

**Хусаинова Ж.С., Жартай Ж.М.,
Адилова Ж.Г., Бектлеева Д.Е., Абаюова Г.М.**

**РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕХАНИЗМЕ
ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО
РОСТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

Монография



Караганда
2020

Министерство образования и науки Республики Казахстан
Карагандинский университет имени академика Е.А.Букетова

**Хусаинова Ж.С., Жартай Ж.М.,
Адилова Ж.Г., Бектлеева Д.Е., Абауова Г.М.**

**РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕХАНИЗМЕ
ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО РОСТА
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

Монография

Караганда
2020

*Рекомендовано Ученым советом
Карагандинского университета имени академика Е.А.Букетова*

УДК 334:338 (574)
ББК 65.050.2 (5 Каз)
Х 98

**Х 98 Хусаинова Ж.С. Жартай Ж.М., Адилова Ж.Г., Бектлеева Д.Е., Абауова Г.М.
Развитие молодежного предпринимательства в механизме индустриально-инновационного роста Республики Казахстан: Монография. - Караганда: ТОО Изд-во «Арко», 2020. - 388 с.**

ISBN 978-9965-39-881-0

Монография посвящена систематизации методологических подходов к исследованию молодежного предпринимательства, оценке его текущего состояния и эффективности поддержки в Казахстане, разработке методологических основ форсайт-модели развития молодежного предпринимательства и моделированию его активизации в Казахстане. Монография содержит результаты научно-исследовательского проекта «Разработка форсайт-модели развития и активизации молодежного предпринимательства в механизме индустриально-инновационного роста Республики Казахстан», финансируемого Комитетом науки Министерства образования и науки Республики Казахстан (№ АР05132543, срок реализации 2018-2020 г.г.).

Монография представляет научный и практический интерес как для обучающихся, так и для преподавателей профессиональных учебных заведений высшего и среднего звена, научных работников, работников государственных органов, молодых предпринимателей, а также для всех интересующихся вопросами развития молодежного предпринимательства.

**УДК 334:338 (574)
ББК 65.050.2 (5 Каз)**

Рецензенты **Приворова Т.П.**, д-р экон. наук, профессор,
Карагандинский университет имени академика
Е.А.Букетова
Омарова А.Т., PhD, Карагандинский экономический
университет Казпотребсоюза.

ISBN 978-9965-39-881-0

© Хусаинова Ж.С., Жартай Ж.М.,
Адилова Ж.Г., Бектлеева Д.Е., Абауова Г.М., 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1. СИСТЕМАТИЗАЦИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ИССЛЕДОВАНИЮ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	8
1.1 Выявление специфики и факторов развития молодежного предпринимательства	8
1.2 Типологизация молодежного предпринимательства и изучение ее генезиса в развитой рыночной среде	41
1.3 Исследование молодежного предпринимательства в механизме инвестиционно-инновационной мультипликации и акселерации экономического роста	59
1.4 Поддержка и активизация молодежного предпринимательства в развитой рыночной среде: систематизация зарубежного опыта	73
ГЛАВА 2. ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН	88
2.1 Изучение нормативно-правовой базы развития молодежного предпринимательства в Казахстане	88
2.2 Анализ количественных и качественных параметров развития молодежного предпринимательства в Казахстане ...	102
2.3 Выявление социально-экономического портрета субъекта молодежного предпринимательства	166
2.4 Оценка эффективности действующей институциональной модели поддержки молодежного предпринимательства	177
2.5 Оценка эффективности действующей финансовой модели поддержки молодежного предпринимательства	199
2.6 Выявление системных проблем развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки в Казахстане	221
ГЛАВА 3. РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ ФОРСАЙТ-МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА	231

3.1 Конкретизация специфики форсайт-метода в разработке долгосрочных стратегий развития	231
3.2 Разработка форсайт-подхода к моделированию развития молодежного предпринимательства	240
3.3 Разработка методики проектирования модели дорожной карты развития молодежного предпринимательства	245
3.4 Разработка параметров эффективности развития молодежного предпринимательства: критерии, индикаторы, границы	252
ГЛАВА 4. ФОРСАЙТ-МОДЕЛИРОВАНИЕ АКТИВИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ	260
4.1 Разработка модели благоприятной институциональной среды развития бизнес-активности молодежи	260
4.2 Разработка механизмов формирования бизнес-компетенций и мотивации молодежи к предпринимательской деятельности	268
4.3 Моделирование инновационно-предпринимательской экосистемы вуза как фактора развития молодежного инновационного предпринимательства в университетской среде	278
4.4 Разработка модели бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования в вузах как инструмента усиления связи «S2B» (Science-to-Business)	292
4.5 Разработка Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030 года	302
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	323
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	337
ПРИЛОЖЕНИЯ	357

ВВЕДЕНИЕ

Интенсивное развитие молодежного предпринимательства, особенно его инновационного типа, является ключевой детерминантой модернизации национальной экономики и инвестиционно-инновационной мультипликации ее роста. Молодежное предпринимательство (в силу социально-психологических особенностей молодежи как наиболее активной, креативной, рефлексивной части общества) является более гибким и восприимчивым к изменениям внешней среды, что способствует реализации инновационного потенциала экономики, коммерциализации инноваций и внедрению инновационных технологий. Актуальность исследования обусловлена тем, что в рамках отдельного анализа «молодежного предпринимательства» до сих пор не определены его предметные границы и субъектная персонификация с целью адресного активизирующего воздействия, что препятствует процессу поддержки молодежного предпринимательства со стороны государства. Помимо этого есть ряд других проблем развития молодежного предпринимательства организационно-экономического и институционального характера, требующих серьезных фундаментальных и прикладных исследований. Ведь для обоснования современного механизма молодежного предпринимательства необходимо выявление общих параметров его становления и развития.

Несмотря на актуальность молодежного предпринимательства в мировой практике, его развитие в Казахстане является достаточно специфичным и отличается от аналогов в мире. Отличительными характеристиками молодежного предпринимательства в нашей стране являются следующие моменты: сами границы молодежного предпринимательства не рельефны; в развитии молодежного предпринимательства более важным является не бизнес-самореализация, а задачи сокращения безработицы; молодежное предпринимательство не структурировано в системе малого и среднего бизнеса; отсутствует системная политика целенаправленного развития бизнес-активности молодежи, нет отдельных программ поддержки молодежного предпринимательства; не детализированы адаптационные факторы и стратегии активизации молодежного предпринимательства.

Целью исследования является систематизация методологических подходов к исследованию молодежного предпринимательства с конкретизацией его институционального обеспечения в отечественной экономике, а также оценка текущего состояния развития и эффективности поддержки молодежного предпринимательства в Казахстане с разработкой форсайт-подхода для долгосрочной стратегии его роста.

Достижение данной цели обусловило постановку и последовательное решение ряда следующих задач:

- выявление специфики и факторов развития молодежного предпринимательства;

- типологизация молодежного предпринимательства в ходе генезиса в развитой рыночной среде с классификацией его типов и форм с выявлением эволюционной иерархии;

- исследование молодежного предпринимательства в механизме инвестиционно-инновационной мультипликации и акселерации экономического роста;

- систематизация зарубежного опыта поддержки и активизации молодежного предпринимательства в развитой рыночной среде с выявлением эффективного инструментария поддержки бизнес-активности молодежи;

- изучение нормативно-правовой базы развития молодежного предпринимательства в Казахстане с конкретизацией его институционального обеспечения;

- анализ количественных и качественных параметров развития молодежного предпринимательства в Казахстане;

- выявление социально-экономического портрета субъекта молодежного предпринимательства;

- оценка эффективности действующей институциональной модели поддержки молодежного предпринимательства;

- оценка эффективности действующей финансовой модели поддержки молодежного предпринимательства;

- выявление системных проблем развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки в Казахстане;

- конкретизация специфики форсайт-метода в разработке долгосрочных стратегий развития;

- разработка форсайт-подхода к моделированию развития молодежного предпринимательства;

- разработка методики проектирования модели дорожной карты развития молодежного предпринимательства;
- разработка параметров эффективности развития молодежного предпринимательства: критерии, индикаторы, границы;
- разработка модели благоприятной институциональной среды развития бизнес-активности молодежи;
- разработка механизмов формирования бизнес-компетенций и мотивации молодежи к предпринимательской деятельности;
- моделирование инновационно-предпринимательской экосистемы вуза как фактора развития молодежного инновационного предпринимательства в университетской среде;
- разработка модели бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования в вузах как инструмента усиления связи «S2B»(Science-to-Business)
- разработка Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030года

Объектом исследования является молодежное предпринимательство.

В рамках данного исследования был проведен системный анализ природы молодежного предпринимательства на базе диалектического принципа познания: от методологических основ, конституирующих данный процесс, к структуризации типологии и факторной специфики до формирования механизма динамичного функционирования молодежного предпринимательства в Республике Казахстан.

Разработка эффективной модели развития и активизации молодежного предпринимательства в механизме индустриально-инновационного роста Республики Казахстан позволит повысить эффективность и адресность мер поддержки бизнес-активности молодежи, что в конечном счете будет способствовать расширению доли молодежного предпринимательства (в том числе инновационного) и общему росту бизнес-сектора, повышению общественного благосостояния, расширению среднего класса.

ГЛАВА 1.

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ИССЛЕДОВАНИЮ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

1.1 Специфика и факторы развития молодежного предпринимательства

Актуализация молодежного предпринимательства в современных условиях вырастает из специфики аналитического инструментария. Эта специфика базируется на распространении методологического плюрализма на субъектно-объектную характеристику исследуемого феномена. Подобный подход представляется наиболее объективным, поскольку большинство экономических процессов сейчас развивается под воздействием огромного количества эндогенных и экзогенных факторов. Причем, эндогенные факторы также неоднозначны по своей концептуальной конструкции. Потому оценка с позиции методологического плюрализма позволит более взвешенно выделять современные доминанты, встраивать их в механизм постиндустриального развития, определять границы лакун неопределенности, дифференцировать риски. А в контексте молодежного предпринимательства концептуальная база диверсифицируется и приобретает дополнительную спецификацию по основным двум детерминантам: субъектной и объектной.

Во-первых, субъектная детерминанта молодежного предпринимательства – молодежь – невозможна без ее социумной оценки. Таким образом, необходима социологическая характеристика «молодежи», выделяющей как его субъектные доминанты, так и социумное место. В то же время, из этой социумной природы молодежи вырастает ее экономическая конституция, мотивы и возможности трудового и предпринимательского участия в национальном воспроизводстве, пределы бизнес-реализации и уникальное место в микро- и макроэкономической структуре. Итак, с субъектной стороны, само «молодежное предпринимательство» как никакой другой социально-экономический феномен подвержен междисциплинарного дуа-

лизму (одновременному анализу как с социологических начал, так и с позиции современной экономической теории).

Во-вторых, объектная детерминанта молодежного предпринимательства – предпринимательство – в данном ключе также находится в особом методологическом коридоре своей реализации. Ведь современное предпринимательство представляет собой неоднородную систему, базируется на различных концепциях. Фрагментарная и дискретная концептуализация теоретико-методологических основ предпринимательства является причиной неэффективности мер государственной поддержки и возникновения институциональной «ловушки», когда принятые юридические нормы и инструменты регулирования не соответствуют экономическим реалиям и объективным закономерностям предпринимательской деятельности.

Предлагаемая нами классификация концепций предпринимательства, учитывающая методологические особенности экономических школ, позволяет разделить существующие концепции на две группы (таблица 1, таблица 2):

1) Функциональные концепции, рассматривающие предпринимательств с точки зрения его функций:

– классическая концепция предпринимательства как несения бремени риска и неопределенности (Р. Кантильон [1], А. Смит [2], И.Г. Тюнен [3], Ф. Найт [4]);

– неоклассическая концепция предпринимательства как комбинирования факторов производства (Ж.Б. Сэй [5], А. Маршалл [6], Дж.Б. Кларк [7]);

– инновационная (модернизационная) концепция предпринимательства (И.А. Шумпетер [8]);

– неолиберальные полифункциональные концепции предпринимательства как двигателя эффективного функционирования рыночной экономики (Л. Мизес [9], Т.У. Шульц [10], И. Кирцнер [11], Ф. Хайек [12], М. Фридмен [13]).

2) Междисциплинарные концепции, находящиеся на стыке прикладной и управленческой экономики с правовыми, социологическими, философско-психологическими науками:

– концепции предпринимательства немецкой исторической школы и кейнсианства как набора определенных психологических качеств личности предпринимателя (Дж.М. Кейнс [14], В.

Зомбарт [15], М. Вебер [16]);

– институциональные и постинституциональные концепции предпринимательства как мультидисциплинарного феномена (Р. Коуз [17], Г. Пинчот [18], П. Друкер [19], Р. Хизрич, М. Питерс [20], М. Коултер, С. Робинс [21]).

На одном полюсе концепций предпринимательства – индустриальная основа, движущаяся на классических и неоклассических принципах, на другом – постиндустриальные отрасли, базирующиеся на инновационном предпринимательстве и трансмиссионном механизме перехода инноваций в массовое производство. Вместе с тем, само функционирование молодежного предпринимательства имеет свою уникальную природу, отличную от других форм бизнеса. Рассмотрим данный процесс структурно.

Итак, в чем же проявляется специфика субъектной детерминанты молодежного предпринимательства – молодежи? Какие характеристики дают дополнительную выгоду в процессе бизнеса и что является сдерживающим фактором?

В зарубежной литературе феномену молодежи как социального объекта уделяется огромное внимание. Причем, этот интерес дифференцируется по следующим направлениям. Так, значение молодежи как отдельной, но целостной социальной страты анализируется в работах Э. Дюркгейма [22], Т. Парсонса [23], П.А. Сорокина [24]. Идеология социокультурного статуса рассматривается в трудах Р. Мертона [25], Э. Фромма [26]; модели межпоколенческого взаимодействия сформулированы в трудах А. Шюца [27], П.Л. Бергера [28], Т. Лукмана [29], осмысление ценностной и мировоззренческой дифференциации молодежной среды анализируется в работах К. Манхейма [30], М. Мида [31].

Большинство ученых ближнего зарубежья (В.Т. Лисовский [32], И.С. Кон [33], М. Кетс де Вриес [34], М.С. Мельникова [35], Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапин [36], Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев [37], В.В. Загребин [38]) рассматривают молодежь как особую социально - демографическую группу общества, отличающуюся определенным набором характеристик: возрастными границами, социально-психологическими характеристиками, особенностями социально-экономического положения и культурного развития (таблица 3).

Таблица 1 – Классификация концепций предпринимательства

Концепции предпринимательства				
Функциональные концепции (или концепции «специфической предпринимательской функции»)		Междисциплинарные концепции		
Классическая концепция предпринимательства (Р. Кантильон [1], А. Смит [2], И.Г. Тюнен [3], Ф. Найт [4])	Неоклассическая концепция предпринимательства (Ж.Б. Сэй [5], А. Маршалл [6], Дж.Б. Кларк [7])	Инновационная (моденизационная) концепция предпринимательства (И.А. Шумпетер [8])	Неолиберальные полифункциональные концепции предпринимательства (Л. Мизес [9], Т.У. Шульц [10], И. Кирцнер [11], Ф. Хайек [12], М. Фридмен [13])	Концепции предпринимательства немецкой исторической школы и кейнсианства (Дж.М. Кейнс [14], В. Зомбарт [15], М. Вебер [16])
Предпринимательство как несение бремени риска и неопределенности	Предпринимательство как комбинирование факторов производства	Предпринимательство как новаторство	Предпринимательство как двигатель эффективного функционирования рыночной экономики	Мультидисциплинарная трактовка предпринимательства

Таблица 2 – Классификация концепций предпринимательства с учетом методологических особенностей экономических школ

Концепции предпринимательства	Основные идеи	Авторы	Определение
1	2	3	4
Классические концепция предпринимательства	Предпринимательство как несение бремени риска и неопределенности.	Р. Кантильон (1755 г.) А. Смит (1776 г.) И.Г. Тюнен (1826 г.) Ф. Найт (1921 г.)	Предприниматель – это любой индивид, обладающий предвидением и желанием принять на себя риск, осуществленный в будущем, чьи действия характеризуются и надеждой получить доход, и готовностью к потерям [1]. Предприниматель – «реализатор рискованных коммерческих идей», то есть это собственник, который идет на риск ради своих частных выгод (получения прибыли) идет на риск [2]. Предприниматель – это индивид, являющийся «изобретателем и исследователем в своей области», обладающий способностью идти на риски и принимать нестандартные решения ради получения непредсказуемого дохода [3]. Предпринимательство – это хозяйственная деятельность, приносящая доход за выполнение специфической функции - принятие решений в условиях неопределенности. Предприниматель - это «новый функционер экономики», на котором концентрируется «значительная часть технологического управления и контроля» [4].

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
Неоклассическая концепция предпринимательства	Предпринимательство как комбинирование факторов производства.	Ж.Б. Сэй (1803 г.) А. Маршалл (1890 г.)	Предприниматель – это индивид, организующий рациональную комбинацию факторов производства и организующий действия других людей [5]. Предпринимательская функция состоит в эффективном использовании ресурсов и координации факторов производства, их приспособлении к изменяющейся рыночной конъюнктуре. Благодаря тому, что предприниматель отбирает наиболее эффективные и конкурентоспособные комбинации факторов производств обеспечения роста экономики и ее саморегуляция. Предприниматели – это носители определенных организаторских и предпринимательских способностей [6].
		Дж.Б. Кларк (1934 г.)	Выделение предпринимательства в качестве четвертого фактора производства. «Чисто координирующую работу мы назовем функцией предпринимателя, и вознаграждение за нее назовем прибылью. Функция эта сама по себе не связана ни с трудом, ни с собственностью на капитал; она состоит ... в установлении и поддержании производительных отношений между этими факторами производства» [7].

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
<p>Инновационная (модернизационная) концепция предпринимательства</p>	<p>Предпринимательство как новаторства</p>	<p>И.А. Шумпетер (1912 г.)</p>	<p>Предприниматель – это хозяйствующий субъект, осуществляющий функцию новатора, то есть реализующий организационно-хозяйственную инновацию («новые комбинации факторов производства») в целях извлечения прибыли. «Новые комбинации факторов производства» - это создание новых благ, использование новых способов производства и новых технологий, освоение новых источников сырья, создание новых рынков сбыта т.д. Предпринимательство не является профессией и не формирует устойчивый социальный класс, так как предпринимательская функция дискретна и реализуется до тех пор, пока инновация не превратится в рутинизированную модель. Основу предпринимательской прибыли образует прибыль от инноваций как разница между стоимостью продукта, произведенного посредством инновации, и стоимостью этого же продукта, произведенного традиционным способом [8].</p>

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
Неолиберальные полифункциональные концепции предпринимательства	Предпринимательство как двигатель эффективного функционирования рыночной экономики	Л. Мизес (1940 г.)	Предприниматель — это человек, находящийся применение факторам производства с целью извлечения прибыли и приобретения богатства. Предпринимательство, как процесс развития идеи, носит творческий характер и его нельзя отождествлять с управлением. Предпринимательской деятельности невозможно научить, человек становится предпринимателем, используя свои интуицию и энергию [9].
		Т. У. Шульц (1964 г.)	Успех предпринимательской деятельности зависит в большей степени от человеческого капитала предпринимателя, чем от имеющихся в его распоряжении факторов производства и окружающей среды [10].
		И. Кирцнер (1973 г.)	Предприниматель — хозяйствующий субъект, использующий возможности для дестабилизации установившегося рыночного равновесия с целью получения выгоды. Предпринимательство — это процесс перехода от одного равновесного состояния «арбитражных» сделок к другому [11].
		Ф. Хайек (1978 г.)	Предпринимательство как основа развития рыночной экономики заключается в поиске и реализации новых возможностей и творческой предпринимчивости. Свобода предпринимательства является ключевым фактором роста общественного благосостояния [12].

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
Концепции предпринимательства немецкой исторической школы и кейнсианства	Предпринимательство как набор определенных психологических качеств личности.	М. Фридмен (1980 г.)	Предпринимательство – это деятельность хозяйственного субъекта, направленная на увеличение прибыли при условии, что им соблюдаются «правил игры» в открытой конкурентной борьбе [13].
		Дж.М. Кейнс (1936 г.)	Предприниматель – это особый социально-психологический тип хозяйственника, для которого главное «...не рациональная калькуляция Вебера или новаторство Шумпетера, сколько набор определенных психологических качеств». К ним относятся: умение рисковать, дух активности, уверенность в перспективах, стремление к богатству, «животное чутье» и др. Однако принимаемые предпринимателем решения не всегда рациональны и эффективны [14].
		В. Зомбарт (1902 г.)	Предприниматель – это «завоеватель» (готовность к риску, свобода, воля, настойчивость, богатство идей); «организатор» (способность управлять, организовывать и координировать действия других); «торговец» (дар убеждения, способность внушать доверие и вызывать интерес к своему продукту). Предпринимательский дух – это «синтез жажды денег, страсти к приключениям, изобретательности и многого другого» [15].

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
Институциональные и по- стинституциональные концепции пред- принимательст- ва	Мультидисциплинарная трак- товка предпринимательства	М. Вебер (1905 г.) Р. Коуз (1937 г.)	В основе предпринимательства и капитализма в европейских странах лежит протестантство как религиозно-этическое мировоззрение, направленное на формирование таких личностных качеств индивида, как трудолюбие, честность, бережливость, расчетливость [16]. Предприниматель – это «лицо или группу лиц, которые в конкурентной системе направляют производство, вы- полняя тем самым роль механизма цен». Предприниматель выполняет координирующую функцию: «предприниматель поглощен разделением труда внутри каждой фирмы», он «планирует и организует все сознательно». При этом в процессе взаимодействия предпринимателя с факторами производства ключевое значение имеет спецификация прав собственности и правовые отношения: «существо контракта в том, что им устанавливаются пределы власти предпринимателя» [17].
		Г. Пинчот (1983 г.)	Предпринимательство – это глобальное процессное явление, связанное с понятием «свобода творчества». Пиншотт Г. ввел термины «интрапренер», «интрапренерство» и «интракапитал» и стал одним из основоположников концепции «внутрифирменного предпринимательства» [18].

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4
		<p>П. Друкер (1984 г.)</p>	<p>Предприниматель – это экономический субъект, который стремится минимизировать свои издержки и максимизировать прибыль через создание новых продуктов (товаров и услуг) или новых рынков. Особым инструментом предпринимательства являются инновации. «Инновации, в основе которых лежат новые знания, – это „суперзвезды“ предпринимательства». Иными словами, предпринимательство – это инновационный управленческий процесс как результат конъюнктурных и технологических изменений [19].</p>
		<p>Р. Хизрич, М. Питерс (1989 г.)</p>	<p>Предпринимательство - это процесс создания новой ценности для удовлетворения имеющейся или создаваемой потребности, предполагающий принятие на себя ответственности за риски в расчете на получение вознаграждения в виде денег или удовлетворения достигнутым [20].</p>
		<p>М. Коултер, С. Робинс (2001 г.)</p>	<p>Предпринимательство – это процесс организованных усилий индивида или индивидов по поиску и реализации возможностей создания уникальной ценности, удовлетворяющей потребности независимо от того, какие ресурсы имеются в наличии [21].</p>

Таблица 3 – Определение термина «молодежь»

Авторы	Определение
1	2
И.С. Кон (1987 г.)	«Молодёжь – социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств. Молодость как определенная фаза, этап жизненного цикла биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации» [32].
В.Т. Лисовский (1996 г.)	«Молодежь - поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции; в зависимости от конкретных исторических условий, возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [33].
Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапин (2001 г.)	«Данная социально-демографическая группа, переживающая период становления социальной зрелости, вхождения в мир взрослых, адаптации к нему и будущее его обновление. Данная группа переживает важный этап семейной и внесемейной социализации, интернализации норм и ценностей, складывания социальных и профессиональных ожиданий, ролей и статуса... и т. д. Границы группы размыты и подвижны, но обычно их связывают с возрастом 15–30 лет» [34].
М. Кетс де Вриес (2008 г.)	«Важным фактором перехода к рыночной экономике является то обстоятельство, что молодежь не несет в себе балласта прошлого, имеющегося у старшего поколения. Молодые люди хотят оставить позади коллективистское наследие, они в гораздо большей степени по сравнению со старшими склонны к предпринимательству» [35].

Продолжение таблицы 3

1	2
Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев (2008 г.)	«Молодежь - большая общественная группа, имеющая специфические социальные и психологические черты, наличие которых определяется как возрастными особенностями молодых людей, так и тем, что их социально- экономическое и общественно-политическое положение, их духовный мир находятся в состоянии становления, формирования» [36].
М.С. Мельникова (2012 г.)	«Молодежь – это часть населения, объединенная интеллектуальной активностью, мобильностью, желанием изменить жизнь к лучшему, амбициозной позицией «состояться в этой жизни» [37].
В.В. Загребин (2014 г.)	«Молодёжь – социально-демографическая группа, состоящая из индивидов имеющие социальный статус молодых и являющиеся по самоидентификации молодыми, с характерными для них возрастными социально-психологическими свойствами и социальными ценностями, которые обуславливаются уровнем социально-экономического, культурного развития» [38].

Таким образом, молодежь определяется как социально-демографическая группа общества, выделяемая на основе возрастных характеристик и обусловленных ими особенностей социального статуса молодых людей, их места и функций в социальной структуре общества, а также присущих им специфических интересов и ценностей.

Особенность молодежи состоит в том, что эта группа общества по своему возрастному и социальному положению находится в стадии социального становления, то есть некоем переходном трансформационном состоянии [39].

Сам термин «молодежь» и его статусные границы были обусловлены научно-технической революцией, дифференциацией индустриальных процессов. Это привело к необходимости выделения определенного периода жизни на обучение и овладение производственными навыками. Именно в связи с изменением индустриальной основы производства, возникновение много-

отраслевого труда и появляется некий лимитирующий период – «молодость».

Следует отметить, что в различных странах возрастные границы молодежи определены по-разному в силу различий социально-экономических, правовых, культурных условий развития и традиций (таблица 4).

Таблица 4 – Возрастные границы молодежи, принятые в разных странах

Страна	Возрастные границы молодежи
Англия, Нидерланды	Молодежь не выделяется в особую группу, а объединяется вместе с детьми в возрастных рамках от момента рождения до 25 лет
Великобритания	от 16 до 24 лет
Германия	от 14 до 27 лет
Индия	от 25 до 40 лет
Испания	от 14 до 30 лет
Казахстан	от 14 до 29 лет
Канада	от 18 до 35 лет (по отдельным направлениям поддержки до 29 лет)
Китай	от 18 до 35 лет
Люксембург	от 15 до 25 лет
Россия	от 14 до 30 лет (в проекте Федерального Закона «О молодежи и государственной молодежной политике в Российской Федерации» - от 14 до 35 лет)
США	от 18 до 34 лет
Примечание – Составлено автором по источнику [40].	

Как видно из таблицы 4, возрастные рамки молодежи, принятые в большинстве стран, определяются в интервале от 14 до 30 лет [40]. В Законе Республики Казахстан «О государственной молодежной политике» определено, что молодежь – это граждане в возрасте от четырнадцати до двадцати девяти лет [41].

В.Т.Лисовский разделил молодёжь по принципу стадий усвоения социальных функций общества, определив ее возрастные рамки в интервале от 16 до 30 лет [32]. По мнению автора книги «Молодежь планеты» И.М. Ильинского, нижнюю возрастную границу молодежного возраста следует зафиксировать на уровне

13-14 лет [42]. В начале 80-х годов по итогам конференций ЮНЕСКО по вопросам молодежи верхняя возрастная граница понятия «молодежь» была определена на уровне 30 - 35 лет [40].

Таким образом, в современной науке и практике возрастные рамки молодежного предпринимательства, принятые в большинстве стран, определяются в интервале от 14 до 30 лет. Нижний возрастной предел в 14 лет обусловлен «открытием доступа к трудовой деятельности» [43], то есть наступлением физической зрелости, когда подросток впервые реализует свое социальное право выбора между учебой (в школе, колледже) и работой. Что касается верхней границы, то, она обусловлена «достижением трудовой и социальной стабильности» [43]. Иными словами, она определяется следующими условиями:

- достижением уровня экономической независимости, т.е. способности создания средств для самостоятельной жизнедеятельности;

- достижением уровня личной независимости, т.е. способности самостоятельно принимать решения о своей жизнедеятельности.

В этом аспекте наиболее важным с позиции социологического измерения является характеристика молодежи с точки зрения социального потенциала. Ведь достижение предельного уровня периода в статусе молодежи и предполагает самый высокий уровень реализации социального потенциала. Так какими же параметрами оценивается потенциал молодежи?

В социальном потенциале отражены все три состояния социума – экстраполяция прошлого, конкретизация настоящего и программирование будущего, т.е он характеризует интегральную основу любой социальной системы. Само понятие потенциала – это целостная совокупная способность ресурсов системы выполнять конкретные задачи.

С позиции объекта нашего анализа мы конкретизируем понятие потенциала введением в качестве базового – понятия «социальный». В этом ключе мы солидаризируемся с определением Г.В. Осипова, и исходим из того, что социальный потенциал – это скрытые (нереализованные) возможности повышения социальной эффективности субъекта в решении задач его перспек-

тивного развития в условиях динамично развивающегося социума [44].

Концептуальной основой анализа социального потенциала являются следующие положения немецкого социолога К. Мангейма:

– каждое поколение имеет свое пространственно-временное измерение;

– молодежь в любом обществе – это скрытый резерв;

– степень мобилизации молодежи и есть параметр уровня ее жизнеспособности [30].

Социальный потенциал молодежи структурируется по двум основным критериям: задачам общественного развития и уровням способностей. Исходя из первого критерия, можно выделить конструктивный потенциал молодежи и его деструктивный потенциал. По второму критерию выделяют три уровня и соответственно три степени адаптации к социальной действительности:

1) высокий потенциал, предполагающий динамическое расширение социального воспроизводства (успешно адаптированная молодежь);

2) средний потенциал молодежи – ориентирующийся на базовый тип социального воспроизводства (молодежь, пытающаяся адаптироваться);

3) низкий потенциал молодежи – ставка на сужение параметров социального воспроизводства (молодежь, отказывающаяся от адаптации).

Итак, социальный потенциал молодежи является отражением всей системы микро- и макрофакторов социальной среды. Это позволяет выделить следующие свойства молодежи в современных условиях:

- базовым свойством молодежи является то, что она потенциальна по сути, она не абсолютно прогрессивна и не регрессивна, она социальная потенция, готовая к любым начинаниям;

- поведенческой константой молодежи является поколенческий дуализм: зависимость от старшего поколения из-за отсутствия жизненного опыта и социально-стабильных ориентиров и, в то же время, автономное отрицание целей и социальных стандартов старшего поколения,

- изначально низкий статус молодежи в системе экономического воспроизводства, неравнозначное участие в процессе распределения материальных благ,

- исходя из потенциальных возможностей, молодежь характеризуется самой высокой мобильностью из всех социальных групп;

- молодежь является наиболее склонной к инновациям, максимально адаптированной к креативному производству, т.е. гибкому творческому, современному мышлению;

- молодежь является историко-культурным драйвером: она продукт сложившейся историко-культурной среды, и, в то же время, локомотив ее модернизации.

Итак, социальный потенциал молодежи дает основания для анализа ресурсных возможностей данного сегмента общества. Но потенциальные параметры лишь основа для реализации предпринимательской специфики молодежи. Это нужно учитывать при становлении молодежного бизнеса, это ее специфическая поколенческая и социумная сторона. А собственно предпринимательская мотивация заключается в иных сугубо экономических стимулах и категориях. Наиболее аутентичной в этой связи представляется понятие бизнес-активности молодежи. Экономические истоки бизнес-активности берут начало с теории И. Шумпетера [8]. Ведь именно инновации, внедряемые предпринимателем, заставляют его бороться со сложившимися традициями и инертностью. О распространении активного начала в предпринимательскую среду писал и П. Друкер. По его мнению, предприниматель – это новатор, внедряющий инновационность даже в среду управления [19]. Но, в то же время, М. Вебер, считал, что бизнес и дух капитализма проявляется как «рациональный и систематический поиск прибыли в ходе занятия профессией» [16, с.45]. В современных же условиях, все-таки, рациональность и систематичность не являются антагонизмом бизнес-активности. Напротив, рост конкурентоспособности, социальное давление общества, вынуждают постоянно совершенствовать бизнес-структуру, активизировать формат при соблюдении принципа рациональности в оценке риска и ресурсоотдачи.

Итак, сам субъект анализируемого феномена – молодежного

предпринимательства – предстает как экономико-социологическая система, движущим механизмом которого являются имманентные характеристики молодежи как социального сегмента с определенной долей социальной рефлексии, выраженной в поколенческом дуализме.

Эндогенным качеством молодежи является ее социальный потенциал, развитие которого вырастает в структуру экзогенного качества - бизнес-активности молодежи. Адекватная реализация высокого социального потенциала и бизнес-активности возможна на полях современного диверсифицированного бизнеса, т.е. объекта молодежного предпринимательства.

В постсоциалистических странах молодежное предпринимательство находится на начальных этапах институционализации, а потому требует упорядочения категориального аппарата, организационного оформления и законодательного закрепления. Существующие исследования природы молодежного предпринимательства показывают, что концептуализация данного явления имеет фрагментированный характер при наличии различных определений и трактовок данного явления. Исследователи (Ф. Чигунта [45], У. Шуф [46], Е.В. Мезенцева [47], Н.В. Ахиярова [48], Е.К. Осифуах [49], С. Риахи [50], С.Г. Петросян [51], А.В. Иванова [52], С.Ю. Богданова [53], Д.Ю. Вострухина [54], Н.Н. Масюк [55], Р.И. Маликов, А.Г. Комаров, С.Ю. Богданова [56], Е.Э. Каурова [57], Э.Ю. Кочесокова [58], А.И. Далибожко [59]) выделяют различные критерии для определения данного термина, основанные на различных культурных, социальных и экономических факторах и традициях (таблица 5).

Таким образом, уникальность молодежного предпринимательства как особого сегмента бизнес-сектора, обусловлена спецификой возрастных и личностных характеристик молодежи, ее социального статуса и поведенческих моделей а также высокой подвижностью, активностью и адаптивностью данной социальной группы.

Таблица 5 – Существующие походы к определению понятия «молодежное предпринимательство»

Автор	Определение
1	2
Ф. Чигунта (2002 г.)	«Практическое применение таких предпринимательских качеств, как инициативность, креативность и склонность к риску, а также использование соответствующих навыков, необходимых для успеха в этой среде и культуре» [45, с. 2].
У. Шуф (2006 г.)	«Признание возможности для молодых людей создавать ценность, и процесс принятия решений на основе этой возможности, независимо от того, включает ли она создание новой организации» [46, с. 7].
Е.В. Мезенцева (2009 г.)	«Мы предлагаем к молодежному предпринимательству отнести граждан от 14 до 30 лет, осуществляющих предпринимательскую деятельность в форме индивидуального, коллективного и корпоративного предпринимательства, проявляющих инициативу и действующих на свой страх и риск с целью получения предпринимательского дохода для удовлетворения социальных, культурных, материальных потребностей, обеспечения достойного уровня жизни семьи» [47].
Н.В. Ахиярова (2009 г.)	«Вид ... активности ... молодых людей (до 30 лет включительно), основанной на определенных ресурсах, автономной социально-экономической инициативе, личностных качествах, и нацеленной как на получение прибыли и достижение материального благополучия, так и на свободную самореализацию и самоутверждение молодого человека» [48, с. 17-18].
Е.К. Осифуах (2010 г.)	«Генерирование ценности и денежного потока путем создания нового или расширения существующего предприятия в любом секторе, осуществляемое молодыми предпринимателями в возрасте от 16 до 35 лет, способными распознать и использовать появляющиеся возможности» [49, с. 166].

Продолжение таблицы 5

1	2
С. Риахи (2010 г.)	«Предпринимательская деятельность лиц в возрасте до 30 лет, которые, как правило, мотивированы начать ее из-за ряда факторов, включая желание быть независимым и получить контроль над собственной жизнью, получить дополнительный доход, производить инновационные или конкурентоспособные продукты и услуги» [50].
С.Г. Петросян (2011 г.)	«Осуществление предпринимательской деятельности субъектами молодежного предпринимательства – особой социальной группой, характеризующейся набором специфических свойств (гибкость, адаптивность, инновационность), направленную в первую очередь на самореализацию и социальную адаптацию молодежи, а также на обеспечение молодежи рабочими местами и достойными заработками» [51].
А.В. Иванова (2013 г.)	«Динамический процесс создания новой стоимости/ценности бизнеса, основанный на целесообразной, осуществляемой на свой риск деятельности предпринимателя в возрасте от 16 до 35 лет (или предпринимательской команды, в состав которой входит не менее 70% участников в возрасте от 16 до 35 лет), который эффективно объединяет ресурсы для использования имеющихся возможностей по удовлетворению существующих или создаваемых потребностей» [52, с. 24].
С.Ю. Богданова (2014 г.)	«Молодежное предпринимательство можно определить как систему внутренних стимулов, мотиваций и правил организации ведения бизнеса посредством обеспечения сопряжения организационного и человеческого капитала, включающую в себя механизм генерирования идей и новаторских подходов к инновационным формам предпринимательства» [53].
Д.Ю. Вострухина (2014 г.)	«Самостоятельный бизнес с небольшим количеством сотрудников, который организуется людьми до 35 лет» [54, с.81].

