационных площадок для успешных молодых предпринимателей;
- формирование основ федерального законодательства в области молодежного предпринимательства.

II. Предложения по разработке и реализации Стратегии:

1. Роль ТПП РФ в разработке и реализации Стратегии

Торгово-промышленная палата Российской Федерации имеет разветвленную и охватывающую всю страну структуру – 174 территориальные ТПП, два десятка представительств ТПП РФ за рубежом

и более 60 деловых советов по сотрудничеству с зарубежными странами. ТПП РФ и ее территориальные представительства имеют квалифицированный персонал и предоставляют предпринимателям разнообразные услуги высокого качества.

В целях разработки, экспертной оценки и продвижения комплекса мер, необходимых для развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации, координации взаимодействия государственных и общественных структур создан Координационный совет ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства (прилагается). Совет возглавляет Президент Палаты С.Н. Катырин.

ТПП РФ имеет ресурсы для формирования системы общественного и профессионального контроля, для определения основных современных векторов развития молодежного предпринимательства в России.

Учитывая изложенное, предлагается следующее:

1. Разработать Стратегию под руководством Правительства Российской Федерации.
2. Включить Стратегию в повестку дня работы «Открытого Правительства».
3. Предоставить ТПП РФ роль системного интегратора по вопросам развития молодежного предпринимательства в России.
4. Реализовывать Стратегию, опираясь на региональную сеть территориальных ТПП, зарубежные представительства ТПП РФ, экспертные и бизнес-сообщества.

2. Проекты в рамках реализации Стратегии

Сроки реализации

Стратегия развития молодежного предпринимательства рассчитана на период до 2020 года, ориентирована на поддержку приоритетных направлений «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года» и основывается на следующих принципах:

- выделение основных направлений (проектов) в системе формирования молодежного предпринимательства в России;
- учет особенностей и потребностей различных групп молодежи, склонных к предпринимательской деятельности;
- взаимодействие государства, институтов гражданского общества и представителей бизнеса;
- информационная открытость;
- независимость (общественной) оценки результатов Стратегии.

Направления решения проблем молодежного предпринимательства

В рамках реализации Стратегии до конца 2012 года будет сформирована Программа развития молодежного предпринимательства, основными направлениями которой станут:

- законодательная деятельность;
- медиа-проекты на федеральном и региональном уровнях;
- информационное содействие и пропаганда молодежного предпринимательства. Создание положительного имиджа российского молодого предпринимателя;
- обучающие программы;
- развитие инфраструктуры;

- привлечение финансирования;
- развитие кооперации и субконтрактации.

Проекты

Проект 1. Законодательная деятельность

Основной задачей мероприятий станет улучшение существующего предпринимательского климата в стране и снижение коррупционных барьеров.

В рамках реализации мероприятий по законодательной деятельности будут предусмотрены следующие меры:

- установление правового статуса молодежного, студенческого и ученического предприятия;
- предоставление индивидуальным и коллективным предприятиям молодых граждан льготы по налогообложению и кредитованию, обеспечение средствами производства, помещениями, страхование их коммерческого риска;
- предоставление единовременных субсидий для поддержки разработанных в интересах молодежи проектов и предложений, носящих новаторский характер, а также направленных на расширение возможностей самообеспечения молодежи;
- освобождение малых молодежных инновационных предприятий от уплаты налога на прибыль организации (налоговые каникулы) в течение первых 2 лет работы, а также уплату 50% суммы налога в последующие два года. Введение прямой «инвестиционной льготы» по налогу на прибыль организации, когда часть налоговой базы освобождается от налогообложения, если инвестируется на расширение или восстановление основных фондов производственного назначения;

- установление размера транспортного налога – 0% в течение первых 3 лет деятельности малых инновационных компаний, созданных при ВУЗах и НИИ;
- установление ставки по социальным страховым платежам в размере 14%;
- определение возможности передачи в пользование имущества и оборудования ВУЗам и НИИ;
- расширение перечня операций, не подлежащих обложению НДС услуг, связанных с объектами интеллектуальной собственности, в том числе признанием и передачей прав на интеллектуальную собственность, предоставлением прав на использование интеллектуальной собственности, а также защитой прав на интеллектуальную собственность;
- введение сниженной ставки НДС на все операции, связанные с реализацией инновационной продукции для молодых предпринимателей;
- снижение патентных пошлин или установление рассрочки по их уплате для образовательных и научных учреждений. Можно привязать механизм рассрочки уплаты патентных пошлин применительно к процессу создания малого инновационного предприятия и внесения в его уставный капитал прав на объекты интеллектуальной собственности (при внесении в уставный капитал – освобождение от уплаты государственной пошлины);
- разработка нормативного правового акта, предусматривающего компенсацию расходов (от 30-70%) малых инновационных компаний, созданных молодыми людьми, связанных с оценкой объектов интеллектуальной собственности и регистрацией патентов, товарных знаков;
- расширение перечня результатов интеллектуальной деятельности и включение в него произведений науки, литературы и искусства и других результатов интеллектуальной деятельности.

