

*«...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 одобрен Координационным советом ТПП РФ  
по вопросам развития молодежного предпринимательства**

## Содержание

<b>I. Обоснование необходимости разработки Стратегии.....</b>	<b>3</b>
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
<b>II. Предложения по разработке и реализации Стратегии.....</b>	<b>17</b>
1. Роль ТПП РФ в разработке и реализации Стратегии.....	17
2. Проекты в рамках реализации Стратегии.....	19

## **Обоснование необходимости разработки Стратегии:**

**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 являться 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 уровней<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> 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 положительно влияет на решение 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 налоговых

и других имеющихся в государстве законов; **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 лет<sup>2</sup>.);
- отсутствие федеральной законодательной базы, регулирующей молодежное предпринимательство;
- слабо развита система государственной поддержки молодежного предпринимательства, включая финансовые элементы;

---

<sup>2</sup> Данные Федеральной службы государственной статистики [www.gks.ru](http://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%<sup>3</sup>, в рейтинге «ведение бизнеса» Россия занимает 123 место среди 183<sup>3</sup>);
- 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 социально-экономического развития на период до 2020 года<sup>4</sup> и Стратегию инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года<sup>5</sup>), 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 немислима его высокая эффективность;

---

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

<sup>4</sup> 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)

<sup>5</sup> 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 спорта, туризма и молодежной политики РФ; Министерство образования и науки РФ; Комитет ГД по физической культуре, спорту и делам молодежи; Федеральное агентство по делам молодежи). Однако, необходимо изменение качественных и межведомственных подходов к развитию молодежного предпринимательства.

#### **Основное 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 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 Wirtschaftsjuvenen Deutschland (WJD), которая объединяет молодых предпринимателей и руководящих работников 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 оказывают 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; реализацию 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.

#### **4. Предложения по разработке и реализации Стратегии:**

##### **4.1. Роль ТПП РФ в разработке и реализации Стратегии**

Торгово-промышленная палата РФ 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 (Приложение). Совет возглавляет Президент Палаты С.Н. Катырин.

ТПП имеет ресурсы для формирования системы общественного и профессионального контроля, для определения основных современных векторов для получения синергетических результатов для 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 роль системного интегратора по вопросам развития молодежного предпринимательства РФ (в лице Координационного совета ТПП РФ по вопросам развития молодежного предпринимательства);
4. Реализовывать стратегию, опираясь на региональную сеть территориальных ТПП, зарубежные ТПП.

## **4.2. Проекты в рамках реализации Стратегии**

### ***Сроки реализации***

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

- выделение основных направлений (проектов) как системообразующих в системе формирования молодежного предпринимательства в РФ;
- 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 ВУЗами 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 рыночных отношений независимо от их социального статуса.

История, в том числе российского (на 1917 года), 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 актуально 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 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);
  - поиск и привлечение инвесторов;
  - развитие 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 ГТП 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.