Продолжение таблицы 5

1	2
Н.Н. Масюк (2014 г.)	«Молодежное предпринимательство – это способ получения денежных средств, причем как для молодых предпринимателей, так и для их работников» [55, с. 95].
Р.И. Маликов, А.Г. Комаров, С.Ю. Богданова (2014 г.)	«Современный молодой предприниматель — это человек до 35 лет, владеющий малым бизнесом с небольшим штатом сотрудников. Характерной чертой именно молодых предпринимателей можно назвать склонность к риску и внедрению в свой бизнес инноваций» [56].
Е.Э. Каурова (2015 г.)	«Практическое применение предприимчивых качеств индивида (в возрастной категории 30-35 лет), таких как инициативность, новаторство, творчество, гибкость мышления и готовность к риску, используя соответствующие навыки для достижения триумфа в данной сфере» [57, с. 416].
Э.Ю. Кочесокова (2016 г.)	«Особая сфера общественных отношений, в которую входит как экономическая, так и молодежная политика государства» [58,с. 50].
А.И. Далибожко (2017 г.)	«Молодежное предпринимательство - это относительно самостоятельная категория деловой активности, которая предполагает достижение молодыми предпринимателями в возрасте до 35 лет, эффективно объединяющими доступные ресурсы на основе личностных качеств и профессиональных навыков, конкурентных преимуществ в ведении бизнеса» [59].

С учетом выявленных возрастных характеристик молодежи, а также на основе анализа представленных трактовок и определений молодежного предпринимательства, представленных в таблице 5, нами сформулировано определение данной категории, связывающее его разнообразными характеристиками. Итак, молодежное предпринимательство – это особый самостоятельный сегмент малого и среднего предпринимательства, представленный предпринимателями в возрасте до 30 лет, осуществляющими инициативную предпринимательскую деятельность в

различных организационно-правовых формах и эффективно объединяющими факторы производства на основе своих специфических личностных качеств (гибкость, мобильность, энергичность, инновационная активность, предрасположенность к риску) для удовлетворения существующих или создаваемых общественных потребностей с целью получения предпринимательского дохода. Отсюда, вытекает и определение субъекта молодежного предпринимательства, под которым мы понимаем представителя молодежи (или группу молодых людей) в возрасте до 30 лет, зарегистрированного в качестве индивидуального предпринимателя или коммерческой организации для осуществления инициативной предпринимательской деятельности.

Выведение молодежного предпринимательства в особый самостоятельный сегмент предпринимательской деятельности обусловлено его специфическими характеристиками, а также присущими ему сильными и слабыми сторонами. С учетом существующих исследований (С.Г. Пугачевой [60], Волкова Ю.Г., Добренькова В.И., Кадария Ф.Д., Савченко И.П., Шаповалова В.А. [61] и др.) и используя авторский подход [62-66], мы выделили специфические характеристики личности молодого предпринимателя (таблица 6).

Таблица 6 – Специфические характеристики личности молодого предпринимателя

Характеристики	Личностные качества, черты
1	2
Возраст	14-30 лет
Физические	физическое, психо-эмоциональное здоровье; физическая выносливость
Профессионально-квалификационные	среднее или высшее профессиональное образование, высокий уровень актуализации образования, незначительный опыт работы
Интеллектуальные	способность усваивать новые знания и навыки, развитое логическое мышление, оригинальность и креативность, инновационная активность, интуиция, любопытство

Продолжение таблицы 6

1	2
Эмоционально-психологические	амбиционизность, эмоциональный интеллект, энергичность, смелость, стойкость, гибкость, критичность, упорство и настойчивость, уверенность в себе, оптимизм, энтузиазм, стрессоустойчивость, мобильность и готовность к смене деятельности
Коммуникативные	адаптивность, умение убеждать, коммуникабельность, эмпатия
Организаторские, лидерские	стремление к лидерству, инициативность, самостоятельность, ответственность, трудолюбие и работоспособность, моральная воля и мотивация, готовность к риску, ориентация на эффективность и качество
Культурно-этические	владение культурой речи и поведения, вежливость, выдержанность, этичность, такт и дипломатичность

Представленные в таблице 6 специфические личностные характеристики молодых предпринимателей обуславливают существование особых конкурентных преимуществ и лимитирующих недостатков молодежного предпринимательства (таблица 7).

Итак, в современных условиях развитием высокого социального потенциала молодежи является ее бизнес-активность, которая характеризуется следующими чертами: высокой эмоционально-волевой составляющей, активизацией психофизического субпотенциала; коммуникативной ориентацией на преобразование; деятельностным подходом; инициативным самосовершенствованием. Таким образом, бизнес-активность молодежи характеризуется инициативным проявлением способностей и индивидуальных интересов в процессе реализации ее предпринимательского потенциала.

Таблица 7 – Конкурентные преимущества и лимитирующие недостатки молодежного предпринимательства

Конкурентные преимущества (сильные стороны)	Лимитирующие недостатки (слабые стороны)
<ul style="list-style-type: none"> - высокая инновационность, - предрасположенность к риску, - мобильность, маневренность - гибкость, - высокая актуализация образования и постоянная возможность систематического обновления знаний и навыков, - высокая работоспособность, выносливость, - энергичность 	<ul style="list-style-type: none"> - малый опыт социализации, - неразвитые практические навыки, - нехватка стартового капитала, - слабые личные связи и небольшой опыт нетворкинга, несформированность деловой репутации, - помеха для получения образования, - несформированность моральных устоев и соблазн переключения на нелегальный «теневой» бизнеса

С прикладной позиции зарождение молодежного предпринимательства возможно лишь в нише малого бизнеса, преимущественно в традиционных сферах услуг или в форме партнерств. Именно в этих условиях начинается первоначальная реализация социального потенциала молодежи. Но в современных условиях индустриальная база производства является актуальным основанием для развития бизнеса. А начиная с первой трети 20 века можно констатировать становление и мощное синергическое влияние на весь экономический процесс факторов постиндустриализма.

Поскольку сущность той или иной экономической категории проявляется через реализуемые ею функции, нами были выделены две группы функций молодежного предпринимательства, представленные в таблице 8.

Первая группа функций - общие функции молодежного предпринимательства, которые связаны с общим функциональным контентом предпринимательства в целом. К ним общим функциям мы отнесли: общеэкономическую инновационную, ресурсную, организаторскую, социальную и личностную функции.

Таблица 8 – Функции молодежного предпринимательства

Функции	Содержание функции
1	2
Общие функции молодежного предпринимательства	
Общэкономическая	Производство товаров (оказание услуг, выполнение работ) для удовлетворения потребностей общества
Инновационная	Введение инноваций; содействие материализации новых идей, новых продуктов, новых технологий и способов организаций производства
Ресурсная	Мобилизация, комбинирование и эффективное использование ограниченных экономических ресурсов (природных, трудовых, капитальных, информационных и др.)
Организаторская	Использование предпринимательских способностей для эффективного соединения и использования факторов производства с целью получения прибыли
Социальная	Повышение общественного благосостояния, а также формирование особого социального слоя, состоящего из предприимчивых людей, способных организации собственного дела и к самостоятельной хозяйственно-экономической деятельности
Личностная	Самореализация индивида путем достижение собственной поставленной цели и получение удовлетворения от своей деятельности
Специфические функции молодежного предпринимательства	
Ценностно-ориентационная	Формирование активной социально-экономической позиции молодежи и модернизация общественного сознания в направлении позитивного отношения к предпринимательству

Продолжение таблицы 8

1	2
Креативно-инновационная	Реализация в процессе предпринимательской деятельности присущего молодым людям стремления творить, совершенствовать, улучшать окружающую действительность через творчество, креативность и инновации
Социально-стабилизационная	Молодежное предпринимательство способствует обеспечению продуктивной занятости молодежи, снижению молодежной безработицы, обеспечению социальной защищенности молодежи и повышению ее жизненного уровня
Социально-адаптивная	Профессиональная ориентация и обучение молодых людей, предоставление рабочих мест социально незащищенным категориям молодежи (учащейся молодежи, безработным, людям с ограниченными возможностями, матерям-одиночкам, вынужденным переселенцам и др.)
Личностно-социализирующая	Самореализация и самоутверждение молодых людей, реализация ими своих амбиций и творческого потенциала в процессе предпринимательской деятельности
Информационно-коммуникативная	Предпринимательская деятельность способствует удовлетворению потребности молодежи во взаимодействии и общении с социумом, формированию социальных и деловых связей (нетворкинг)

Вторая группа функций – специфические функции молодежного предпринимательства, обусловленные особенностями возрастными, социальными, социентальными и психологическими особенностями молодежи как субъекта предпринимательской деятельности. К ним относятся:

1) Ценностно-ориентационная функция, которая связана с формированием активной социально-экономической позиции молодежи, а также модернизацией общественного сознания и национальной ментальности в направлении позитивного отношения к предпринимательству.

2) Креативно-инновационная функция, то есть реализация в процессе предпринимательской деятельности присущего молодым людям стремления творить, совершенствовать, улучшать окружающую действительность через творчество, креативность и инновации.

3) Социально-стабилизационная функция, которая связана с тем, что молодежное предпринимательство способствует обеспечению продуктивной занятости молодежи, снижением молодежной занятости, обеспечением социальной защищенности молодежи и повышением ее жизненного уровня.

4) Социально-адаптивная функция, заключающаяся в том, что молодежное предпринимательство способствует профессиональной ориентации и обучению молодых людей, предоставлению рабочих мест социально незащищенным категориям молодежи (учащейся молодежи, безработным, людям с ограниченными возможностями, матерям-одиночкам, вынужденным переселенцам и др.).

5) Личностно-социализирующая функция, состоящая в самореализации и самоутверждении молодых людей, реализации ими своих амбиций и творческого потенциала в процессе предпринимательской деятельности.

6) Информационно-коммуникативная функция, заключающаяся в том, что предпринимательская деятельность способствует удовлетворению потребности молодежи во взаимодействии и общении с социумом, формированию социальных и деловых связей (нетворкинг).

Молодежное предпринимательство как открытая система, так же как и предпринимательская деятельность в целом, испытывает влияние множества факторов предпринимательской среды, имеющих как позитивный, так и негативный характер. С нашей точки зрения, среда молодежного предпринимательства подразделяется на внешнюю (объективную), не зависящую от самих предпринимателей, и внутреннюю (субъективную), кото-

рую молодые предприниматели формируют сами. Соответственно факторы, влияющие на развитие молодежного предпринимательства делятся на:

- экзогенные, обусловленные внешней предпринимательской средой;

- эндогенные, детерминированные особенностями внутренней предпринимательской среды.

Внешняя среда молодежного предпринимательства – это интегрированная макросистема взаимосвязанных внешних (экзогенных) факторов (условий), прямо или опосредованно воздействующих на становление и развитие молодежного предпринимательства. Она носит объективный характер, поскольку не зависит от воли и желаний молодых предпринимателей. Факторы внешней среды можно разделить на две группы: регулирующие и обеспечивающие [67]. К обеспечивающим факторам внешней среды молодежного предпринимательства нами отнесены экономический, природно-климатический, социально-демографический, научно-технический, институциональный, социо-культурный факторы. К регулирующим внешним факторам молодежного предпринимательства мы отнесли правовой, экологический, политический, международный факторы. Их подробная характеристика приведена в таблице 9.

Внутренняя среда молодежного предпринимательства - это интегрированная микросистема взаимосвязанных внутренних (эндогенных) факторов (условий), непосредственно связанных с деятельностью предпринимательской единицы. Внутренняя предпринимательская среда как совокупности внутренних условий функционирования предпринимательской организации, носит субъективный характер, ее состояние и качество зависит от самого предпринимателя (собственника, лидера), от его компетентности, организационно-управленческих и социально-психологических качеств, навыков и умений в организации и ведении бизнеса.

Таблица 9 – Экзогенные факторы молодежного предпринимательства

	Факторы	Характеристика
1	2	3
Обеспечивающие факторы	Экономический	Параметры совокупного спроса и совокупного предложения, экономического роста, цикличности экономики, среднегодовые темпы инфляции, уровень занятости и безработицы, доходы и покупательную способность населения, характер рыночной конкуренции и уровень развития рынок, стабильность и развитость денежной и финансово-кредитной системы, инвестиционные климат и уровень процентных ставок, объем инвестиций и сбережений и т.д.
	Природно-климатический	Климатические и природно-географические условия; наличие, объем, качество природных ресурсов, географическое расположение сырьевой базы и потребительского рынка и др.
	Социально-демографический	Численность и половозрастная структура населения, миграционные процессы, структура населения по доходам, социальному положению, образованию и т.д.
	Научно-технический	Уровень индустриального и научно-технического развития страны, наличие технологий и их применение, проведение НИОКР, уровень компьютеризации страны, доступ к Интернету и др.
	Институциональный	Наличие и развитость системы общественных и рыночных институтов, посредством которых осуществляются предпринимательская деятельность, рыночные трансакции и деловые взаимоотношения.

Продолжение таблицы 9

1	2	3
	Социо-культурный	Морально-этические правила нравственные нормы; исторические традиции и обычаи; национальные, расовые, религиозные особенности людей, обуславливающие модели их социального поведения и образа жизни
Регулирующие факторы	Правовой	Наличие и степень разработанности нормативно-правовой базы, регулирующей частную собственность, предпринимательство (в том числе молодежное), рыночные транзакции, взаимоотношения рыночных контрагентов, а также производственно-хозяйственную, торгово-посредническую, финансовую, инвестиционную, бюджетно-налоговую деятельность.
	Экологический	Состояние экосистемы и степень ее загрязнения, риск возникновения техногенных катастроф, уровень финансирования государством экологических программ, экологическое законодательство и др.
	Политический	Политическая ситуация в стране, устойчивость политических институтов, уровень развития демократии, особенности взаимоотношения общества и государства, уровень коррупции и криминогенности в стране и т.д.
	Международный	Уровень развития международных экономических отношений, геополитический фактор, степень глобализации и регионализации, характер международной конкуренции и т.д.

К внутренним (эндогенным) факторам молодежного предпринимательства относятся: организационная структура, ресурсы, контрагенты (к которым относятся поставщики, потребите-

ли, конкуренты, посредники, прочая контактная аудитория), межличностные отношения, внутриличностные процессы (таблица 10). В целом, данный уровень факторов определяется как личностной готовностью молодого человека к предпринимательству, так и качеством построенной им организационной структуры с её ресурсным обеспечением, контрагентами и коммуникационными сетями.

Таблица 10 – Эндогенные факторы молодежного предпринимательства

Факторы	Характеристика
Организационная структура	<ul style="list-style-type: none"> - выбор объекта предпринимательской деятельности и его организационно-правовой формы; - организационная структура производства, управления, а также логистических и финансовых потоков; - разработка и реализация стратегии деятельности; - эффективность планирования и прогнозирования; - соблюдение действующего законодательства; - прогнозирование рисков и управление ими
Ресурсы	<ul style="list-style-type: none"> - наличие собственного капитала и источников инвестиционных ресурсов; - подбор команды партнеров, персонала и управление им, включая мотивацию сотрудников; - основные и оборотные фонды; - технологии и т.д.
Контрагенты	поставщики, потребители, конкуренты, посредники, прочая контактная аудитория (государственные органы, финансовые институты и т.д.)
Межличностные отношения	благоприятный моральный климат, условия работы сотрудников, качество деловых коммуникаций, деловая этика и т.д.
Внутриличностные процессы	психологическая и профессиональная готовность к предпринимательской деятельности, к риску и ответственности, др.

Таким образом, анализ механизма молодежного предпринимательства в концептуальном основании предстает системой

методологического плюрализма. Именно этот аспект является специфическим: ведь и субъектная детерминанта – молодежь – и объектная детерминанта – предпринимательство, а также сам процесс инициативной деятельностной реализации аутентично представлены лишь в данном системном многообразии. Так, мотивы, перспективы, возможности молодежи наиболее полно раскрываются в рамках междисциплинарного анализа, который позволил выявить следующие факторные характеристики.

Во-первых, с позиции социологических координат молодежь это социумный сегмент, ориентированный на реализацию социального потенциала. Его деятельностная реализация базируется на нескольких субпотенциалах, внутренне имманентным из которых является психофизический потенциал.

Во-вторых, различная степень реализации социального потенциала формирует и специфические признаки молодежи. Низкий уровень реализации социального потенциала основывается на отсутствии инициативы в самореализации, отсутствии опыта социализации, низких параметрах личностных качеств и образовательного ценза. Высокий уровень реализации социального потенциала основывается на сильных признаках молодежи как социального сегмента : высокая мобильность и отсюда стремление к инновационной активности, расширению качеств человеческого капитала, высокий уровень обновления своих знаний и социальных навыков, высокая степень психофизического потенциала, т.е. способность выдерживать повышенные трудовые нагрузки и высокая стрессоустойчивость.

В-третьих, с точки зрения экономических координат, молодежь характеризуется бизнес-активностью. Ее параметры охватывают следующие современные признаки молодежи как экономического субъекта: инновационность экономического мышления, современная оценка риска, быстрота реакции на диверсифицированном рынке, быстрота оценки доходности новых форм бизнеса исходя из того, что молодежь является поколенческим историко-культурным драйвером.

В-четвертых, с позиции объекта анализа – системы диверсифицированного бизнеса в рамках которого молодежь пытается нелинейно реализовать свой потенциал, также актуализирована методологические границы – от неоклассики, в рамках которой

молодежное предпринимательство носит традиционный, преимущественно индустриальный характер, до современного нового институционализма, который выстраивает молодежное предпринимательство в систему растущих трансакций и оценки трансакционных издержек.

В-пятых, прикладное развитие по данным концептам приводит к трем направлениям бизнес-реализации молодежи. Первое направление, условно называемое нами «ученическое»- это развитие бизнеса в рамках неоклассических канонов: оно оценивается со спросовых позиций для получения более высокой цены и доходности, факторной эффективности и нахождения ниш в условиях несовершенной конкуренции. В качестве наиболее важных эндогенных факторов развития данного направления выступает наличие стартового капитала, склонность к риску и опора на опыт предыдущих поколений. К экзогенным факторам функционирования относятся макроэкономическая конъюнктура в среде несовершенной конкуренции, географические и природные условия ведения бизнеса.

В-шестых, вторым направлением молодежного предпринимательства выступает инновационно-ориентированный бизнес. Он строится на принципах инновационной экономики, т.е. создания и трансфера технологии с целью перехода к массиву новых товаров, услуг, управленческих решений. В качестве важнейших эндогенных факторов выступают предрасположенность к инновациям, возможность оценки риска и принятия оптимальных бизнес-решений. К экзогенным факторам развития данного направления относятся наличие инфраструктуры по бизнес-инкубированию и акселерированию молодежных стартапов, общий уровень развития человеческого капитала.

В-седьмых, современное направление молодежного предпринимательства зиждется на принципах нового институционализма. В его рамках основной акцент делается не столько на форму, качество, бизнес-направленность, а на результаты и соотношение фирменных и сугубо рыночных начал. Эндогенными факторами данного направления является весь комплекс предпринимательских и социолого-психологических и историко-культурных компетенций. В частности, это – умение формировать адекватную команду, разработка навыков бизнес-

планирования, логистических и финансовых потоков, использование кросс-культурных навыков и стереотипов. К экзогенным же факторам следует отнести институционально- правовое обеспечение бизнеса, механизм организационного сопровождения молодежного бизнеса, наличие системы мониторинга, выявления обратной связи и оценки возможных дисфункций имеющихся институтов. Такова системная концептуальная база, конституирующая современное молодежное предпринимательство. А становлению на этой основе прикладных структурных и факторных элементов молодежного предпринимательства будет посвящен последующий анализ.

1.2 Типологизация молодежного предпринимательства и его генезис в развитой рыночной среде

Молодежное предпринимательство можно разделить на два основных типа: традиционное (называемое также классическим, консервативным, рутинным, репродуктивным) и инновационное (продуктивное). В основе этой типологии лежат такие критерии, как инновации, уровень риска и размер прибыли.

Традиционное молодежное предпринимательство – это предпринимательская деятельность молодых людей, нацеленная на максимизацию отдачи от используемых ресурсов и повышение рентабельности на освоенных рынках при использовании традиционных технологий, существующих статичных способов производства и управления, и т.д.

Оно связано с производством стандартной (традиционной) продукции, опорой на собственные знания, опыт и профессионализм, а также с умеренным риском и относительно невысокой величиной прибыли. Именно в рамках классической модели предпринимательства создана концепция управления ростом предприятия и производства через использование внешних и внутренних факторов предпринимательской среды. Общий алгоритм действий молодого предпринимателя в рамках традиционной модели предпринимательства представлен на рисунке 1.



Рисунок 1 – Общий алгоритм действий молодого предпринимателя в модели традиционного предпринимательства

Особенностями традиционного предпринимательства являются:

- реализация долгосрочных проектов с умеренным дозированным риском и невысокой прибылью;
- высокая степень устойчивости и надежности;
- детальное знание особенностей технологического процесса производства продукции, а также текущих потребностей рынка;
- глубокая проработка возможных альтернатив достижения цели и выбор среди них оптимального варианта, обеспечивающего максимальную отдачу от используемых ресурсов.

Традиционное молодежное предпринимательство имеет две модификации, выделяемые по критерию способа достижения конечной цели – максимизации прибыльности:

- 1) Рутинно-прагматическое предпринимательство, связанное с использованием трудноосваиваемых производственных ресурсов и современных методов организации производства
- 2) Потребительское предпринимательство, направленное на более полное и адресное удовлетворение потребительского спроса.

В вышеприведенном ракурсе понятие «традиционное предпринимательство» тождественно понятию «бизнес». Большинство предпринимателей придерживаются именно модели классического предпринимательства, благодаря чему обеспечивается

общая устойчивость бизнес-сектора и стабильность экономики в целом.

Инновационное молодежное предпринимательство – это предпринимательская деятельность молодых людей, связанная с динамичным поиском и внедрением уникальных инноваций (новых продуктов, новых технологий, новых способов организации производства и т.д.) с целью максимизации прибыли при высокой степени риска и неопределённости.

Основная задача молодого предпринимателя-новатора заключается в поиске и внедрении новых технологических возможностей для производства инновационной продукции или производства традиционных товаров инновационными способами и факторами производства. Поэтому ключевыми эндогенными факторами развития инновационного молодежного предпринимательства выступают такие личностные особенности молодых людей, как креативность, творческий подход, а также интуитивное предвидение будущих изменений (в т.ч. потребительских запросов), логический анализ рыночных сигналов и способность трансформировать их в инновационные проекты посредством собственной практической энергии. Общий алгоритм действий молодого предпринимателя-инноватора представлен на рисунке 2.



Рисунок 2 –Общий алгоритм действий молодого предпринимателя в модели инновационного предпринимательства

Инновационная модель молодежного предпринимательства сопряжена с воспроизводственным циклом инновационного

продукта: во-первых, это непосредственное создание инновационного продукта (инновационное производство); во-вторых, это выполнение посреднических функций (услуг) по продвижению инновационного продукта от создателя до конечного потребителя (инновационное посредничество).

Подробная сравнительная характеристика традиционного и инновационного молодежного предпринимательства представлена в таблице 11.

Как показывает мировая практика и современные исследования, лидерство в инновационном предпринимательстве принадлежит малым инновационным предприятиям. Они обладают необходимой гибкостью и адаптивностью в выполнении посреднической функции между наукой и производством, снижая издержки (в том числе трансакционные) коммерциализации результатов научно-технической деятельности и создавая инновационный продукт.

Малые инновационные предприятия как форма организации молодежного предпринимательства обладают такими конкурентными преимуществами, как: интенсификация воспроизводства инновации и их диффузии, а также ускорение инновационного цикла вследствие оперативного принятия управленческих решений, минимальной управленческой иерархии и отсутствию бюрократизированности; возможность быстрой апробации собственных идей и разработок; высокая степень самостоятельности в принятии решений. К слабым сторонам малых молодежных инновационных предприятий можно отнести:

- ограниченность источников финансирования (как внутренних, так и внешних);
- низкий уровень разделения труда и специализации рабочих мест;
- высокий уровень инновационного риска.

Малые инновационные предприятия на ранней начальной стадии своего развития, то есть с короткой историей операционно-предпринимательской деятельности, функционируют в форме стартап-компаний (стартапов). Молодой возраст стартап-компаний часто бывает сопряжен с молодым возрастом ее участников.

Таблица 11 – Сравнение традиционного и инновационного молодежного предпринимательства

	Традиционное предпринимательство	Инновационное предпринимательство
Цель	Максимизация прибыли через минимизацию затрат и увеличение отдачи от используемых ресурсов	Максимизация прибыли через производство и реализацию инновационной продукции с высокой добавленной стоимостью
Характер продукции	Традиционные товары и услуги	Новые или усовершенствованные товары и услуги
Рынки	Овоенные рынки и рыночные ниши	Новые рынки и рыночные ниши
Факторы производства	Капитал, труд, земля	Информация, технология
Трудовые ресурсы	Трудовые ресурсы как рабочая сила	Трудовые ресурсы как интеллектуальный потенциал
Технологии	Традиционные	Инновационные
Психотип молодого предпринимателя	«Консерватор»	«Новатор»
Цель инвестирования	Расширенное воспроизводство	Внедрение инноваций
Контрагенты	Поставщики, потребители, конкуренты, финансовые институты, государственные органы	Субъекты инновационной инфраструктуры (научные организации, технопарки, бизнес-инкубаторы, опытно-конструкторские бюро, центры коммерциализации и т.д.), поставщики, потребители, финансовые институты, государственные органы
Степень риска	Умеренный, дозированный	Высокий
Величина прибыли	Относительно невысокая	Высокая

Несмотря на активное использование термина «стартап» как в публикациях (С. Бланк, Б. Дорф [68], Э. Рис [69], Английский фонд NESTA [70], Е.Ф. Леонов [71], Н.С. Недзвецкий [72], Л.А. Варганова [73]), так и в практической деятельности, в современной экономической науке еще не сложилось его единого определения (таблица 12).

Таблица 12 – Существующие походы к определению термина «стартап»

Автор	Определение
С. Бланк, Б. Дорф (2012 г.)	«Стартап — это временная структура, которая занимается поисками масштабируемой, воспроизводимой, рентабельной бизнес-модели» [68].
Э. Рис (2011 г.)	«Организация, создающая новый продукт или услугу в условиях высокой неопределённости» [69].
Английский фонд NESTA (2015 г.)	«Молодой, инновационный, ориентированный на рост бизнес (наемные сотрудники/доходы/потребители), занятый поиском устойчивой и масштабируемой бизнес-модели» [70].
Е.Ф. Леонов (2016)	«Компания, которую только планируют создать или уже созданное предприятие, но находящееся в стадии роста и развития своих возможностей, строящее свой бизнес либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий» [71].
Н.С.Недзвецкий (2017 г.)	«Самостоятельная организация, способная превратиться в растущую компанию и занять лидирующие позиции на определенном рынке» [72].
Л.А. Варганова (2017 г.)	«Инновационный проект или компания, находящаяся на начальной стадии развития (возможно даже не являющаяся еще юридическим лицом), строящая свой бизнес либо на основе новых инновационных идей, либо на основе только что появившихся технологий и рассчитывающая на значительный рост доходов и стоимости бизнеса» [73].

Обобщая приведенные в таблице 12 определения, отметим, что стартап – форма малой инновационной компании на ранней стадии, реализующая в короткие сроки инновационную идею (в

основе которых могут быть продуктовые, технологические, управленческие инновации) с масштабируемой бизнес-моделью (т.е. с возможностями многократной продажи инновации, расширения клиентской базы, роста прибыли и капитализации компании), обеспечивающей конкурентное преимущество на рынке.

Будучи начальной формой молодежного инновационного предприятия, стартап, как правило, носит временный характер, так как создается для быстрого достижения запланированных результатов инновационного проекта за ограниченный период времени.

Жизненный цикл стартапа включают следующие стадии:

1) предпосевная стадия (Pre-seedstage) – разработка инновационной идеи;

2) посевная стадия (Seedstage) – сбор команды, изучение рынка, поиск инвесторов, разработка пилотной версии продукта и его тестирование;

3) ранняя стадия (Earllystage) – продукт имеет работоспособный вид и функционал, готов к выходу на рынок;

4) стадия расширения (Expansionstage) – интенсивное продвижение нового продукта на рынок, появляются первых клиентов и устойчивой прибыли;

5) поздняя стадия (Laterstage) или пост-стартап – трансформирование компании в публичную с государственной регистрацией соответствующей организационно-правовой формой. При успешной реализации проекта стартап переходит в следующую фазу развития инновационного предприятия. На этой стадии часто происходит выход венчурных инвесторов из проекта через публичную продажу акций (Initial Public Offering, сокращенно – IPO). В случае провала стартап закрывается как неконкурентоспособный и нежизнеспособный.

Переход к каждой следующей стадии стартапа обуславливается успешностью предыдущей стадии. Кроме того, формы и методы внешнего финансирования стартапа также определяют стадию его развития [74]. Таким образом, стартап-компания имеет ряд специфичных признаков, отличающих ее от традиционной формы малого бизнеса (таблица 13).

Таблица 13 – Сравнительные характеристики стартап-компании традиционного малого предприятия

Критерии	Стартап-компания	Традиционное малое предприятие
1	2	3
Организационно-правовая форма компании	Вновь созданная малая инновационная компания на ранней стадии (регистрация может отсутствовать)	Юридическое лицо в форме товарищества или производственного кооператива
Вид компании	Непубличная	Публичная
Возраст основателей	Основателями стартапов чаще всего являются молодые люди в силу их креативности и энергичности.	Основателями обычно являются люди с опытом, средний возраст которых 30-35 лет.
Цель деятельности	Реализация инновационного проекта с масштабируемой бизнес-моделью, обеспечивающей рост капитализации компании	Получение прибыли через реализацию существующих бизнес-моделей на традиционных рынках
Срок достижения цели	Максимально ограничен	Не имеет жестких ограничений
Характер деятельности	Инновационный. В основе бизнес-проекта лежит уникальная идея, не имеющая аналогов и обеспечивающая устойчивы конкурентные преимущества	Традиционный. В основе бизнес-проекта лежит традиционная бизнес-идея и существующая бизнес-модель с ограниченным набором конкурентных преимуществ

Продолжение таблицы 13

1	2	3
Содержание деятельности	Разработка и реализация новых товаров/услуг, способных получить признание на рынке	Разработка и реализация традиционных товаров/услуг
Масштабирование бизнеса	Неограничено	Ограничено емкостью освоенных традиционных рынков, имеющимися ресурсами и четкими рамками отрасли.
Срок деятельности компании	Временный	Постоянный
Приоритетная сфера деятельности	Высокие технологии (IT-стартапы, интернет-стартапы, робототехника, биотехнологии, альтернативная энергетика, B2C продукты («Business-to- Business») и т.д.	Традиционные потребительские товары и услуги, т.е. B2C продукты («Business-to-Consumer»), общественное питание, строительство, сельское хозяйство и т.д.
Жизненный цикл компании	Первые 3 года закрываются 92% стартап-предприятий. Вместе с тем, в период с 2008г. по 2015г. срок жизни стартап-компаний вырос (от первого раунда финансирования инвестором до его выхода стартапа) вырос: в США – до 8 лет, в Европе – до 7 лет в связи с ростом раундов и объемов финансирования стартап-компаний.	Согласно статистике 32% проектов первого бизнеса закрываются в первые три года

Продолжение таблицы 13

1	2	3
Стадии жизненного цикла компании	1) предпосевная стадия; 2) посевная стадия; 3) ранняя стадия; 4) стадия расширения; 5) поздняя стадия ли пост-стартап	1) основание бизнеса; 2) рост бизнеса; 3) расширение бизнеса; 4) зрелость бизнеса; 5) увядание бизнеса
Темпы роста	Стадия роста стартапа начинается раньше и продолжается дольше, чем у традиционного бизнеса	Стадия роста бизнеса начинается позже и продолжается значительно меньше, чем у стартапа
Специфика активов	Нематериальные активы основателя (инновационные разработки и идеи, ноу-хау, патенты, лицензии) преобладают над материальными активами, составляя 60-80% от всех активов. Отсутствие залогового обеспечения	Материальные активы преобладают над нематериальными активами.
Бухгалтерская отчетность	Отсутствие бухгалтерской отчетности на ранних стадиях	Бухгалтерская отчетность присутствует на всех стадиях
Финансирование	Преимущественно привлеченные средства, в основном от венчурных инвесторов	Преимущественно собственные накопления и банковские кредиты
Уровень риска и неопределенности	Высокий уровень неопределенности и риска, особенно на начальных этапах	Умеренный уровень неопределенности и риска, особенно на начальных этапах

В отличие от традиционных компаний, которые в целях максимизации прибыли расширяют рынки сбыта через постоянную модернизацию и улучшение потребительских свойств производимого традиционного продукта, малые инновационные предприятия (в том числе стартап-компании), реализуя рискованные проекты, способствуют появлению и продвижению новой продукции, открытию новых, более динамичных рынков. Лидируя в перспективных зарождающихся отраслях экономики, малые инновационные фирмы способствуют формированию и развитию новых технологических укладов в масштабах всей социально-экономической системы.

Ряд исследователей (Н.О. Чистякова, И.В. Краковецкая, Е.С. Воробьева [75]), а также авторы настоящей монографии [76-77] отмечают, что формированию и развитию у молодых людей навыков инновационного предпринимательства должны способствовать университеты. Обладая существенным научно-техническим потенциалом и соответствующей инновационной экосистемой, университеты способны стать эффективной площадкой для реализации молодежных стартапов и спин-офф проектов. Спин-офф проект более приближен к фундаментальной и прикладной науке, чем стартап. Иными словами, спин-офф – это научный фундаментальный университетский проект конечная цель которого стать самостоятельным и превратиться в отдельный коммерческий стартап. Потому привлечение студентов и магистрантов к выполнению фундаментальных научных проектов в университете должно быть нацелено и на реализацию спин-офф составляющей научной работы. Только в таком случае будет обеспечена требуемая и необходимая интеграция науки, производства и рынка, открывающая перспективы для успешной коммерциализации научных проектов университетских ученых.

В зарубежных исследованиях (Ф. Чигунта [45], У. Шуф [46]) также встречается классификация форм молодежного предпринимательства в зависимости от возраста его субъектов (таблица 14).

Таблица 14 – Классификация форм молодежного предпринимательства в зависимости от возраста предпринимателя

Формы молодежного предпринимательства	Возраст предпринимателя	Особенности форм молодежного предпринимательства
Предпринимательство в начальной стадии (предварительные предприниматели, Pre-entrepreneurs)	15-19 лет	Подготовка к предпринимательской деятельности, формирование предпринимательских наклонностей у молодежи. Выбор между обучением, работой и предпринимательством. Молодые люди задумываются над тем, чтобы начать зарабатывать собственные деньги.
Предпринимательство в стадии роста (начинающие предприниматели, Budding entrepreneurs)	20-25 лет	Получение начального практического опыта и некоторых деловых навыков. Накопление первоначального капитала для открытия собственного бизнеса. Выбор между тремя вариантами: 1) занятие бизнесом с незначительным доходом; 2) открытие нового успешного бизнеса; 3) прекращение предпринимательской деятельности. Основная цель – выживание бизнеса.
Предпринимательство в стадии расцвета (устоявшиеся предприниматели, Emergent entrepreneurs)	26-29 лет	Значительный опыт ведения бизнеса, Основная цель – рост конкурентоспособности и жизнеспособности бизнеса.
Примечание – Составлено по источникам [45], [46].		

Как видно из таблицы 14, в зависимости от возраста молодых предпринимателей различают.

1) предпринимательство в начальной стадии (предварительные предприниматели, Pre-entrepreneurs) – молодые предприниматели в возрасте 15-19 лет;

2) предпринимательство в стадии роста (начинающие предприниматели, Budding entrepreneurs) – молодые предприниматели в возрасте 20-25 лет;

3) предпринимательствов стадии расцвета (устоявшиеся предприниматели, Emergent entrepreneurs) – молодые предприниматели в возрасте 26-30 лет.

Представленная в таблице 14 классификация форм молодежного предпринимательства, не является универсальной, но может учитываться при разработке мероприятий государственной поддержки молодежного предпринимательства для повышения их адресности.

В зависимости от особенностей начала предпринимательской деятельности и способа вхождения в бизнес можно выделить 5 основных типов молодых предпринимателей: «новатор», «ремесленник», «хитрец», «менеджер», «сын или дочь», представленных в таблице 15 (составленной по источникам [79], [80], [81]).

Из всех приведенных в ней типов молодых предпринимателей наиболее высокий потенциал роста имеет «новатор». Довольно распространенными типами молодых предпринимателей являются «ремесленник» и «хитрец», «менеджер». Что касается типа «сын или дочь», то в развитых стран этот способ вхождения в предпринимательскую деятельность достаточно распространен и западные исследователи выделяют четыре основных психотипа преемников:

1) «Защитник» – он предан семейным традициям, видит свою миссию в сохранении и продолжении семейного дела, создании династии, передаче семейных ценностей последующим поколениям;

2) «Реформатор» – он ощущает себя «драйвером модернизации», миссия которого - обеспечение развития семейного бизнеса и роста его конкурентоспособности через инноваций;

Таблица 15 – Классификация типов молодых предпринимателей в зависимости от особенностей начала предпринимательской деятельности

Типы молодых предпринимателей	Характеристика	Отличительные качества предпринимателя	Отличительные преимущества	Отличительные недостатки
1	2	3	4	5
«Новатор»	Молодые предприниматели, которые начинают свой бизнес с новой оригинальной идеей, изобретения	Инновационность и оригинальность мышления, способность генерировать новые идеи, лидерские качества, уверенность, настойчивость	Высокий потенциал роста в случае успешной реализации новаторской идеи	Отсутствие или недостаток финансовых ресурсов; - недостаток опыта
«Ремесленник»	Начинает свой бизнес, досконально изучив его с азов, работая по найму на предприятии по определенной специальности	Трудолюбие, добросовестность, настойчивость	Наличие практического опыта работы в данной сфере бизнеса	Невысокий потенциал для роста вследствие небольшого размера бизнеса
«Менеджер»	Начинает свое дело после получения соответствующего образования и успешной карьеры топ-менеджера на крупном предприятии	Профессиональная подготовка, лидерские качества, дисциплинированность, развитые организаторские качества, способность генерировать идеи, энергичность	- Значительный практический управленческий опыт работы; - наличие собственных средств для открытия бизнеса; - наличие деловых связей	Высокий потенциал роста при реализации инновационного подхода

Продолжение таблицы 15

1	2	3	4	5
«Хитрец»	В процессе получения высшего или среднего специального образования, занимается на работу в небольшую фирму, как правило, на управленческую должность. Во время работы накапливает знания, практические навыки и финансовые средства для начала собственного бизнеса.	Добросовестность, трудолюбие, адаптивность	Наличие практического опыта работы, определенных навыков администрирования	Недостаток финансовых ресурсов; - высокий потенциал роста при реализации инновационного подхода
«Сын или дочь»	Получает действующий бизнес от своих родителей	Выделяют несколько психотипов преемников: «Защитник», «Реформатор», «Оппортунист», «Бунтовщик»	Родительская финансовая и организационная поддержка, преемственность традиций и династичность семейного бизнеса; - лояльность клиентов и сотрудников	Отсутствие практического опыта; - зависимость от родителей как основателей бизнеса; - вмешательство основателей бизнеса в операционную деятельность компании
Примечание – Составлено по источникам [79], [80], [81]				

3) «Оппортунист» – принимает бизнес от родителей с условием гарантии сохранения баланса между личной и профессиональной жизнью, нацелен на выполнение своей миссии «избранного наследника» с особенным комфортом;

4) «Бунтовщик» – ощущает себя «белой вороной» в своей семье, нацелен на саморазвитие и реализацию собственного потенциала; принимает на себя роль преемника семейного бизнеса лишь по крайним причинам, воспринимая это как угрозу личной свободе [79], [80], [81].