Проект 2. Медиа-проекты на федеральном и региональном уровнях

Целью медиа-проектов станет формирование нового «героя нашего времени» - активного, творческого, умного, успешного молодого человека.

Для реализации поставленной цели будет проведен ряд мероприятий:

- распространение рекламных и агитационных материалов для пропаганды в средствах массовой информации идеи частного предпринимательства как основы экономического прогресса государства;
- создание «дорожной карты» поддержки молодежного предпринимательства и запуск единого бизнес-портала, посвященного молодежному предпринимательству и механизмах государственной поддержки;
- формирования цикла ТВ-программ «молодой бизнесмен» о молодых предпринимателях в стране во всех сферах деятельности;
- проведение реалити-шоу с еженедельным выпуском о старте и развитии 3-5 предприятий, созданных молодыми людьми (с подробным повествованием всех проблем, с которыми сталкивается начинающий предприниматель и полученных достижений);
- информационные программы на федеральных радио-каналах о существующей поддержке молодежного предпринимательства;
- создание цикла программ по истории предпринимательства и истории успехов молодых предпринимателей в России и мире;
- публикации в федеральных СМИ, в том числе интервью с молодыми предпринимателями;
- проведение бизнес-форумов и конференций по вопросам развития молодежного предпринимательства;
- организация встреч молодых предпринимателей с руководителями страны, регионов, крупными бизнесменами.

Проект 3. Информационное содействие и пропаганда молодежного предпринимательства. Создание положительного имиджа российского молодого предпринимателя

Ключевая проблема в настоящее время заключается в том, что в обществе предприниматель воспринимается как «человек, которого куда-либо ведут в наручниках либо обвиняют в нарушении закона». Такая ситуация приводит к тому, что большинство российских школьников хотят быть либо чиновниками, либо сотрудниками правоохранительных органов. В молодежной среде также слабо выражен предпринимательский дух, предполагающий готовность идти на риск, создавать новое.

В зарубежной бизнес-практике не существует сомнений в обязательности позитивного имиджа делового человека. Подобное отношение к имиджу заложено в структуре цивилизованных рыночных отношений у всех субъектов таких отношений независимо от их социального статуса.

История, в том числе российского предпринимательства, убедительно доказала, что без создания положительного делового имиджа сложно рассчитывать на личностный рост самого предпринимателя, на построение своей карьеры, что в итоге сказывается на успешном ведении коммерческих дел и формировании достойной репутации в деловых кругах.

Таким образом, созданный положительный имидж предпринимателя выступает существенным фактором стабильности в обществе, гарантом успеха проводимых реформ.

Поставленная задача должна быть решена на первом этапе реализации Стратегии через:

- создание законодательных основ молодежного предпринимательства;
- увеличение количества различных программ на ТВ и публикаций в СМИ, популяризирующих предпринимательскую деятельность;

- продвижение успешных предпринимателей в молодежной среде;
- создание постоянно действующих обучающих программ для молодежи и школьников по «основам предпринимательства»;
- проведение конференций, круглых столов, семинаров, выставок, международных мероприятий.

На втором этапе реализации Стратегии актуальны усиление рыночных позиций молодых предпринимателей, активизация создания предприятий молодыми людьми.

Данный этап будет характеризоваться повышением доли молодых предпринимателей в общем количестве малых и средних российских предприятий.

На базе заделов, сформированных на первом этапе, должно быть проведено масштабное освоение рынка молодыми людьми. В этих целях также будут введены необходимые налоговые, финансовые, инфраструктурные и иные стимулы, направленные на развитие молодежного предпринимательства.

Эти задачи на втором этапе будут решены через:

- принятие законодательных инициатив в сфере молодежного предпринимательства;
- улучшение бизнес-климата;
- привлечение финансирования в молодежное предпринимательство, развитие кооперации и субконтрактинга;
- активизацию предпринимательства в молодежной среде;
- развитие инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства;
- формирование системы критериев оценки эффективности развития субъектов РФ с учетом развития молодежного предпринимательства;
- создание единой системы координации всех организаций, занимающихся молодежным предпринимательством.

