

ры, занимается активным отдыхом и туризмом. Почему это происходит? По мнению Н. Ф. Хилько, социодинамика инициативной культуры молодежи в социокультурной среде современного города, как, впрочем, и в сельской местности, демонстрирует переход от преобладания созидательных инициатив к преимущественно потребительско-развлекательным. Любительство и хобби-досуг представляют творческий потенциал инициативной культуры личности как средство ее мобильности [2, с. 133]. Ученые считают, что в силу социально-экономических проблем общества, большого числа безработных, отсутствия должного количества культурных учреждений и недостаточного внимания к организации досуга молодежи со стороны местных органов власти и происходит развитие неинституциональных форм молодежного досуга. Работа в условиях рыночной экономики вызывает необходимость постоянного обогащения содержания деятельности учреждений культуры, методов ее осуществления и поиска новых досуговых технологий. Практика молодежного досуга показывает, что наиболее привлекательными формами для современной молодежи являются музыка, танцы, шоу-программы и др., однако не всегда учреждения культуры организуют свою работу, исходя из интересов молодежи.

Необходимо не только знать культурные запросы и потребности молодых, предвидеть их изменение, но и уметь быстро реагировать, предлагать новые формы и виды досуговых занятий. Оптимизация деятельности учреждений культуры по организации досуга молодежи предполагает разработку концепций их инновационной деятельности, новые подходы к модели и профессии работника учреждения культуры. Назрела необходимость пересмотра места культуры в системе государственных приоритетов и признания предельной общественной значимости ее функций [3, с. 9]. Молодежь является своеобразным фильтром, подвергающим оценке сложившиеся компоненты культуры, и принимает те из них, которые в большей степени удовлетворяют ее интересы и потребности. Молодежь выполняет функцию проводника новых идей, инициатив, выступает носителем инновационных знаний. Она представляет своеобразный жизненный потенциал общества, резерв его интеллектуальных сил и возможностей. От того, что принимает или отвергает молодежь (идеалы, экономические, политические принципы, нормы нравственности и культуры), зависит направленность исторического развития России.

Список литературы:

1. Стратегия государственной молодежной политики в Российской Федерации на период до 2016 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 18 декабря 2006 г. №1760-р (в редакции от 16 июля 2009 г. №997-р). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.newurengoy.ru/2016.html
2. Хилько Н. Ф. Современные исследования интеграции досуга в пространстве социокультурных инициатив региона // Социум. Культура. Личность. Досуг: социальные практики культурогенеза. – Тюмень: РИЦ ТГАКиСТ, 2013. С. 131-134.
3. Есаков В. А. Управление культурой в условиях мегаполиса: автореферат дисс... д-ра культурологии. М., 2008. 42 с.

УДК 332.15(1-28):346.26-053.81

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ЗАКРЫТОМ МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ: ВОЗМОЖНОСТИ И БАРЬЕРЫ РАЗВИТИЯ

*Смирнова Ксения Михайловна
магистр*

*Уральский Федеральный Университет, Екатеринбург
E-mail: ksuysha_90@mail.ru*

YOUTH BUSINESS IN THE CLOSED MUNICIPAL UNION: POSSIBILITIES AND DEVELOPMENT BARRIERS

АННОТАЦИЯ – В статье рассматривается молодежное предпринимательство как один из ресурсов развития закрытых административно – территориальных образований, как возможность решить проблему занятости молодёжи. Особое внимание уделено содержанию молодёжного социального проекта «Бизнес-Академия». Цель этого проекта – помочь молодежи развить и реализовать свой предпринимательский потенциал в «закрытом» городе Новоуральск.

ABSTRACT – In article youth business as one of resources of development closed administratively - territorial formations, as possibility to solve a problem of employment of youth is considered. The special attention is given the maintenance of the youth social project «Business academy». The purpose of this project – to help youth to develop and realise the enterprise potential in the «closed» city of Novouralsk.

Ключевые слова: молодежь, малое предпринимательство, закрытое административно – территориальное образование, молодёжный социальный проект

Keywords: youth, the small business closed administratively - territorial formation, the youth social project

Современный человек активно использует в своем обиходе термины предпринимательство и предприниматель, но какой смысл вкладывает в эти слова человек, живущий в XXI веке? Содержание и смысл этих терминов постоянно модифицируется, обретая новые и утрачивая, за неактуальностью, старые черты. Феномен предпринимательства невозможно рассматривать обособлено, по сути дела, предпринимательство есть процесс деятельности, активности субъекта, непосредственно предпринимателя. Представление о том, кто такой предприниматель так же постоянно модифицировалось с момента своего появления и так же остается не слишком однозначным, и по сей день.