Эффективность семейного бизнеса, его преемственность и практика передачи второму и последующим поколениям исследуют такие западные ученые, как М. Фитцджеральд, М. Уинтер, П. Миллер, Ж. Пол [82] и др. В этих исследованиях отмечается высокая эффективность семейного бизнеса, подтвержденная практикой существования успешных династийных семейных предприятий (таких, как Walmart, Samsung, TataGroup, Porsche, IKEA, L'Oreal, Nike, Zara и др.) [80]. Так, по данным лонгитюдного исследования Thomson Financial для журнала «Newsweek», по 10-летнему сравнению эффективности европейского семейного бизнеса с конкурентами по шести ключевым финансовым индексам, показало, что в Германии семейный бизнес достиг среднего индекса успешности в 206%, а несемейный – 47%; во Франции – 203 и 76% соответственно. Семейный бизнес также обошел конкурентов из несемейных организаций в Швейцарии, Испании, Великобритании, Италии [83].

Однако, приведенные высокие показатели не снижают актуальности проблемы передачи семейного бизнеса молодым преемникам, что также подтверждается следующими данными:

1) только около 10% семейных предприятий успешно развиваются и достаются внукам (третьему поколению), при этом около 70% семейных предприятий разоряются или перепродаются, не успев перейти к третьему поколению (исследование Harvard Business Review в 2012 году);

2) часто собственники и основатели бизнеса считают, что их дети не обладают способностями и навыками, необходимыми для управления бизнесом (исследование Baker Tilly International) [78].

В заключении следует отметить о такой форме квазипредпринимательской деятельности молодых людей, как дискретный бизнес. Дискретный бизнес (иногда называемый также «делочным бизнесом») не является институционализированной и структурированной деятельностью, носит эпизодический характер и, как свидетельствует анализ контента социальных сетей и виртуальных сообществ, особенностями дискретного бизнеса являются следующие:

- не имеет регулярного характера, часто связана с продажей «ненужных» вещей в Интернете;

- не связан с профессиональной деятельностью молодого человека (в отличие от фриланса, который, как правило, требует профессиональных навыков).

- полученная прибыль идёт на потребление, а не на развитие бизнеса.

- нелегальный формат деятельности (как правило, без государственной регистрации) и практическое отсутствие государственной регламентации данной сферы [84].

Дискретный (делочный) бизнес, в случае его успешности для молодого человека, может ориентировать его на осознанное занятие предпринимательской деятельностью на регулярной основе и способствовать притоку из дискретной сферы новых молодых предпринимателей.

Таким образом, оценивая типы и формы молодежного предпринимательства, следует конкретизировать их эволюционную специфику. Так, развитие традиционного типа молодежного предпринимательства эволюционировало по следующим иерархическим направлениям:

- 1) Модификация субъектов, которая проходит рыночную практику от спонтанного дискретного предпринимателя, обладающего малым объемом капитала, профессиональных навыков к формированию «переходного» субъекта (переход от менеджера к владельцу бизнеса в уже изученной профессиональной нише). Целью данной эволюционной трансформации является минимизация рисков и рост региональной продуктивности предпринимательства.

- 2) Модификация профессиональных компетенций. Переход от доминирования эндогенных факторов бизнес-

профессионализма (личностные характеристики, способность к ранней предпринимательской активности, способность к принятию риска и др.) к стандартизированному формату современных экзогенных факторов (акселерирование, менторство, поиск дополнительных рыночных коммуникаций). Целью данной эволюционной трансформации является максимизация дополнительных рыночных ниш.

3) Модификация рутинного предпринимательства. Переход от исторически определенной преимущественно семейной формы к современным открытым формам бизнес-структур посредством использования новых инструментов и новых технологических находок в «старых» производствах и отраслях. Целью данной эволюционной динамики является сохранение устойчивости своего специфического рыночного положения и приращения своего продукта.

Инновационное молодежное предпринимательство в своем развитии эволюционировало по следующим иерархическим направлениям:

1) Генезис профиля и формы инновационного предпринимателя – от отдельного инноватора, стартапа до развитого малого инновационного предприятия. Целью данной трансформации является диверсификация инновационных эффектов (коммерциализация инноваций, создание нового высокоспросового продукта, смена технологических укладов и др.)

2) Генерирование масштабируемого инновационного предпринимательства. Это приводит к постоянному росту нового предложения товаров, услуг, технологии, универсализации глобального производства и потребления. Целью этой модификации является максимизация инновационных трансакций в мировом хозяйстве при относительном сокращении традиционных факторов производства.

3) Превращение информации как источника знания, инновационной идеи в универсальную институциональную систему рыночного коммуницирования. Информационные потоки и их структурирование являются ядром современного инновационного консалтингового предпринимательства, молодежных IT-компаний, университетских центров инноваций и др. Целью данной трансформации является максимизации «знаниевых»

эффектов в диверсификационной экономике постиндустриализма.

Таким образом, генезис молодежного предпринимательства от традиционного типа к инновационному, актуализация малых инновационных фирм, модификация функциональной деятельности стартапов, своеобразие дискретного бизнеса приводят к необходимости анализа воспроизводственных результирующих данного сегмента предпринимательства. Именно этому и будет посвящен последующий анализ.

1.3 Молодежное предпринимательство в механизме инвестиционно-инновационной мультипликации и акселерации экономического роста

В макроэкономическом аспекте функционирование молодежного предпринимательства подвержено общему динамическому алгоритму. Ведь результаты молодежного бизнеса, составляя определенную долю как совокупного спроса, так и совокупного предложения, формируют картину экономической конъюнктуры. Потому аналитический интерес вызывают следующие вопросы поступательной динамики молодежного предпринимательства: общие условия мультипликационных эффектов молодежного предпринимательства в механизме экономического роста; методическая оценка мультипликации молодежного предпринимательства; влияние различных типов молодежного предпринимательства в структуру мультипликации; общие параметры акселерации в разрезе молодежного предпринимательства; влияние молодежного предпринимательства на рост экономики и ее модернизацию.

Эффективность развития молодежного предпринимательства в общем механизме инвестиционно-инновационного развития характеризует система абсолютных и относительных показателей оценки влияния молодежного предпринимательства на темпы роста и модернизации экономики, представленных в таблице 16.

Таблица 16 – Система показателей для оценки влияния молодежного предпринимательства на темпы роста и модернизации экономики

Абсолютные показатели	Относительные показатели
<p>1</p> <ul style="list-style-type: none"> - количество зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства; - количество действующих субъектов молодежного предпринимательства; 	<p>2</p> <ul style="list-style-type: none"> - доля субъектов молодежного предпринимательства в общей численности субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ); - доля действующих субъектов в общей численности зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства; - уровень выживаемости бизнеса на первом и последующих годах функционирования;
<ul style="list-style-type: none"> - объем произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг субъектами молодежного предпринимательства; - валовая добавленная стоимость молодежного предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> - доля продукции субъектов молодежного предпринимательства в ВВП; - доля продукции субъектов молодежного предпринимательства в общей продукции сектора МСБ; - производительность труда в субъектах молодежного предпринимательства;
<ul style="list-style-type: none"> - количество инновационно-активных субъектов молодежного предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> - доля инновационно-активных субъектов в общей численности субъектов молодежного предпринимательства; - доля инновационно-активных субъектов молодежного предпринимательства в общей численности инновационно-активных предприятий

Продолжение таблицы 16

1	2
<ul style="list-style-type: none"> - объем инновационной продукции произведенной субъектами молодежного предпринимательства; 	<ul style="list-style-type: none"> - доля инновационной продукции молодежного предпринимательства в общем объеме произведенной инновационной продукции в экономике
<ul style="list-style-type: none"> - количество занятых в сфере молодежного предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> - доля занятых в сфере молодежного предпринимательства в общей численности занятых; - доля занятых в сфере молодежного предпринимательства в общей численности занятой молодежи
<ul style="list-style-type: none"> - величина среднемесячного дохода в сфере молодежного предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> - соотношение величины среднемесячного дохода в сфере молодежного предпринимательства с величиной прожиточного минимума и со среднемесячной заработной платой
<ul style="list-style-type: none"> - объем инвестиций субъектов молодежного предпринимательства; - объем привлеченных и заемных средств, используемых субъектами молодежного предпринимательства; 	<ul style="list-style-type: none"> - частота обращения к кредитным организациям и органам государственной и региональной поддержки
<ul style="list-style-type: none"> - величина налоговых поступлений от субъектов молодежного предпринимательства 	<ul style="list-style-type: none"> - доля налоговых поступлений от субъектов молодежного предпринимательства в общем объеме налоговых поступлений от МСБ

Интенсивное развитие молодежного предпринимательства, как традиционного, так и инновационного, детерминирует и мультиплицирует ряд важнейших экстерналий (внешних) эффектов в механизме экономического роста:

1) Молодежное предпринимательство генерирует мультипликативные эффекты занятости и инвестиций (как позитивные, так и негативные в зависимости от поступательной или убывающей траектории развития молодежного предпринимательства).

2) Рост производства в секторе молодежного предпринимательства и сопряженная с ним инвестиционная активность повышают динамичность развития всей экономики, ее гибкость к изменяющимся условиям потребительского и предпринимательского секторов, а также адаптивность экономики к внедрению и освоению инновационной продукции и новых технологий.

3) Поскольку инвестиционная деятельность в молодежном предпринимательстве зачастую носит инновационный характер, это способствует усилению инновационной составляющей всей социально-экономической системы, генерированию структурных сдвигов через возникновение и рост новых (инновационных) отраслей, что ведет к формированию новых технологических укладов.

4) Молодежное предпринимательство является постоянно воспроизводящейся системой из-за взаимодействия между рыночными контрагентами и роста деловых контактов в новых сферах. Этот процесс мультипликации молодежного предпринимательства в конечном итоге способствует формированию эффективной конкурентно-рыночной среды, расширению конкуренции за счет роста сектора малого бизнеса, сокращению степени монополизации, и, как следствие – снижению уровня цен.

5) Интенсивное развитие молодежного предпринимательства способствует расширению и росту устойчивого слоя предпринимателей как движущей силы развития гражданского общества и рыночной экономики. Кроме того, успешные молодые предприниматели в результате роста капитализации предприятий могут трансформироваться в представителей крупного бизнеса, что обеспечивает динамичность развития всей экономики.

Перечисленные экстернальные эффекты молодежного предпринимательства в механизме инвестиционно-инновационной мультипликации и акселерации экономического роста требуют количественной и качественной оценки, что в дальнейшем позволит точно и адресно выделить наиболее перспективные направления государственной поддержки молодежного предпринимательства.

Методика оценки мультипликативных эффектов молодежного предпринимательства в механизме инвестиционно-инновационной мультипликации и акселерации экономического роста представлена в таблице 17, при составлении которой был учтен подход Кондратовой В.С. по оценке внешних эффектов инвестиций малых предприятий [85].

Коротко поясним методику оценки влияния экстернальных эффектов молодежного предпринимательства на темпы роста и модернизации экономики, приведенную в таблице 17:

1) Мультипликативное влияние молодежного предпринимательства на рост занятости (эффект мультипликатора занятости) рассчитывается по формуле (1).

2) Мультипликативное влияние молодежного предпринимательства на рост налоговых поступлений в государственный бюджет рассчитывается как эффект мультипликатора инвестиций по формуле (2).

3) Мультипликативное влияние молодежного предпринимательства на инновационную гибкость экономики и скорость ее адаптации к освоению инновационной продукции и новых технологий определяется по формуле (4), в основе которой лежит оценка функциональной зависимости между долей молодежного предпринимательства в ВВП страны и средними сроками внедрения инновационной продукции по уравнению (3).

4) Мультипликативное влияние молодежного предпринимательства на генерирование структурных сдвигов и формирование новых технологических укладов через возникновение и рост новых (инновационных) отраслей характеризуется формулой (6), в основе которой лежит оценка функциональной зависимости между долей молодежного предпринимательства в ВВП и темпами роста новых отраслей по уравнению (5).

Таблица 17 – Методика оценки мультипликативных эффектов молодежного предпринимательства в механизме инвестиционно-инновационной мультипликации и акселерации экономического роста

№ п/п	Мультипликативные эффекты молодежного предпринимательства	Методика оценки
1	2	3
1	Мультипликация занятости (эффект мультипликатора занятости)	$E_i^1 = \Delta L_i * (1 + M_L) * U$ <p>(1), где E_i^1 – эффект влияния молодежного предпринимательства на занятость в периоде i; ΔL_i - прирост занятых в субъектах молодежного предпринимательства в периоде i; M_L - прирост занятых в сопряженных (смежных) секторах; U – средняя величина пособия по безработице в периоде i.</p>
2	Мультипликация роста налоговых поступлений (эффект мультипликатора инвестиций)	$E_i^2 = \Delta I_i * (1 + M_I) * k_T$ <p>(2), где E_i^2 – прирост налоговых поступлений в бюджет от молодежного предпринимательства в периоде i; ΔI_i - прирост инвестиций в субъектах молодежного предпринимательства в периоде i; M_I – дополнительное увеличение объема производства в смежных в сопряженных (смежных) в результате прироста инвестиций; k_T - коэффициент налоговых поступлений в бюджет с каждой дополнительно произведенного единицы продукта.</p>

Продолжение таблицы 17

1	2	3
3	Мультипликация роста инновационной адаптивности экономики (влияние на сроки освоения новой продукции, темпы внедрения новой технологии)	$t = f_1(d_{YE}, x_1, x_2, x_3 \dots x_n)$ <p>(3),</p> <p>где t – сроки внедрения на рынок новой продукции (технологии); d_{YE} – доля молодежного предпринимательства в ВВП; $x_1, x_2, x_3 \dots x_n$ - прочие факторы/</p> $E_t^3 = (t_t^F - t_t^P) * P$ <p>(4),</p> <p>где E_t^3 – эффект влияния молодежного предпринимательства на темпы внедрения новой продукции (технологии) в периоде i; t_t^F - фактический средний срок освоения новой продукции (технологии) в периоде i; t_t^P – планируемый срок освоения новой продукции (технологии) в периоде i, определенный по формуле (3); P – среднегодовой чистый доход от производства и реализации новой продукции (технологии).</p>
4	Мультипликация структурных сдвигов и темпов роста новых (инновационных) отраслей	$T = f_2(d_{YE}, x_1, x_2, x_3 \dots x_n)$ <p>(5),</p> <p>где T – темпы роста новых (инновационных) отраслей (т.е. структурные сдвиги); d_{YE} – доля молодежного предпринимательства в ВВП; $x_1, x_2, x_3 \dots x_n$ - прочие факторы.</p>

1	2	3
		$E_i^4 = (T_i^F - t_i^P) * P \quad (6),$ <p>где E_i^5 – эффект влияния молодежного предпринимательства на темпы роста новых (инновационных) отраслей (т.е. структурные сдвиги) в периоде i; T_i^F - фактические темпы роста новых (инновационных) отраслей в периоде i; T_i^P – планируемые темпы роста новых (инновационных) отраслей в периоде i, определенные по формуле (5); P - среднегодовой отраслевой чистый доход.</p>
5	Мультипликация конкурентной рыночной среды (рост конкуренции, снижение степени монополизации и уровня цен в экономике)	$I = f_3(d_{YE}, H, R, x_1, x_2, x_3 \dots x_n) \quad (7),$ <p>где I – объем реальных инвестиций в экономике; d_{YE} – доля молодежного предпринимательства в ВВП; H – индекс Херфиндалля-Хиршмана; R – темп инфляции; $x_1, x_2, x_3 \dots x_n$ - прочие факторы</p> <p>При этом d_{YE}, H, R – функционально зависимые переменные:</p> $H = \alpha (d_{YE}, a_1, a_2, a_3 \dots a_n) \quad (8),$ $R = \beta (d_{YE}, H, a_1, a_2, a_3 \dots a_n) \quad (9),$ $E_i^5 = (Y_i^F - Yt_i^P) * r_1 \quad (10),$ <p>где E_i^5 – эффект влияния молодежного предпринимательства на состояние конкурентной рыночной среды в периоде i; Y_i^F - фактический объем реальных инвестиций в периоде i; T_i^P – планируемый объем реальных инвестиций в периоде i, определенный по формуле (7); r_1 – рентабельность инвестиций.</p>

Продолжение таблицы 17

1	2	3
6	Мультипликация расширения и роста предпринимательского слоя, эффект трансформации успешных молодых предпринимателей в представителей крупного бизнеса	$B_S = f_4(Y_{YE}, x_1, x_2, x_3 \dots x_n) \quad (11),$ <p>где B_S – количество представителей крупного бизнеса, вышедших из числа молодых предпринимателей; Y_{YE} – объем производства продукции в секторе молодежного предпринимательства; $x_1, x_2, x_3 \dots x_n$ – прочие факторы.</p>
	Мультипликация расширения и роста предпринимательского слоя, эффект трансформации успешных молодых предпринимателей в представителей крупного бизнеса (продолжение)	<p>Так как:</p> $Y_{YE} = Y * d_{YE} \quad (12),$ <p>где Y – ВВП; d_{YE} – доля молодежного предпринимательства в ВВП.</p> <p>Отсюда:</p> $B_S = f_4(d_{YE}, Y, x_1, x_2, x_3 \dots x_n) \quad (13),$ $E_i^6 = (Bs_i^F - Bs_i^P) * V_Y \quad (14),$ <p>где E_i^7 – эффект трансформации успешных молодых предпринимателей в представителей крупного бизнеса; Bs_i^F – фактическое количество успешных представителей крупных бизнесменов, вышедших из молодежного предпринимательства; Bs_i^P – определенное по формуле (11) количество успешных представителей крупных бизнесменов, вышедших из молодежного предпринимательства; V_Y – средняя доля одного успешного представителя крупного бизнеса в ВВП.</p>

Продолжение таблицы 17

1	2	3
7	Интегральный синергетический мультипликативный эффект молодежного предпринимательства	$IE = f_5(d_{YE}, t, T, I, B_S, x_1, x_2, x_3, \dots, x_n) \quad (15),$ <p>где IE – интегральный показатель синергетического мультипликативного эффекта молодежного предпринимательства; d_{YE} – доля молодежного предпринимательства в ВВП; t – сроки внедрения на рынок новой продукции (технологии); T – темпы роста новых (инновационных) отраслей (т.е. структурные сдвиги); I – объем реальных инвестиций в экономике; B_S – количество представителей крупного бизнеса, вышедших из числа молодых предпринимателей; $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ – прочие факторы.</p>

5) Мультипликативное влияние молодежного предпринимательства на формирование эффективной конкурентно-рыночной среды возможно оценить с помощью модели, описанной формулами (7), (8), (9), (10). В данной модели предполагается, что рост молодежного предпринимательства ведет к таким экстернальным эффектам, как расширение конкуренции за счет роста сектора малого бизнеса, сокращение степени монополизации экономики (рассчитываемой с помощью индекса Херфиндаль-Хиршмана), и, как следствие – снижение общего уровня цен (темпа инфляции).

6) Мультипликативное влияние молодежного предпринимательства на расширение и рост устойчивого предпринимательского слоя, а также эффект трансформации успешных молодых предпринимателей в представителей крупного бизнеса описывает модель, представленная формулами (11), (12), (13), (14). Данная модель построена на основе функциональных зависимостей между такими детерминантами, как объем производства в секторе малого предпринимательства, количество представителей крупного бизнеса и их средний вклад в ВВП.

7) Интегральная модель синергетического мультипликативного эффекта объединяет все ранее рассмотренные экстернальные эффекты молодежного предпринимательства и определяется уравнением (15).

Таким образом, данная методика позволяет оценить весь спектр мультипликативных эффектов молодежного предпринимательства в целом, как отдельного сегмента экономики. Но поскольку само молодежное предпринимательство не является однородным, то и вклад каждого его типа в механизм мультипликации представляется специфичным.

Итак, если мы рассмотрим подсистему традиционного типа молодежного предпринимательства, то можно выделить следующие его особенности в контексте механизма инвестиционной мультипликации:

1) Наиболее весомым является мультипликация занятости, поскольку рутинное предпринимательство в макроэкономическом плане сокращает безработицу и предпринимательский доход имеет своей нижней границей уровень, сопоставимый с минимальной заработной платой. А предельным коэффициентом

линейного роста дохода выступает уровень пособия по безработице.

2) Следующим по практической значимости является мультипликация конкурентной рыночной среды. Развитие традиционного типа молодежного предпринимательства расширяет конкурентное поле как рыночную константу своего функционирования. Инвестиционный вклад в деятельность традиционного молодежного предпринимательства в условиях немонополизированной среды приводит к приросту национального дохода.

3) Третьим по влиянию на макросреду является мультипликация роста налоговых поступлений. Именно эти эффекты в кумулятивном плане составляют общую макроэкономическую результативность функционирования данного сегмента: ведь прирост инвестиций, приводит к приросту продукции в данных и сопряженных отраслях, а это, в свою очередь, к росту доходов, сопоставляемых с уровнем пособия по безработице, и, соответственно, и к приросту общих налоговых поступлений.

4) В то же время для традиционного типа молодежного предпринимательства несвойственны мультипликационные эффекты роста адаптивности экономики, структурных сдвигов и темпов роста новых (инновационных) отраслей, а также минимально значение мультипликации расширения и роста предпринимательского слоя. Это связано с иной инновационной природой данных мультиплицирующих эффектов.

Таким образом, в структуре интегрального синергетического мультипликационного эффекта молодежного предпринимательства данный сегмент традиционного предпринимательства будет рассчитываться лишь по некоторым индикаторам, главными из которых являются его доля в ВВП и в инвестициях.

Наиболее широкий размах мультипликации представлен инновационным сегментом молодежного предпринимательства. Ведь ему свойственны все виды эффектов, представленных в методике. Из доминант в контексте механизма мультипликации можно выделить особые, инновационные мультипликативные эффекты в следующей иерархии:

1) Мультипликация роста адаптивности экономики отражает базовое ядро инновационного типа, в рамках которого и создаются новаторские товары и технологии. Степень мультипли-

кации зависит от оценки доли молодежного предпринимательства в ВВП сроков и темпов внедрения новой продукции, чистого дохода от внедрения.

2) Мультипликация структурных сдвигов и темпов роста новых (инновационных) отраслей отражает степень устойчивости новаторских предпринимательских инициатив. Они переходят в разряд структурных элементов, т.е. в функционирование инновационных отраслей. Степень мультипликации зависит доли молодежного предпринимательств в приросте структурных сдвигов в экономике, оценке чистого отраслевого дохода.

3) Мультипликация расширения и роста предпринимательского слоя отражает субъектный эффект масштаба при реализации инновационного типа. Трансформация системы малого бизнеса в крупный инновационный формирует дополнительные мультипликационные эффекты, рассчитываемые на основе доли крупных бизнесменов, выросших из эффективных субъектов малых фирм, чистого дохода этих бизнесменов.

Таким образом, в рамках оценки молодежного предпринимательства в механизме мультипликации, выделяются доминирующие эффекты по различным его типам. Это представляется важным не только с позиции спецификации анализируемого сегмента, но и по инструментарному воздействию на разнородную природу молодежного предпринимательства с целью макроэкономической стабилизации и экономического роста .

При этом мультипликативные эффекты молодежного предпринимательства тесно связаны с акселеративными. Ведь привлечение инвестиций приводит к значительно большему приросту национального дохода вследствие эффекта мультипликатора. В свою очередь, возросший национальный доход вызывает в будущем опережающий рост производных инвестиций, вследствие эффекта акселерации.

Принцип акселерации является стратегическим ускорителем макропараметров всех сегментов экономики, в том числе и молодежного предпринимательства. К каким модификациям в данном виде предпринимательства приводит акселеративный эффект?

Во-первых, рост производных инвестиций приводит к расширению среды инновационного предпринимательства, росту

инновационных стартапов в сфере интернет–бизнеса, технологического сервиса, генерированию модернизированных форм «старых» продуктов.

Во-вторых, рост инвестиций, вызванный приростом национального дохода, в меньшей степени, но стимулирует и традиционный молодежный бизнес, тем самым, расширяя конкурентную среду малого и среднего бизнеса, сокращая безработицу и прирост потребления в данном сегменте,

В-третьих, данное приращение инвестиций позволяет управленчески и финансово подготовить новую генерацию молодых предпринимателей, посредством расширения форм университетских центров молодежного предпринимательства, развития институтов менторства, превращения дискретных форм деятельности и фриланса в институты функционирования стартапов.

Таким образом, взаимодействие мультипликативных и акселеративных эффектов молодежного предпринимательства обеспечивает постоянный, непрерывный и прогрессирующий рост национального дохода, занятости, и инноваций.

И само молодежное предпринимательство оказывает разноразное, но постоянное влияние на экономический рост и модернизацию национального хозяйства. Оно выражается в следующем:

1) Генерирование прироста национального дохода и инвестиций приводит к формированию нового качества стейкхолдеров молодежного предпринимательства. Они нацелены на формат инновационного производства и тем самым, на сокращение капиталоемкости индустриального производства. А это приводит к двум эффектам –сокращению ресурсных затрат и приращению темпов экономического роста и структурным изменениям в экономике, постепенному приращению инновационно-ориентированных отраслей.

2) Генерирование массива стартапов, приводит к своеобразному «эффекту масштаба», когда из этого массива выделяется новый продукт и технология, качественно меняющие потребительский спрос и иерархию отраслей и структуру предложения.

3) Генерирование инновационных драйверов создает в рамках национальной экономики новое качество конкурентоспособности – универсализация инновационного потребления позволяет выйти на мировые рынки и тем самым увеличить темпы национального экономического роста.

4) Активизация современного инновационного спроса создает в рамках молодежного предпринимательства стартапы по адаптации технологии и нового продукта, чему способствует универсализация современного образования. А это является дополнительным источником экономического роста и институциональной и отраслевой трансформации национального воспроизводства.

Таким образом, современное молодежное предпринимательство в своем многообразии, приводит к специфическим мультипликативным и акселеративным эффектам. Его функционирование в мультипликативно-акселеративном механизме создает дополнительные стимулы и инструменты для экономического роста и качественной модернизации макроструктуры. Для конкретизации эффектов мультипликации и акселерации, способов их распространения в различной рыночной среде необходимо уточнение специфики мирового опыта развития и поддержки молодежного предпринимательства. Именно этому компаративистскому анализу и будет посвящен следующий подраздел.

1.4. Поддержка и активизация молодежного предпринимательства в развитой рыночной среде: систематизация зарубежного опыта

Для реализации мультипликативно-акселеративного механизма молодежного предпринимательства необходимо его устойчивое воспроизводство, А это невозможно без системы поддержки ранней предпринимательской активности. Анализ рыночных поддерживающих и активизирующих практик позволил выявить их следующие структурные параметры:

1) направление поддержки молодежного предпринимательства, как способа сокращения безработицы и социальной адаптации;

2) направление активизации молодежного предпринимательства как способа макроэкономической конвергенции;

3) направление конгломератной активизации стартапов, которое, в свою очередь, состоит из трех составляющих: институциональная активизация, финансовая активизация и информационная активизация;

4) систематизация эффективного инструментария всех направлений активизации молодежного предпринимательства.

Итак, первичным звеном в системе помощи молодежному предпринимательству выступает ее поддержка в русле системы занятости. Что способствует минимизации молодежной безработицы?

1) Программы обучения и профориентации безработных, консультации по выбору рода деятельности, программа помощи безработным, желающим открыть свой бизнес, посредством дополнительных выплат в рамках пособия по безработице (Великобритания). Спецификой данных мероприятий является наличие 4-х источников финансирования: частного бизнеса, государства, добровольных обществ помощи безработным и специализированных образовательных фондов. Причем, преобладающее значение имеет финансирование со стороны частного бизнеса, таким образом, бюджетные вливания минимизированы.

2) Программа субсидирования первоначального этапа организации своего бизнеса для безработной молодежи, т.е. гарантированного дохода на этапе «первых шагов бизнеса» (Венгрия). Главным условием является бизнес-обоснование организационного периода.

3) Предоставление льготного займа на организацию малого бизнеса для безработной молодежи (Польша). Главным условием получения является обоснование бизнес-плана. Специфическим оператором займа выступают городские центры занятости.

Далее, с позиции активизации молодежного предпринимательства, следует выделить направление макроэкономической конвергенции, классические стандарты которого демонстрирует опыт Индии. Выделение национальной IT- идеологии как со-

временной отрасли-мотора и практическая реализация ее как молодежного инновационного драйвера, превратили из слабо-развитой, преимущественно аграрной страны ведущего поставщика хайтек-продукции и активного участника мирового рынка телекоммуникаций и программного обеспечения. Результаты макроэкономической конвергенции весьма масштабны и диверсифицированы. В отраслевом аспекте они выражаются в производстве стандартизированного компьютерного оборудования и его сервисного обеспечения. В структурном – в формировании интеллектуальной кластерной многопроцессорной системы. С позиции активизации молодежных бизнес-субъектов результатом выступает генерирование IT-предпринимателей, работающих на мировом инновационном рынке [86].

Наиболее динамичным представляется следующее направление активизации молодежного предпринимательства – конгломератная активизация, состоящая из 3-х элементов. Первым элементом конгломератной активизации выступает институциональная активизация. Она включает в себя три составляющие различного уровня воздействия. Во-первых, это институциональные программы формирования инновационного потенциала молодежи. Они включают в себя преимущественно государственные программы поддержки образования в новаторском ключе. Подобный подход совершенствует личностную конституцию молодежи, подготавливая ее к разноплановой конкурентной деятельности. Во-вторых, она включает в себя специализированные фонды поддержки молодежного предпринимательства, программы его активизации. Данные институты позволяют молодежи участвовать в глобальном или национальном процессе конкуренции в новых сегментах рынка инноваций. В-третьих, это инновационная инфраструктура. Формирование бизнес-инкубаторов, акселераторов, центров коммерциализации, позволяет канализировать креативный потенциал молодежи в рамках прикладных коммерческих структур.

Для практики нашей страны важна практика и целенаправленность общих институций по формированию и бизнес-мотивации инновационного типа молодежи как элемента государственной политики. В данном аспекте примером может служить практика США. Сама идеология образования и общие па-

раметры общественной среды способствуют всестороннему развитию у молодежи креативных качеств, способности к экономическому самоопределению, выходу на профессиональный уровень отраслевых конкурентных стандартов. Общие контуры ее таковы:

1) Базовая основа – качественное образование, обеспечивающее самостоятельность экономического мышления, политическую социализацию личности, константу демократических ценностей.

2) Наличие постиндустриальной научно-технической базы. В настоящее время США являются мировым инновационным лидером. Это обеспечивает двойную мотивацию: возможность крупных инновационных компаний привлекать молодежь к совместным инвестиционным проектам и стремлению самой молодежи к участию в функционировании различных элементов национальной инновационной системы [87].

3) Наличие системы долгосрочного партнерства университетов и национальных инновационных компаний. «Перелив» инновационных проектов молодежи в прикладной бизнес осуществляется системой бизнес-инкубирования и кластеризации. Посредством консультирования, менторства, происходит выделение максимально привлекательных проектов и создается методика возможного инвестирования. Помимо этого, привычной практикой являются стажировки инновационно-мотивированной молодежи в подразделениях крупных корпораций, организация практико-ориентированных научных семинаров и школ.

В европейских странах данное направление развивается на двух уровнях: общеевропейском и национальном. Так, в рамках единого европейского подхода страны-лидеры интеграции – Германия, Франция, Италия - совместно активизируют деятельность: по интернационализации научных факультетов университетов, их интегрированию в исследовательские проекты; по развитию молодежных научно-исследовательских агентств; по формированию соответствующей инновационной инфраструктуры.

На страновом же уровне выявляется следующая специфика. Так, в Германии развитию инновационных инициатив способствуют два типа программ: программы социальной коммуника-

ции (например, «Comein Contact» - «Вступайте в контакт»; «YOU gore –YOU vote» - «Ты и есть Европа, ты – голосуешь») и др.; программы правовой коммуникации (в частности, молодежное отделение германского научно-исследовательского общества DFG) [88]. Во Франции инновационные бизнес-инициативы молодежи реализуются преимущественно посредством деятельности национального оператора сети Всемирной сети научных парков – Ассоциации RETIS [89]. В Италии молодежные инновационные инициативы реализуются в рамках национальной системы образования. Это проявляется в рамках программы «студенты - власть» и специфике деятельности бизнес-инкубаторов, акцентирующих внимание на повышение профессиональных компетенций учащейся молодежи и специальных курсах бизнес-обучения [88].

Специализированные фонды и программы выполняют функции прикладной помощи начинающим новаторам. В качестве авангарда этого направления выступает опыт США. Именно американская практика сформировала сеть специализированных фондов и программ, распространившихся затем в практику других стран. Это такие организации как Enactus, The Sundance family foundation (США), Youth Venture (США), Peace child International (Великобритания), Citi-YMCA Youth For Causes (Сингапур). Поддержку всем молодым предпринимателям также оказывают национальные и международные бизнес-клубы.

Инновационная инфраструктура, активизирующая молодежное предпринимательство включает в себя молодежные бизнес-инкубаторы, акселераторы, центры коммерциализации. Целью бизнес-инкубаторов является облегчение реализации бизнес-проектов молодыми предпринимателями. Функциональная деятельность бизнес-инкубатора это отбор инновационных проектов от старта до конечной реализации инновационного продукта, формирование благоприятных условий для этого, посредством оказания консультационных услуг экономического, юридического и технологического характера. Особенностью бизнес-инкубаторов является и эргономическая составляющая: предоставление недорогой производственной офисной площади, современных рабочих мест [90].

Акселератор же - это институт поддержки выпускников инкубаторов и программ инкубации. Целью акселератора является интенсификация развития стартапа в обмен на долю в капитале компании. Функциональная деятельность акселератора заключается в менторстве, интенсивном обучении, оказании финансовых и экспертных услуг. Специфика акселератора проявляется в предоставлении посевного финансирования в обмен на долю капитала проинвестированных стартапов; краткосрочных, но интенсивных программах акселерации (динамичная работа с менторами, инвесторами, нишевыми специалистами); развитии бизнес-модели для предоставления стартап-проекта инвесторам и привлечения следующего раунда финансирования [91].

Наиболее актуальным с позиции реализации стартапов является прямая финансовая активизация. В этом русле показателен опыт таких стран как Новая Зеландия и Сингапур. Практика Новой Зеландии специфична тем, что в ней используются различные типы финансирования на всех трех этапах развития стартапа. Общая финансовая панорама выглядит таким образом. Начальный этап стартапа финансируется тремя способами - ваучерами возможностей, грантами на научные исследования и денежными средствами, привлеченными на краудфандинг-платформах. На этапе готового продукта или функционирующего прототипа происходит инвестирование за счет бизнес-ангелов. На этапе рыночной устойчивости происходит инвестирование по серии А. Это означает, что стартап, имея устойчивые контракты, минимизирует риски для инвесторов, выпуская для продажи привилегированные акции (акции «серия А»).

С точки зрения современных инструментов, особое внимание привлекают краудфандинговая система. Ее специфика выражается в том, что она возникает как современная интернет – система для финансирования. Модель краудфандинга выглядит следующим образом: создание начинающей компанией интернет-сайта с информацией о своей деятельности, возможных рисках для поиска потенциальных инвесторов; возможность превращения любого интернет-пользователя в участника инвестирования проекта; формирование элементов краудфандинга как финансового инструмента: краудфандинг-площадка, посредни-

ки, основатели проекта, краудбекеры (субъекты, участвующие в финансировании проекта).

Сейчас сформированы 4 вида краудфандинга, исходя из целей инвестирования: безвозмездное пожертвование, финансирование за вознаграждение, финансирование в виде кредита от краудбекеров с дальнейшим возвратом создателями проектов вложенных средств с определенным процентом и финансирование с целью инвестирования и будущего участия в деятельности компании - получения акций, распределения прибыли и т. п. [92], [93].

Спецификой финансирования стартапов в Сингапуре является ее доступность и многообразие источников. Их структура выглядит следующим образом:

1) Система акселераторов, специализирующихся на отдельной отрасли или сегменте экономики. Например, InspiraAsia – акселератор сфокусирован на банковских проектах, таких, как мобильные платежи, кредитование, мобильный банкинг, денежные переводы и прочее. Проекты получают от 50 тысяч до 300 тысяч долларов США в обмен на 5–15 % доли капитала.

