

Харченко К.В. Молодежное предпринимательство как объект социального регулирования // Современная российская молодежь: от стихийной самоорганизации к целенаправленному формированию субъектности: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Белгород: Изд-во БелГУ, 2007. – С.208-213.

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ОБЪЕКТ СОЦИАЛЬНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

К.В. Харченко

Белгородский государственный университет

В современной России на региональном и муниципальном уровнях управления осуществляются разнообразные программы поддержки малого предпринимательства. Выделение малого предпринимательства в качестве целевой группы призвано создать условия для предотвращения монополизации и формирования матричной структуры гражданского общества. Вместе с тем, малое предпринимательство – достаточно обширный и разноплановый сектор и, следовательно, возникает необходимость сосредотачивать государственную поддержку лишь на магистральных направлениях, служащих достижению социальных целей. В самом деле, нет необходимости поддерживать «малые предприятия», образованные в результате аутсорсинга и аутстаффинга¹; производственную (и созидательную вообще) деятельность следует поощрять больше, нежели коммерцию.

Среди целевых групп в рамках малого предпринимательства, на которые следует обращать особое внимание в плане государственного регулирования, особо выделяется молодежное предпринимательство.

Современный этап развития общества характеризуется возрастанием роли социокультурных регуляторов, которые в ряде случаев начинают доминировать над экономическими процессами. В этом плане необходимо учесть, что молодежь является не просто социально-демографической группой, а носителем специфических социокультурных характеристик. Среди последних наиболее для нас значимо маргинальное социальное самочувствие².

Если обратиться к истории предпринимательства, можно увидеть, что характерной чертой данного явления была именно маргинальность. Предпринимателями нередко становились представители тех слоев, которые не вписывались в структуры традиционного общества. Согласно логике Й. Шумпетера, с которой трудно не согласиться, продуктом маргинального

¹ См.: Схаакс Й. Аутсорсинг в развитых странах Европы // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №4. – С. 77-83; Баранчев В. Аутстаффинг и команды инновационного бизнеса // Менеджмент сегодня. – 2005. – №5. – С.32-43.

² Староверов В.В. Социальные проблемы молодежного малого предпринимательства. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2004. – С.35.

состояния предпринимателей была инновационность – поначалу как необходимое условие выживания, а затем как осознанное конкурентное преимущество.

Итак, перспективная теоретическая модель, которая как раз и должна быть воплощена в результате регулятивного воздействия, сводится к формуле «молодежь – предпринимательство». Реальная же ситуация, скорее, соответствует формуле «молодежь – бизнес», и то не в полной мере.

В 90-е гг. XX в. степень участия молодежи в предпринимательстве определялась ее ролью в ходе приватизации. Первая волна молодежного предпринимательства пришлась на 1991-1993 гг., причем одна часть молодых людей шла в предприниматели в силу созидательного энтузиазма (в то время как старшее поколение опасалось возврата к прежним формам хозяйствования), а другая часть пополняла ряды криминалитета. Все же в результате приватизации молодым людям достались лишь мелкие для взрослых ниши предпринимательской деятельности. Начиная с 1996-1997 гг., сфера молодежного предпринимательства стала сокращаться, прошла волна массовых банкротств молодых предпринимателей. Вероятные причины тому – с одной стороны, монополизация экономики представителями крупного бизнеса, а с другой – недостаточный уровень бизнес-образования молодежи, ее неспособность конкурировать с профессионалами, тем более в рамках правового поля¹.

В рамках интервью с представителями частных фирм, проведенного нами в Управлении по труду и социальному партнерству Администрации г. Белгорода, респондентам был задан вопрос о жизненных стратегиях их детей. Как правило, оказывалось, что дети предпринимателей и работников частных фирм не стремятся в бизнес. Транскрипты интервью свидетельствуют о следующих мотивах:

1. Несоответствие психологического типа: *«У него [сына] характер какой-то слабый очень. <...> Очень крутой нужен характер»; «Вы знаете, сказать, что они [дети] хотят быть именно бизнесменами, нет. Наверное, такой направленности нет, и мы их не настраиваем. Не потому что мы не предприниматели. Просто на самом деле к этому должны быть способности».*

2. Отсутствие интереса к предпринимательской деятельности: *«У меня дети более творческие личности»; «Да, [дочь] хотела бы [работать] по найму, хотела бы какое-то иметь продвижение, то есть интересную работу. Я не думаю, что предпринимательская работа такого уровня, что бы может в ней интересное»;*

3. Опасение трудностей: *«[Сын] Не хочет он быть предпринимателем. Он распространяет AVON косметику. Даже просто распространитель. Уже хотя и говорила ему надо посерьезней <...> тебе тридцать лет. Тебе б точку хотя бы надо поставить. Он говорит, мам, задушат налогами и задушат кредитами».*

¹ Староверов В.В. Указ. соч. – С.60-65.