К. Маркс проводит анализ содержания предпринимательской деятельности на характерном для своего времени уровне. Предприниматель – это, прежде всего, капиталист, но не всякий капиталист является предпринимателем. Капиталистов К. Маркс разделял на активных (или функционирующих) предпринимателей и капиталистов – кредиторов. Маркс называл капиталистической природой стремление производить как можно больше прибавочной стоимости производимого продукта или услуги, являющейся предпринимательским доходом, заработной платой предпринимателя за его деятельность как «работника». По мнению исследователей, К. Маркс подчеркивает активную роль предпринимателя в различных областях материального и духовного производства, а также существование разнообразных экономических форм предпринимательства.[2, С. 11-12]

С конца XIX в. переосмысление понятия предпринимательство происходит под влиянием научно-технического прогресса. Одним из наиболее ярких представителей экономической мысли того времени является Й. Шумпетер. По оценке В. С. Автономова, Шумпетер разработал теорию экономической динамики, основанную на создании «новых комбинаций», основными видами которых являются: производство новых благ, применение новых способов производства и коммерческого использования благ существующих, освоение новых рынков сбыта, освоение новых источников сырья и изменение отраслевой структуры. Всем этим экономическим новаторством занимаются на практике люди, которых Шумпетер назвал предпринимателями[1]. Шумпетер говорит об экономической функции предпринимательства как о производстве, внедрении и реализации инноваций. Эта функция тесно связана с особенностями личности предпринимателя: специфической мотивацией, своеобразным интеллектом, сильной волей и развитой интуицией. Конечно, стоит упомянуть, что эти особые способности, определяющие предпринимательский тип и функцию присущи лишь небольшой части населения.

Что это за способности? На этот вопрос пытались дать ответ достаточно большое количество авторов, но в своем большинстве они сходятся на характеристике предпринимателя, как субъекта, обладающего набором качеств. На первом месте среди этих качеств – талант, далее неординарность (сейчас это всё чаще называют креативностью). Далее следует образование, ибо, не смотря на неоспоримую важность выше перечисленных качеств, знание рынка и законодательства не даются человеку априори. Не менее важным является наличие целедостижительной мотивации, целеустремленность предпринимателя.

Перечисленные способности в наибольшей степени, на наш взгляд, соответствуют характеристикам современной молодежи. Ценностные ориентации и личностные качества молодых людей с каждым новым поколением всё более подстраиваются, адаптируются под социально-психологические требования рынка. Современная молодежь, как социальная группа, характеризуется высокой степенью инициативности, смелости, авантюризма, мобильности, адаптивности и целеустремленности. А самое главное, склонностью к инновационной деятельности и готовностью к риску. Молодежь – это самая активная часть общества, способная с наибольшей отдачей участвовать в экономической жизни. Именно молодые люди являются двигателями прогресса экономического рынка, задавая тренды в потребительской культуре. Стремление к инновациям, амбициозность, потребность в самореализации и самовыражении рождает потребительский спрос, удовлетворить который под силу только представителям этой же социальной группы, как уже интегрированной в заданную парадигму ценностных ориентаций.

Наиболее полным образом реализовать свой новаторский потенциал и удовлетворить стремление к независимости молодой человек может, попробовав себя в предпринимательстве. Как правило, все молодежные начинания, называемые сейчас модным выражением «startup», попадают под категорию малое предпринимательство. Этот факт обусловлен, прежде всего, взаимосвязью критериев бизнеса, попадающего под данную категорию, с ограниченными возможностями молодых людей, стремящихся воплотить свою бизнес-идею в жизнь.