2) Профильные инкубаторы и венчурные фонды. Например, Clearbridge Accelerator – венчурный фонд и инкубатор, который инвестирует в стартапы, специализирующиеся на биотехнологиях и информационной безопасности. Размер инвестиций — до 720 тысяч сингапурских долларов.

3) Государственные гранты для стартапов при условии частичного вложения собственного капитала стартапера и отсутствия бизнес-опыта.

4) Бюджетное софинансирование с привлечением венчурного капитала для проектов по инкубации технологий [94].

Третьим элементом конгломератной активизации является информационная активизация. Ее цель заключается в формировании информационных площадок и предоставлении информационных ресурсов для продвижения молодежного предпринимательства. Основными информационными площадками для привлечения инвесторов выступают бизнес-клубы и бизнес-кампусы. Их функциональная деятельность заключается в организации дискуссионных клубов; проведение учебных курсов, тренингов, бизнес-консультациях, организации конкурсов биз-

нес-планов. Информационными площадками формирования общей предпринимательской культуры выступают молодежные дискуссионные клубы. Их функциональной деятельностью является организация студенческих конференций, бизнес-школ, семинаров с участием опытных бизнесменов. Информационной площадкой прикладной помощи выступают консультационные студенческие организации. Их функциональная деятельность включает в себя помощь в составлении бизнес-планов и сопряженного с ними консультирования в сфере финансов, маркетинга и учета [45].

Таким образом, обобщая мировой опыт поддержки и активизации молодежного предпринимательства, можно выделить систему эффективного инструментария воздействия на данный сегмент [95]. Как показал проведенный анализ, данная система включает в себя три типа инструментов: институциональный, финансовый и нефинансовый (информационный), их подробные характеристики приведены в таблице 18 и таблице 19.

Наиболее эффективными институциональными инструментами активизации являются в плане общих институций – специальные фонды, в аспекте институциональной инфраструктуры – бизнес-инкубирование и акселерация стартапов. Формирование и функционирование специальных фондов позволяет: развивать всю экосистему молодежного предпринимательства; сократить дисбаланс в страновой поддержке стартапов; определить стандарты интегральной помощи стартапам. Инструментарий бизнес-инкубирования позволяет увеличить занятость, налогооблагаемую базу, стимулировать трансфер технологий. Акселерация стартапов позволяет интенсифицировать развитие стартапа на всех этапах жизненного цикла проекта.

Наиболее эффективными финансовыми инструментами выступает механизм софинансирования стартапов. Именно совместное финансирование, объединяющее бюджетные гранты, венчурный капитал, средства добровольных организаций позволяет минимизировать риски стартапа, сократить все стадии его реализации, расширить инновационное пространство отраслевых стартапов.

Таблица 18 – Институциональный инструментарий поддержки бизнес-активности молодежи в мировой практике

Уровень поддержки	Вид инструмента	Надлежащие зарубежные практики
1 Международный уровень	2 Международные резолюции	3 В данных документах отражается общая стратегия молодежной политики и отдельные аспекты развития молодежного предпринимательства: 1) Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН №A/RES/65/267 от 21 июня 2011 г. «Организация заседания высокого уровня по вопросам о молодёжи»; 2) Итоговый документ заседания высокого уровня Генеральной Ассамблеи по теме «Молодёжь: диалог и взаимопонимание», №A/65/L.87 от 13 июля 2011 г.
	Международные программы и организации	1) «Youth Business International» (YBI) - международная сеть независимых некоммерческих инициатив под Принца Уэльского (Президента YBI), объединяющая в единую сеть программы молодежного предпринимательства, реализуемые в 39 странах мира. Официальный сайт YBI - https://www.youthbusiness.org . 2) «Students for the Advancement of Global Entrepreneurship» (SAGE) — некоммерческая международная образовательная программа, которая обучает школьников средней и старшей ступеней и молодых людей (13-19 лет) основам экономики, бизнеса и предпринимательства. Официальный сайт SAGE - http://www.sageglobal.org . 3) Enactus - международная некоммерческая организация, объединяющая активных студентов, академических эдвайзеров и бизнес-лидеров для развития предпринимательских проектов, повышающих качество жизни людей и экономическую эффективность компаний. http://enactus.org

Продолжение таблицы 18

1	2	3
Национальный уровень	Специальные министерства по развитию молодежного предпринимательства	4) «G20 Youth Entrepreneur» (Альянс молодых предпринимателей стран «Большой двадцатки») - объединение ведущих организаций, работающих в сфере молодежного предпринимательства в странах-участницах G20, созданное в целях экстраполяции надлежащих практик формирования экосистемы молодежного предпринимательства. Официальный сайт «G20 Youth Entrepreneur» - http://www.g20yuea.com Канада: Министерство молодежи, Министерство малого предпринимательства
Специализированные организации и фонды		- Австрия: Специальная организация «Молодая экономика Австрии» при Федеральной палате экономики Австрии, состоящая из 9 региональных (земельных) филиалов и 36000 членов. - Бразилия: частная некоммерческая организация, «SEBRAE», нацеленная на поддержку микро- и малых предприятий, в том числе молодежных - Германия: 1) Союз молодых предпринимателей Германии федерального уровня Wirtschaftsjunoren Deutschland (WJD), состоящий из 11 земельных объединений и более 10 тысяч членов; 2) Союз молодых собственников семейных предприятий Die Jungen Unternehmer (BJU Verband für junge Familien- und Eigentümerunternehmer), членами которого являются 1500 молодых людей - собственников предприятий, имеющих не менее 10 работников или более 1 млн. евро годового оборота.

Продолжение таблицы 18

1	2	3
		<ul style="list-style-type: none"> - Италия: Ассоциация молодых предпринимателей в составе Конфедерации промышленников и предпринимателей Италии, состоящая из 20 региональных комитетов и 12500 членов. - Канада: Фонд молодежного предпринимательства, являющийся некоммерческой организацией федерального уровня, деятельность которой финансируется Министерством промышленности Канады, Правительством провинции Онтарио, пятью крупнейшими канадскими банками – CIBC, Montreal Bank, RBC, 6 компаниями и 3 фондами. При содействии Фонда создано более 17500 новых рабочих мест, профинансировано свыше 4000 проектов. - Китай: Организация «Молодежный бизнес Китая» (Youth Business China). - Япония: Федерация молодых предпринимателей, являющаяся является структурным подразделением Торгово-промышленной палаты Японии.
Молодежные бизнес-инкубаторы и акселераторы		<ul style="list-style-type: none"> - США: DUHatch Student Business Incubator, Student Business Incubator Program of Asheville-Buncombe Technical Community College, The UNI Student Business Incubator of the John Pappajohn Entrepreneurial Center, . The Student Business Incubator operated by the Office of Technology Transfer and Economic Development (TTED) at Missouri University of Science and Technology (Missouri S&T) и др. - Швейцария: Student entrepreneurship project. - Шотландия: SUREstart Business Incubators. - Индия: The Entrepreneurship Cell of IIT Madras. - Россия: Бизнес-инкубатор университета ИТСМО (Санкт-Петербург), Бизнес-инкубатор ГУ-ВШЭ, Акселератор ФРИИ, Global Techninnovations и т.д.

Таблица 19 – Финансовый и нефинансовый (информационный) инструментарий поддержки бизнес-активности молодежи в мировой практике

Инструменты	Вид инструмента	Надлежащие зарубежные практики
1	2	3
	Особые гарантийные условия по стартапам	Дания, Канада, Нидерланды, Южная Корея
	Гарантий по кредитам	Венгрия, Великобритания, Дания, Италия, Испания, Канада, Корея, Нидерланды, США, Словакия, Словения, Таиланд, Финляндия, Чили, Швейцария
	Комплексное поэтапное финансирование стартапов (гранты, ваучеры возможностей, краудфандинг-инвестирование, бизнес-ангелы, венчурные фонды)	США, страны ЕС, Сингапур, Новая Зеландия и др.
	Государственное софинансирование	Дания Ирландия, Швейцария
	Прямое финансирование	Венгрия, Канада, Корея, Сербия, Словения, Испания Чили,
	Субсидирование процентных ставок	Великобритания, Венгрия, Испания, Португалия, Россия, Турция
	Налоговые льготы, отсрочка платежей	Великобритания, Новая Зеландия, Испания, Ирландия, Италия, Россия Франция

Финансовые инструменты

Продолжение таблицы 19

1	2	3
Нефинансовые (информационные) инструменты	<p>Обучение предпринимательству и развитию бизнес-навыков у молодежи</p> <p>Менторство</p> <p>Молодежные и студенческие бизнес-клубы</p>	<p>- Международные: образовательные программы YBI США: YES, REAL</p> <p>США, Италия.</p> <p>Австралия: Business Student Club на базе Университета Квинсленда (University of Southern Queensland).</p> <p>- Индия: Asia-Pacific Student Entrepreneurship Society.</p> <p>- США: GSB Entrepreneur Club, HBS Entrepreneurship Club, National Association for Community College Entrepreneurship, The Center for Entrepreneurship, Columbia Entrepreneurs Organization, University of Wisconsin Entrepreneurship Association.</p> <p>- Финляндия: Aalto Entrepreneurship Society and Aalto Venture Park.</p> <p>- Швеция: Idelab, GU Holding.</p> <p>- Япония: Student Entrepreneur Support Project</p> <p>США, Эстония</p>
	Сервисные площадки для стартапов (электронный кадастр стартапов, информационные бюллетени)	

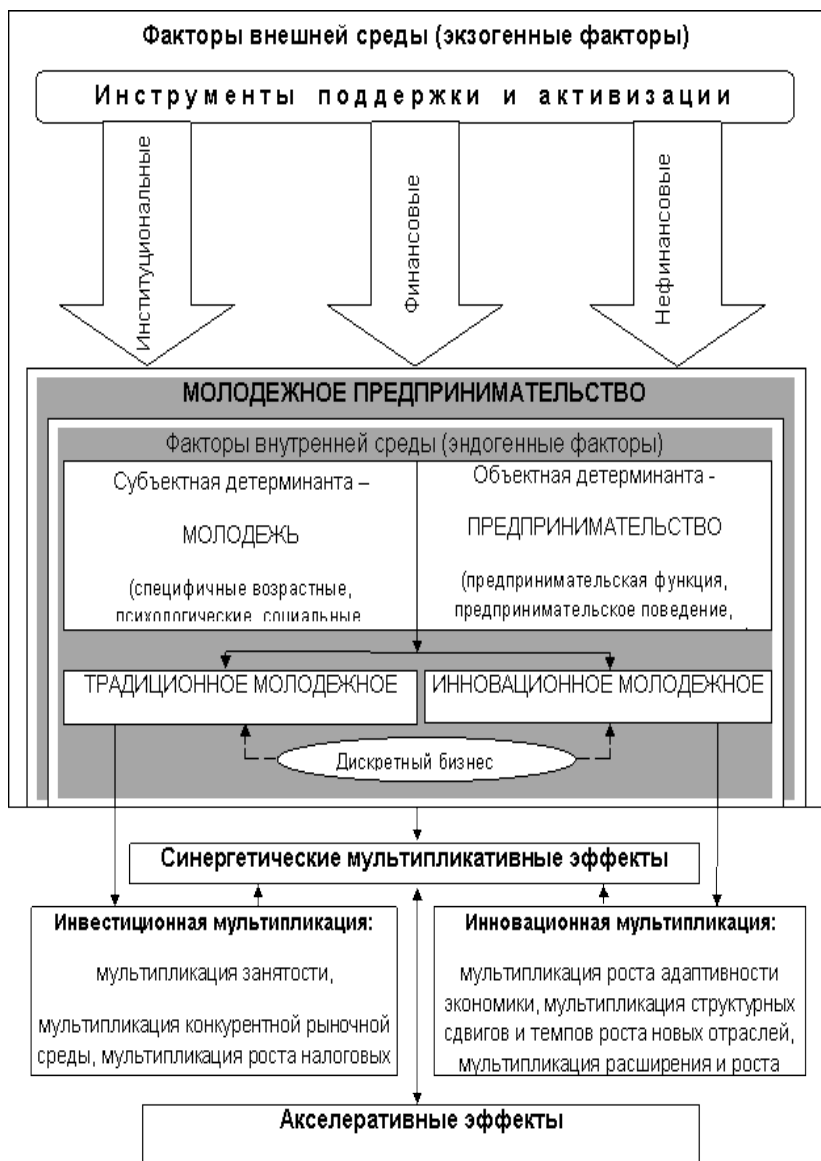


Рисунок 3 - Модель современного молодежного предпринимательства

Наиболее эффективным информационным инструментом является формирование информационных площадок, в частности модель бизнес-клубов, позволяющие аккумулировать информационные ресурсы с целью генерирования экспертных, менторских, тренинговых, консультационных услуг для успешного продвижения молодежных стартапов.

Таким образом, анализ мировой практики позволил выявить доминирующие формы, условия и инструментарий эффективно функционирующего и поддерживающего развитие молодежного предпринимательства, образующих его оптимальную модель. Именно она является аккумуляционным результатом нашего исследования (рисунок 3).

Выявленные субъектные и объектные детерминанты молодежного предпринимательства, его эндогенные и экзогенные факторы, а также мультипликативные и акселеративные эффекты, дополненные эффективным инструментарием поддержки, образуют оптимальную модель современного молодежного предпринимательства в механизме индустриально-инновационного роста экономики. Данная модель является методологическим и функциональным ориентиром для становления и развития казахстанского молодежного предпринимательства. А особенностям первичного звена – формированию институциональных начал – посвящен наш анализ в следующем разделе.

2 ОЦЕНКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

2.1 Нормативно-правовая база развития молодежного предпринимательства в Казахстане

В институциональном плане развитие молодежного предпринимательства в Казахстане имеет две особенности: во-первых, законодательство Республики Казахстан не выделяет молодежное предпринимательство в отдельную категорию и поэтому его функционирование и поддержка государством осуществляется на общих основаниях, что не всегда учитывает выявленную нами специфику.

Предпринимательское законодательство в нашей стране основывается на Конституции, статьей 26 которой закреплено «право каждого на свободу предпринимательской деятельности, свободное использование своего имущества для любой законной предпринимательской деятельности», а также конституционные нормы о свободе экономической деятельности, о защите частной собственности и поддержке конкуренции, создают конституционный экономический порядок, гарантирующий защиту прав и свобод субъектов предпринимательства [96].

В развитии предпринимательского законодательства в Казахстане можно выделить четыре основных этапа (таблица 20), связанных с принятием и функционированием следующих основных законов в области предпринимательства:

- Законом «О защите и поддержке частного предпринимательства» от 4 июля 1992 года (утратил силу Законом от 31 января 2006 года № 124-III «О частном предпринимательстве») [97];

- Законом «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 19 июня 1997 г № 131-I (утратил силу Законом от 31 января 2006 года № 124-III) [98];

- Законом «Об индивидуальном предпринимательстве» от 19 июня 1997 года № 135-I (утратил силу Законом от 31 января 2006 года № 124-III) [99];

- Законом «О частном предпринимательстве» от 31 января 2006 года № 124-III (утратил силу с 1 января 2016 года в соответствии с Предпринимательским Кодексом от 29 октября 2015 года № 375-V) [100].

Современный этап развития нормативно-правовой базы предпринимательства в Казахстане связан введением в действие Предпринимательского кодекса (далее Кодекс) с 1 января 2016 года, в котором были объединены действовавшие ранее «функциональные» законы и общие положения о предпринимательской деятельности и его субъектах, государственном регулировании и государственной поддержке малого и среднего бизнеса, индустриально-инновационной и инвестиционной деятельности [101].

Далее, обеспечение предпринимательства включает в себя значительный массив нормативно-правовых актов различной отраслевой принадлежности, а также государственных стратегических и программных документов, направленных на предпринимательскую деятельность в целом (таблица 21).

Несмотря на огромный потенциал молодежи в развитии как традиционного бизнеса, так и инновационного предпринимательства, в представленных в таблице 21 законодательных, стратегических и программных документах предпринимательской сферы отсутствует спецификация и определение молодежного предпринимательства, оно не выделяется в отдельную самостоятельную категорию и поддержка его развития осуществляется на общих основаниях наравне с другими субъектами предпринимательства.

Поскольку в действующем предпринимательском законодательстве отсутствуют термины «молодежное предпринимательство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель», поэтому статистический учет в данной сфере не ведется, что затрудняет оценку фактического уровня молодежной бизнес-активности.

Таблица 20— Этапы развития предпринимательского законодательства в Казахстане

Этапы	Основные законы	Содержание законов
I	2	3
Первый этап	Закон РК «О защите и поддержке частного предпринимательства» от 04.07.1992 г. N 1543-ХІІ (утратил силу Законом РК от 31.01.2006г. № 124-ІІІ «О частном предпринимательстве»)	Закон провозгласил максимальную свободу предпринимательской деятельности, определил формы и способы ее государственной защиты и поддержки, предусматривал охрану коммерческой тайны и ответственность государственных органов и должностных лиц за нарушение прав предпринимателей.
Второй этап	Закон РК «О государственной поддержке малого предпринимательства» от 19.06.1997г. № 131-І (утратил силу Законом РК от 31.01.2006г. № 124-ІІІ «О частном предпринимательстве»)	Закон закрепил основные принципы комплексной государственной поддержки малого предпринимательства как приоритетного направления экономического развития страны.
	Закон РК «Об индивидуальном предпринимательстве» от 19.06.1997г. № 135-І (утратил силу Законом РК от 31.01.2006г. № 124-ІІІ «О частном предпринимательстве»)	Закон обеспечивал реализацию конституционного права граждан РК на свободу предпринимательской деятельности, определив систему государственных гарантий для развития индивидуального предпринимательства
Третий этап	Закон РК «О частном предпринимательстве» от 31 января 2006 года № 124-ІІІ (Утратил силу с 01.01.2016г. года в соответствии с Предпринимательским Кодексом РК от 29 октября 2015 года № 375-V)	Закон систематизировал и объединил в едином правовом акте существующие законодательные акты в области предпринимательской деятельности.

Продолжение таблицы 20

1	2	3
<p>Четвертый этап</p>	<p>Указ Президента РК «О кардинальных мерах по улучшению условий для предпринимательской деятельности в Республике Казахстан» от 27 февраля 2014 года № 757</p>	<p>Указ предусматривал следующие меры улучшения условий для предпринимательства: переход на организацию проверок на основе оценки рисков; введение страхования ответственности субъектов предпринимательства как альтернативы проверкам; сокращение требований, предъявляемых к субъектам предпринимательства и подлежащих проверке, при осуществлении государственного контроля и надзора</p>
	<p>Закон РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам кардинального улучшения условий для предпринимательской деятельности в Республике Казахстан» от 29 декабря 2014 года № 269-V (с изменениями дополнениями по состоянию на 07.04.2016 г.)</p>	<p>Закон предусматривал следующие меры кардинального улучшения условий для предпринимательства: внесение изменений и дополнений в 11 кодексов и 94 закона; отмену плановых проверок предпринимателей; введение упрощенного порядка ликвидации субъектов малого бизнеса; повышение эффективности государственного регулирования предпринимательской деятельности</p>
	<p>Предпринимательский Кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V (с изменениями и дополнениями по состоянию на 21.07.2018 г.)</p>	<p>Кодекс состоит из 7 разделов, 31 главы и 324 статьи, регламентирующих: правовые, экономические, социальные условия осуществления предпринимательской деятельности; взаимодействие субъектов предпринимательства и государства.</p>

Таблица 21 – Действующее нормативно-правовое, государственное стратегическое и программно-целевое обеспечение предпринимательской деятельности в Казахстане

№	Классификация	Нормативно-правовые акты, стратегии, государственные программы
1	2	3
1	Нормативно-правовые акты общего характера, регулирующие отдельные аспекты предпринимательской деятельности	<p>Гражданский кодекс РК (Общая часть), от 27 декабря 1994 года;</p> <p>Уголовный кодекс РК от 3 июля 2014 года № 226-V;</p> <p>Гражданский кодекс РК (Особенная часть) от 1 июля 1999 года № 409-I;</p> <p>Гражданский процессуальный кодекс РК от 31 октября 2015 года № 377-V;</p> <p>Кодекс РК об административных правонарушениях от 5 июля 2014 года № 235-V;</p> <p>Кодекс РК «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» от 25 декабря 2017 года № 120-VI;</p> <p>Кодекс РК «О таможенном регулировании в Республике Казахстан» от 26 декабря 2017 года № 123-VI;</p> <p>Закон РК «О государственной регистрации юридических лиц и учетной регистрации филиалов и представительств» от 17 апреля 1995 года № 2198;</p> <p>Закон РК «Патентный закон Республики Казахстан» от 16.07.1999 г. № 427-I;</p> <p>Закон РК «Об обеспечении единства измерений» от 7 июня 2000 года № 53-II</p> <p>Закон РК «О техническом регулировании» от 9 ноября 2004 года № 603-II;</p> <p>Закон РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 28 февраля 2007 года № 234-III;</p> <p>Закон РК «О государственной регистрации прав на недвижимое имущество» от 26 июля 2007 года № 310-III</p>

Продолжение таблицы 21

1	2	3
2	<p>Нормативно-правовые акты, регламентирующие осуществление предпринимательской деятельности и его государственную поддержку</p>	<p>Предпринимательский Кодекс РК от 29 октября 2015 года № 375-V; Закон РК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам совершенствования регулирования предпринимательской деятельности» от 24 мая 2018 года № 156-VI; Закон РК «О хозяйственных товариществах» от 2 мая 1995 года № 2255; Закон РК «О производственном кооперативе» от 5 октября 1995 года № 2486 «О производственном кооперативе»; Закон РК «О товариществах с ограниченной и дополнительной ответственностью» от 22 апреля 1998 года № 220-I; Закон РК «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 26 июля 1999 г № 456- I; Закон РК «Об акционерных обществах» от 13 мая 2003 г. № 415-II; Закон РК «О специальных экономических зонах в Республике Казахстан» от 21 июля 2011 года № 469-IV; Закон РК «О разрешениях и уведомлениях» от 16 мая 2014 года № 202-V; Закон РК «О сельскохозяйственных кооперативах» от 29 октября 2015 года № 372-V; Постановление Правительства Республики Казахстан «Об утверждении Правил проведения аккредитации объединений субъектов частного предпринимательства» от 28 декабря 2015 года № 1089</p>

Продолжение таблицы 21

1	2	3
3	<p>Нормативно-правовые акты по государственной поддержке инновационной деятельности</p>	<p>Закон РК «О науке» от 18 февраля 2011 года № 407-IV; Закон РК «О коммерциализации результатов научной и (или) научнотехнической деятельности» от 31 октября 2015 года № 381-V; Указ Президента РК «О мерах по дальнейшему повышению конкурентоспособности национальной экономики в рамках индустриально-инновационной политики Республики Казахстан» от 16 марта 2006 г. № 65;</p>
4	<p>Нормативно-правовые акты по поддержке отечественных товаропроизводителей</p>	<p>Закон РК «О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах по отношению к третьим странам» от 8 июня 2015 года № 316-; Закон РК «О государственном оборонном заказе» от 19 января 2001 г. № 146-II «О государственном оборонном заказе» Постановление Правительства РК «О реализации мер по поддержке отечественных товаропроизводителей» от 13 ноября 1998 № 1162; Постановление Правительства РК «О Правилах отбора инвестиционных проектов, кредитруемых в рамках мер поддержки отечественных товаропроизводителей» от 12 сентября 2000 года № 1384</p>
5	<p>Нормативно-правовые акты по защите прав потребителей</p>	<p>Закон РК «О потребительском кооперативе» от 8 мая 2001 года № 197-II; Закон РК «О безопасности пищевой продукции» от 21 июля 2007 года № 301; Закон РК «О безопасности игрушек» от 21 июля 2007 года № 306-III; Закон РК «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года № 274-IV</p>

Продолжение таблицы 21

1	2	3
6	Нормативно-правовые акты, посвященные отдельным предпринимательским договорам	Закон РК «О финансовом лизинге» от 5 июля 2000 года № 78-II Закон РК «О государственных закупках» от 4 декабря 2015 года № 434-V; Закон РК «О комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)» от 24 июня 2002 года № 330-II
7	Стратегические документы	Стратегия «Казахстан-2050», Стратегический план развития РК до 2025 года, утвержденный Указом Президента РК от 15 февраля 2018 года № 636.
8	Государственные программы в области предпринимательства	Государственная программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2020», утвержденная Постановлением Правительства РК от 25 августа 2018 года № 522; Государственная программа индустриально-инновационного развития РК на 2015-2019 годы, утвержденная Указом Президента РК от 1 августа 2014 года № 874; Государственная программа развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017-2021 годы, утвержденная Указом Президента РК от 14 февраля 2017 года № 420; Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы, утвержденная Постановлением Правительства РК от 29 декабря 2016 года № 919.

Молодежное предпринимательство упоминается в лишь трех статьях Закона Республики Казахстан «О государственной молодежной политике в Республике Казахстан» от 9 февраля 2015 года:

1) в статье 4, где в качестве одного из основных направлений государственной молодежной политики обозначено «создание условий для развития предпринимательской деятельности среди молодежи» [102];

2) в статье 11, где раскрываются компетенции уполномоченного органа по предпринимательству, который: «1) реализует государственную молодежную политику; 2) разрабатывает меры по развитию предпринимательской деятельности, осуществляемой молодежью; 3) осуществляет взаимодействие и сотрудничество с молодежными организациями по вопросам развития предпринимательской деятельности среди молодежи; 4) осуществляет иные полномочия, предусмотренные настоящим Законом, иными законами Республики Казахстан, актами Президента Республики Казахстан и Правительства Республики Казахстан» [102];

3) в статье 25, где речь идет о социальных службах для молодежи, одной их основных направлений деятельности которых согласно Закона является «поддержка и развитие предпринимательской деятельности молодежи» [102].

Помимо надлежащего юридического оформления статуса молодежного предпринимательства в Казахстане, его эффективное развитие невозможно без специальных институтов и институций. В этом аспекте можно выделить четыре направления институционального обеспечения, которые в обобщенном виде представлены в таблице 22.

Во-первых, это институты поддержки, выступающие и операторами программ по продвижению молодежного предпринимательства. Первым таким институтом был Республиканский фонд поддержки молодежного предпринимательства. Сегодня наиболее значимыми институтами выступают Фонд развития «Даму», являющийся основным оператором большинства государственных программ по развитию молодежного предпринимательства, Совет по развитию молодежного предпринимательства – консультативно-совещательный орган Национальной палаты,

Фонд молодежных инициатив, Национальное агентство по технологическому развитию (НАТР), поддерживающее создание технопарков и бизнес-инкубаторов. Помимо этих специализированных институтов, поддержку молодежному предпринимательству оказывают Банк развития Казахстана, «КазАгроФинанс», Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства, Национальное Агентство по экспорту и инвестициям «KaznexInvest», Казахстанский институт развития индустрии. Деятельность данных институтов носит двоякий характер: она способствует снижению безработицы, причем в социально-уязвимых регионах, т.е. обеспечивает первичный уровень поддержки для становления традиционного молодежного предпринимательства. Во-вторых, же она способствует формированию новаторского типа молодежного предпринимательства за счет развития предпринимательского потенциала, поддержки стартапов, формирования стратегических параметров инновационного развития [103], [104].

Исходя из этого, второе направление институционального обеспечения формируют программы содействия молодежной занятости в сложной региональной среде. К ним относятся

1) Программа по созданию бизнес-инкубаторов с микрокредитными организациями для моногородов с низким и средним потенциалом. В рамках программы предоставляется комплексная поддержка в виде аренды помещений, консультирования по бизнес-планам, микрокредитование, создание сети с наставниками и потенциальными потребителями. Методологическая поддержка деятельности бизнес-инкубаторов будет осуществляться через Фонд «Даму» с привлечением ресурсов международных организаций.

2) Программа по содействию развитию предпринимательства самостоятельно занятого, безработного и малообеспеченного населения в каждом моногороде.. В рамках программы предоставляются микрокредиты, государственная помощь в виде обучающих курсов по формированию бизнеса, поддержки по развитию недостающей инженерно-коммуникационной инфраструктуры.

3) Программа по созданию Центров поддержки предпринимательства в моногородах, оказывающих информационную и консультационную поддержку.

Таблица 22 – Параметры институционального обеспечения молодежного предпринимательства в Казахстане

Направления	Целевое назначение	Базовые инструменты	Субъекты институционального воздействия
1	2	3	4
Институты поддержки	Методологическое, операционное обеспечение программы поддержки	Система финансовых (гарантии, субсидии, микрокредитование) и нефинансовых инструментов поддержки (консалтинг, сервисные услуги, менторство и др.)	Фонд поддержки предпринимательства «Даму», Совет по развитию молодежного предпринимательства, Фонд молодежных инициатив, Национальное агентство технологического развития, Европейский и Азиатский банки развития и реконструкции
Программы содействия молодежной занятости	Сокращение молодежной безработицы в социальных регионах, стимулирование традиционного молодежного предпринимательства	Микрокредитование, обучение базовым принципам предпринимательства, консультирование по бизнес-планам, первичные элементы бизнес-инкубирования, информационный сервис.	Фонд поддержки предпринимательства «Даму», центры поддержки предпринимательства, Европейский и Азиатский банки развития и реконструкции

Продолжение таблицы 22

1	2	3	4
Программы развития молодежного предпринимательства	Диверсификация предпринимательского потенциала молодежи	Гарантии и субсидии стартапам, бизнес-консалтинг, проектное обучение для бизнес-роста, моделирование эффективных практик управления, международное менторство.	Фонд поддержки предпринимательства «Даму», Совет по развитию молодежного предпринимательства, Фонд молодежных инициатив, Агентство США по международному развитию (USAID) и др.
Программа стратегической подготовки студентов	Формирование инновационного бизнес-мышления на базе предпринимательского образования.	Новаторские методы предпринимательского обучения, инициирование на базе университетов бизнес-клубов, студенческих консультационных обществ	Фонд молодежных инициатив, Ассоциация предпринимательских вузов, Агентство США по международному развитию (USAID) и др.

Третье же направление - это программы поддержки молодежного предпринимательства. Наиболее актуальные сейчас – это программы в рамках «Дорожной карты бизнеса 2020». В частности, в рамках четвертого направления - «Усиление предпринимательского потенциала» предусмотрены следующие шаги на бесплатной основе:

- поддержка начинающих предпринимателей (краткосрочное обучение бизнес-практике, предоставление типовых стандартов документов, маркетинговых исследований рынка, информации о состоянии рынка товаров, услуг, работ в стране);

- сервисная помощь для функционирующего бизнеса (консалтинговые услуги по учету и налогам, таможенным процедурам, внедрению системы менеджмента качества, информационным технологиям);

- внедрение надлежащих зарубежных практик через реализацию проекта «Деловые связи» (проектное обучение с целью бизнес-роста и прохождения стажировки за рубежом под руководством отечественных и иностранных бизнес-тренеров) и проекта «Старшие сеньоры» (сервисная поддержка действующего бизнеса, информационная поддержка по стандартам бизнеса с привлечением зарубежных наставников по конкретным отраслям).

Помимо этого, фондом «Даму» реализуются и специализированные программы:

- 1) проект «Поддержка открытия нового бизнеса». В рамках этого проекта осуществляется финансовая поддержка стартапов;

- 2) проект «Поддержка предпринимательских инициатив студенческой молодежи» предполагает углубленную подготовку студентов в сфере бизнеса на основе Меморандума о сотрудничестве фонда с ведущими вузами [105].

И, наконец, четвертое направление институционального обеспечения, это – стратегическая подготовка молодежи к предпринимательской деятельности. Она предполагает внедрение предпринимательского образования, переход к преимущественно предпринимательским университетам для формирования новаторского бизнес-мышления учащейся молодежи [106-110]. Для этого создана Ассоциация предпринимательских вузов

страны, разработаны программы продвижения предпринимательского образования.

В целом, молодежное предпринимательство в Казахстане, находящееся на этапе институционализации, требует законодательного оформления и урегулирования. В этой связи необходимо дополнить Предпринимательский кодекс Республики Казахстан нормами, относящимися к молодежному предпринимательству, в частности:

- законодательно определить понятия «молодежное предпринимательство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель» с установлением возрастного ценза и субъектного состава;

- законодательно закрепить институциональные (в том числе инфраструктурные), финансовые, нефинансовые (информационные) и прочие меры поддержки молодежного предпринимательства;

- определить полномочия (права и обязанности) между органами государственной власти и субъектами молодежного предпринимательства;

- законодательно обеспечить ведение единого реестра субъектов молодежного предпринимательства и их статистического учета, а также формирование базы данных молодежных бизнес-идей и проектов.

Таким, образом, становление институциональной основы молодежного предпринимательства в Казахстане связано с формированием правового блока, обеспечивающего законодательные рамки развития бизнес-активности молодежи, а также развитием конкретных форм институционального обеспечения: институтов и программ поддержки, которые способствуют как росту занятости молодежи, так и самостоятельному развитию традиционного и инновационного молодежного предпринимательства.

2.2 Количественные и качественные параметры развития молодежного предпринимательства в Казахстане

Согласно данным Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан (далее - Комитет по статистике МНЭ РК), численность молодежи в возрасте от 14 до 29 лет по состоянию на начало 2019 года составила 3 892 845 человек [111] (таблица 23). Рассмотрение данного показателя в динамике за десятилетний период с 2009 по 2018 годы выявило перманентное ежегодное сокращение численности молодежи (на 607 969 чел. в 2018 году по сравнению с 2009 годом) и его доли в общей структуре населения с 27,8% в 2009 году до 21,2% [111-115]. Эта системная тенденция может оказать негативное воздействие на социально-экономическое развитие Казахстана, детерминируя в будущем убыль населения и сокращение трудовых ресурсов страны. Сокращение численности молодежного сегмента в народонаселении Казахстана является последствием «демографической ямы» 90-х годов XX века, связанного с тотальным спадом рождаемости в этот период. Вместе с тем, по экспертным расчетам в период с 2022-2023 годов прогнозируется увеличение численности молодежи в Казахстане [116].

Для нашей страны характерно неравномерное распределение молодежи в региональном разрезе (таблица 24, таблица 25).

Как видно из рисунка 4, в территориальном разрезе наибольшая численность молодежи на начало 2018 года зафиксирована в Туркестанской области (472 908 чел.), на втором месте – г. Алматы (423 809 чел.), на 3 месте - Алматинская область (408 218 чел.).

(104 074 чел.), Атырауской (135 403 чел.) и Западно-Казахстанской (136 016 чел.) областях. Наибольшая доля молодежи в общей численности населения регионов Казахстана отмечается в Туркестанской области (23,9%), г. Алматы (23,5%), г. Шымкент (23,4%). Наименьшая доля молодежи в общей численности населения имеет место в Северо-Казахстанской (18,6%), Павлодарской (19,1%) и Восточно-Казахстанской областях.

Таблица 23 – Динамика численности и доли молодежи в общей структуре населения Казахстана

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Численность населения на начало года – всего, чел.	16203274	16440470	16673933	16910246	17160855	17415715	17669896	17918214	18157337	18395660
Численность молодежи (от 14 до 28 лет), чел.	4500814	4483285	4436210	4376014	4293194	4206037	4099272	3995896	3900834	3892845
Доля молодежи в общей численности населения, %	27,8	27,3	26,6	25,9	25,0	24,2	23,2	22,3	21,5	21,2
Примечание – Составлено по источникам [111-115]										

Таблица 24 – Численность молодежи по регионам Казахстана (на начало года)

	2014	2015	2016	2017	2018
Республика Казахстан - всего	4 293 194	4 206 037	4 099 272	3 995 896	3 900 834
Акмолинская область	169 554	165 147	162 704	152 538	148 996
Актюбинская область	219 324	213 857	205 977	198 482	191 790
Алматинская область	486 683	450 754	432 459	418 074	408 218
Атырауская область	146 251	144 135	140 852	137 752	135 403
Западно-Казахстанская область	153 932	149 595	145 879	140 413	136 016
Жамбылская область	265 913	260 621	253 607	245 934	240 222
Карагандинская область	322 427	314 956	304 260	291 441	281 406
Костанайская область	208 280	201 435	194 535	185 077	177 101
Қызылординская область	191 793	189 625	185 674	180 394	177 646
Мангистауская область	153 919	152 656	150 567	147 728	145 657
Южно-Казахстанская область	729 191	723 853	715 303	700 905	695 658
Павлодарская область	170 434	164 433	157 722	150 350	144 073
Северо-Казахстанская область	120 677	116 204	112 364	107 497	104 074
Восточно-Казахстанская область	316 585	304 957	292 094	277 473	264 990
г. Астана	218 590	213 350	199 296	224 069	225 775
г. Алматы	419 641	440 459	445 979	437 769	423 809
Примечание – Составлено по источнику [113]					

Таблица 25 – Доля молодежи в общей численности населения по регионам Казахстана (на начало года)

	2014	2015	2016	2017	2018
Республика Казахстан - всего	25,0	24,2	23,2	22,3	21,5
Акмолинская область	23,0	22,4	21,9	20,8	20,2
Актюбинская область	27,1	26,0	24,7	23,5	22,4
Алматинская область	24,5	23,5	22,2	21,1	20,2
Атырауская область	25,8	24,8	23,7	22,7	21,8
Западно-Казахстанская область	24,7	23,7	22,9	21,9	21,0
Жамбылская область	24,5	23,7	22,8	22,1	21,5
Карагандинская область	23,5	22,9	22	21,1	20,4
Костанайская область	23,6	22,8	22	21,1	20,2
Кызылординская область	25,9	25,2	24,3	23,3	22,7
Мангистауская область	26,2	25,2	24,0	23,0	22,1
Южно-Казахстанская область	26,7	26,0	25,2	24,3	23,7
Павлодарская область	22,6	21,8	20,8	19,9	19,1
Северо-Казахстанская область	21,0	20,3	19,7	19,1	18,6
Восточно-Казахстанская область	22,7	21,9	20,9	20,0	19,2
г. Астана	26,8	25,0	22,8	23,0	21,9
г. Алматы	27,8	26,8	26,2	25,0	23,5
Примечание – Составлено по источнику [115]					



Рисунок 4 – Доля молодежи в общей численности населения регионов Казахстана на начало 2018 года
Примечание – Источник [116]

Наименьшая численность молодежи представлена в Северо-Казахстанской Структурирование численности молодежи в

разреze «город/село» за пятилетний период (с 2014 по 2018 годы) демонстрирует ежегодное преобладание количества городской молодежи над сельской (таблица 26, рисунок 5) с постоянным увеличением доли городской молодежи (с 54,9 % в 2014 году до 56,5 % на начало 2018 года) и сокращением удельного веса молодежи в сельской местности.