Проект 4. Обучающие программы

Развитие данного направления ориентировано на получение практических знаний и навыков молодыми людьми в сфере ведения бизнеса.

В рамках реализации данного направления будут спланированы и проведены следующие мероприятия:

- финансирование обучения основам предпринимательской деятельности и содействие в разработке учредительных документов;

- разработка обучающих веб-семинаров (для размещения на интернет-портале) по направлениям:

- бизнес-план своими руками;
- как получить кредит;
- как привлечь инвестора;
- первые продажи;
- как получить государственную поддержку;
- как сформировать команду единомышленников;

- разработка и проведение игровых и тренинговых мероприятий, образовательных курсов, факультативных занятий по предпринимательству среди старшеклассников;

- создание института «менторства» (наставничества), предоставление возможности прохождения стажировок на действующих предприятиях, получения экспертных консультаций от успешных предпринимателей;

- осуществление системы отбора, тестирования и выявления деловых наклонностей молодежи, желающей работать в малом бизнесе, с помощью Комплексной системы объективной оценки кадров.

Проект 5. Развитие инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства

Целью данного направления является создание эффективной инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства. Несмотря на усилия государства, направленные на развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства, существуют следующие проблемы:

- практически полностью отсутствует ответственность за реализацию проектов компаний-резидентов в бизнес-инкубаторах и технопарках;
- отсутствуют высококвалифицированные кадры, имеющие знания и опыт руководства бизнес-проектами;
- слабо развиты услуги:
 - по развитию бизнеса,
 - помощи в подборе менеджерской команды компаний-резидентов;
 - проведения исследований рынка и выхода на рынок (проведение переговоров, презентаций и поиска клиентов);
 - поиска и привлечения инвесторов;
 - по развитию предпринимательских навыков.
- слабо развиты партнерские сети внутри бизнес-инкубатора;
- отсутствует комплексная система мониторинга бизнес-инкубаторов;
- отсутствуют спонсоры и гаранты, обеспечивающие непрерывность эффективной деятельности бизнес-инкубатора.

Для устранения указанных проблем будет предусмотрен следующий ряд мероприятий:

- развитие системы молодежных бизнес-инкубаторов и технопарков;
- внедрение системы «выращивания» малых компаний в бизнес-инкубаторах и технопарках;
- внедрение эффективной системы мониторинга деятельности инфраструктурных элементов поддержки молодежного

предпринимательства (бизнес-инкубаторов, технопарков, центров трансфера технологий);

- выделение квот для молодежных бизнес-проектов для размещения в бизнес-инкубаторах и технопарках;
- создание «горячей линии» по вопросам создания и развития бизнеса для молодых людей.

Проект 6. *Привлечение финансирования*

Основной целью направления является выстраивание прозрачной системы финансирования молодежных бизнес-проектов. Для этого будут спланированы и реализованы следующие мероприятия:

- обеспечение проведения инвестиционных и бизнес-форумов для презентации бизнес-проектов молодых предпринимателей частным инвесторам и представителям государственных программ поддержки малого бизнеса;
- создание цикла комплексных обучающих программ «Основы предпринимательства» для различных групп молодежи: школьники старших классов, студенты, молодые люди 30-35 лет. Подготовка таких программ будет осуществляться творческими коллективами, в состав которых будут входить методисты, методологи, бизнес-тренеры, практики, реальные предприниматели;
- обеспечение возможности предоставления поручительства кредитным организациям, осуществляющим финансирование деятельности молодых предпринимателей;
- формирование системы страхования рисков молодых предпринимателей.

Проект 7. *Развитие кооперации и субконтрактинга*

Задачами этого направления является создание мер по стимулированию промышленных предприятий и внедрению механизмов

производственной кооперации и субконтрактинга, размещение заказов у малых предприятий. В большинстве индустриально развитых стран развитие промышленной кооперации является задачей государственной экономической политики, в некоторых из этих стран передача субконтрактных заказов малым предприятиям закреплена законодательно.

Для развития кооперации и субконтрактинга в молодежном предпринимательстве будут предусмотрены следующие программные мероприятия:

- налоговое стимулирование крупного и среднего бизнеса, активно развивающего субконтрактинг;
- формирование законодательных норм по развитию в России кооперации и субконтрактинга;
- создание системы государственного и муниципального заказа на продукцию молодежных предприятий.