Малый бизнес подразделяется на микропредприятия, малые предприятия и средние предприятия по показателям численности работников, объема выручки и ограничениям по статусу (доли внешнего участия в капитале)[7]. Для молодых начинающих предпринимателей самым доступным оказывается открытие малого или микро- предприятия. Развитие молодежного предпринимательства – это не только увеличение доли малого предпринимательства в экономике городов, но и решение проблемы занятости молодежи. Особенно это актуально для городов со сравнительно небольшой численностью населения и относительно удаленных от областного центра. К таковым относятся моногорода и закрытые административно-территориальные образования (ЗАО). Для городов, изначально ориентированных на градообразующее предприятие, развитие малого предпринимательства может и должно стать основным инструментом диверсификации экономики. Развитие молодежного предпринимательства может помочь решить актуальную для всех моногородов проблему оттока молодежи в областной центр или в другие более крупные города по причине отсутствия перспектив и возможности самореализации в профессиональной сфере. Типичным примером подобной ситуации может служить город Новоуральск Свердловской области, являющийся ЗАО. Новоуральск не является исключением из ряда городов подобных ему, его экономика характеризуется низкой степенью диверсификации, причиной этого является ориентация на градообразующее предприятие. Долгое время город гармонично существовал в статусе моногорода и особо не нуждался в дополнительных вливаниях в экономику. За последние несколько лет, под влиянием кризиса и изменения политической стратегии страны, ситуация в городе резко изменилась. За последний год Уральский Электрохимический комбинат (далее УЭХК), градообразующее предприятие города, высвободил значительную численность сотрудников непрофильных производств. Более того, тенденция к сокращению штата только набирает обороты. Для моногорода с общей численностью населения не более 90 тыс. человек – это прямой путь к массовой безработице и экономическому упадку. Администрация Новоураль-

ского городского округа (далее НГО), оценивая процессы, происходящие на УЭХК, как оптимизацию производства, ведет целенаправленную работу по поддержке и развитию малого предпринимательства. [6, С. 4] Для осуществления комплексной политики в отношении малого предпринимательства реализуются муниципальные целевые программы, направленные на качественное и количественное развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства. Однако, не смотря на все факторы, доля занятости этой социальной группы в малом предпринимательстве по-прежнему далека от желаемого.

Что же мешает молодежи ЗАТО начать свой малый бизнес? По данным опроса молодежи НГО, проведенного комитетом по делам молодежи в сентябре 2013 г., в качестве основных причин, останавливающих желание начать свой бизнес, респонденты отметили следующие проблемы:

- отсутствие необходимых теоретических знаний (основы экономики, юриспруденции, маркетинга и т.д.);
- отсутствие необходимых практических навыков (опыта, контактов и т.д.);
- отсутствие стартового капитала;
- административные барьеры, усугубляющиеся режимом ЗАТО;
- психологические проблемы (неуверенность в себе и своей идее).

Чтобы помочь молодым людям преодолеть эти трудности и начать своё дело, в октябре 2013 г., при содействии комитета по делам молодежи НГО, двумя студентами Новоуральского технологического института, филиала Национального исследовательского ядерного университета Московского инженерно-физического института (далее НТИ НИЯУ МИФИ) Н. Шехометьевым и Д. Ясакиным был разработан социальный проект «Бизнес-Академия». Цель проекта – помочь молодежи развить и реализовать свой предпринимательский потенциал в родном городе Новоуральске. Экспресс-опрос, проведенный авторами проекта среди студентов НТИ НИЯУ МИФИ и филиала Уральского федерального университета города Новоуральска, показал: почти все опрошенные респонденты (39 человек) проявили интерес к данному проекту, две трети из них выразили желание участвовать в его реализации, поскольку хотели бы открыть в перспективе своё дело. Но на ключевой вопрос о наличии собственной бизнес-идеи утвердительный ответ дали лишь шесть респондентов. Можно сделать вывод, что желание молодых людей заняться предпринимательской деятельностью нет особой нужды стимулировать, им нужна конкретная, адресная помощь и поддержка в реализации намерений. По мнению авторов проекта, задачами «Бизнес - Академия» является:

- приобщение молодёжи к бизнес-среде, повышение деловой активности молодежи НГО;
- формирование и развитие ее предпринимательской культуры и компетентности;
- содействие в создании и реализации эффективных бизнес проектов.

Реализация проекта состоит из четырех блоков: «знакомство», «вовлечение», «обучение» и «фандрайзинг». Основная целевая аудитория проекта – студенты, поэтому было принято решение провести первый блок на базе учебных заведений Новоуральска. Предусмотрены встречи потенциальных участников с руководителями проекта, представителями администрации города, Бизнес-инкубатора, муниципального Фонда поддержки предпринимательства, с уже состоявшимися предпринимателями, ранее получившими гранты. На этих встречах раскрываются, обсуждаются возможные перспективы молодого предпринимателя и возможности воплощения их идей. Желающие продолжить свое участие в проекте приглашаются на второй этап проекта.