Можно выделить еще несколько аргументов, приводимых молодыми людьми в пользу работы по найму:

1. Повышение удовлетворенностью работой по найму в силу роста заработной платы, особенно в московских фирмах;
2. Недостаток свободных ниш в бизнесе;
3. Желание стабильности в жизни;
4. Недостаток специальных знаний, необходимых предпринимателю.

Проблемное поле, обуславливающее необходимость целенаправленного регулирования молодежного предпринимательства, состоит в следующем.

1. Стремительное сокращение доли молодежного предпринимательства, особенно в высокотехнологическом производстве¹;
2. Неудовлетворительные социальные характеристики молодых предпринимателей. Главная проблема – широкие масштабы деликвентности², также исследователи отмечают ориентацию на потребительство, снижение культуры и качества досуга³.
3. Доминирование в среде молодых предпринимателей ориентации на прибыль⁴. Для сравнения, в среде молодых предпринимателей Канады на первом месте стоит мотив быть самому себе начальником, тогда как стремлению получить доход отводится второе место⁵.
4. Слабое знакомство молодых предпринимателей с технологиями ведения бизнеса, в частности, формальное отношение к бизнес-плану только как к средству, необходимому для получения поддержки⁶.

Представляется, что в деле развития молодежного предпринимательства акцент должен делаться не столько на предпринимательстве, сколько на молодежи, которой необходимо помочь в обретении субъектного потенциала. По словам С.В. Голубева, вовлечение молодежи в предпринимательскую деятельность должно способствовать накоплению ею социального капитала, который затем может быть трансформирован как в финансовый капитал, так и в человеческий⁷.

Необходимо отметить, что для молодого человека предпринимательская деятельность в узком смысле при всех своих

¹ Там же. – С.37.

² Там же. – С.85; Шаткевич И.А. Правовое регулирование молодежного предпринимательства как механизм его социального оздоровления. – Белгород: Кооперативное образование, 2002. – С.18-19.

³ Староверов В.В. Указ. соч. – С.71.

⁴ Там же. – С.85.

⁵ Study of entrepreneurship among young Atlantic Canadians aged 15-29: Prep. for Atlantic Canada opportunities agency. – Halifax (N. S.) [etc.] Corporate research associates inc., 2001. – P.31.

⁶ Аналогичная проблема отмечается в отношении канадских бизнесменов. См.: Study of entrepreneurship ... – P.4.

⁷ Голубев С.В. Государственное регулирование социально-предпринимательской деятельности молодежи в Республике Марий Эл. Автореф. дис. ... канд. соц. наук. – Йошкар-Ола, 2005. – С.56.

достоинствах, таких, как раннее взросление, независимость и инновационность, имеет ряд существенных недостатков:

1. Помеха для образования. Информационное общество требует увеличение объемов времени, необходимого для получения полноценного образования. Следовательно, мирное сосуществование предпринимательства и учебы затруднительно;
2. Несформированность моральных устоев. Свойственные подростковому возрасту неуравновешенность, максимализм и критическое отношение к существующим нормам, будучи воспроизведены в рамках деловой активности, могут служить дестабилизирующим фактором среды деловых отношений. Напротив, длительное образование призвано не только давать объем знаний, но и укреплять в человеке социально значимые ценности.
3. Семейные проблемы. Поскольку предпринимательская деятельность требует полной самоотдачи, у молодых людей могут возникнуть проблемы с созданием семьи.

Исходя из вышесказанного, предпринимательство следует понимать не как стремление к наживе, а как активное отношение к миру, творческий подход к делу¹. Молодой человек, воспитанный в лоне данной традиции, сможет реализовать свою личность, даже оставаясь наемным работником.