Реализация основных проектов Стратегии с учетом координационной роли ТПП РФ позволит:

- изменить принципы работы государственных и общественных структур, ориентированных (прямо или косвенно) на поддержку молодежного предпринимательства;
- создать работающую без излишних административных стимулов и препон систему, при которой возможен комплексный подход: подростки и молодые люди будут иметь возможность выявить свои склонности к предпринимательской деятельности и развить их в условиях предлагаемых обучающих проектов; способные молодые люди смогут реализовать себя в предпринимательской деятельности; молодые предприниматели получат «твердую почву под ногами» и возможность эффективно развивать свое дело;

- сформировать систему общественного контроля и информационной открытости, ориентированную на эффективное и быстрое («20 шагов») формирование когорты молодых предпринимателей, ориентированных на развитие предпринимательства России.

Главным итогом реализации Стратегии должно стать предоставление инициативным молодым людям возможности для самореализации.

Приложение к проекту
Стратегии развития молодежного
предпринимательства в Российской
Федерации на период до 2020 года

**Структуры и организации, входящие в состав
Координационного совета Торгово-промышленной палаты
Российской Федерации по вопросам развития молодежного
предпринимательства**

1	Торгово-промышленная палата Российской Федерации	
2	Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации	
3	Министерство экономического развития Российской Федерации	
4	Министерство регионального развития Российской Федерации	
5	Министерство образования и науки Российской Федерации	
6	Министерство спорта, туризма и молодежной политики Российской Федерации	
7	Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации	
8	Федеральное агентство по делам молодежи	
9	Московская городская Дума	

10	Международная молодежная палата (JCI Russia)	
11	Общероссийская общественная организация «Российский Союз Молодежи»	
12	Общероссийская общественная организация «Российское управленческое сообщество участников Президентской программы подготовки управленческих кадров - РУС»	
13	Национальный экономический саммит «РОССИЯ: молодежь и предпринимательство»	
14	Ассоциация молодых предпринимателей России	 АССОЦИАЦИЯ МОЛОДЫХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ РОССИИ
15	Общероссийская общественная организация «ВСЕРОССИЙСКИЙ СТУДЕНЧЕСКИЙ СОЮЗ»	 Всероссийский студенческий СОЮЗ
16	Межрегиональная Общественная Организация «Московская Ассоциация Предпринимателей»	 МОСКОВСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ MOSCOW ENTREPRENEURS' ASSOCIATION
17	Высшая школа государственного администрирования МГУ имени М.В. Ломоносова	 Высшая Школа Государственного Администрирования МГУ им. М.В. Ломоносова
18	Финансовый Университет при Правительстве Российской Федерации	
19	Московский авиационный институт	
20	Некоммерческое партнерство «Ассоциация технопарков в сфере высоких технологий»	
21	Бизнес-инкубатор РЭА им. Г.В. Плеханова	 Российский Экономический Университет БИЗНЕС-ИНКУБАТОР имени Г.В. Плеханова
22	АНО «Молодежный инновационный центр «Система-Саров»	 МОЛОДЕЖНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ЦЕНТР «Система-Саров»
23	Ассоциация агентств поддержки малого и среднего бизнеса «Развитие»	 Ассоциация «РАЗВИТИЕ»

24	Калужский бизнес-инкубатор	
25	GRAND & METRO Consulting	
26	ЗАО «Я придумал»	 Я придумал идеи для инвестиций
27	«Гринфилд проджект»	GreenfieldProject
28	Журнал «РАПОРТ»	
29	ООО «Роспартнер»	 РОСПАРТНЕР
30	Компания «Новые люди»	

Александр Захаров: «Инициативной молодёжи надо дать шанс на самореализацию»

О положении молодёжного предпринимательства в России и стратегических мерах по его развитию рассказывает Вице-президент ТПП РФ Александр Захаров.

- Александр Владимирович, а есть ли у нас молодёжное предпринимательство? В федеральном законе это понятие, как известно, отсутствует.

- Сегодняшнему законодателю неочевидно, стоит ли выделять молодёжное предпринимательство в отдельную категорию. Но компании, которые можно с полным правом назвать молодёжными, действуют у нас практически во всех сферах.

- Успешно?

- Скажем так, с разной степенью успешности... Дело в том, что без системной государственной поддержки креативный потенциал таких компаний остаётся невостребованным. И это притом, что и на федеральном, и на региональном уровне организаций поддержки и развития вполне достаточно. Успешной работе по развитию молодёжного предпринимательства мешает именно отсутствие системности, разобщённость усилий, слабая инфраструктурная и информационная поддержка.