Второй блок состоит из насыщенных практическими упражнениями тренингов и семинаров, бизнес-игр и мастер-классов от действующих предпринимателей НГО. Заключительной частью этого блока становится презентации собственных бизнес-идей участниками проекта. По итогам презентаций отбираются самые проработанные, интересные, актуальные и жизнеспособные идеи для перехода на следующий уровень.

В блоке «Обучение» участникам представится возможность получить навыки, необходимые для превращения бизнес-идеи в бизнес-план. Обучение подразделяется на несколько модулей: бизнес-планирование, юридические и экономические аспекты индивидуального

предпринимательства (регистрация и деятельность ИП и ООО, Трудовой Кодекс РФ, Налоговый Кодекс РФ и т.д.), маркетинг, электронная коммерция и техника продаж. В этом блоке участники, при помощи полученных знаний и навыков, а так же консультаций со специалистами, должны преобразовать идею в реальный, жизнеспособный бизнес-план, готовый к переходу на следующий этап проекта, к фандрайзингу, привлечению денежных средств или иных ресурсов, необходимых для реализации определенного проекта.

На этапе фандрайзинга проекты участников должны быть адаптированы и соответствовать претензии на получение грантов. Проект «Бизнес-Академия» реализуется при содействии и финансировании Администрации НГО, общая стоимость проекта составила 170 тыс. руб., но немалая часть мероприятий организуется собственными силами авторов и состоявшихся предпринимателей НГО, готовых на безвозмездной основе поделиться своим опытом и предоставить свои предприятия для проведения обучающих занятий.

Подводя итог, можно сказать что проект «Бизнес-Академия» нацелен на активную и продуктивную работу по интеграции молодежи в предпринимательскую среду. Основное условие руководителей проекта – изначальная мотивированность участников, желание и готовность к саморазвитию и развитию своей идеи. При изначальном охвате аудитории в 200 человек планируется создать и запустить на территории НГО не менее 10 проектов. На момент написания статьи проект «Бизнес-Академия» перешел на стадию «обучение» с 19 участниками и есть основания предполагать, что вскоре количество молодых предпринимателей в НГО изменится в желаемую сторону.

Список литературы:

1. Автономов В.С. Несвоевременные мысли Йозефа Шумпетера. М. 1995г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.libertarium.ru/lib_capsocdem_00/ (дата обращения 30.08.2014)
2. Беленький В.Х., Паульман В.Ф. Предпринимательство: развитие, природа, проблемы //Социологические исследования.2012. –№10.–С.11-20.
3. Бондаренко Е.Н. Жизненные стратегии молодежи закрытых административно-территориальных образований: социологический аспект». Автореферат дис. канд. социол. н. – Екатеринбург. – 2009. –16с.
4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Свердловской области: Закон Свердловской области от 06.02.2008 г. № 10-ОЗ. [Электронный ресурс].URL: <http://base.consultant.ru/>(дата обращения 30.08.2014)
5. Зубков К.И., Копылов В.М., Попов В.Г. Специфика социального развития и управления закрытым административно-территориальным образованием.[Электронный ресурс]. URL: <http://chinovnik.uara.ru/>.
6. Развитие субъектов малого и среднего предпринимательства в Новоуральском городском округе. Паспорт муниципальной программы на 2014 – 2018 гг. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.regionz.ru/index.php?ds=2301419> (дата обращения 25.08.2014)
7. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: Федеральный Закон от 24 июля 2007 года № 209 – ФЗ [п. 1 ст. 4], [Электронный ресурс]. URL: <http://base.consultant.ru/>(дата обращения 30.08.2014).

УДК 316.32

ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УНИВЕРСИТЕТОВ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ С РЕГИОНАЛЬНЫМИ СООБЩЕСТВАМИ¹

Смирнов Владимир Алексеевич

доктор социологических наук, доцент, проректор

Костромская государственная сельскохозяйственная академия, Кострома

E-mail: kano_igt@mail.ru

¹ Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта «Университет и сообщества: европейский опыт и российские практики», при финансовой поддержке РГНФ (№ заявки 13-03-00060)