Дифференциация молодежной социально-демографической группы на такие возрастные сегменты, как ювенальная группа (в возрасте от 14 до 18 лет), постювенальная группа (от 19 до 23 лет) и старшая группа (от 24 до 28 лет), как показывают таблица 27 и рисунок 6, позволяет констатировать, что наибольшей по численности и по удельному весу в настоящее время является старшая возрастная группа (на начало 2018 года ее доля составляла 39,5%). Более того, в течение анализируемых пяти лет доля старшей возрастной когорты ежегодно растет с 37,9% в 2014 году до 39,5% к началу 2018 года.

Социально-психовозрастной спецификой данной молодежной группы является завершение процесса формирования зрелой личности, обладающей личным жизненным и производственным опытом.

Второе место по удельному весу занимает постювенальная группа молодежи (в возрасте от 19 до 23 лет), на которую на начало 2018 года приходилось 31,2%. Молодые люди данной возрастной когорты, как правило, завершают свою профессиональную подготовку и вступают в активную производственную деятельность и создают собственные семьи. Однако, в течение последних пяти лет доля постювенальная группа молодежи ежегодно уменьшалась с 34,9% в 2014 году до 31,4% к началу 2018 года.

Наименьшая доля среди возрастных сегментов молодежи приходится на ювенальную группу в возрасте от 14 до 18 лет. Так, на начало 2018 года удельный вес данной молодежной когорты составлял 29,1%, увеличившись по сравнению с 2014 годом на 1,9%.

Таблица 26 - Структура молодежи Казахстана в разрезе город / село

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Человек	в %	Человек	в %	Человек	в %	Человек	в %	Человек	в %
Молодежь на начало года – всего, в т.ч.:	4 293 194	100,0	4 206 037	100,0	4 099 272	100,0	3 995 896	100,0	3 900 834	100,0
Городская молодежь	2 358 667	54,9	2 367 615	56,3	2 313 053	56,4	2 266 680	56,7	2 204 833	56,5
Сельская молодежь	1 934 527	45,1	1 838 422	43,7	1 786 219	43,6	1 729 216	43,3	1 696 001	43,5

Примечание – Составлено по источнику [116]

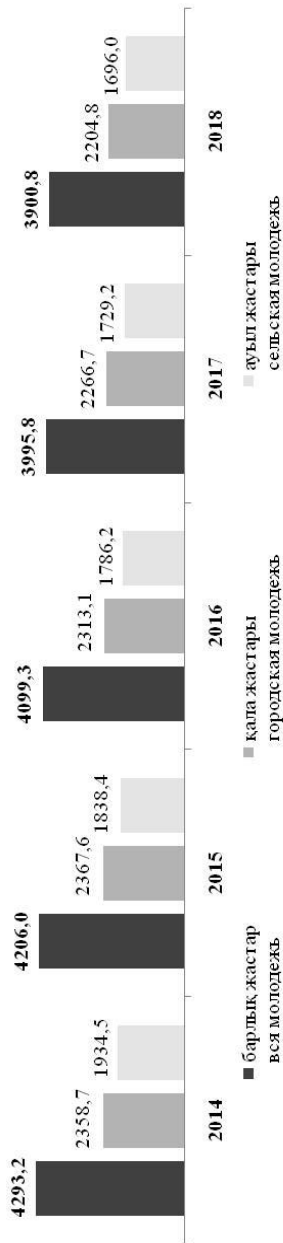


Рисунок 5 - Численность молодежи в разрезе город / село (на начало года, тыс. чел.)

Примечание – Составлено по источнику [116]

Таблица 27 – Состав молодежи Казахстана по основным возрастным группам

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Человек	%	Человек	%	Человек	%	Человек	%	Человек	%
Молодежь на начало года – всего, в том числе:	4 293 194	100,0	4 206 037	100,0	4 099 272	100,0	3 995 896	100,0	3 900 834	100,0
Ювенальная группа (14-18 лет)	1 169 386	27,2	1 133 817	27,0	1 111 075	27,1	1 116 737	28,0	1 135 666	29,1
Постювенальная группа (19-23 лет)	1 497 539	34,9	1 427 596	33,9	1 359 834	33,2	1 285 387	32,2	1 223 613	31,4
Старшая группа (24-28 лет)	1 626 269	37,9	1 644 624	39,1	1 628 363	39,7	1 593 772	39,8	1 541 555	39,5
Примечание – Составлено по источнику [115]										

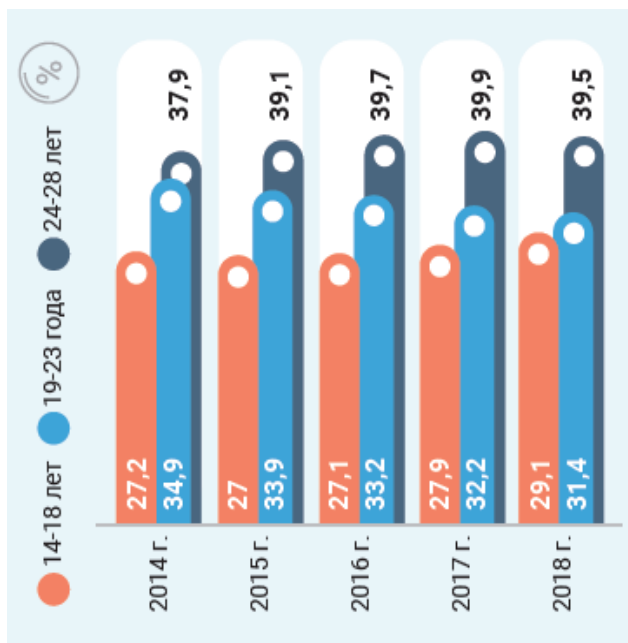


Рисунок 6 – Структура молодежи Казахстана по основным возрастным группам
Примечание – Составлено по источнику [115]

Сегментация молодежи по гендерному признаку (таблица 28, таблица 29, рисунок 7), свидетельствует о практически одинаковых долях мужчин и женщин с незначительной динамикой в сторону роста удельного веса молодых людей мужского пола в рассматриваемый 5-ти летний период.

Исследование молодежи как экономического субъекта, в том числе субъекта предпринимательской деятельности, сопряжено прежде всего с анализом индикаторов экономической активности и занятости этой социально-демографической группы, в числе которых молодежная безработица, самозанятые молодые люди и молодежь сегмента NEET [117-120]. С позиций экономической активности и занятости молодежь делится на две группы. Первая группа – экономически активная молодежь, которая образует рабочую силу, включая занятых (в том числе наемных работников и самостоятельно занятых) и безработных. Вторая группа – экономически неактивная молодежь, которая не включена в состав рабочей силы и не является ни занятой, ни безработной. Экономически неактивная молодежь включает в себя: обучающихся на очном отделении в учебных заведениях; молодых людей с ограниченными возможностями, получающих пенсии по инвалидности; молодежь, занятую в домашнем хозяйстве, а также уходом за детьми, больными родственниками и т. п.; молодых людей, отчаявшихся найти работу и прекративших ее дальнейший поиск; молодежь, получающую доход как рантье и не имеющую необходимости в работе; молодых людей, не желающих работать и маргиналов (бездомных, осужденных).

Согласно данным Комитета по статистике МНЭ РК (таблица 30, рисунок 8), в 2018 году на рынке труда численность рабочей силы в возрасте 15 - 28 лет составила 2087,6 тыс. человек (т.е. 22,8% от всего экономически активного населения), в том числе занятая молодежь - 2007,9 тыс. человек (или 23,1% от числа всего занятого населения), безработная молодежь - 443,6 тыс. человек (или 18% от числа всего безработного населения). С 2001 года по 2018 год наблюдается устойчивая тенденция роста экономически активного населения (рабочей силы) Казахстана с 7479,1 тыс. человек до 9138,6 тыс. человек (т.е. на 22,2%) (рисунок 9) [121], [122].

Таблица 28 – Половозрастной состав молодежи Казахстана, человек

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Молодежь – всего,	2156644	2136550	2116415	2089622	2066341	2032931	2017880	1978016	1975783	1925051
в т.ч.:										
14-18 лет	597571	571815	579311	554506	568209	542866	571211	545526	581112	554554
19-23 лет	754917	742622	723953	703643	692278	667556	654829	630558	623806	599807
24-28 лет	804156	822113	813151	831473	805854	822509	791840	801932	770865	770690
Примечание – Составлено по источникам [115]										

Таблица 29 – Половозрастная структура молодежи Казахстана, в %

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Доля в численности молодежи – всего, в т.ч. по группам	50,2	49,8	50,3	49,7	50,4	49,6	50,5	49,5	50,7	49,3
14-18 лет	51,1	50,4	51,1	50,7	51,1	50,9	51,1	51,0	51,2	51,0
19-23 лет	49,4	48,9	50,5	48,9	49,5	48,9	49,7	48,9	50,0	48,8
24-28 лет	49,6	50,6	49,3	49,5	49,1	50,5	49,0	50,3	49,0	50,0
Примечание – Составлено по источникам [115], [116]										

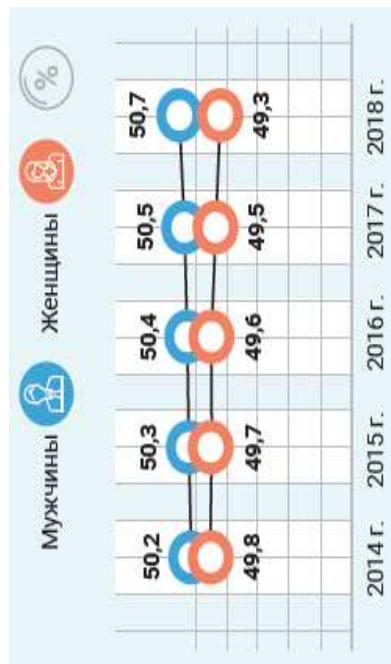


Рисунок 7 – Половозрастная структура молодежи Казахстана, в %
 Примечание – Составлено по источникам [115], [116]

Таблица 30 – Молодежь (в возрасте 15-28 лет) на рынке труда Казахстана

Показатели	2001	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Рабочая сила - всего, тыс. чел.	7479,1	7901,7	8610,7	8774,6	8981,9	9041,3	8962,0	8887,6	8998,8	9027,4	9138,6
в том числе в возрасте 15-28 лет, тыс.чел.	1985,4	2264,7	2335,4	2365,4	2429,6	2392,3	2445,0	2379,9	2275,5	2141,0	2087,6
Доля молодежи в рабочей силе, %	26,5	28,7	27,1	27,0	27,0	26,5	27,3	26,8	25,3	23,7	22,8
Занятое население - всего, тыс. человек	6698,8	7261,0	8114,2	8301,6	8507,1	8570,6	8510,1	8433,3	8553,4	8585,2	8695,0
в том числе в возрасте 15-28 лет, тыс.чел.	1656,6	1995,2	2180,4	2222,1	2298,9	2259,6	2341,1	2275,3	2182,7	2057,3	2007,9
Доля молодежи в занятом населении, %	24,7	27,5	26,9	26,8	27,0	26,4	27,5	27,0	25,5	24,0	23,1
Наемные работники - всего, тыс. чел.	3863,3	4640,5	5409,4	5581,4	5813,7	5949,7	6109,7	6294,9	6342,8	6485,9	6612,5
в том числе в возрасте 15-28 лет, тыс.чел.	828,4	1115,6	1329,3	1400,2	1480,2	1537,4	1673,8	1734,8	1669,7	1564,8	1536,6
Доля молодежи в наемных рабочих, %	21,4	24,0	24,6	25,1	25,5	25,8	27,4	27,6	26,3	24,1	23,2

Продолжение таблицы 30

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Самозанятые - всего, тыс. чел	2835,5	2620,4	2704,8	2720,2	2693,4	2621,0	2400,4	2138,4	2210,5	2099,2	2082,5
в том числе в возрасте 15-28 лет, тыс.чел.	828,2	879,6	851,1	821,9	818,7	722,1	667,3	540,5	513,0	492,5	471,3
Доля молодежи в самозанятых, %	29,2	33,6	31,5	30,2	30,4	27,6	27,8	25,3	23,2	23,5	22,6
Безработное население - всего, тыс. чел.	780,3	640,7	496,5	473,0	474,8	470,7	451,9	454,2	445,5	442,3	443,6
в том числе в возрасте 15-28 лет, тыс.чел.	328,9	269,5	155,0	143,3	130,7	132,7	103,9	104,6	92,8	83,7	79,8
Доля молодежи в безработных, %	42,1	42,1	31,2	30,3	27,5	28,2	23,0	23,0	20,8	18,9	18,0
Уровень безработицы - всего, %	10,4	8,1	5,8	5,4	5,3	5,2	5,0	5,1	5,0	4,9	4,9
Уровень молодежной безработицы, % (в возрасте 15-24 лет)	19,1	13,4	5,2	4,6	3,9	3,9	3,8	4,2	3,8	3,8	3,7
Уровень молодежной безработицы, % (в возрасте 15-28 лет)	16,6	11,5	6,6	6,3	5,4	5,5	4,2	4,4	4,1	3,9	3,8

Продолжение таблицы 30

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Уровень долгосрочной безработицы - всего, %	7,6	4,3	2,2	2,1	2,5	2,5	2,4	2,5	2,2	2,2	2,2
Уровень долгосрочной молодежной безработицы, %	12,3	6,5	2,9	2,6	3,0	3,1	2,4	2,6	2,2	2,1	1,9
Экономически неактивное население - всего, тыс. чел.	3175,8	3476,9	3487,7	3477,3	3538,7	3569,4	3715,9	3867,4	3855,0	3927,3	3907,3
в том числе в возрасте 15-28 лет, тыс.чел.	1098,0	1511,7	1563,4	1552,7	1526,0	1565,1	1460,5	1486,7	1454,3	1429,1	1342,6
Доля молодежи в экономически неактивном населении, %	34,6	43,5	44,8	44,7	43,1	43,8	39,3	38,4	37,7	36,4	34,4

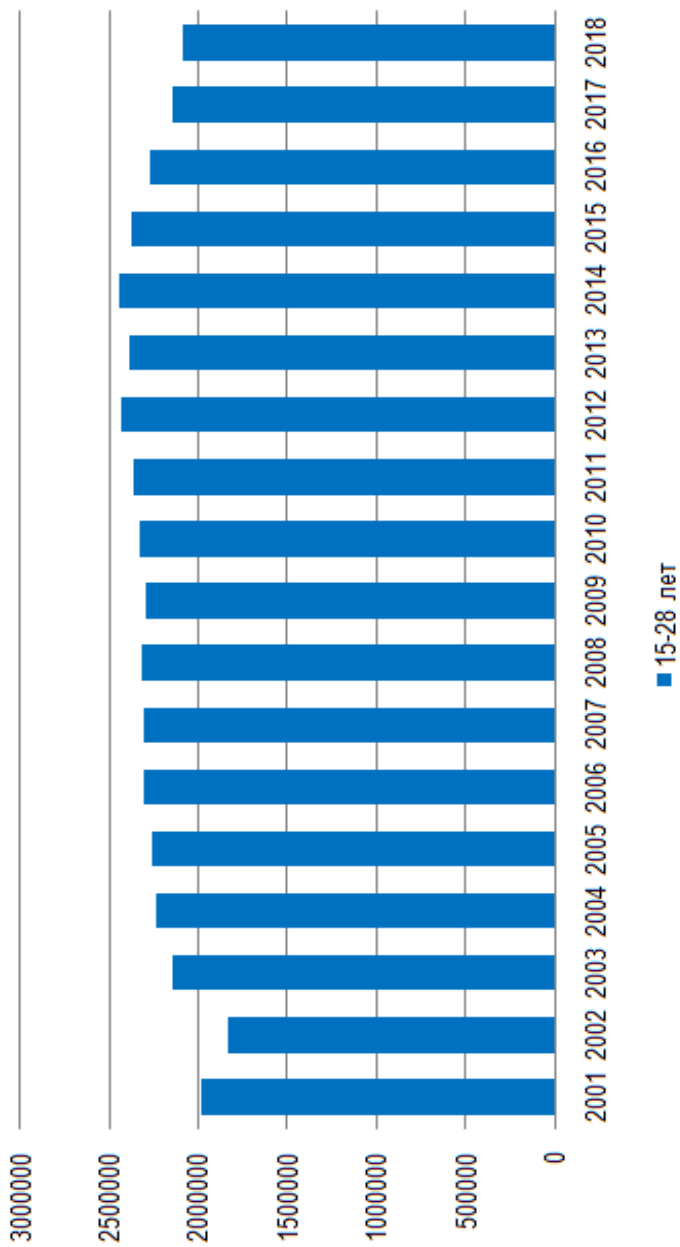


Рисунок 8 – Динамика численности экономически активной молодежи в возрасте 15-28 лет за 2001-2018 г.г.
 Примечание – Составлено по источнику [122].

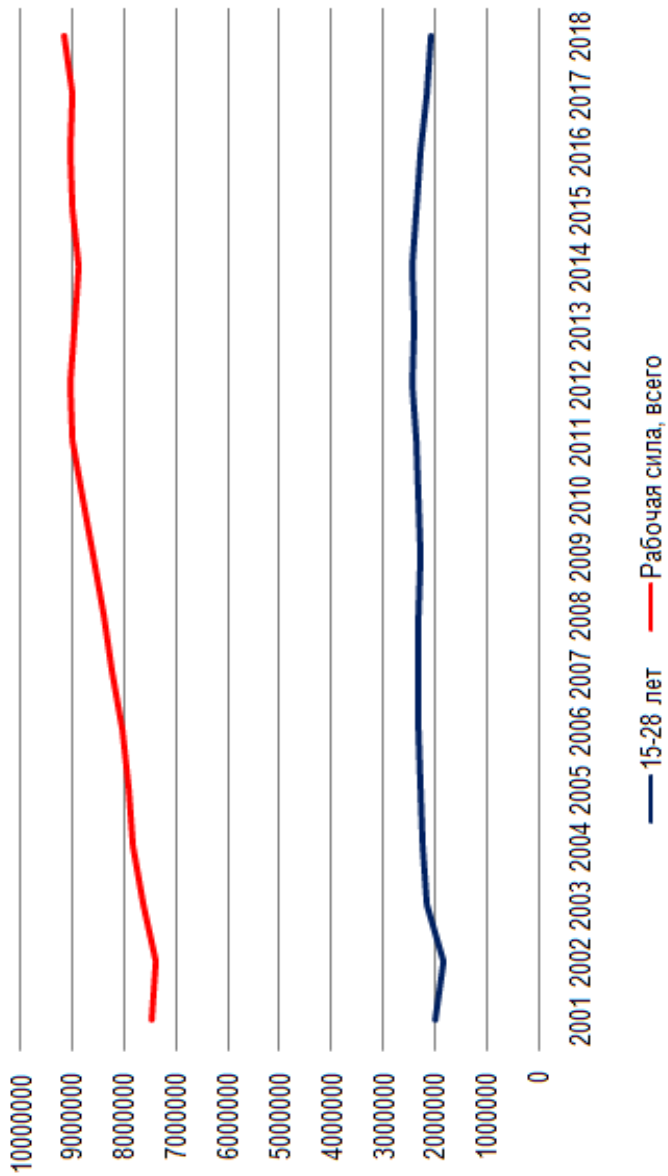


Рисунок 9 – Соотношение экономически активной молодежи (в возрасте 15-28 лет) и совокупной рабочей силы Казахстана за 2001-2018 г.г.
 Примечание – Составлено по источникам [121], [122]

В ходе исследования нами были выявлены следующие тренды основных индикаторов молодежного сегмента (в возрасте от 15 до 28 лет) на рынке труда в региональном разрезе за период с 2001 по 2018 годы: из 17 регионов лидирующими по численности молодежной рабочей силы являются г. Алматы, Алматинская, Туркестанская, Восточно-Казахстанская и Жамбылская области; минимальная численность экономически активной молодежи зарегистрировано в Северо-Казахстанской, Павлодарской, Мангистауской и Атырауской областях (рисунок 10).

Следует отметить, что в период с 2001 по 2018 годы доля молодежи в совокупной рабочей силе снизилась с 26,5% в 2001 году до 22,8% в 2018 году. Но вместе с тем в этот период ежегодно росла доля занятой молодежи в молодежной рабочей силе – с 83,4% в 2001 году до 96,2% в 2018 году с одновременным сокращением доли уровня молодежной безработицы – с 16,6% в 2001 году до 3,8% в 2018 году (таблица 31, рисунок 11).

Изучение экономически активной молодежи в гендерном разрезе за 2001-2018 г.г. (таблица 32, рисунок 12) показывает доминирование доли мужчин (в пределах 52,6% - 54,3% за данный период) и меньшую долю женщин (в пределах 45,7% - 47,4% за данный период) [123].

В отраслевом разрезе, как видно из таблицы 33 и таблицы 34, занятая молодежь зарегистрирована преимущественно в сферах торговли (в 2018 году – 16,7%), сельского хозяйства (13,5%) и образования (11,1%) [124].

Исследование молодежной рабочей силы по уровню образования (таблица 35) показывает, что за 2001-2018 г.г. имел место рост в ее структуре доли молодых людей с высшим и незаконченным высшим образованием (на 28% - с 15,8% в 2001 году до 43,8% в 2018 году), а также доли молодежи со средним специальным образованием (на 20,4% - с 19,4% в 2001 году до 39,8% в 2018 году) [125].

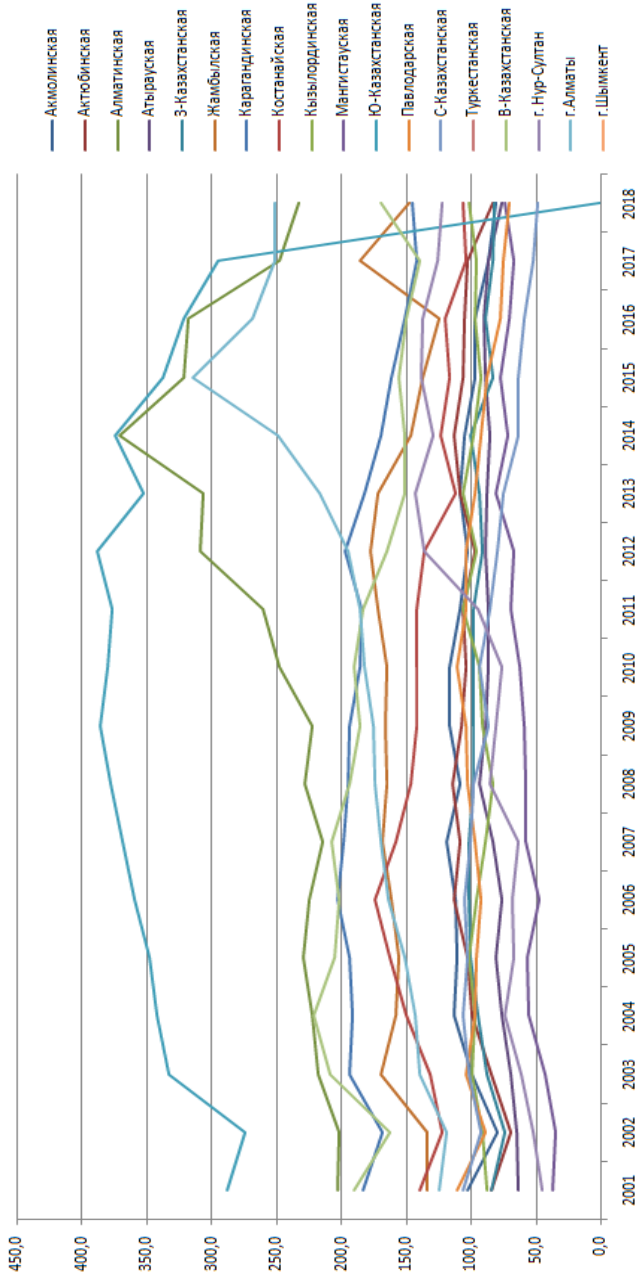


Рисунок 10 – Динамика численности экономически активной молодежи в возрасте 15-28 лет за 2001-2018 г.г. в региональном разрезе в Казахстане

Примечание – Составлено по источнику [122]

Таблица 31 – Состав экономически активной молодежи в возрасте 15-28 лет в Казахстане

Годы	Молодежная рабочая сила в возрасте 15-28 лет – всего, тыс.чел.	В том числе:										Безработная молодежь	
		всего - тыс. чел.	в % от молодежной рабочей силы	Занятая молодежь						всего - тыс. чел.	в % от молодежной рабочей силы		
				Из них:		Самостоятельно занятые							
				тыс.чел.	в % от занятых	тыс.чел.	в % от занятых	тыс.чел.	в % от занятых				
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10				
2001	1 985,4	1 656,6	83,4	828,4	50,0	828,2	50,0	328,9	16,6				
2002	1 832,1	1 563,2	85,3	833,2	53,3	730,0	46,7	269,0	14,7				
2003	2 145,1	1 872,8	87,3	981,8	52,4	891,0	47,6	272,3	12,7				
2004	2 242,4	1 960,9	87,4	1 096,6	55,9	864,3	44,1	281,5	12,6				
2005	2 264,7	1 995,2	88,1	1 115,6	55,9	879,6	44,1	269,5	11,9				
2006	2 302,1	2 038,4	88,5	1 171,6	57,5	866,8	42,5	263,7	11,5				
2007	2 306,6	2 082,0	90,3	1 251,2	60,1	830,7	39,9	224,6	9,7				
2008	2 321,5	2 127,0	91,6	1 312,5	61,7	814,5	38,3	194,4	8,4				
2009	2 301,6	2 107,0	91,5	1 307,6	62,1	799,4	37,9	194,6	8,5				
2010	2 335,4	2 180,4	93,4	1 329,3	61,0	851,1	39,0	155,0	6,6				
2011	2 365,4	2 222,1	93,9	1 400,2	63,0	821,9	37,0	143,3	6,1				
2012	2 429,6	2 298,9	94,6	1 480,2	64,4	818,7	35,6	130,7	5,4				

Продолжение таблицы 31

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2013	2 392,3	2 259,6	94,5	1 537,4	68,0	722,1	32,0	132,7	5,5
2014	2 445,0	2 341,1	95,8	1 673,8	71,5	667,3	28,5	103,9	4,2
2015	2 379,9	2 275,3	95,6	1 734,8	76,2	540,5	23,8	104,6	4,4
2016	2 275,5	2 182,7	95,9	1 669,7	76,5	513,0	23,5	92,8	4,1
2017	2 141,0	2 057,3	96,1	1 564,8	76,1	492,5	23,9	83,7	3,9
2018	2 087,6	2 007,9	96,2	1 536,6	76,5	471,3	23,5	79,8	3,8
Примечание – Составлено по источнику [122]									

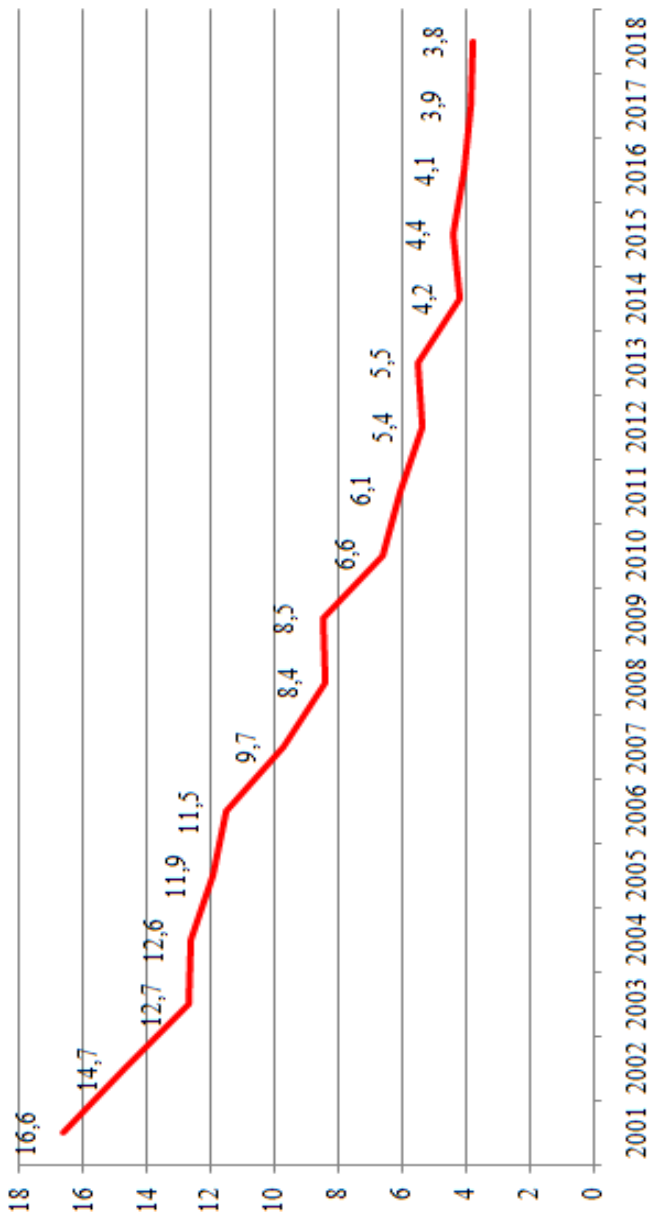


Рисунок 11 – Динамика уровня молодежной безработицы за 2001-2018 г.г. в Казахстане
 Примечание – Составлено по источнику [122]

Таблица 32 – Динамика численности и состава экономически активной молодежи в гендерном разрезе

Годы	Молодежная рабочая сила										в том числе														
	Всего					из них:					Занятая молодежь					Безработная молодежь									
	%		Тыс. чел		%	Мужчины		Женщины		%		Тыс. чел		Мужчины		Женщины		%		Тыс. чел		Мужчины		Женщины	
	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%		Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%	Тыс. чел	%
2001	1985,4	100	1045,1	52,6	940,4	47,4	1656,6	100	890,9	53,8	765,7	46,2	328,9	100	154,2	46,9	174,7	53,1							
2002	1832,1	100	981,6	53,6	850,6	46,4	1563,2	100	856,5	54,8	706,7	45,2	269,0	100	125,1	46,5	143,8	53,5							
2003	2145,1	100	1154,7	53,8	990,4	46,2	1872,8	100	1026,2	54,8	846,6	45,2	272,3	100	128,6	47,2	143,8	52,8							
2004	2242,4	100	1209,8	54,0	1032,6	46,0	1960,9	100	1072,7	54,7	888,2	45,3	281,5	100	137,1	48,7	144,4	51,3							
2005	2264,7	100	1230,3	54,3	1034,4	45,7	1995,2	100	1102,4	55,2	892,9	44,8	269,5	100	127,9	47,5	141,6	52,5							
2006	2302,1	100	1226,8	53,3	1075,3	46,7	2038,4	100	1107,6	54,3	930,7	45,7	263,7	100	119,2	45,2	144,6	54,8							
2007	2306,6	100	1242,2	53,9	1064,4	46,1	2082,0	100	1140,6	54,8	941,4	45,2	224,6	100	101,6	45,2	123,0	54,8							
2008	2321,5	100	1252,7	54,0	1068,8	46,0	2127,0	100	1160,8	54,6	966,2	45,4	194,4	100	91,8	47,2	102,6	52,8							
2009	2301,6	100	1242,2	54,0	1059,4	46,0	2107,0	100	1153,4	54,7	953,6	45,3	194,6	100	88,8	45,6	105,8	54,4							
2010	2335,4	100	1249,6	53,5	1085,7	46,5	2180,4	100	1174,7	53,9	1005,7	46,1	155,0	100	74,9	48,3	80,0	51,7							
2011	2365,4	100	1254,9	53,1	1110,5	46,9	2222,1	100	1186,5	53,4	1035,6	46,6	143,3	100	68,4	47,7	74,9	52,3							
2012	2429,6	100	1287,2	53,0	1142,4	47,0	2298,9	100	1229,2	53,5	1069,7	46,5	130,7	100	58,0	44,4	72,7	55,6							
2013	2392,3	100	1275,4	53,3	1116,9	46,7	2259,6	100	1207,7	53,4	1051,8	46,6	132,7	100	67,7	51,0	65,0	49,0							
2014	2445,0	100	1299,8	53,2	1145,2	46,8	2341,1	100	1252,8	53,5	1088,3	46,5	103,9	100	47,0	45,3	56,8	54,7							
2015	2379,9	100	1269,2	53,3	1110,7	46,7	2275,3	100	1222,3	53,7	1053,0	46,3	104,6	100	46,9	44,8	57,8	55,2							
2016	2275,5	100	1233,5	54,2	1042,0	45,8	2182,7	100	1189,4	54,5	993,3	45,5	92,8	100	44,1	47,5	48,7	52,5							
2017	2141,0	100	1162,6	54,3	978,4	45,7	2057,3	100	1122,5	54,6	934,8	45,4	83,7	100	40,2	48,0	43,5	52,0							
2018	2087,6	100	1103,2	52,8	984,5	47,2	2007,9	100	1066,1	53,1	941,8	46,9	79,8	100	37,1	46,5	42,7	53,5							

Примечание – Составлено по источнику [123]

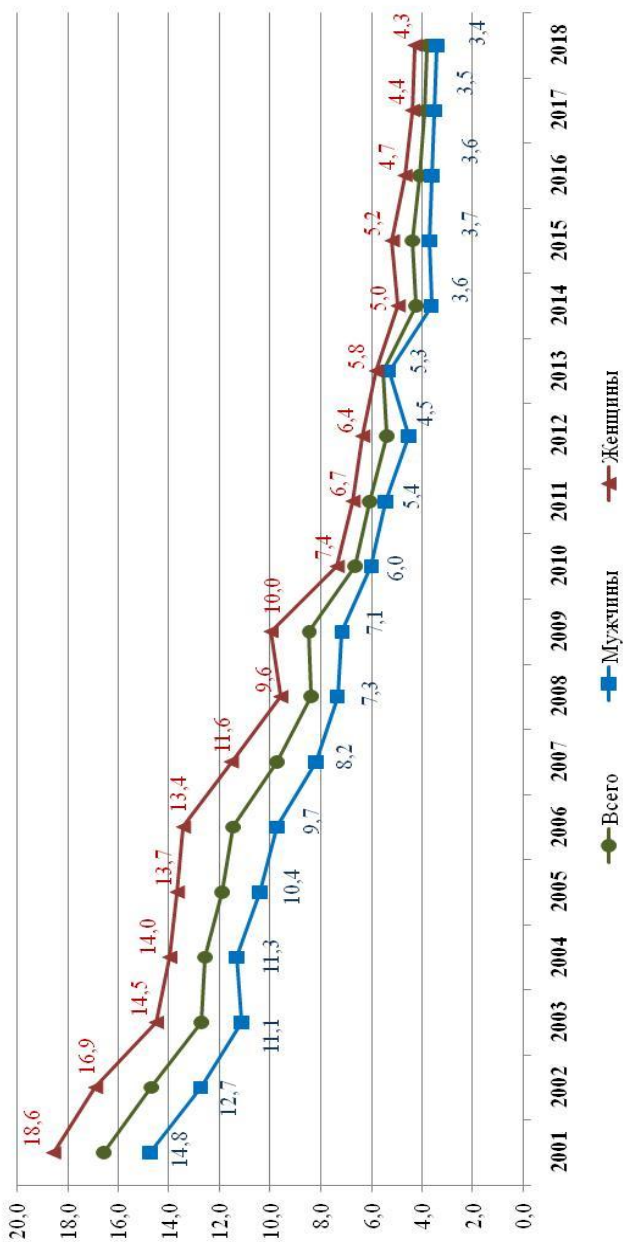


Рисунок 12 – Динамика молодежной безработицы в гендерном разрезе
 Примечание – Составлено по источнику [123]

Таблица 33 – Динамика численности занятой молодежи по видам экономической деятельности

Отрасли	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Занято в экономике – всего, в том числе:	2 180,4	2 222,1	2 298,9	2 259,6	2 341,1	2 275,3	2 182,7	2 057,3	2 007,9
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	718,6	683,0	646,6	588,9	443,9	361,7	343,8	315,7	270,5
Промышленность	209,6	221,6	235,9	225,6	258,2	245,8	240,9	219,4	216,2
Горнодобывающая промышленность	47,9	52,9	53,4	50,9	66,8	62,3	51,9	54,1	49,9
Обрабатывающая промышленность	126,5	126,8	133,8	131,6	129,3	128,7	133,8	118,3	121,7
Электроснабжение, подача газа, пара	22,4	28,2	32,0	28,3	41,8	37,2	37,6	31,2	29,1
Водоснабжение; канализационная система	12,8	13,7	16,7	14,8	20,3	17,5	17,6	15,7	15,6
Строительство	169,8	179,5	186,9	194,0	206,3	193,2	178,6	147,3	150,8
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	360,2	342,6	353,5	356,1	376,7	384,0	371,0	334,1	336,3
Транспорт и складирование	115,8	120,6	124,4	137,6	141,0	144,4	143,5	125,7	127,2
Услуги по проживанию и питанию	28,8	34,5	37,6	45,6	52,0	57,9	50,1	57,6	44,9

Продолжение таблицы 33

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Информация и связь	30,1	36,4	46,8	47,4	54,7	50,8	52,7	44,1	50,0
Финансовая и страховая деятельность	33,5	38,2	53,2	49,3	74,4	77,7	57,6	64,9	56,2
Операции с недвижимым имуществом	39,4	33,5	29,9	33,9	26,7	32,6	31,8	48,8	42,6
Профессиональная, научная и техническая деятельность	41,9	47,6	50,1	51,2	47,8	68,2	68,2	69,3	64,4
Деятельность в области административного обслуживания	37,6	46,1	49,0	48,0	58,6	71,7	70,3	75,4	66,1
Государственное управление и оборона	94,7	105,8	111,4	108,3	140,2	139,5	141,7	123,2	144,2
Образование	173,4	188,5	192,7	183,9	233,3	229,8	238,0	223,5	222,6
Здравоохранение и социальные услуги	61,5	68,3	82,0	90	97	98,0	93,5	104,5	105,6
Искусство, развлечения и отдых	25,2	29,7	33,9	37	46	41,1	41,4	41,6	39,1
Предоставление прочих видов услуг	34,8	40,1	61,2	60,0	82,4	78,7	59,8	62,2	71,2
Примечание – Составлено по источнику [124]									

Таблица 34 – Структура занятости молодежи по видам экономической деятельности за 2010–2018 г.г.
(тыс. чел.)