- Но сама молодёжь-то у нас, надеюсь, есть?

- Есть. Росстат, например, считает молодёжью граждан РФ от 15 до 29 лет. А таковых у нас сегодня насчитывается около 30 млн человек, из них более 20 млн живут в городах, и в 3 раза меньше – в сельских районах. Доля молодежи в трудоспособном населении России, к слову, составляет 35%.

- Многие из них занимаются предпринимательством?

- В процентах примерно столько же, сколько по всему миру. Но проблема несколько шире: речь в России сейчас идёт о смене предпринимательских поколений. Тем, кто начинал у нас бизнес в начале 1990-х годов, сегодня больше сорока лет, и если им на смену не придёт новое поколение, с реализацией формирующейся в настоящее время национальной Стратегии-2020 могут возникнуть определённые сложности. Именно молодёжи предназначено стать драйвером, движущей силой модернизационных преобразований в стране.

- А каковы сегодня настроения российской молодёжи?

- Вполне очевидно, что перед частью активной молодежи России стоит один выбор – уехать или остаться. Многие из молодых людей после нескольких неудачных попыток самореализации в поисках лучшей жизни покидают Россию. Сегодня за счёт трудовой миграции из страны мы теряем не только капиталы, но и то, что дороже любого капитала, – людей; рабочие руки и головы, которые могли бы работать в нашей экономике и платить налоги в наш бюджет. Их сейчас работает за рубежом, по данным Счётной палаты РФ, 1 млн 250 тысяч человек. Только в 2009 году, по данным госстатистики, Россию покинуло 318320 человек в возрасте от 20 до 24 лет.

- Но есть же и те, кто уезжать не планирует?

- Зададимся вопросом – а что предлагают им сегодня государство и бизнес? Чаще всего это низкооплачиваемые должности в бюджетных или коммерческих организациях безо всякой перспективы роста. Средняя начисленная зарплата лиц до 20 лет составляет, по данным Росстата, 10 840 рублей. А если и таких скромных в отношении зарплаты предложений не поступает, перед некоторыми молодыми людьми открываются весьма сомнительные возможности для самореализации; например, криминальный бизнес. И это уже, к сожалению, касается не только регионов с высокой безработицей.

Особенно тревожной выглядит ситуация с безработицей в наших так называемых «моногородах», построенных вокруг советских производств, не приспособленных к условиям рыночной конкуренции и вынужденных существовать в дотационном режиме, а порой и в процессе банкротства при многомесячных невыплатах заработной платы. Сегодня в России – вдумайтесь! – 335 моногородов, совокупное население которых составляет около 16 млн человек. По крайней мере, половина из них – молодёжь. В надежде на достойное будущее эти люди пытаются уехать в динамично развивающиеся города, но лишь малой части из них удаётся прижиться в Москве, Санкт-Петербурге и столицах федеральных округов.

Настроения людей с минимальными доходами, львиная доля которых уходит на оплату съёмных квартир, далеко не радужны. Многие из них в таких стеснённых условиях не могут завести семью. Если сегодня не предпринять усилий по формированию для этих людей рабочих мест с достойной оплатой, ситуация может усугубиться.

- Каков же выход?

- Дилемма сегодняшнего момента звучит так: или мы создадим привлекательные для молодёжи условия жизни и работы в России, в том числе условия ведения предпринимательской деятельности, или мы эту

молодёжь будем терять. В таких странах, как Германия, Великобритания и Япония существует системная поддержка молодежного предпринимательства на базе национальных торгово-промышленных палат и молодежных торговых палат.

- Готова ли система ТПП взять на себя роль системного интегратора молодежного предпринимательства?

- Можно сказать, что для этого существуют определённые предпосылки. Торгово-промышленная палата Российской Федерации - крупнейшая негосударственная некоммерческая организация, представляющая интересы малого, среднего и крупного бизнеса. Палата объединяет 174 территориальные торгово-промышленные палаты, более 200 союзов, ассоциаций и других объединений предпринимателей на федеральном и 500 бизнес-ассоциаций на региональном уровне, около 50 тысяч предприятий и организаций различных форм собственности. Вполне очевидно, что такая организация способна осуществить на федеральном уровне проект развития молодежного предпринимательства. Располагая сетью зарубежных представительств, Палата могла бы взять на себя налаживание контактов российских молодежных предпринимательских объединений с аналогичными международными структурами, располагающими поистине бесценным для нас опытом в данной сфере.