Если судить по общественному мнению, молодые предприниматели нуждаются, в первую очередь, в финансовой поддержке. Пилотажный опрос, проведенный нами летом 2006 г. среди представителей частных фирм в Управлении по труду и социальному партнерству Администрации г. Белгорода (N=48), показал, что молодые предприниматели испытывают потребность в финансовой (31,3%), налоговой (16,7%) и кредитной (27,1%) поддержке. На втором плане оказалась информационная и правовая помощь. Учитывая, что вопрос был открытым, смысл, вкладываемый респондентами в понятие финансовой поддержки, достаточно сложно конкретизировать и превращать в рекомендации для органов управления, тем более что прямая финансовая поддержка противоречит идее свободного рынка. Один из возможных вариантов налоговой поддержки демонстрирует ответ из интервью: *«Как может предприниматель молодой раскрутиться, если еще не успел встать на ноги, он должен платить налоги. Вот я знаю, за границей, там два-три года какие-то минимальные налоги, потом человек раскручивается и через два-три года он уже платит нормальные налоги, как все и еще плюс то, что он какую-то компенсирует то, что он раньше не платил»*. Другие интервьюируемые в качестве форм поддержки указывали на информационную, которая могла бы состоять в том, чтобы

¹ В.Б. Орлов в качестве целевого ориентира воспитания выдвигает формирование предприимчивости, рассматривая данное понятие в личностном, интеллектуальном, эмоционально-психологическом, материальном, экономическом и критическом аспектах. См.: Орлов В.Б. Воспитание предприимчивости у учащейся молодежи. – Тюмень-Челябинск: Изд-во Южно-Уральского гос. ун-та, 2001. – С.6. Все же по причине ментальной традиции в русском языке слово «предприимчивость» имеет выраженный негативный оттенок, и потому более уместным нам представляется понятие «предпринимательские черты».

предпринимателям напоминали о необходимости постановки на налоговый учет, а не взимали в первом же случае крупные штрафы.

В качестве технологий поддержки молодежного предпринимательства в отечественной литературе предлагаются создание бизнес-инкубаторов, Управляющей компании, Ресурсного центра, бизнес-карты города¹. Канадские исследователи предлагают, среди прочего, два заслуживающих внимания момента:

1. Организация рекламной компании по вовлечению молодежи в бизнес. При этом необходимо разработать специальный бренд, посвященный проблеме молодежного предпринимательства;
2. Создание института менторов – индивидуальных учителей молодых предпринимателей². Недостаток данной меры – нежелание потенциальных менторов делиться секретами ведения дела – может быть сглажен, если сделать акцент на межпоколенном сотрудничестве. Так, в рамках одной из программ Белгородской торгово-промышленной палаты было организовано обучение представителей региональной бизнес-элиты Западными бизнесменами пожилого возраста.

Таким образом, поддержка молодежного предпринимательства может и должна быть выдвинута в качестве одной из социальных целей регионального и муниципального развития. В условиях ограниченных ресурсов поддерживаемую категорию допустимо ограничить, во-первых, малыми и, во-вторых, инновационными предприятиями. В административном плане достижение указанной цели должно осуществляться путем межведомственного взаимодействия структур, отвечающих за экономическое развитие и молодежную политику. В конечном счете, формирование «моральной экономики» позволит предотвратить отрицательные последствия затянувшегося социального кризиса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голубев С.В. Государственное регулирование социально-предпринимательской деятельности молодежи в Республике Марий Эл. Дис. ... канд. соц. наук. – Йошкар-Ола, 2005. – 190 с.
2. Назарова Н.А. Рекомендации органам исполнительной власти по созданию инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства // Поддержка молодежного предпринимательства и содействие занятости молодежи. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Пенза: ПГСХА, 2005. – С.27-29.
3. Орлов В.Б. Воспитание предприимчивости у учащейся молодежи. – Тюмень-Челябинск: Изд-во Южно-Уральского гос. ун-та, 2001. – 342 с.

¹ Назарова Н.А. Рекомендации органам исполнительной власти по созданию инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства // Поддержка молодежного предпринимательства и содействие занятости молодежи. Сборник материалов Международной научно-практической конференции. – Пенза: ПГСХА, 2005. – С.27-29.

² Study of entrepreneurship ... – P.5, 11-12.

4. Староверов В.В. Социальные проблемы молодежного малого предпринимательства. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2004. – 138 с.
5. Схаакс Й. Аутсорсинг в развитых странах Европы // Проблемы теории и практики управления. – 2005. – №4. – С. 77-83; Баранчев В. Аутстаффинг и команды инновационного бизнеса // Менеджмент сегодня. – 2005. – №5. – С.32-43.
6. Шаткевич И.А. Правовое регулирование молодежного предпринимательства как механизм его социального оздоровления. – Белгород: Кооперативное образование, 2002. – 282 с.
7. Study of entrepreneurship among young Atlantic Canadians aged 15-29: Prep. for Atlantic Canada opportunities agency. – Halifax (N. S.) [etc.] Corporate research associates inc., 2001.