Отрасли	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
I	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Занято в экономике – всего, в том числе:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Сельское, лесное и рыбное хозяйство	33,0	30,7	28,1	26,1	19,0	15,9	15,7	15,3	13,5
Промышленность	9,6	10,0	10,3	10,0	11,0	10,8	11,0	10,7	10,8
Горнодобывающая промышленность	2,2	2,4	2,3	2,3	2,9	2,7	2,4	2,6	2,5
Обрабатывающая промышленность	5,8	5,7	5,8	5,8	5,5	5,7	6,1	5,8	6,1
Электроснабжение, подача газа, пара	1,0	1,3	1,4	1,3	1,8	1,6	1,7	1,5	1,4
Водоснабжение; канализационная система	0,6	0,6	0,7	0,7	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8
Строительство	7,8	8,1	8,1	8,6	8,8	8,5	8,2	7,2	7,5
Оптовая и розничная торговля; ремонт автомобилей и мотоциклов	16,5	15,4	15,4	15,8	16,1	16,9	17,0	16,2	16,7
Транспорт и складирование	5,3	5,4	5,4	6,1	6,0	6,3	6,6	6,1	6,3
Услуги по проживанию и питанию	1,3	1,6	1,6	2,0	2,2	2,5	2,3	2,8	2,2
Информация и связь	1,4	1,6	2,0	2,1	2,3	2,2	2,4	2,1	2,5
Финансовая и страховая деятельность	1,5	1,7	2,3	2,2	3,2	3,4	2,6	3,2	2,8
Операции с недвижимым имуществом	1,8	1,5	1,3	1,5	1,1	1,4	1,5	2,4	2,1

Продолжение таблицы 34

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Профессиональная, научная и техническая деятельность	1,9	2,1	2,2	2,3	2,0	3,0	3,1	3,4	3,2
Деятельность в области административного обслуживания	1,7	2,1	2,1	2,1	2,5	3,2	3,2	3,7	3,3
Государственное управление и оборона	4,3	4,8	4,8	4,8	6,0	6,1	6,5	6,0	7,2
Образование	8,0	8,5	8,4	8,1	10,0	10,1	10,9	10,9	11,1
Здравоохранение и социальные услуги	2,8	3,1	3,6	4,0	4,1	4,3	4,3	5,1	5,3
Искусство, развлечения и отдых	1,2	1,3	1,5	1,7	2,0	1,8	1,9	2,0	1,9
Предоставление прочих видов услуг	1,6	1,8	2,7	2,7	3,5	3,5	2,7	3,0	3,5
Деятельность домашних хозяйств, нанимающих домашнюю прислугу и производящих товары и услуги для собственного потребления	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Деятельность экстерриториальных организаций и органов	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Примечание – Составлено по источнику [124].									

Таблица 3.5 – Динамика состава экономически активной молодежи по уровню образования

Годы	Молодежная рабочая сила										
	Всего					из нее имеющие:					
	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%
2001	1985,4	100	314,6	15,8	385,0	19,4	1285,8	64,8	1285,8	64,8	
2002	1832,1	100	302,4	16,5	355,0	19,4	1174,8	64,1	1174,8	64,1	
2003	2145,1	100	422,2	19,7	394,0	18,4	1329,0	62,0	1329,0	62,0	
2004	2242,4	100	475,5	21,2	411,1	18,3	1355,8	60,5	1355,8	60,5	
2005	2264,7	100	522,9	23,1	395,8	17,5	1346,1	59,4	1346,1	59,4	
2006	2302,1	100	573,7	24,9	402,7	17,5	1325,8	57,6	1325,8	57,6	
2007	2306,6	100	585,3	25,4	442,3	19,2	1279,0	55,4	1279,0	55,4	
2008	2321,5	100	645,4	27,8	448,5	19,3	1227,6	52,9	1227,6	52,9	
2009	2301,6	100	661,2	28,7	462,6	20,1	1177,8	51,2	1177,8	51,2	
2010	2335,4	100	728,3	31,2	528,1	22,6	1079,0	46,2	1079,0	46,2	
2011	2365,4	100	802,6	33,9	574,7	24,3	988,1	41,8	988,1	41,8	
2012	2429,6	100	900,3	37,1	660,4	27,2	869,0	35,8	869,0	35,8	
2013	2392,3	100	927,0	38,7	645,7	27,0	819,6	34,3	819,6	34,3	
2014	2445,0	100	1006,1	41,1	782,0	32,0	656,9	26,9	656,9	26,9	
2015	2379,9	100	1001,0	42,1	767,3	32,2	611,6	25,7	611,6	25,7	
2016	2275,5	100	942,1	41,4	787,8	34,6	545,6	24,0	545,6	24,0	
2017	2141,0	100	919,3	42,9	781,2	36,5	440,4	20,6	440,4	20,6	
2018	2087,6	100	914,0	43,8	830,0	39,8	343,5	16,4	343,5	16,4	

Годы		В том числе:														
		Занятая молодежь							Безработная молодежь							
		из нее имеющих:							из нее имеющих:							
		Всего		высшее и незаконченное высшее		среднее специальное		основное, среднее, общее, начальное		Всего		высшее и незаконченное высшее		среднее специальное		основное, среднее, общее, начальное
тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	тыс. чел.	%	
2001	1656,6	100	279,0	16,8	327,9	19,8	1049,7	63,4	328,9	100	35,6	10,8	57,1	17,4	236,1	71,8
2002	1563,2	100	274,2	17,5	309,2	19,8	979,9	62,7	269,0	100	28,2	10,5	45,8	17,0	194,9	72,5
2003	1872,8	100	383,3	20,5	351,3	18,8	1138,2	60,8	272,3	100	38,9	14,3	42,7	15,7	190,8	70,1
2004	1960,9	100	431,0	22,0	363,6	18,5	1166,3	59,5	281,5	100	44,5	15,8	47,5	16,9	189,5	67,3
2005	1995,2	100	468,6	23,5	354,6	17,8	1172,0	58,7	269,5	100	54,2	20,1	41,2	15,3	174,1	64,6
2006	2038,4	100	513,1	25,2	362,1	17,8	1163,1	57,1	263,7	100	60,6	23,0	40,5	15,4	162,6	61,7
2007	2082,0	100	538,8	25,9	400,4	19,2	1142,8	54,9	224,6	100	46,5	20,7	41,9	18,7	136,2	60,6
2008	2127,0	100	590,4	27,8	416,8	19,6	1119,9	52,6	194,4	100	55,0	28,3	31,7	16,3	107,8	55,4
2009	2107,0	100	603,4	28,6	424,8	20,2	1078,8	51,2	194,6	100	57,8	29,7	37,8	19,4	99,0	50,9
2010	2180,4	100	682,5	31,3	494,4	22,7	1003,4	46,0	155,0	100	45,7	29,5	33,7	21,7	75,6	48,8
2011	2222,1	100	756,9	34,1	542,2	24,4	923,0	41,5	143,3	100	45,7	31,9	32,5	22,7	65,1	45,4
2012	2298,9	100	853,2	37,1	629,1	27,4	816,6	35,5	130,7	100	47,1	36,0	31,3	23,9	52,4	40,1
2013	2259,6	100	878,8	38,9	610,5	27,0	770,2	34,1	132,7	100	48,2	36,3	35,2	26,5	49,4	37,2
2014	2341,1	100	962,6	41,1	751,5	32,1	627,0	26,8	103,9	100	43,5	41,9	30,5	29,3	29,9	28,8
2015	2275,3	100	958,5	42,1	734,9	32,3	581,9	25,6	104,6	100	42,5	40,6	32,4	31,0	29,7	28,4
2016	2182,7	100	907,5	41,6	750,5	34,4	524,8	24,0	92,8	100	34,7	37,4	37,3	40,1	20,9	22,5
2017	2057,3	100	889,3	43,2	748,6	36,4	419,4	20,4	83,7	100	30,1	35,9	32,6	39,0	21,0	25,1
2018	2007,9	100	881,8	43,9	799,3	39,8	326,7	16,3	79,8	100	32,2	40,4	30,7	38,5	16,8	21,1

Нужно учесть и то, что часть молодежи, не имеющая профессионального образования формирует большую часть молодежи категории NEET. Эта особая группа молодых людей, занятых и не обучающихся, которая особо подвержена риску маргинализации, социально-экономической эксклюзии (т.е. изоляции и ограничению доступа к социальным и экономическим благам) и бедности. В отношении этого сегмента молодежи, ставшим объектом специализированных исследований с конца 80-х годов XX века, изначально употреблялся термин «группа Zero», который с 1999 года (впервые в Докладе Правительства Великобритании по проблемам молодых людей в возрасте 16-18 лет) был заменен на «NEET» (Not in Employment, Education or Training) [126]. Данный термин стал широко использоваться в аналитических и программных документах Европейского Союза (в частности в Европейской стратегии - 2020 и связанной с ней программе «Молодежь в движении» [127], [128]), Организации экономического сотрудничества и развития, Международной организации труда.

Согласно разработанной в 2010 году Евростатом стандартизированной статистической методологии молодежь категории NEET состоит из молодых людей, которые не учатся (в том числе, не участвуют в профессиональной подготовке) и не работают, то есть являются безработными либо экономически неактивными [129-132]. Уровень молодежи NEET согласно методологии Евростата рассчитывается как доля данной группы молодежи в общей численности молодых людей. Как показывает рисунок 13, в Казахстане доля молодежи NEET с каждым годом сокращается – с 18,6% в 2001 году до 7,9% в 2018 году, что является одним из самых низких значений данного показателя, зафиксированных за предшествовавшие 17 лет [133].

Важным индикатором молодежной занятости является численность самозанятых молодых людей. Согласно Международной классификацией по положению в занятии (статуса в занятости) занятое население состоит из наемных работников и самостоятельно занятых [134]. Как показывает таблица 36, в Казахстане численность самозанятой молодежи в абсолютном выражении ежегодно сокращается – почти в 2 раза за рассматриваемый период: с 828,2 тыс. человек в 2001 году до 471,3 тыс. чело-

век в 2018 году. В относительном выражении доля самозанятых молодых людей в общей численности занятой молодежи в данный период также имеет тенденцию к значительному сокращению (более чем в 2 раза): с 50% в 2001 году до 23,5% в 2018 году.

Исследование регионального профиля самостоятельно занятых молодых людей в Казахстане (рисунок 14), показывает следующее: из 17 регионов лидирующими по количеству самостоятельно занятых молодых людей в возрасте 15-28 лет являются Туркестанская, Жамбылская и Восточно-Казахстанская области; минимальное количество самостоятельно занятых молодых людей в возрасте 15-28 лет зарегистрировано в г. Нур-Султан, Мангистауской, Карагандинской областях [122].

В соответствии с Международной классификацией по положению в занятии (статуса в занятости) рассмотрим далее следующие категории самостоятельно занятой молодежи [134], [135].

1. Работодатели, то есть лица, управляющие своим собственным предприятием или занимающиеся самостоятельной предпринимательской деятельностью с использованием наемного труда (одного или двух работников). Данная группа самозанятой молодежи в Казахстане за рассматриваемый период выросла в 2 раза с 7,6 тыс. человек до 15,7 тыс. человек, то есть с 0,9% до 3,3% в общей структуре самозанятой молодежи (таблица 36, таблица 37). Следует отметить, что наиболее существенное увеличение численности молодых работодателей возрасте 15-28 лет (почти в 5 раз) имело место в период с 2001 года по 2009 год, затем в последующие годы вплоть до 2018 года этот показатель стал снижаться (рисунок 15) [136].

2. Самостоятельные работники – лица, занимающие деятельностью основе самозанятости самостоятельно или в партнерстве с другими без привлечения наемных работников. Эта категория самозанятой молодежи в нашей стране за рассматриваемый период сократилась в 1,7 раза с 758,8 тыс. человек до 453,0 тыс. человек, но при этом удельный вес самостоятельных работников в общей структуре самозанятой молодежи вырос с 91,6% до 96,1% (таблица 36, таблица 37) [136].

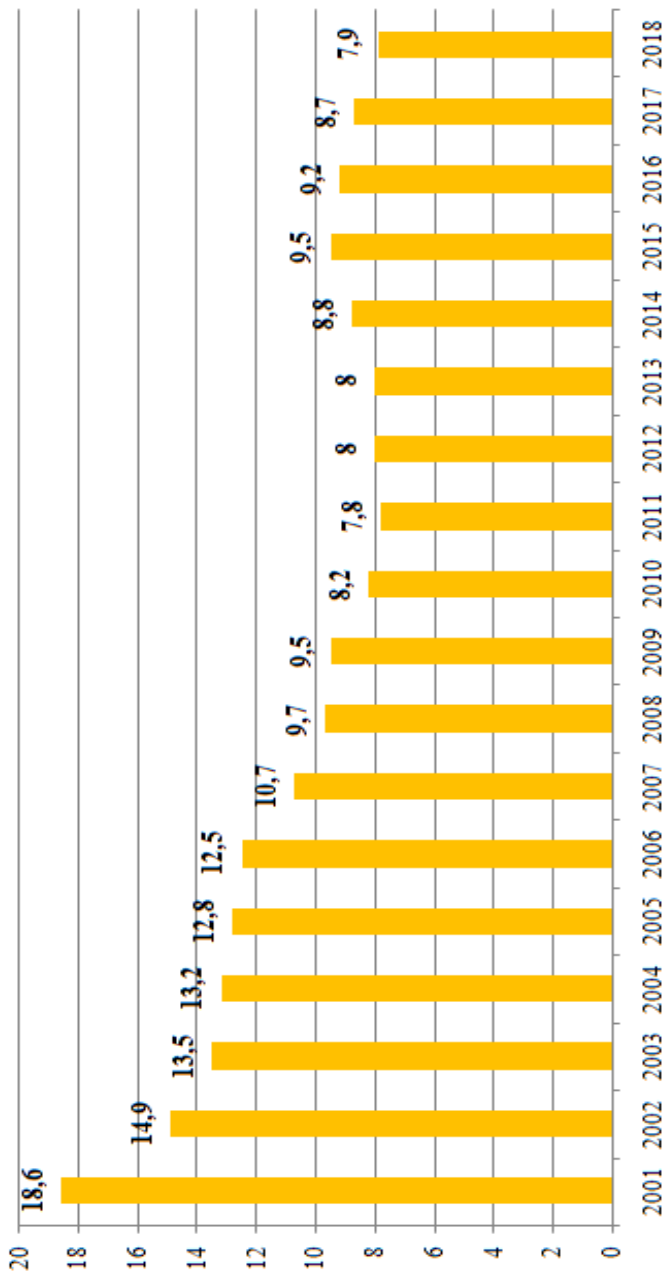


Рисунок 13 – Динамика доли молодежи NEET в общей численности молодежи в возрасте 15-28 лет за 2001-2018 г.г. в Казахстане

Примечание – Составлено по источнику [133]

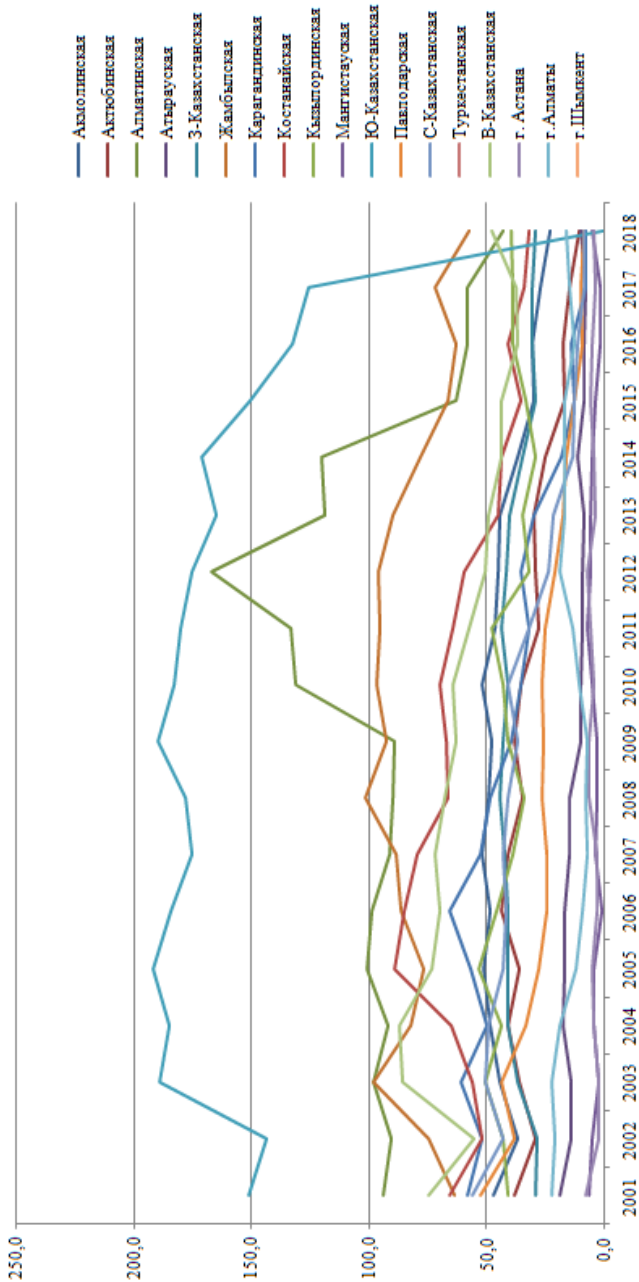


Рисунок 14 – Динамика численности самозанятой молодежи в возрасте 15-28 лет за 2001–2018 г. г. по регионам Казахстана (тыс. чел)
Примечание – Составлено по источнику [122]

Таблица 36 – Динамика численности самозанятой молодежи по основным группам за 2010–2018 г.г. (тыс. человек)

	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Самостоятельно занятые – всего, в том числе:	828,2	891,0	879,6	830,7	799,4	851,1	821,9	818,7	722,1	667,3	581,6	513,0	492,5	471,3
работодатели	7,6	5,9	7,6	22,0	37,9	36,6	32,6	32,0	28,5	25,0	15,5	17,3	18,9	15,7
самостоятельные работники	758,8	824,0	826,8	771,0	727,7	774,1	753,0	760,8	670,0	635,8	561,5	491,8	469,8	453,0
члены кооператива	26,3	25,0	10,9	7,2	7,8	9,5	7,8	11,7	6,4	0,9	0,8	0,3	0,3	0,6
помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий	35,5	36,0	34,4	30,5	26,0	30,9	28,5	14,1	17,2	5,6	3,8	3,6	3,5	2,0
Примечание – Составлено по источнику [136]														

Таблица 37 – Структура самозанятой молодежи по основным группам за 2010-2018 г.г. (в процентах)

	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Самостоятельно занятые – всего, в том числе:	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
работодатели	0,9	0,7	0,9	2,6	4,7	4,3	4,0	3,9	3,9	3,7	2,7	3,4	3,8	3,3
самостоятельные работники	91,6	92,5	94,0	92,8	91,0	91,0	91,6	92,9	92,8	95,3	96,5	95,9	95,4	96,1
члены кооператива	3,2	2,8	1,2	0,9	1,0	1,1	0,9	1,4	0,9	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий	4,3	4,0	3,9	3,7	3,3	3,6	3,5	1,7	2,4	0,8	0,7	0,7	0,7	0,4

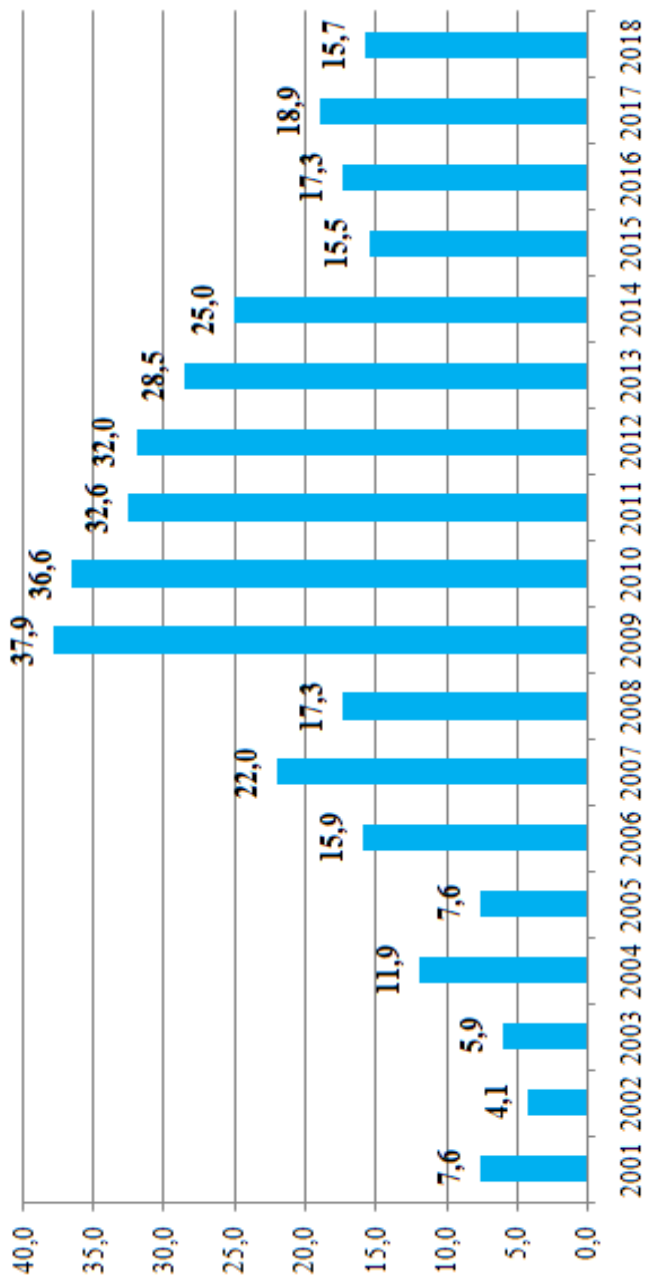


Рисунок 15 – Динамика численности самозанятых молодых работодателей в возрасте 15-28 лет в период 2001-2018 г.г. (тыс. чел)

Примечание – Составлено по источнику [122].

3. Помогающие (неоплачиваемые) работники семейных предприятий – работники фирм, принадлежащих родственному лицу, работающие без заработной платы и получающие свое вознаграждение на основе внутрисемейного распределения прибыли. Данная группа самозанятой молодежи в Казахстане за рассматриваемый период значительно сократилась с 26,3 тыс. человек до 0,6 тыс. человек, с одновременным снижением доли в общей структуре самозанятой молодежи с 3,2% до 0,1% (таблица 36, таблица 37) [136].

4. Члены производственного кооператива, занимающегося предпринимательской деятельностью. Эта категория самозанятой молодежи в нашей стране за рассматриваемый период также значительно сократилась с 35,5 тыс. человек до 2,0 тыс. человек, с одновременным снижением доли в общей структуре самозанятой молодежи с 4,3% до 0,4% (таблица 36, таблица 37) [136].

Далее подробно остановимся на анализе субъектов молодежного предпринимательства в части зарегистрированных и действующих молодых предпринимателей, то есть индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками (100%) которых являются лица в возрасте до 29 лет.

Как показывает таблица 38, за период с 2016 по 2018 годы общая численность зарегистрированных молодых предпринимателей выросла на 16,6% (со 139108 ед. в 2016 году до 162141 ед. в 2018 году), в то время как численность действующих (активных) молодых предпринимателей выросла на 12,5% (со 120887 ед. в 2016 году до 135945 ед. в 2018 году). В 2018 году наиболее высокими были темпы роста численности юридических лиц, собственниками (100%) которых являются лица в возрасте до 29 лет – 143,9% по отношению к 2016 году. При этом темпы роста численности индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет в 2018 году составили 106,7% по сравнению с 2016 годом [137].

Доля действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных молодых предпринимателей в 2016 году составила 86,9%, в 2017 году – 78,9%, в 2018 году – 83,8% (таблица 39). При этом в структурном разрезе среди действующих (активных) молодых предпринимателей

преобладают индивидуальные предприниматели, на которых в среднем за 2016-2018 годы приходилось 82%. В то же время эта доля за рассматриваемые три года постепенно снижается: с 84,6% в 2016 году до 81,1% в 2017 году и до 80,3% в 2018 году при одновременном росте удельного веса в общей численности молодых предпринимателей юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет: с 15,4% в 2016 году до 18,9% в 2017 году и до 19,7% в 2018 году [137].

Как показывает таблица 40, доля субъектов молодежного предпринимательства в общей численности субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ) за 2016-2018 годы составляет:

- в разрезе зарегистрированных в среднем за три года 9,7% (при этом наблюдается ежегодный рост: с 9,3% в 2016 году до 9,6% в 2017 году и до 10,3% в 2018 году);

- в разрезе действующих (активных) в среднем за три года 10,7% (в 2016 году - 10,9%, в 2017 году - 10,2%, в 2018 году - 11,0%) [138], [139].

Доля индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет в общей численности индивидуальных предпринимателей за рассматриваемый период характеризуется следующими показателями:

- в разрезе зарегистрированных составляет 12,1% (при этом наблюдается ежегодный рост: с 11,6% в 2016 году до 12,0% в 2017 году и до 12,8% в 2018 году);

- в разрезе действующих (активных) в среднем 13,4% (в 2016 году - 13,9%, в 2017 году - 12,7%, в 2018 году - 13,5%) [138], [139].

Доля юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет в общей численности юридических лиц МСБ за 2016-2018 годы составляет:

- в разрезе зарегистрированных в среднем за три года 8,3% (при этом наблюдается ежегодный рост: с 7,6% в 2016 году до 8,2% в 2017 году и до 9,1% в 2018 году);

- в разрезе действующих (активных) в среднем за три года 10,5% (с ежегодным ростом: с 9,7% в 2016 году до 10,5% в 2017 году и до 11,4% в 2018 году) [138], [139].

Таблица 38 – Темпы роста зарегистрированных и действующих субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет)

	2016 г.			2017 г.						2018 г.								
	Зарегистрированные, ед.	Действующие (активные), ед.	Зарегистрированные	Зарегистрированные		Действующие (активные)		Зарегистрированные			Действующие (активные)							
				Ед.	Темпы роста к 2016 году	Ед.	Темпы роста к 2016 году	Ед.	Темпы роста к 2016 году	Ед.	Темпы роста к 2016 году	Ед.	Темпы роста к 2016 году	Ед.	Темпы роста к 2017 году	Ед.	Темпы роста к 2017 году	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13						
Всего, в т.ч.:	139108	120887	148434	106,7	117070	96,8	162141	116,6	109,2	135945	112,5	116,1						
Индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет	114659	102291	119566	104,3	94959	92,8	128232	111,8	107,2	109180	106,7	115,0						

Продолжение таблицы 38

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Юридиче- ские лица, собственни- ками кото- рых (на 100%) яв- ляются лица в возрасте до 29 лет	24449	18596	28868	118,1	22111	118,9	33909	138,7	117,5	26765	143,9	121,0
Примечание – Составлено по источнику [137]												

Таблица 39 – Зарегистрированные и действующие субъекты молодежного предпринимательства (индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет и юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) в структурном разрезе

на 01.01.2017 г.					
	Зарегистрированные		Действующие (активные)		Доля действующих в зарегистрированных, %
	Ед.	Доля, %	Ед.	Доля, %	
Всего, в т.ч.:	139108	100,0	120887	100,0	86,9
Индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет	114659	82,4	102291	84,6	89,2
Юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет	24449	17,6	18596	15,4	76,1

	на 01.01.2018 г.					Доля действующих в зарегистрированных, %
	Зарегистрированные		Действующие (активные)		Доля, %	
	Ед.	Доля, %	Ед.	Доля, %		
Всего, в т.ч.:	148434	100,0	117070	100,0	78,9	
Индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет	119566	80,6	94959	81,1	79,4	
Юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет	28868	19,4	22111	18,9	76,6	

	на 01.01.2019 г.					Доля действующих в зарегистрированных, %
	Зарегистрированные		Действующие (активные)		Доля, %	
	Ед.	Доля, %	Ед.	Доля, %		
Всего, в т.ч.:	162141	100,0	135945	100,0	83,8	
Индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет	128232	79,1	109180	80,3	85,1	
Юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет	33909	20,9	26765	19,7	78,9	

Таблица 40 – Доля субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) в общей численности субъектов малого и среднего бизнеса (МСБ)

	Зарегистрированные			Действующие (активные)		
	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Субъекты малого и среднего бизнеса (МСБ) – всего (ед.), из них:	1498243	1540592	1577747	1106353	1145994	1241328
Субъекты молодежного предпринимательства, ед.	139108	148434	162141	120887	117070	135945
Доля субъектов молодежного предпринимательства в общей численности субъектов МСБ, в %	9,3	9,6	10,3	10,9	10,2	11,0
Индивидуальные предприниматели – всего (ед.), в том числе:	989019	993621	999731	736121	747107	809115
Молодые индивидуальные предприниматели	114659	119566	128232	102291	94959	109180
Доля молодых индивидуальных предпринимателей в общей численности индивидуальных предпринимателей, в %	11,6	12,0	12,8	13,9	12,7	13,5
Юридические лица МСБ – всего (ед.), в том числе:	323470	351984	372781	192348	211360	233945
Юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет, ед.	24449	28868	33909	18596	22111	26765
Доля юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет в общей численности юридических лиц МСБ, в %	7,6	8,2	9,1	9,7	10,5	11,4
Примечание – Составлено по источникам [138], [139]						

Исследование региональных аспектов развития молодежного предпринимательства в Казахстане за 2016-2018 годы на основе данных, представленных в таблицах 41- 43, позволило сделать следующие выводы:

1. За анализируемый период наиболее высокая концентрация зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) зафиксирована в г. Астана (с небольшим снижением доли с 15,9% в 2016 г. до 13,9% в 2017 г. и до 14,1% в 2018 г.), г. Алматы (с постоянным ростом доли с 13,1% в 2016 г. до 17,1% в 2017 г. и до 17,3% в 2018 г.). Минимальное среди регионов Казахстана количество зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства зафиксировано в Северо-Казахстанской области с ежегодным падением ее доли в общей численности субъектов молодежного предпринимательства с 2,3% в 2016 г. до 1,9% в 2017 г. и до 1,7% в 2018 г. [137].

Эти же тенденции характерны в отношении регионального среза действующих (активных) субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет), где наибольшая их доля зафиксирована в г. Астана (в 2016 г. – 13,6%, в 2017 г. – 13,3%, в 2018 г. – 14,3%), г. Алматы (в 2016 г. – 12,4%, в 2017 г. – 16,4%, в 2018 г. – 16,0%). Самая низкая доля действующих (активных) субъектов молодежного предпринимательства характерна для Северо-Казахстанской области с ежегодным ее сокращением с 2,1% в 2016 г. до 1,8% в 2017 г. и до 1,7% в 2018 г. [137].

Таблица 41 – Зарегистрированные субъекты молодежного предпринимательства по регионам на 01.01.2017 г.

	Всего		в том числе:					
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²		ед.	доля, %
			ед.	доля, %	ед.	доля, %		
Всего по Казахстану	139108	100	114659	100	24449	100		
Акмолинская	5165	3,7	4611	4,0	554	2,3		
Актюбинская	7459	5,4	6397	5,6	1062	4,3		
Алматинская	10606	7,6	9525	8,3	1081	4,4		
Атырауская	5302	3,8	4699	4,1	603	2,5		
Западно-Казахстанская	4740	3,4	4244	3,7	496	2,0		
Жамбылская	4870	3,5	4380	3,8	490	2,0		
Карагандинская	11001	7,9	9173	8,0	1828	7,5		
Костанайская	6720	4,8	6047	5,3	673	2,8		
Кызылординская	4858	3,5	4369	3,8	489	2,0		
Мангистауская	6295	4,5	5526	4,8	769	3,1		
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)	15922	11,4	13929	12,1	1993	8,2		
Туркестанская (с 2018 г.)	-	-	-	-	-	-		
Павлодарская	4853	3,5	3908	3,4	945	3,9		
Северо-Казахстанская	3137	2,3	2779	2,4	358	1,5		
Восточно-Казахстанская	7775	5,6	6924	6,0	851	3,5		
г. Астана	22165	15,9	15453	13,5	6712	27,5		
г. Алматы	18240	13,1	12695	11,1	5545	22,7		
г. Шымкент (с 2018 года)	-	-	-	-	-	-		

		на 01.01.2018 г.					
		Всего		в том числе:			
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²		
			ед.	доля, %	ед.	доля, %	
Всего по Казахстану	148434	100	119566	100	28868	100	
Акмолинская	5068	3,4	4455	3,7	613	2,1	
Актюбинская	7828	5,3	6639	5,6	1189	4,1	
Алматинская	11269	7,6	9885	8,3	1384	4,8	
Атырауская	5900	4,0	5174	4,3	726	2,5	
Западно-Казахстанская	4978	3,4	4426	3,7	552	1,9	
Жамбылская	5438	3,7	4837	4,0	601	2,1	
Карагандинская	11067	7,5	8964	7,5	2103	7,3	
Костанайская	6204	4,2	5455	4,6	749	2,6	
Кызылординская	5683	3,8	5107	4,3	576	2,0	
Мангистауская	6724	4,5	5799	4,9	925	3,2	
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)	16595	11,2	14133	11,8	2462	8,5	
Туркестанская (с 2018 г.)	-	-	-	-	-	-	
Павлодарская	4780	3,2	3649	3,1	1131	3,9	
Северо-Казахстанская	2803	1,9	2447	2,0	356	1,2	
Восточно-Казахстанская	8124	5,5	7209	6,0	915	3,2	
г. Астана	20665	13,9	13928	11,6	6737	23,3	
г. Алматы	25308	17,1	17459	14,6	7849	27,2	
г. Шымкент (с 2018 года)	-	-	-	-	-	-	

		на 01.01.2019 г.					
		Всего		в том числе:			
		ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²	
		ед.	доля, %	ед.	доля, %	ед.	доля, %
Всего по Казахстану		162141	100	128232	100	33909	100
Акмолинская		5318	3,3	4591	3,6	727	2,1
Актюбинская		8362	5,2	6984	5,4	1378	4,1
Алматинская		11746	7,2	9967	7,8	1779	5,2
Атырауская		6480	4,0	5561	4,3	919	2,7
Западно-Казахстанская		5345	3,3	4703	3,7	642	1,9
Жамбылская		6400	3,9	5599	4,4	801	2,4
Карагандинская		11885	7,3	9458	7,4	2427	7,2
Костанайская		6382	3,9	5551	4,3	831	2,5
Кызылординская		6326	3,9	5621	4,4	705	2,1
Мангистауская		7621	4,7	6508	5,1	1113	3,3
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)		-	-	-	-	-	-
Туркестанская (с 2018 г.)		9484	5,8	8652	6,7	832	2,5
Павлодарская		5122	3,2	3857	3,0	1265	3,7
Северо-Казахстанская		2831	1,7	2423	1,9	408	1,2
Восточно-Казахстанская		9134	5,6	8064	6,3	1070	3,2
г. Астана		22840	14,1	15066	11,7	7774	22,9
г. Алматы		28018	17,3	18997	14,8	9021	26,6
г. Шымкент (с 2018 года)		8847	5,5	6630	5,2	2217	6,5

Примечания: 1 ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет; 2 Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет; 3 Составлено по источнику [137].

Таблица 42 – Действующие (активные) субъекты молодежного предпринимательства по регионам на 01.01.2017 г.