- И уже можно в этой связи говорить о некоей конкретике?

- Вполне. В ТПП РФ в течение всего 2011 года поступали предложения о создании под патронатом ТПП РФ структуры по поддержке молодежного предпринимательства. По итогам консультаций с представителями молодежных организаций на базе ТПП РФ был создан Координационный совет ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства, который возглавил Президент Палаты С.Н. Катырин.

В совет вошли депутаты Государственной Думы и Московской городской Думы, представители Министерства спорта, туризма и молодежной политики, Министерства экономического развития, Министерства регионального развития, Министерства связи и массовых коммуникаций, Федерального агентства по делам молодежи, молодежных объединений и технопарков, ведущих ВУЗов страны, комитетов ТПП РФ и территориальных ТПП.

- Совет создан. Что дальше?

- Мы видим свою задачу в том, чтобы предоставить молодым людям страны право на выбор, инициировав создание государственной программы самореализации российской молодежи.

Если такая программа будет успешно разработана, а самое главное, реализована, большая часть молодых россиян получит представление о том, как начать собственное дело ещё со школьной скамьи. Полагаем, что выпуск пособий о том, как стать предпринимателем и какие конкретные шаги нужно для этого сделать, позволит нашим молодым людям определиться с выбором, становиться предпринимателями или идти на государственную службу, в бюджетную сферу. Для членов нашего Совета в данном случае очевидно одно: в будущем страны молодой россиянин должен увидеть своё, личное и частное будущее. Если мы дадим нашему новому поколению надежду на то, что страна примет участие в их личностном становлении самым действенным образом, сюда, надеюсь, вернутся даже те, кто уехал за рубеж в поисках лучшей жизни.

- Какие конкретные проекты по развитию молодёжного предпринимательства запланировал реализовать Совет?

- Прежде всего, Совет сейчас обсуждает возможность разработки и реализации следующих проектов: создание «дорожной карты» поддержки молодёжного предпринимательства, формирование критериев оценки эффективности развития субъектов России с учетом развития молодёжного предпринимательства, запуск в Интернете медийного проекта «Истории успеха молодых», а также передачи о молодых инноваторах на федеральном канале.

Также на заседаниях Совета обсуждается возможность внесения изменений в федеральную законодательную базу. Предполагается, что молодые предприниматели нуждаются в выделении в «отдельное производство» и, если угодно, в «затачивании» под них всей системы поддержки и развития предпринимательства. Если такая необходимость будет обоснована и осознана на государственном уровне, в нормативно-правовой базе страны появится, как минимум, понятие «молодежного предпринимательства» и «субъекта молодежного предпринимательства», а как максимум – отдельный федеральный закон о молодежном предпринимательстве. Кстати, во многих субъектах Федерации такие законы уже приняты.

Однако в настоящее время самым важным для нас является создание проекта Концепции Стратегии развития молодёжного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года. После широкого общественного обсуждения данный проект будет соответствующим образом доработан и после этого может быть направленным в Правительство Российской Федерации, которое, как мы надеемся, возглавит создание и реализацию Стратегии с привлечением экспертного и делового сообщества. Нам хотелось бы включить Стратегию в повестку дня работы «Открытого Правительства», сделав её составной частью «Стратегии-2020». Считаем целесообразным в рамках диалога бизнеса и власти обсудить роль ТПП РФ в

реализации Стратегии развития молодёжного предпринимательства и реализовывать Стратегию, опираясь на региональную сеть территориальных ТПП и зарубежные связи ТПП РФ.

- Каких целей, на Ваш взгляд, достигнет Стратегия в первую очередь?

- Реализация основных проектов Стратегии с учетом координационной роли ТПП РФ позволит изменить принципы работы государственных и общественных структур, ориентированных на поддержку молодёжного предпринимательства, создать работающую без излишних административных барьеров систему, при которой молодые люди будут иметь возможность выявить свои склонности к предпринимательской деятельности и развить их в условиях обучающих проектов.

При этом достигаются следующие цели: способные молодые люди реализуют себя в предпринимательской деятельности, молодые предприниматели получают возможность эффективно развивать свое дело; формируется система общественного контроля и информационной открытости, ориентированная на эффективное и быстрое формирование когорты молодых предпринимателей.

Главным итогом реализации Стратегии должно стать предоставление инициативным молодым людям шанса на самореализацию.

- Спасибо.

Беседовал Сергей Арутюнов,
«Торгово-промышленные ведомости»