	Всего		в том числе:			
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²	
			ед.	доля, %	ед.	доля, %
Всего по Казахстану	120887	100	102291	100	18596	100
Акмолинская	4864	4,0	4421	4,3	443	2,4
Актюбинская	6789	5,6	5980	5,8	809	4,4
Алматинская	9869	8,2	9156	9,0	713	3,8
Атырауская	5091	4,2	4599	4,5	492	2,6
Западно-Казахстанская	4283	3,5	3885	3,8	398	2,1
Жамбылская	4038	3,3	3675	3,6	363	2,0
Карагандинская	10384	8,6	8890	8,7	1494	8,0
Костанайская	5990	5,0	5468	5,3	522	2,8
Кызылординская	4446	3,7	4035	3,9	411	2,2
Мангистауская	6089	5,0	5466	5,3	623	3,4
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)	14024	11,6	12634	12,4	1390	7,5
Туркестанская (с 2018 г.)	-	-	-	-	-	-
Павлодарская	4497	3,7	3764	3,7	733	3,9
Северо-Казахстанская	2486	2,1	2213	2,2	273	1,5
Восточно-Казахстанская	6536	5,4	5949	5,8	587	3,2
г. Астана	16481	13,6	11264	11,0	5217	28,1
г. Алматы	15020	12,4	10892	10,6	4128	22,2
г. Шымкент (с 2018 года)	-	-	-	-	-	-

на 01.01.2018 г.									
Всего		в том числе:							
ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²		ед.	доля, %	ед.	доля, %
		ед.	доля, %	ед.	доля, %				
Всего по Казахстану	100	94959	100	22111	100	22111	100	100	100
Акмолинская	3,3	3374	3,6	491	2,2	491	2,2	2,2	2,2
Актюбинская	5,5	5533	5,8	903	4,1	903	4,1	4,1	4,1
Алматинская	7,6	7802	8,2	1044	4,7	1044	4,7	4,7	4,7
Атырауская	4,3	4474	4,7	616	2,8	616	2,8	2,8	2,8
Западно-Казахстанская	3,3	3373	3,6	449	2,0	449	2,0	2,0	2,0
Жамбылская	3,6	3732	3,9	485	2,2	485	2,2	2,2	2,2
Карагандинская	7,6	7262	7,6	1685	7,6	1685	7,6	7,6	7,6
Костанайская	3,8	3907	4,1	593	2,7	593	2,7	2,7	2,7
Кызылординская	3,9	4038	4,3	481	2,2	481	2,2	2,2	2,2
Мангистауская	5,4	5483	5,8	808	3,7	808	3,7	3,7	3,7
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)	12,2	12388	13,0	1915	8,7	1915	8,7	8,7	8,7
Туркестанская (с 2018 г.)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Павлодарская	3,3	2962	3,1	920	4,2	920	4,2	4,2	4,2
Северо-Казахстанская	1,8	1778	1,9	283	1,3	283	1,3	1,3	1,3
Восточно-Казахстанская	4,8	4889	5,1	702	3,2	702	3,2	3,2	3,2
г. Астана	13,3	10547	11,1	5009	22,7	5009	22,7	22,7	22,7
г. Алматы	16,4	13417	14,1	5727	25,9	5727	25,9	25,9	25,9
г. Шымкент (с 2018 года)	-	-	-	-	-	-	-	-	-

		на 01.01.2019 г.					
		Всего		в том числе:			
		ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²	
				ед.	доля, %	ед.	доля, %
Всего по Казахстану		135945	100	109180	100	26765	100
Акмолинская		4189	3,1	3590	3,3	599	2,2
Актюбинская		7140	5,3	6058	5,5	1082	4,0
Алматинская		9666	7,1	8248	7,6	1418	5,3
Атырауская		5835	4,3	5026	4,6	809	3,0
Западно-Казахстанская		4370	3,2	3856	3,5	514	1,9
Жамбылская		5333	3,9	4664	4,3	669	2,5
Карагандинская		9988	7,3	8081	7,4	1907	7,1
Костанайская		5087	3,7	4411	4,0	676	2,5
Кызылординская		5543	4,1	4939	4,5	604	2,3
Мангистауская		7222	5,3	6244	5,7	978	3,7
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)		-	-	-	-	-	-
Туркестанская (с 2018 г.)		8791	6,5	8063	7,4	728	2,7
Павлодарская		4372	3,2	3328	3,0	1044	3,9
Северо-Казахстанская		2292	1,7	1956	1,8	336	1,3
Восточно-Казахстанская		7061	5,2	6187	5,7	874	3,3
г. Астана		19374	14,3	13411	12,3	5963	22,3
г. Алматы		21733	16,0	15000	13,7	6733	25,2
г. Шымкент (с 2018 года)		7949	5,8	6118	5,6	1831	6,8

Примечания: 1 ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет; 2 Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет; 3 Составлено по источнику [137].

Таблица 43 – Доля действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет и юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) в региональном разрезе (в процентах)

Области, города	на 01.01.2017 г.			на 01.01.2018 г.			на 01.01.2019 г.		
	Всего	ИП ¹	Юр.лица ²	Всего	ИП ¹	Юр.лица ²	Всего	ИП ¹	Юр.лица ²
	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1									
Всего по Казахстану, в т.ч.:	86,9	89,2	76,1	78,9	79,4	76,6	83,8	85,1	78,9
Акмолинская	94,2	95,9	80,0	76,3	75,7	80,1	78,8	78,2	82,4
Актюбинская	91,0	93,5	76,2	82,2	83,3	75,9	85,4	86,7	78,5
Алматинская	93,1	96,1	66,0	78,5	78,9	75,4	82,3	82,8	79,7
Атырауская	96,0	97,9	81,6	86,3	86,5	84,8	90,0	90,4	88,0
Западно-Казахстанская	90,4	91,5	80,2	76,8	76,2	81,3	81,8	82,0	80,1
Жамбылская	82,9	83,9	74,1	77,5	77,2	80,7	83,3	83,3	83,5
Карагандинская	94,4	96,9	81,7	80,8	81,0	80,1	84,0	85,4	78,6
Костанайская	89,1	90,4	77,6	72,5	71,6	79,2	79,7	79,5	81,3
Кызылординская	91,5	92,4	84,0	79,5	79,1	83,5	87,6	87,9	85,7
Мангистауская	96,7	98,9	81,0	93,6	94,6	87,4	94,8	95,9	87,9
Южно-Казахстанская (до 2018 г.)	88,1	90,7	69,7	86,2	87,7	77,8	-	-	-
Туркестанская (с 2018 г.)	-	-	-	-	-	-	92,7	93,2	87,5
Павлодарская	92,7	96,3	77,6	81,2	81,2	81,3	85,4	86,3	82,5
Северо-Казахстанская	79,2	79,6	76,3	73,5	72,7	79,5	81,0	80,7	82,4

Продолжение таблицы 43

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Восточно-Казахстанская	84,1	85,9	69,0	68,8	67,8	76,7	77,3	76,7	81,7
г. Астана	74,4	72,9	77,7	75,3	75,7	74,4	84,8	89,0	76,7
г. Алматы	82,3	85,8	74,4	75,6	76,8	73,0	77,6	79,0	74,6
г. Шымкент (с 2018 года)	-	-	-	-	-	-	89,8	92,3	82,6

Примечания

1 ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет

2 Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет

3 Составлено по источнику [137].

Доля индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет в общей численности индивидуальных предпринимателей за рассматриваемый период характеризуется следующими показателями:

- в разрезе зарегистрированных составляет 12,1% (при этом наблюдается ежегодный рост: с 11,6% в 2016 году до 12,0% в 2017 году и до 12,8% в 2018 году);

- в разрезе действующих (активных) в среднем 13,4% (в 2016 году - 13,9%, в 2017 году – 12,7%, в 2018 году – 13,5%) [138], [139].

Доля юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет в общей численности юридических лиц МСБ за 2016-2018 годы составляет:

- в разрезе зарегистрированных в среднем за три года 8,3% (при этом наблюдается ежегодный рост: с 7,6% в 2016 году до 8,2% в 2017 году и до 9,1% в 2018 году);

- в разрезе действующих (активных) в среднем за три года 10,5% (с ежегодным ростом: с 9,7% в 2016 году до 10,5% в 2017 году и до 11,4% в 2018 году) [138], [139].

Исследование региональных аспектов развития молодежного предпринимательства в Казахстане за 2016-2018 годы на основе данных, представленных в таблицах 41- 43, позволило сделать следующие выводы:

1. За анализируемый период наиболее высокая концентрация зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) зафиксирована в г. Астана (с небольшим снижением доли с 15,9% в 2016 г. до 13,9% в 2017 г. и до 14,1% в 2018 г.), г. Алматы (с постоянным ростом доли с 13,1% в 2016 г. до 17,1% в 2017 г. и до 17,3% в 2018 г.). Минимальное среди регионов Казахстана количество зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства зафиксировано в Северо-Казахстанской области с ежегодным падением ее доли в общей численности субъектов молодежного предпринимательства с 2,3% в 2016 г. до 1,9% в 2017 г. и до 1,7% в 2018 г. [137].

Эти же тенденции характерны в отношении регионального среза действующих (активных) субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет), где наибольшая их доля зафиксирована в г. Астана (в 2016 г. – 13,6%, в 2017 г. – 13,3%, в 2018 г. – 14,3%), г. Алматы (в 2016 г. – 12,4%, в 2017 г. – 16,4%, в 2018 г. – 16,0%). Самая низкая доля действующих (активных) субъектов молодежного предпринимательства характерна для Северо-Казахстанской области с ежегодным ее сокращением с 2,1% в 2016 г. до 1,8% в 2017 г. и до 1,7% в 2018 г. [137].

2. Наибольшая доля (от 90%) действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) характерна для Мангистауской области (в 2016 г. – 96,7%, в 2017 г. – 93,6%, в 2018 г. – 94,8%), Атырауской области (в 2016 г. – 96,0%, в 2018 г. – 90%) и в 2018 году – для Туркестанской области (92,7%) [137].

Изучение молодежного предпринимательства в гендерном разрезе за 2016 – 2018 годы на основе данных, представленных в таблицах 44-46 показывает доминирование доли мужчин в общей численности субъектов молодежного предпринимательства – более 60% за данный период: в 2016 г. – 61,2% среди зарегистрированных и 60,6% среди действующих, в 2017 г. – 62,2% среди зарегистрированных и 62,5% среди действующих, в 2018 г. – 61,8% зарегистрированных и 61,9% среди действующих. Удельный вес женщин в общей численности субъектов молодежного предпринимательства за анализируемый период находится в пределах до 40%: в 2016 г. – 38,8% среди зарегистрированных и 39,4% среди активных, в 2017 г. – 37,8% среди зарегистрированных и 38,1% среди активных [137].

Среди зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства действующими (активными) молодыми предпринимателями за анализируемый период являлись 79-86% мужчин и 78-88% женщин (таблица 46) [137].

Таблица 44 – Зарегистрированные молодые предприниматели (индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет и юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) в гендерном разрезе

	на 01.01.2017 г.						Примечания
	Всего		в том числе:				
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²		
ед.			доля, %	ед.	доля, %		
Всего, в т.ч.:	139108	100,0	114659	100,0	24449	100,0	1 ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет 2 Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет 3 Составлено по источнику [137]
Мужчины	85139	61,2	67485	58,9	17654	72,2	
Женщины	53969	38,8	47174	41,1	6795	27,8	
	на 01.01.2018 г.						
	Всего		в том числе:				
ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²		ед.	доля, %
		ед.	доля, %	ед.	доля, %		
Всего, в т.ч.:	148434	100,0	119566	100,0	28868	100,0	
Мужчины	92263	62,2	71197	59,5	21066	73,0	
Женщины	56171	37,8	48369	40,5	7802	27,0	
	на 01.01.2019 г.						
	Всего		в том числе:				
ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²		ед.	доля, %
		ед.	доля, %	ед.	доля, %		
Всего, в т.ч.:	162141	100,0	128232	100,0	33909	100,0	
Мужчины	100141	61,8	75328	58,7	24813	73,2	
Женщины	62000	38,2	52904	41,3	9096	26,8	

Таблица 45 – Действующие (активные) молодые предприниматели (индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет и юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) в гендерном разрезе

	на 01.01.2017 г.						Примечания	
	Всего		в том числе:					
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²			
			ед.	доля, %	ед.	доля, %	1 ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет 2 Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет 3 Составлено по источнику [137]	
Всего, в т.ч.:	120887	100,0	102291	100,0	18596	100,0		
Мужчины	73272	60,6	60077	58,7	13195	71,0		
Женщины	47615	39,4	42214	41,3	5401	29,0		
			на 01.01.2018 г.					
			в том числе:					
			ИП ¹		Юр. Лица ²			
		доля, %	ед.	доля, %	ед.	доля, %		
Всего, в т.ч.:	117070	100,0	94959	100,0	22111	100,0		
Мужчины	73224	62,5	57335	60,4	15889	71,9		
Женщины	43846	37,5	37624	39,6	6222	28,1		
			на 01.01.2019 г.					
			в том числе:					
			ИП ¹		Юр. Лица ²			
		доля, %	ед.	доля, %	ед.	доля, %		
Всего, в т.ч.:	139108	100,0	114659	100,0	24449	100,0		
Мужчины	85139	61,2	67485	58,9	17654	72,2		
Женщины	53969	38,8	47174	41,1	6795	27,8		

Таблица 46 – Доля действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет и юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) в гендерном разрезе (в процентах)

	на 01.01.2017 г.		на 01.01.2018 г.		на 01.01.2019 г.	
	Всего	ИП ¹ Юр.лица ²	Всего	ИП ¹ Юр.лица ²	Всего	ИП ¹ Юр.лица ²
Всего, в т.ч.:	86,9	89,2	78,9	79,4	83,8	85,1
Мужчины	86,1	89,0	79,4	80,5	84,0	86,0
Женщины	88,2	89,5	78,1	77,8	83,6	83,9
Примечания						
1 ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет						
2 Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет						
3 Составлено по источнику [137].						

Исследование молодежного предпринимательства в разрезе местности (город/село) за 2016-2018 годы на основе данных, представленных в таблицах 47-49, позволило сделать следующие выводы:

1. За анализируемый период наиболее высокая концентрация зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства (индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет и юридических лиц, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет) зафиксирована в городской местности – в среднем 80-82% (с небольшим ежегодным снижением этой доли с 81,6% в 2016 г. до 81,0% в 2017 г. и до 80,3% в 2018 г.). Доля зарегистрированных молодых предпринимателей в сельской местности составляет в среднем 18-20% (с незначительным ежегодным ростом этой доли с 18,4% в 2016 г. до 19,0% в 2017 г. и до 19,7% в 2018 г.). Эти же тенденции характерны для действующих (активных) субъектов молодежного предпринимательства: доля молодых предпринимателей из городской местности доминирует и составляет в среднем 79-81% (с незначительным ежегодным снижением этой доли с 80,6% в 2016 г. до 80,3% в 2017 г. и до 79,5% в 2018 г.). Удельный вес действующих молодых предпринимателей из сельской местности варьируется в пределах 19-21% (с небольшим ежегодным ростом этой доли с 19,4% в 2016 г. до 19,7% в 2017 г. и до 20,5% в 2018 г.) [137].

2. Наибольшая доля действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства характерна для сельской местности: в 2016 году – 91,7% (против 85,8% городской местности), в 2017 году – 81,8% (против 78,2% городской местности), в 2018 году – 87,3% (против 83% городской местности).

Таблица 47 – Зарегистрированные субъекты молодежного предпринимательства в разрезе местности (город/село)

	на 01.01.2017 г.						Примечания	
	Всего		в том числе:					
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²			
		ед.	доля, %	ед.	доля, %	ед.	доля, %	
Всего, в т.ч.:		100,0	100,0	100,0	24449	100,0	1	ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет
Город		81,6	81,6	79,3	22622	92,5		
Село		18,4	18,4	20,7	1827	7,5		
				на 01.01.2018 г.				
	на 01.01.2019 г.						Примечания	
	Всего		в том числе:					
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²			
		ед.	доля, %	ед.	доля, %	ед.	доля, %	
Всего, в т.ч.:		100,0	100,0	100,0	28868	100,0	2	Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет
Мужчины		81,0	81,0	78,4	26509	91,8		
Женщины		19,0	19,0	21,6	2359	8,2		
				на 01.01.2019 г.				
	на 01.01.2019 г.						Примечания	
	Всего		в том числе:					
	ед.	доля, %	ИП ¹		Юр. Лица ²			
		ед.	доля, %	ед.	доля, %	ед.	доля, %	
Всего, в т.ч.:		100,0	100,0	100,0	33909	100,0	3	Составлено по источнику [137]
Мужчины		80,3	80,3	77,4	30909	91,2		
Женщины		19,7	19,7	22,6	3000	8,8		

Таблица 48 – Действующие (активные) субъекты молодежного предпринимательства в разрезе местности (город/село)

	на 01.01.2017 г.						на 01.01.2018 г.						на 01.01.2019 г.					
	Всего			в том числе:			Всего			в том числе:			Всего			в том числе:		
	ед.	доля, %	Юр.Лица ²	ИП ¹	ед.	доля, %	ед.	доля, %	Юр.Лица ²	ИП ¹	ед.	доля, %	ед.	доля, %	Юр.Лица ²	ИП ¹	ед.	доля, %
Всего, в т.ч.:	120887	100	102291	100	18596	100	117070	100	94959	100	22111	100	135945	100	109180	100	26765	100
Город	97399	80,6	80211	78,4	17188	92,4	93984	80,3	73829	77,7	20155	91,2	108032	79,5	83829	76,8	24203	90,4
Село	23488	19,4	22080	21,6	1408	7,6	23086	19,7	21130	22,3	1956	8,8	27913	20,5	25351	23,2	2562	9,6

Примечания: 1) ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет; 2) Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет; 3) Составлено по источнику [137]

Таблица 49 – Доля действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных субъектов молодежного предпринимательства в разрезе местности (город/село), в процентах

	на 01.01.2017 г.			на 01.01.2018 г.			на 01.01.2019 г.		
	Всего	ИП ¹	Юр.лица ²	Всего	ИП ¹	Юр.лица ²	Всего	ИП ¹	Юр.лица ²
	Всего, в т.ч.:	86,9	89,2	76,1	78,9	79,4	76,6	83,8	85,1
Город	85,8	88,3	76,0	78,2	78,8	76,0	83,0	84,5	78,3
Село	91,7	92,9	77,1	81,8	81,7	82,9	87,3	87,5	85,4

Примечания: 1) ИП - индивидуальные предприниматели в возрасте до 29 лет; 2) Юр. Лица - юридические лица, собственниками которых (на 100%) являются лица в возрасте до 29 лет; 3) Составлено по источнику [137].

Основываясь на статистических данных Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан, была проведена оценка влияния экстернальных эффектов молодежного предпринимательства на отдельные индикаторы макроэкономической конъюнктуры.

Для выявления корреляционной связи использовали коэффициент ранговой корреляции Спирмена.

Коэффициент ранговой корреляции Спирмена – это непараметрический метод, который используется с целью статистического изучения связи между явлениями. В этом случае определяется фактическая степень параллелизма между двумя количественными рядами изучаемых признаков и дается оценка тесноты установленной связи с помощью количественно выраженного коэффициента.

При использовании коэффициента ранговой корреляции условно оценивают тесноту связи между признаками: если значения коэффициента равны 0,3 и менее – это показатели слабой тесноты связи; если значения коэффициента более 0,4, но менее 0,7 – это показатели умеренной тесноты связи; если значения коэффициента 0,7 и более – это показателями высокой тесноты связи [140].

При расчете коэффициента Спирмена был определен временной лаг от 2001 до 2018 год и были выявлены определенные корреляции между численностью субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) и экономическим ростом (ростом ВВП), сокращением безработицы и дефицита государственного бюджета, инновационной гибкостью экономики и затратами на информационно-коммуникационные технологий (таблица 50).

Представленная в таблице 50 корреляционная связь между численностью субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) и отдельными макроэкономическими индикаторами показывает следующее:

1) наличие высокой статистической значимой корреляционной связи между численностью субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) и показателями снижения безработицы ($S = -0,756$ при $p < 0,05000$), сокращения дефицита государственного бюджета ($S = -0,766$ при $p < 0,05000$), затрата-

ми на информационно-коммуникационные технологии ($S = -0,779$ при $p < 0,05000$) (таблица 50);

Таблица 50 – Корреляционная связь между численностью субъектов молодежного предпринимательства и отдельными макроэкономическими индикаторами

	Период	Коэффициент Спирмена	t(N-2)	p-уров.
Численность субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) & Снижение безработицы	2001-2018	-0,756450	-4,62624	0,000280
Численность субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) & Дефицит государственного бюджета	2001-2018	-0,766770	-4,77796	0,000205
Численность субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) & Затраты на информационно-коммуникационные технологий	2001-2018	-0,779953	-4,98502	0,000135
Численность субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) & Инновационная гибкость экономики	2001-2018	-0,654621	-3,46380	0,003199
Численность субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) & Экономический рост (рост ВВП)	2001-2018	-0,589267	-2,91739	0,010071

2) наличие умеренной статистической значимой корреляционной связи между численностью субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) и показателями инновационной гибкости экономики и скорости ее адаптации к освоению инновационной продукции и новых технологий ($S = -0,654$ при $p < 0,05000$). Выявленная корреляция обнаруживает негативную тенденцию между вышеуказанными показателями, то есть увеличение численности молодых предпринимателей не приводит к росту инноваций и новых технологий в экономике. Это является следствием недостаточной информированности молодежи о государственной инновационной политике и инструментах поддержки инновационной активности, вследствие чего предпринимательская деятельность молодежи ориентирована на традиционные отрасли и формы ведения бизнеса, а не на инновационные.

3) корреляционная связь между численностью субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) и экономическим ростом (ростом ВВП) страны является не значимой, то есть эти два показателя не взаимосвязаны ($S = -0,589$ при $p < 0,05000$). По данным таблицы 1, корреляционная связь является умеренной, но статистически незначимой, так как t эмпирическая ниже t критическая ($t(N-2) = -2,917 > t_{-2,120}$).

Таким образом, в результате проведенного в рамках данного раздела исследования была дана комплексная характеристика социально-экономической субъектности молодежи в Казахстане и проведен системный анализ молодежного предпринимательства, его количественных и качественных параметров, эффективности развития и оценкой влияния на основные макроэкономические индикаторы, характеризующие рост экономики и ее инновационную гибкость. Однако системной проблемой при анализе параметров молодежного предпринимательства является отсутствие единого реестра субъектов молодежного предпринимательства, комплексного статистического учета показателей их деятельности.

2.3 Выявление социально-экономического портрета субъекта молодежного предпринимательства

Общая цель данного раздела исследования состояла в выявлении социально-экономического портрета молодых предпринимателей в Казахстане (потенциальных, начинающих и действующих). В рамках этой общей цели исследования были выделены следующие частные задачи: определить уровень восприятия молодежного предпринимательства в обществе; выявить трудности, с которыми сталкиваются молодые предприниматели (начинающие и действующие) в Казахстане; определить уровень привлекательности, мотивации молодежного предпринимательства; оценить эффективность механизма поддержки развития молодежного предпринимательства.

Анкетирование проводилось в разрезе 3-х фокус-групп:

- 1) молодые люди (студенты) в возрасте 15-29 лет, не занимающиеся предпринимательской деятельностью в настоящее время (потенциальные молодые предприниматели);
- 2) начинающие (ранние) молодые предприниматели (стартаперы) в возрасте в возрасте 15-29 лет;
- 3) действующие молодые предприниматели в возрасте 15-29 лет.

Для каждой из 3-х фокус-групп были разработаны специальные анкеты для опроса (Приложения А, Б, В), результаты которого приводятся ниже.

По первой фокус-группе – «Молодые люди (студенты) в возрасте 15-29 лет, не занимающиеся в настоящее время предпринимательской деятельностью (потенциальные молодые предприниматели)», отбор респондентов происходил посредством случайной выборки респондентов по месту их жительства. Использование метода случайной выборки основано на преимуществах данного метода, заключающегося в оптимальных сроках проведения исследования и эффективной логистике. Для расчета объема выборки была привлечены студенты из 27 университетов Республики Казахстан (Приложение Г, таблица Г.1). С учетом такого подхода для определения выборки, был определен объем выборочной совокупности равный 1000 респондентов, проживающих в различных городах и обучающихся в универси-

татах Казахстана. Однако в количественном опросе приняло участие 1320 респондентов (студентов). Этот размер выборки обеспечил высокий уровень достоверности данных, максимальная статистическая погрешность которых не превышала 5%.

Нами была разработана анкета, состоящая из 27 вопросов открытого и закрытого типов. Базой для создания инструмента количественного исследования послужили результаты качественной компоненты исследования, из которой были взяты важные/интересные инсайты для осуществления их количественного замера. Анкета была переведена на казахский язык с целью опроса казахоговорящей части молодежной аудитории.

Среди 1320 респондентов 60,3% являются женщинами, остальные 39,7% - мужчины.

Из 1320 респондентов 82,1% ответивших положительно относятся к предпринимательской деятельности, 13,4% - нейтрально, 4,5% - отрицательно.

73% молодых людей в будущем планируют организовать (продолжить) свой бизнес, 20,2% затруднились ответить на этот вопрос и 6,7% респондентов не планируют заниматься предпринимательской деятельностью.

Молодые люди неоднозначно ответили на вопрос: «Согласны ли Вы со следующим утверждением: «Я уже сейчас обладаю необходимыми знаниями и навыками для того, чтобы заняться предпринимательской деятельностью (малым бизнесом)»?». Так, 40,9% респондентов частично согласны с тем, что обладают необходимыми навыками и знаниями, чтобы заняться предпринимательской деятельностью, 32,2% - согласны полностью и 26,9% - не согласны вообще, то есть они признают отсутствие необходимых знаний в области основ бизнес-образования и навыков ведения бизнеса.

Согласно социологическому опросу (Приложение Г, рисунок Г.1), больше всего молодые люди указывают такие качества, как лидерство и активность (76,3% или 1007 студентов), трудолюбие и целеустремленность (69,2% или 913 студентов) и коммуникационные навыки (53,3% или 704 студента).

Результаты социологического опроса на вопрос «Как Вы считаете, что является главным, для того, чтобы начать свой бизнес?» следующие: 29,4% респондентов отмечают наличие

оригинальной идеи; 20,4% - наличие мотивации; 19,8% - большой стартовый капитал; 13,7% - наличие поддержки со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса; 9,5% - наличие профессионального опыта; 3,2% - наличие специального образования; 2,3% - наличие обширных связей. Кроме того, респонденты указали и другие компоненты для начала успешного старта своего бизнеса: конкретную цель, свободную нишу, желание, коммуникабельность, качественно спланированный план, бизнес план, веря в себя и продукт.

Примечательно то, что 92,8% респондентов проявляют уважение к человеку, который организовал свой бизнес и успешно им занимается в Казахстане, 83,9% казахстанской молодежи рассматривает предпринимательство как желательный выбор карьеры.

Молодые люди указали следующие преимущества работы по найму перед предпринимательской деятельностью: более высокий уровень дохода - 34,7% ответов; гарантии стабильности - 20,8% ответов; работу по найму найти проще, чем открыть свое дело - 14,4%; более низкий уровень ответственности/риска - 11,3%; возможность думать о работе только на работе, а не дома - 9,9% и т.д. Делая выводы вопроса можно отметить, что казахстанская молодежь боится выхода из зоны комфорта, ответственности и риска, делая ставку наемную «стабильную» работу.

Казахстанская молодежь оценила степень легкости для старта бизнеса в Казахстане для молодежи по шкале, где 1 - очень сложно начать бизнес, 10 - очень легко открыть бизнес в Казахстане. Результаты оценки показали, что молодежи открыть и/или начать бизнес в Казахстане не легко, но и не трудно одновременно (Приложение Г, рисунок Г.2).

Как видно из таблицы Г.2 в качестве основных проблем, с которыми сталкиваются молодые предприниматели, 70% и более респондентов выделили: большое количество документов, необходимых для регистрации (79%); высокую налоговую нагрузку (70%); незнание бизнес-процессов/среды (81%); отсутствие льготных условий для начала предпринимательской деятельности (70%); многочисленное количество требований для получения кредита с банка (залоговое имущество, стартовый капитал) (80%); высокие проценты (81%); затянутость получе-

ния финансирования (71%); отсутствие стартового капитала (82%); недостаток знаний и опыта (75%).

63% респондентов считают, что государство предпринимает достаточно усилий для того, чтобы способствовать развитию предпринимательства, остальные 37% молодых людей считают, что государство недостаточно прилагает усилий для развития молодежного предпринимательства в регионах.

Молодым людям был предложен вопрос «Что более всего привлекло бы вас в качестве молодого предпринимателя?» на что они дали следующие ответы (рисунок Г.3): высокий заработок - 49,4%; интересная работа - 36,7%; возможность чего-то достичь - 34,3%; приносить пользу обществу - 26,7%; возможность проявить инициативу - 20,5%; видеть конкретные ощутимые результаты своего труда - 17,9%; возможность карьерного роста, занятие престижной должности - 15,8%.

16,8% (222 респондентов) ответивших на вопросы студентов выделяют торговлю как область будущего функционирования своего предприятия, 13,2% респондентов или 174 студента отметили важность открытия своего предприятия в сфере образования и 11,1% респондентов (146 студентов) отметили важность открытия бизнеса в области производства товаров (Приложение Г, рисунок Г.4).

Необходимость борьбы с коррупцией (33,2%), выделение грантов (33,9%), льготы на получение кредитов (9,5%), предоставление в аренду помещений на льготных условиях (15,4%) и налоговые льготы (7,3%) - это меры поддержки молодежного предпринимательства, по мнению респондентов, которые являются наиболее эффективными (Приложение Г, рисунок Г.5).

По результатам социологического опроса молодых людей 61,9% респондентов считают, что условия ведения молодежного бизнеса на протяжении последующих трех лет улучшатся, 30,3% студентов констатируют, что условия останутся такими же как и есть, 7,8% респондентов уверены в ухудшении ведения молодежного бизнеса в ближайшие три года.

По мнению респондентов отмечены следующие источники стартового финансирования своей предпринимательской деятельности (Приложение Г, рисунок Г.6): государственные программы поддержки предпринимательства, государственные

гранты - 36,6% респондентов; частные спонсоры и инвесторы - 22,6%; собственные накопления - 22,3%; банковские кредиты - 11,2%; деньги займы у друзей/родственников - 7%.

По второй фокус-группе «Начинающие (ранние) молодые предприниматели (стартаперы) в возрасте в возрасте 15-29 лет» (далее - Стартаперы) и третьей фокус-группе «Действующие молодые предприниматели в возрасте 15-29 лет» (далее - Молодые предприниматели) отбор респондентов происходил посредством случайной выборки респондентов по месту их жительства. Использование метода случайной выборки основано на преимуществах данного метода, заключающегося в оптимальных сроках проведения исследования и эффективной логистике. Для расчета объема выборки была привлечены стартаперы и действующие молодые предприниматели в возрасте 15-29 лет из 14 регионов Казахстана и 3 городов республиканского значения.

Социологический опрос двух фокус-групп будут проанализированы методами сопоставления и сравнения, так как анкеты второй и третьей фокус-групп идентичны и мы получим результаты анкетирования как при «входе» (стартаперы, которые только начали свою предпринимательскую деятельность, делают первые шаги в бизнесе), так и при «выходе» (действующие молодые предприниматели, познавшие все преимущества и недостатки предпринимательской деятельности). С учетом такого подхода для определения выборки, был определен объем выборочной совокупности равный 500 респондентов, проживающих в различных городах и обучающихся в университетах Казахстана. Однако в количественном опросе приняло участие 585 респондентов. Этот размер выборки обеспечил высокий уровень достоверности данных, максимальная статистическая погрешность которых не превышала 5%.

Нами была разработана анкета, состоящая из 25 вопросов открытого и закрытого типов (Приложения Б, В). Анкета была переведена на казахский язык с целью опроса казахоговорящей части молодежной аудитории. Базой для создания инструмента количественного исследования послужили результаты качественной компоненты исследования, из которой были взяты важные/интересные инсайты для осуществления их количественно-

го замера. Среди 585 респондентов 46,1% являются женщинами, остальные 53,9% - мужчины.

Далее начинающих молодых предпринимателей мы будем называть «стартаперами», а действующих молодых предпринимателей – «молодыми предпринимателями»

25,5% стартаперов отмечают коррупцию как важной проблемой молодежи в Казахстане, 19,2% стартаперов указывают на решение проблем трудоустройства, у 17% респондентов важной проблемой является образование и 16,2% респондентов отмечают реализацию собственного потенциала как проблему для молодежи. 31,5% действующих молодых предпринимателя отмечают коррупцию как важной проблемой Казахстана, 20,5% молодых предпринимателей указывают на решение проблем образования, у 16,4% респондентов важной проблемой является реализация собственного потенциала и 15,1% респондентов отмечают трудоустройство как проблему, присущую для всего Казахстана (Приложение Д, рисунок Д.1).

Проблемы, указанные в социологическом опросе, что у стартаперов, что у молодых предпринимателей идентичны, у двух фокус-групп одни и те же проблемы, которые не решаются из года в год.

Молодым людям - стартаперам для того, чтобы начать свой бизнес, нужна мотивация (26,6%), оригинальная идея (26,4%) и большой стартовый капитал (18,9%). Молодые действующие предприниматели для старта своего бизнеса указывают, в первую очередь, наличие мотивации (34,7%), наличие оригинальной идеи (22,7%) и наличие поддержки со стороны властей, содействующих развитию бизнеса (14,7%) (Приложение Д, рисунок Д.2).

У двух фокус-групп сходство отмечается в наличии мотивации и оригинальной идеи, для стартаперов важен большой стартовый капитал, а для молодых действующих предпринимателей важна поддержка властей, содействующих развитию бизнеса. Это говорит о том, что у каждой фокус-группы имеется своя «боль», стартаперам на «входе» в бизнес нужны источники финансирования, а молодым предпринимателям для продолжения развития бизнеса и участия в государственных программах нужна поддержка.

Стартаперам было предложено ответить на вопрос, связанный со сроками осуществления предпринимательской деятельности как начинающий предприниматель (стартапер). 41,7% стартаперов имеют опыт ведения бизнеса до 3 месяцев, 29,1% респондентов - от 3 до 6 месяцев, 16,6% стартаперов - от 6 месяцев до одного года и 12,6% респондентов осуществляют предпринимательскую деятельность более одного года.

37,8% молодых предпринимателей ведут свой бизнес 5 лет и более, 27% респондентов осуществляют деятельность 3-4 года, 18,9% респондентов - 1-2 года и 16,2% респондентов начали заниматься бизнесом менее 1 года. При этом, 54,8% молодых предпринимателей перед началом не имели какого-либо опыта ведения предпринимательской деятельности, остальные 45,2% респондентов имели опыт ведения бизнеса посредством развития стартап-проектов, продолжения действующего бизнеса, ведения семейного бизнеса и т.д.

Стартаперы и действующие молодые предприниматели оценили степень легкости старта и ведения бизнеса в Казахстане по шкале от 1 до 10, где 1 - очень сложно, 10 - очень легко. Стартаперы – в среднем на 5 баллов из 10 возможных. Действующие предприниматели – в среднем на 6 баллов из возможных 10.

Действующие молодые предприниматели указали следующие мотивы к занятию предпринимательством: стремление найти выход своей жизненной энергии в реализации новой идеи, в осуществлении какой-либо инновации (изменения) - 38,4%; стремление направить свои способности и предпринимательскую активность на решение своих проблем - 20,5%; поиск способов изменить мир к лучшему, не прибегая к помощи государства - 13,7%.

Начинающих предпринимателей (стартаперов) побудило к занятию стартапами следующие мотивы: стремление найти выход своей жизненной энергии в реализации новой идеи, в осуществлении какой-либо инновации (изменения) - 44,4%; стремление направить свои способности и предпринимательскую активность на решение своих проблем - 19,3%; поиск способов изменить мир к лучшему, не прибегая к помощи государства - 15,1%.

Мотивы к занятию предпринимательством и стартапами у молодых предпринимателей и стартаперов одинаковы, видение у двух фокус-групп к занятию предпринимательской деятельности идентичны. Действующие молодые предприниматели указали следующие группы населения, на которые ориентирована предпринимательская деятельность: молодежь - 34,7% респондентов; взрослое население - 26,4% респондентов; жители определенных территорий - 6,9% респондентов. Для стартаперов группы населения, на которые ориентирована предпринимательская деятельность, следующие: молодежь - 43,7% респондентов; взрослое население - 23,9% респондентов; дети - 20,2% респондентов (Приложение Д, рисунок Д.3).

По результатам социологического опроса, молодые предприниматели производят и предлагают такие услуги и товары, как: образовательные услуги - 24,7% респондентов; производство потребительских товаров (для населения) - 15,1%; социально-бытовые услуги - 12,3% респондентов. В то же время стартаперы хотели бы производить: потребительские товары (для населения) - 26,7%; ИТ услуги - 12,5%; образовательные услуги - 11,8% (Приложение Д, рисунок Д.4).

Казахстанскую молодежь попросили выразить мнение о развитии молодежного предпринимательства в целом. Так, стартаперы (49,3%) и молодые предприниматели (50,7%) пришли к одному мнению, о том что развитие молодежного предпринимательства идет медленно и это процесс стоит ускорить. 42,7% молодых предпринимателей и 40,9% стартаперов утверждают, что развитие молодежного предпринимательства идет быстрыми темпами. При этом, 61,6% молодых предпринимателей согласны с тем, что развитие молодежного предпринимательства в его регионе находится на среднем уровне. 30,1% респондентов указывают на низкий уровень развития молодежного предпринимательства и только 8,2% молодых людей - предпринимателей - устраивает нынешнее развитие молодежного бизнеса (высокий уровень).

Ответы стартаперов практически созвучны с ответами молодых предпринимателей: высокий уровень - 10,3% респондентов; средний уровень - 26,5% респондентов; низкий уровень - 63,2% респондентов.

Первой причиной, тормозящей развитие молодежного предпринимательства, стартаперы и молодые предприниматели указывают на недостаток финансовых средств (34,3% и 41,7% соответственно). 16,4% стартаперов и 23,6% молодых предпринимателей утверждают что второй причиной служат бюрократические барьеры. А вот третья по популярности причина у стартаперов и молодых предпринимателей различается: стартаперы показывают высокую арендную плату (12,7%), молодые предприниматели сетуют на недопонимание со стороны общества (11,1%) (Приложение Д, рисунок Д.5, таблица Д.1).

Стартаперы (65,1%) и молодые предприниматели (76,7%) считают, что государство должно поддерживать начинающих и действующих молодых предпринимателей. 17,8% стартаперов и 15,1% молодых предпринимателей утверждают о том, что государство не обязано поддерживать молодежное предпринимательство.

На вопрос о том, какие инструменты поддержки молодежного предпринимательства являются наиболее эффективными, были получены следующие ответы. Так, 43,1% стартаперов на первое место поставили такой эффективный инструмент, как выделение грантов, на втором месте - необходимость борьбы с коррупцией (25,3%), на третьем месте - льготы на получение кредитов (12,6%). 32,4% действующих молодых предпринимателей, в первую очередь, отмечают помощь в государства через выделение грантов, 24,3% респондентов указали на необходимость борьбы с коррупцией, 16,2% респондентов хотят чтобы им предоставили в аренду помещений на льготных условиях.

Начинающие и действующие молодые предприниматели оценили степень риска «прогореть» при начинании своего бизнеса. Стартаперы (58,8%) и молодые предприниматели (47,3%) единогласно утверждают, что у всех есть равные шансы и риск примерно 50%, о том что риск очень велик говорят 34,6% стартаперов и 43,2% молодых предпринимателей.

Фокус-группы, которые организовали собственный бизнес и хотели бы получить или получили от органов государственной власти как начинающий предприниматель, определили вид поддержки и помощи.

47,4% стартаперов хотели бы получить финансовую помощь, 19,8% респондентов хотели бы получить маркетинговую поддержку, 16,8% молодых людей хотят, чтобы их поддержали информационно и 10,8% стартаперов выразили надежду на получение организационной помощи. 31,1% молодых предпринимателей хотели бы или получают информационную поддержку от государства, 29,7% респондентов вообще не получали поддержку, 25,7% молодых людей изъявили желание получить финансовую поддержку (Приложение Д, рисунок Д.6).

Фокус-группы, которые организовали собственный бизнес и хотели бы получить или получили от Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» как начинающий предприниматель, определили вид поддержки и помощи (Приложение Д, рисунок Д.7). Так, 33,7% стартаперов хотели бы получить финансовую помощь, 21,1% респондентов хотели бы получить информационную поддержку, 20,3% молодых людей хотят, чтобы их поддержали через предоставление маркетинговых услуг и 12,4% стартаперов выразили надежду на получение организационной помощи.

28,4% действующих молодых предпринимателей хотели бы или получают информационную поддержку от государства, 32,4% респондентов вообще не получали поддержку, 16,2% молодых людей изъявили желание получить маркетинговую поддержку.

На текущий момент начинающие и действующие предприниматели испытывают потребность в поддержке своей предпринимательской деятельности со стороны государственных органов или органов местного самоуправления:

- финансовая поддержка в форме льгот, субсидии, грантов, государственных закупок - 50,9% начинающих предпринимателей (статаперов) и 39,2% действующих молодых предпринимателей;

- ресурсная поддержка в форме аренды помещений, рекламных площадей - 18,9% начинающих и 16,2% действующих молодых предпринимателей;

- административная поддержка в форме правового регулирования, устранения препятствий - 12,6% стартаперов и 12,2% молодых предпринимателей;

- информационная поддержка в форме обучения, консультации - 13,2% стартаперов и 14,9% молодых предпринимателей;
- не нуждаются в поддержке - 4,3% стартаперов и 17,6% молодых предпринимателей (рисунок Д.8).

По прогнозам большинства стартаперов (72%) и молодых предпринимателей (81,3%), молодежное предпринимательство и его среда улучшатся, 14,2% стартаперов и 12% молодых предпринимателей утверждают, что условия ведения молодежного бизнеса на протяжении последующих трех лет останутся такими же. Остальные 13,8% стартаперов и 6,7% молодых людей, занимающихся бизнесом, условия в ближайшие три года ухудшатся.

В связи с прогнозами, 60,9% стартаперов и 75,7% молодых бизнесменов собираются расширяться, у 31,8% респондентов-стартаперов и 23% молодых бизнесменов основная задача - продержаться до лучших времен и 7,3% стартаперов и 1,4% молодых людей, занимающихся бизнесом, собираются объявлять себя банкротами.

Таковы основные составляющие выявленного на основе социологического опроса социально-экономического портрета субъекта молодежного предпринимательства (потенциального, начинающего и действующего молодого предпринимателя). Результаты социологического исследования показывают, что во всех опрошенных фокус-группах показали высокую заинтересованность и готовность заниматься предпринимательской деятельностью. В то же время мотивационные и личностные характеристики потенциальных, начинающих и действующих молодых предпринимателей не могут быть гарантией активного развития данного бизнес-сегмента. Выявленные в ходе опроса проблемы, тормозящие бизнес-активность молодежи, требуют активного использования институциональных и финансовых механизмов поддержки молодежного предпринимательства.

2.4 Оценка эффективности действующей институциональной модели поддержки молодежного предпринимательства

Действующую институциональную модель поддержки молодежного предпринимательства в Казахстане можно представить в виде матрицы, которая содержит такие ключевые институциональные структуры поддержки бизнес-активности молодежи, как:

- национальные институты развития;
- некоммерческие, неправительственные организации и бизнес-ассоциации;
- элементы инновационной инфраструктуры – инновационные кластеры, технопарки, бизнес-инкубаторы (таблица 51).

Ключевыми, наиболее значимыми организациями, непосредственно поддерживающими и стимулирующими развитие молодежного предпринимательства являются:

1) среди национальных институтов развития – АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», АО «QazTech Ventures», АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта [141-143];

2) среди некоммерческих, неправительственных организаций и бизнес-ассоциаций – Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен», ОЮЛ «Ассоциация молодых предпринимателей Казахстана», Enactus Казахстан [144-146];

3) среди элементов инновационной инфраструктуры, таких, как:

- инновационные кластеры – Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)», Инновационный кластер Tech Garden [147-148];

- технопарки – Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub, Технопарк NURIS Назарбаев Университета [147], [149];

- бизнес-инкубаторы – Бизнес-инкубатор Назарбаев Университета, Бизнес-инкубатор MOST, nFactorial Incubator, Бизнес-инкубатор СодБи [150-152].

Таблица 51 – Функциональные эффекты институциональной модели поддержки молодежного предпринимательства в Казахстане

Институциональные структуры поддержки молодежного предпринимательства	Ключевые организации	3	Функции поддержки молодежного предпринимательства						
			4	5	6	7	8	9	10
1			Защита прав и интересов предпринимателей	Информационная поддержка	Сервисная поддержка	Образовательная поддержка	Материально-техническая поддержка	Финансовая поддержка	Трансфер инноваций и технологий
	2	3	Экстернальные положительные эффекты от деятельности институциональных структур для развития молодежного предпринимательства						
Национальные институты развития	АО «Фонд развития предпринимательства «Даму»		Содействие развитию молодежного предпринимательства в роли интегратора и оператора предоставления финансовых, информационно-консалтинговых услуг и сервисной поддержки [141]	+	+	+	+	+	
	АО «QazTech Ventures»		АО «QazTech Ventures» был создан в октябре 2018 года на базе АО «Национальное агентство по технологическому развитию» (АО «НАТР») и входит в структуру АО "Национальный управляющий холдинг "Байтерек".			+	+	+	+

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		<p>Основные направления деятельности: содействие развитию технологического предпринимательства (в том числе молодежного) через инструменты венчурного финансирования, бизнес-инкубирования и технологического консалтинга [142]</p>							
	<p>АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта» («КЦИЭ»)</p>	<p>В октябре 2018 года путем объединения функции трех национальных институтов в области развития индустрии, местного содержания и технологического развития на базе Казахстанского института развития индустрии был создан Единый центр промышленного развития, который позднее (в апреле 2019 года) был переименован АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта». Основные направления деятельности: содействие в обеспечении политики индустриализации, формирование экспортоориентированной промышленной политики, развитие «экономики простых вещей» через стимулирование создания конкурентоспособных производств для обеспечения потребности населения и замещения импорта социально-значимых продовольственных товаров [143].</p>			+		+	+	

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен»	Защита прав и интересов бизнеса, обеспечение широкого охвата и вовлеченности всех предпринимателей (в том числе молодых) в процесс формирования нормативно-правового обеспечения предпринимательской деятельности [144]	+		+	+			
Некоммерческие, неправительственные организации	Объединение юридических лиц «Ассоциация молодых предпринимателей Казахстана»	Координация деятельности начинающих и действующих молодых предпринимателей, создания благоприятных условий развития их деятельности и совместного решения проблем ее членов [145]	+		+	+			
ассоциации	Enactus Казахстан	Международная некоммерческая организация, объединяющая активных студентов, бизнесменов и академических лидеров для реализации предпринимательских проектов, направленных на улучшение качества жизни нуждающихся людей [146]			+	+			

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Инновационные кластеры	<p>Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)»</p>	<p>В Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)» входят: ABC INCUBATION (от идеи до готового бизнеса), ABC Quick Start (развитие действующего стартапа), коворкинг DC Lab для дизайнеров, коворкинг Fab Lab (центр цифрового прототипирования), Mashine Shop (опытно-экспериментальный цех), технопарк-коворкинг (для компаний с возможностью использовать преимущества технопарка), а также клуб «Бизнес-ангелов» (задача которого привлечение финансирования в перспективные инновационные стартап-проекты). [147].</p>			+	+	+	+	+
	<p>Инновационный кластер Tech Garden</p>	<p>Целью деятельности является формирование благоприятной среды для развития инновационных компаний, включая молодежные стартапы, увеличение доли казахстанского содержания в области высоких технологий (умная индустрия, новые материалы, новая энергетика, смарт среда, новая энергетика, финтех, Е-коммерция, новые медиа и др.) через консолидацию заказов, ресурсов, передовых технологий и инструментов привлечения инвестиций, в т.ч. венчурного финансирования.</p>			+	+	+	+	+

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Технопарки	Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub	В кластере реализуются программы акселерации и инкубации, в том числе через грантовую поддержку, посевные инвестиции и инструменты соинвестирования. В рамках кластера оказываются услуги по стратегическому консалтингу, рекрутингу персонала для стартапа, нетворкингу и поиску инвесторов, PR – продвижение стартапа и т.д. [148]			+	+	+	+	
		Глобальная целевой ориентир Astana Hub – стать региональным хабом мировой инновационной экосистемы, международным центром высокотехнологичных IT стартапов, выпускающим прорывные IT-компании. Astana Hub реализует для своих резидентов две программы развития IT-стартапов – инкубация и акселерация. Акселерационная программа Astana Hub направлена на ускоренное развитие отобранных стартапов на ранней стадии с использованием таких инструментов, как менторство от успешных предпринимателей, трекинг, 300 часов тренингов и консультаций, нетворкинг, парт-гайм разработки, бесплатное офисное пространство и PR-продвижение.			+	+	+	+	

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		<p>В рамках инкубационной программы Astana Hub молодым IT-предпринимателям предоставляется коворкинг-площадка, содействие в поиске инвестиций, продвижение в СМИ доступ к знаниям и консультациям от экспертов с последующей акселерацией в технопарке Astana Hub. На базе технопарка функционирует лаборатория прототипирования Шеберхана, R&D центры отечественных и зарубежных IT-компаний [149]</p>							
Технопарк NURIS Назарбаев Университета		<p>Является частью Инновационного кластера Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)». Резидентом технопарка могут стать: корпоративные R&D центры, стартап-компании, высокотехнологичные компании, сервисные компании, а также компании-разработчики. Для команд, прошедших отбор (ABC INCUBATION) предоставляется бесплатное рабочее место в коворкинге и лаборатории цифрового прототипирования FabLab. Технопарк предоставляет резидентам все необходимые условия, чтобы компании занимались ключевыми вопросами деятельности, не отвлекаясь на дополнительные задачи [147].</p>		+		+	+	+	+

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бизнес-инкубаторы	Бизнес-инкубатор Назарбаев Университета	Astana Business Campus ежегодно проводит специальную программу бизнес-инкубирования Назарбаев Университета для молодых предпринимателей, студентов и инноваторов - ABC INCUBATION. Цель программы бизнес-инкубирования заключается в поддержке новых идей, технологических разработок и инновационных бизнес-проектов на ранней стадии. В результате программы ABC Incubation, стартапы смогут в кратчайшие сроки сформировать команду, проверить свои бизнес-гипотезы, изучить основы бизнеса, создать работающий прототип будущего продукта, а также подготовить предложения для первых клиентов и потенциальных инвесторов. Длительность программы – 17 недель [37].			+	+	+	+	+
Бизнес-инкубаторы	Бизнес-инкубатор MOST	Поддержка стартап-проектов на всех этапах развития через бизнес-обучение, наставничество, менторство; предоставление помещений [150]			+	+	+	+	

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	nFactorial Incubator	<p>Это интенсивная 7-недельная программа по подготовке для рынка высококлассных мобильных разработчиков, организованная одной из ведущих компаний в области мобильно разработки – Zero To One Labs. Программа охватывает участников со всего Казахстана в возрасте от 15 лет (школьников, студентов, работающих специалистов). Критерии отбора: прохождение теста, впечатляющие достижения, образование, опыт программирования. Цель каждого участника — запустить собственной мобильное приложение с технологической начинкой с использованием blockchain или machine learning за 7 недель с 10 000 скачиваний. Команда казахстанских и зарубежных менторов состоит из 17 человек: разработчики с опытом работы в Facebook, Microsoft, YCombinator, Google, Check24, BMW, IBM; выпускники ведущих ВУЗов мира (Princeton University, Carnegie Mellon University, University of Oxford, Kepler University); финансисты чемпионата мира по программированию; менторы по программированию, дизайну и маркетингу. [151].</p>			+	+	+	+	+

Продолжение таблицы 51

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Бизнес-инкубатор СодБи	Основной целью деятельности является поддержка начинающих и молодых предпринимателей через создание и сдачу в аренду площадей по приемлемым ценам, содействие их доступу к финансовым, материальным и интеллектуальным ресурсам на льготных условиях, помощь по развитию начинающих предприятий через проведение обучения и консультаций [152].			+	+	+		

Институциональная модель поддержки молодежного предпринимательства в Казахстане, представленная в таблице 51, включает ряд функциональных эффектов.

Первый функциональный эффект – защита прав и интересов молодых предпринимателей, устранение административных барьеров. Данную функцию среди выделенных нами институциональных субъектов поддержки бизнес-активности молодежи, помимо государственных органов, выполняют некоммерческие, неправительственные организации (в частности, в лице Национальной палаты предпринимателей «Атамекен») и бизнес-ассоциации (например, ОЮЛ «Ассоциация молодых предпринимателей Казахстана»).

Второй функциональный эффект – информационная поддержка, то есть обеспечение субъектов молодежного предпринимательства информацией о мерах государственной поддержки развития бизнеса, создание баз данных и системы информационного обмена для субъектов молодежного предпринимательства, в том числе через средства массовой информации, обеспечение доступа молодых предпринимателей к экономической, правовой, статистической и иной информации, необходимой для эффективного развития. Как видно из матрицы функциональных эффектов институциональной поддержки развития молодежного предпринимательства в Казахстане (таблица 51) данную функцию реализуют в основном два институциональных субъекта поддержки молодежного предпринимательства – АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», и Национальная палата предпринимателей «Атамекен», чего явно недостаточно.

Третий функциональный эффект – сервисная поддержка – предоставление предпринимателям индивидуальных консультаций специалистов и специализированных услуг, связанных с ведением бухгалтерского и налогового учета; консультированием по таможенным процедурам, разработке и внедрению систем менеджмента, маркетинговой политике, участию в государственных закупках, государственно-частному партнерству, использованию информационно-коммуникационных и цифровых технологий, юридическому сопровождению и документообороту. Как видно из институциональной модели поддержки бизнес-активности молодежи в Казахстане (таблица 51), сервисные

функции выполняют все институциональные структуры, вовлеченные в поддержку предпринимательства: национальные институты развития (АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», АО «QazTech Ventures», АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта»); некоммерческие, неправительственные организации и бизнес-ассоциации (Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен», ОЮЛ «Ассоциация молодых предпринимателей Казахстана», Enactus Казахстан); инновационные кластеры (Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)», Инновационный кластер Tech Garden), технопарки (Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub, Технопарк NURIS Назарбаев Университета), бизнес-инкубаторы (Бизнес-инкубатор Назарбаев Университета, Бизнес-инкубатор MOST, nFactorial Incubator, Бизнес-инкубатор СодБи).

Четвертый функциональный эффект – образовательная поддержка, то есть обучение предпринимательству, менторство от успешных предпринимателей, обучающие тренинги, мастер-классы, трекинг и т.д. Образовательные функции институциональной модели поддержки бизнес-активности молодежи выполняют АО «Фонд развития предпринимательства «Даму», Национальная палата предпринимателей РК «Атамекен», а также субъекты инновационной инфраструктуры – Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)», Инновационный кластер Tech Garden, Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub, Технопарк NURIS Назарбаев Университета, Бизнес-инкубатор Назарбаев Университета, Бизнес-инкубатор MOST, nFactorial Incubator, Бизнес-инкубатор СодБи.

Массовое обучение населения предпринимательству проводится Фондом «Даму», в том числе в рамках Единой программы повышения компетенции предпринимательства АО «Фонда развития предпринимательства «Даму» на 2015-2018 гг.», объединившей меры нефинансовой поддержки, реализуемые Фондом, по пяти основным направлениям: поддержка начинающего бизнеса; поддержка и развитие предпринимательства лиц с ограниченными возможностями; мониторинг услуг по сервисной поддержке ведения бизнеса и обучения топ-менеджмента МСП;

создание условий для качественного развития отечественного предпринимательства [141].

В рамках первого направления «Поддержка начинающего бизнеса» Фондом «Даму» реализуются два обучающих проекта:

1) «Поддержка открытия нового бизнеса» - проект, направленный на стимулирование предпринимательской активности населения через развитие бизнес-компетенций, необходимых для запуска стартапа, способный со временем к масштабированию и трансформации в успешный бизнес. В рамках проекта «Поддержка открытия нового бизнеса» в 2017 году было обучено 1401 чел., создано 189 субъектов частного предпринимательства, 22 заявки получили одобрение по финансовой поддержке.

2) «StartUp Академия» - проект акселерации стартапов, в том числе молодежных. В 2017 году были организованы четыре Стартап-Академии в городах Астана, Алматы, Атырау, Талдыкорган. За 2017 год было обучено 419 человек, из которых 56 открыли свой бизнес, к участию в финансовых программах Фонда привлечено 47 стартап проектов, 49 проектов было поддержано частными инвестициями/грантами [141].

В рамках Единой программы повышения компетенции предпринимательства Фонда «Даму» функции Оператора по оказанию государственной нефинансовой поддержки предпринимателям и населению с предпринимательской инициативой, с 2015 года осуществляются Национальной палатой предпринимателей «Атамекен», в том числе для потенциальных, начинающих и действующих молодых бизнесменов, по следующим бесплатным обучающим проектам:

1) «Школа молодого предпринимателя» («ШМП») – это программа для молодых людей в возрасте от 18 до 29 лет, предусматривающий обучение молодежи основам предпринимательства, предоставление консультационных услуг по подготовке бизнес-планов и организацию их защиты на конкурсе «Ярмарка идей», оказание содействия лучшим бизнес-проектам - победителям данного конкурса в получении финансирования. Наличие сертификата о прохождении обучения по проекту «ШМП» дает право участия в конкурсе на грантовое финансирование в рамках Программы «Дорожная карта бизнеса -2020»

[144], [153]. В 2017 году в «ШМП» было обучено 1 035 молодых людей.

2) «Бизнес-Советник» – двухдневные экспресс-курсы по основам предпринимательства для начинающих и действующих предпринимателей с предоставлением учебно-методических материалов и выдачей по завершении именных сертификатов, дающих право участия в конкурсе на грантовое финансирование в рамках Программы «Дорожная карта бизнеса-2020». По проекту «Бизнес-Советник» в 2017 году было обучено 19 076 человек, из них молодежь (в возрасте от 17 до 29 лет) – 4 962 (26% от всех слушателей); в 2018 году обучено 16 959 человек, в том числе молодежь (в возрасте от 17 до 29 лет) – 4588 человек или 27,1% (рисунок 16) [154].

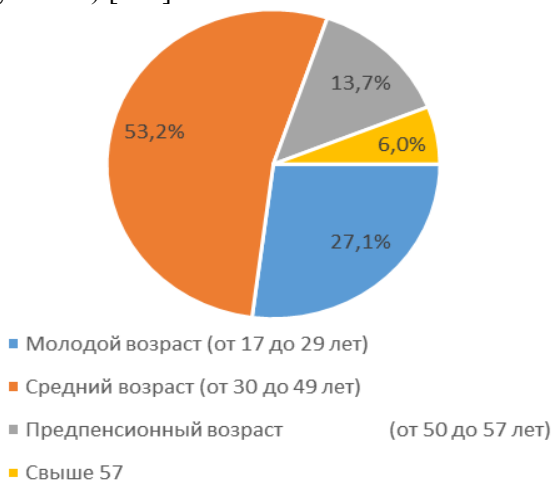


Рисунок 6 - Структура участников в возрастном разрезе в образовательном проекте «Бизнес-советник» Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» в 2018 году

Примечание – Источник [154]

При этом наибольшее количество молодых участников зарегистрировано в г. Астана (550 чел.), г. Алматы (477 чел.), Актыубинской области (411 чел.), Туркестанская области и г. Шымкент (399 чел.) и Карагандинской области (342 чел.). В процентном отношении наиболее высокие доли молодых участников в

общей численности участников по региону характерны для Северо-Казахстанской области (41,8%), Карагандинской области (33,3% от всех участников по региону), г. Астана (33,0%), Актыбинской области (30,7%) (таблица 52).

Таблица 52 – Участие молодежи (в возрасте от 17 до 29 лет) в образовательном проекте «Бизнес-советник» Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» в 2018 году

Регионы (области, города)	Всего, чел.	в том числе молодежь в возрасте от 17 до 29 лет		
		чел.	доля молодых участников региона в общей численности молодых участников программы, %	доля молодых участников региона в общей численности участников по региону, %
Казахстан – всего, в т.ч.:	16959	4588	100,0	27,1
Акмолинская	808	177	3,9	21,9
Актыбинская	1339	411	9,0	30,7
Алматинская	846	157	3,4	18,6
Атырауская	682	177	3,9	26,0
Западно-Казахстанская	969	279	6,1	28,8
Жамбылская	906	175	3,8	19,3
Карагандинская	1028	342	7,5	33,3
Костанайская	802	230	5,0	28,7
Кызылординская	1210	292	6,4	24,1
Мангистауская	588	167	3,6	28,4
Туркестанская обл., г. Шымкент	1377	399	8,7	29,0
Павлодарская	859	225	4,9	26,2
Северо-Казахстанская	624	261	5,7	41,8
Восточно-Казахстанская	1121	269	5,9	24,0
г. Астана	1668	550	12,0	33,0
г. Алматы	2132	477	10,4	22,4
Примечание – Составлено по источнику [154]				

3) «Бизнес-Рост» – обучающие курсы по устойчивому развитию бизнеса для действующих предпринимателей, имеющих сертификат о прохождении курсов по проекту «Бизнес-Советник». По проекту «Бизнес-Рост» в 2017 году было обучено 19 076 человек, из них молодежь в возрасте от 18 до 29 лет – 4 962 (26% от всех слушателей) [144].

4) «Проектное обучение с применением принципов наставничества» - это предоставление профессиональных знаний начинающим предпринимателям на практических примерах уже действующего бизнеса с участием успешных предпринимателей и отраслевых специалистов. За 2017 год проведено обучение по «Проектному обучению с применением принципов наставничества» 1100 человек, из них молодежи в возрасте от 18 до 29 лет – 249 человек (или 22,6%); в 2018 году - 1158 человек, из них молодежи в возрасте от 18 до 29 лет – 258 человек или 22,3% от всех слушателей (рисунок 17) [154].



Рисунок 17 - Структура участников в возрастном разрезе по образовательному проекту «Проектное обучение с применением принципов наставничества» Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» в 2018 году

Примечание – Источник [154]

Наибольшее количество молодых участников зарегистрировано в Жамбылской области (26 чел.), Западно-Казахстанской области (21 чел.), Восточно-Казахстанской области (21 чел.) и г. Астана (20 чел.). В процентном отношении наиболее высокие доли молодых участников в общей численности участников по региону характерны для Западно-Казахстанской области (32,3%), Павлодарской области (30%) (таблица 53).

Таблица 53 – Участие молодежи (в возрасте от 17 до 29 лет) в образовательной программе «Проектное обучение с применением принципов наставничества» НПП «Атамекен» в 2018 году

Регионы (области, города)	Всего, чел.	в том числе молодежь в возрасте от 17 до 29 лет		
		чел.	доля молодых участников региона в общей численности молодых участников программы, %	доля молодых участников региона в общей численности участников по региону, %
Всего по Казахстану, в т.ч.:	1158	258	100,0	22,3
Акмолинская	60	9	3,5	15,0
Актюбинская	65	9	3,5	13,8
Алматинская	65	9	3,5	13,8
Атырауская	50	9	3,5	18,0
ЗКО	65	21	8,1	32,3
Жамбылская	110	26	10,1	23,6
Карагандинская	77	17	6,6	22,1
Костанайская	67	17	6,6	25,4
Кызылординская	65	18	7,0	27,7
Мангистауская	60	15	5,8	25,0
Туркестанская обл., г. Шымкент	60	16	6,2	26,7
Павлодарская	70	21	8,1	30,0
СКО	55	14	5,4	25,5
ВКО	95	21	8,1	22,1
г. Астана	118	20	7,8	16,9
г. Алматы	76	16	6,2	21,1
Примечание – Составлено по источнику [154]				

5) «Бастау Бизнес» - проект по обучению основам предпринимательства в рамках Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Енбек» [155]. По окончании обучения участники получают сертификаты, предоставляющие право на микрокредитование бизнес-проекта по сниженной ставке 6 процентов годовых, а также возможность сопровождения бизнеса в течение 1 года. «Бастау Бизнес» стартовал в 2016 году в Мангистауской и Актюбинской областях, в 2017 году проектом было охвачено 80 районов, 15 тыс. участников (из которых 30,7 % - представители возрастной категории от 17 до 29 лет), 3000 (или 20%) реализованных проектов. При этом 22 % (713 человек) из числа открывших бизнес – относятся к категории молодежи (от 17 до 29 лет). За первое полугодие 2018 года реализовано 2 потока обучения, обучено 12 645 человек, из которых 24,8 % (3 134 человек) – молодежь [144].

Пятым функциональным эффектом модели действующей модели институционального обеспечения развития молодежного предпринимательства в Казахстане является материально-техническая поддержка - бесплатное офисное пространство, коворкинг, предоставление оборудования, мастерских и лабораторий и т.д. Эту функцию эффективно реализуют преимущественно субъекты инновационной инфраструктуры:

- инновационные кластеры, такие как Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)», Инновационный кластер Tech Garden [147-148];

- технопарки, такие как Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub, Технопарк NURIS Назарбаев Университета [147], [149];

- бизнес-инкубаторы, в числе которых: Бизнес-инкубатор Назарбаев Университета, Бизнес-инкубатор MOST, nFactorial Incubator, Бизнес-инкубатор СодБи [150-152].

Эти же институциональные субъекты инновационной инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства генерируют еще один функциональный эффект – трансфер инноваций и технологий, то есть осуществляют передачу научно-технических знаний и передового технологического опыта для развития инновационного молодежного предпринимательства, применения технологических процессов, краудсорсинг.

Например, в Инновационный кластер Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)» входят: ABC INCUBATION (от идеи до готового бизнеса), ABC Quick Start (развитие действующего стартапа), коворкинг DC Lab для дизайнеров, коворкинг Fab Lab (центр цифрового прототипирования), Mashine Shop (опытно-экспериментальный цех), технопарк-коворкинг (для компаний с возможностью использовать преимущества технопарка), а также клуб «Бизнес-ангелов» (адача которого привлечение финансирования в перспективные инновационные стартап-проекты). Частью Инновационного кластера Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)» является технопарк NURIS. Резидентом технопарка могут стать: корпоративные R&D центры, стартап-компании, высокотехнологичные компании, сервисные компании, а также компании-разработчики. Для команд, прошедших отбор (ABC INCUBATION) предоставляется бесплатное рабочее место в коворкинге и лаборатории цифрового прототипирования FabLab. Технопарк предоставляет резидентам все необходимые условия, чтобы компании занимались ключевыми вопросами деятельности, не отвлекаясь на дополнительные задачи [147].

Еще одним наиболее значимым институциональным субъектом инновационной инфраструктуры поддержки высокотехнологичного молодежного предпринимательства является Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub. Международный технопарк IT-стартапов Astana Hub, доминантный целевой ориентир которого – стать региональным хабом мировой инновационной экосистемы, международным центром высокотехнологичных IT стартапов, выпускающим прорывные IT-компании. Astana Hub реализует и образовательные инициативы. На базе технопарка действует образовательная платформа по технологическому бизнесу в офлайн и онлайн-режимах. Это эффективная платформа для краудсорсинга идей: здесь проводятся networking-мероприятия, мастер-классы и обучающие тренинги. Astana Hub реализует для своих резидентов две программы развития IT-стартапов – инкубация и акселерация. Акселерационная программа Astana Hub направлена на ускоренное развитие отобранных стартапов на ранней стадии с использованием таких инструментов, как менторство от успешных предпринимателей,

трекинг, 300 часов тренингов и консультаций, нетворкинг, парт-тайм разработчики, бесплатное офисное пространство и PR-продвижение. В рамках инкубационной программы Astana Hub молодым IT-предпринимателям предоставляется коворкинг-площадка, содействие в поиске инвестиций, продвижение в СМИ доступ к консультациям от экспертов с последующей акселерацией в технопарке Astana Hub. На базе технопарка функционирует лаборатория прототипирования Шеберхана, R&D центры отечественных и зарубежных IT-компаний [149]

Поскольку Astana Hub является основным оператором государственной поддержки IT-предпринимательства, здесь создаются особенные условия в виде налоговых льгот и визовых преференций. Так, на территории Astana Hub действует английское право и особый налоговый режим как для казахстанских, так и для зарубежных резидентов. Внесенные изменения и дополнения в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам венчурного финансирования в июле 2018 года также защищают стороны рискованных сделок и предусматривают упрощенный визовый и трудовой режимы для иностранных резидентов Astana Hub [156]. Кроме того, Законом РК № 203-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам занятости населения» от 26 декабря 2018 г. участники Astana Hub освобождены от уплаты индивидуального подоходного налога, корпоративного подоходного налога, налога на добавленную стоимость и социального налога [157].

Итогами первой акселерационной программы развития IT-стартапов, которая была реализована в начале 2018 года, стал сбор 151 заявки по всему Казахстану и отбор из них 12-ти лучших стартапов молодых предпринимателей (таблица 54). В рамках акселерационной программы стартап-команды создали минимально жизнеспособный продукт (MVP) своей бизнес-идеи, привлекли первых покупателей, а также презентовали проект потенциальным инвесторам. На данный момент в технопарке получают поддержку больше 150 проектов и 510 участников программ акселерации и инкубации в рамках Astana Hub [149].

Таблица 54 – Итоги акселерационных программ Astana Hub для молодежных IT-стартапов

Акселерационные программы	Период реализации	Кол-во заявок IT-стартапов	Кол-во отобранных IT-стартапов	IT-стартапы, успешно завершившие акселерацию
1 Первая акселерационная программа «#GARAGE»	2 Январь – март 2018 года	3 151	4 12	5 12 IT-стартапов: 1. Jaubox- портативный мобильный проекционный компьютер; 2. Kazcube – сервис по получению cashback по номеру телефона; 3. KazMotors – маркетплейс по поиску запасных частей на автомобилях; 4. Allabs Contact Center (AICC) – омниканальный контакт центр; 5. Kompа – сервис по проверке контрагентов; 6. WellMed, Unived, K-Track – проекты в области онлайн медицины, VR технологии, системы учета рабочего времени, местоположения сотрудников и инвентаря; 7. Sabina Virtual Assistant – виртуальный ассистент с искусственным интеллектом для бизнеса; 8. Eventum – онлайн платформа по покупке билетов; 9. VBaby.kz – маркетплейс по продаже детских товаров; 10. Game of Drones – онлайн игра по управлению реальными дронами со всех точек мира; 11. Smart Zapravka – сервис по заправке авто не выходя из машины; 12. Media Scanner – мониторинг обратной связи в социальных сетях.

Продолжение таблицы 54

1	2	3	4	5
Вторая акселерационная программа	Июль - октябрь 2018 года	80	12	7 IT-стартапов: 1. Brandless — услуга подписки на питьевую воду; 2. Asper — услуги связанные с автомобилем; 3. Мой учет.kz — система учета налогов; 4. IMFIS — корпоративное и платформенное ПО, медицина и IT-решения для здравоохранения; 5. Bot Service — конструктор для создания ботов; 6. MacDent — автоматизация работы стоматологов; 7. STogram — система поиска СТО, запчастей, автомоек, штрафов ПДД
Третья акселерационная программа	Ноябрь – декабрь 2018 годам	146	30	27 IT-стартапов
Примечание – Составлено по источнику [149]				

Таковы ключевые составляющие действующей модели институционального обеспечения развития молодежного предпринимательства в Казахстане и основные параметры их функциональной эффективности. Проведенный анализ выявил:

- отсутствие системной (комплексной) поддержки развития и активизации молодежного предпринимательства, в том числе программно–целевого подхода (в частности, специальной государственной программы развитию молодежного предпринимательства);

- наличие небольшого диапазона институциональных инструментов специализированной поддержки развития молодежного предпринимательства (в том числе отсутствие специального Фонда поддержки молодежного предпринимательства);

- отсутствие эффективного согласованного межведомственного взаимодействия между государственными, общественными и негосударственными институциональными сегментами в сфере поддержки и активизации молодежного предпринимательства.

2.5 Оценка эффективности действующей финансовой модели поддержки молодежного предпринимательства

Действующая модель финансовой поддержки молодежного предпринимательства состоит из следующих основных инструментов:

- финансирование деятельности молодых предпринимателей через обусловленное размещение средств в банках второго уровня (БВУ), лизинговых компаниях и микрофинансовых организациях;

- субсидирование ставки вознаграждения по кредитам и договорам финансового лизинга для молодых предпринимателей;

- частичное гарантирование кредитов молодых предпринимателей;

В настоящее время АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» является ключевым национальным институтом развития, реализующим вышеперечисленные инструменты финан-

совой поддержки молодежного предпринимательства является. Остановимся на их анализе более подробно.

Первый инструмент действующей финансовой модели поддержки молодежного предпринимательства – это Программы обусловленного размещения средств в БВУ, лизинговых компаниях и микрофинансовых организациях для последующего финансирования предпринимателей.

С ноября 2007 года Фонд «Даму» является оператором по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях для последующего кредитования субъектов частного предпринимательства, в том числе молодых предпринимателей. В настоящее время финансирование предпринимателей Фондом «Даму» осуществляется в рамках более 30 программ обусловленного размещения. В их числе: программы массового охвата субъектов МСП без региональных и отраслевых лимитов; региональные программы, направленные на сокращение региональных диспропорций в финансировании МСП («Даму-Регионы», точечные специализированные программы финансирования в областях и др.); секторальные и отраслевые программы, направленные на диверсификацию МСБ («Даму-Әндіріс», финансирование лизинговых сделок в обрабатывающей промышленности, программа финансирования проектов МСБ в малых городах, программа финансирования франчайзинговых сделок, программа поддержки МСБ обрабатывающей промышленности и др.); - социальные программы. Для открытия своего бизнеса граждане могут получить кредит до 16 миллионов тенге. В рамках Программы «Дорожная карта бизнеса-2020» предусмотрен инструмент экспресс-гарантий для молодых начинающих предпринимателей. Молодые предприниматели могут получить кредит в банках, обеспечив 15% залога, остальная часть залога обеспечивается Фондом «Даму». Максимальная номинальная ставка микрокредита на конечного заемщика составляет 6% годовых

С начала реализации Программ обусловленного размещения средств в БВУ фондом «Даму» до 2017 года включительно профинансирован 1 621 проект молодых предпринимателей до 29 лет на общую сумму 23 641 млн. тенге (таблица 55) со сред-

негодовыми (за 2014-2017 г.г.) темпами прироста проектов в среднем на 50% и суммы финансирования на 25% (таблица 56).

В региональном разрезе за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем количестве профинансированных бизнес-проектов молодых предпринимателей приходится на Южно-Казахстанскую (в среднем за данный период 12,4%), Алматинскую (8,0%), Восточно-Казахстанскую (7,7%) области. В то же время за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем объеме финансирования бизнес-проектов молодых предпринимателей зафиксирована в г. Астане (в среднем за данный период 19,9%), г. Алматы 99,9%) и Южно-Казахстанской области (8,5%) (таблица 57). В отраслевом разрезе (таблицы 58-60) в 2014-2017 г.г. Наибольшая доля в общем количестве профинансированных бизнес-проектов молодых предпринимателей приходится на торговлю (в среднем за данный период 49,2%), предоставлении прочих видов услуг (19,1%), обрабатывающую промышленность (9,6%). Наибольшая доля от общего объема финансирования бизнес-проектов молодых предпринимателей за данный период также направлена на эти отрасли: торговлю - 39,2%, предоставление прочих видов услуг - 21,5%, обрабатывающую промышленность – 12,0% [158-161].

Второй инструмент действующей финансовой модели поддержки молодежного предпринимательства - субсидирование ставки вознаграждения Фондом «Даму» по кредиту (лизингу) для субъекта предпринимательства. Этот инструмент государственной финансовой поддержки предпринимательства, используемый для частичного возмещения расходов предпринимателя по уплате процентов по кредиту (лизингу) на безвозмездной и безвозвратной основе, нормативно закреплен в Государственной программе поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса - 2020» (ДКБ-2020)» [153].

К 2018 году в рамках реализации ДКБ-2020 просубсидировано 1 069 проектов молодых предпринимателей до 29 лет на общую сумму кредитов 200 380 млн тенге (таблица 61) с темпом прироста в 2017 году по количеству проектов на 31% и суммы финансирования на 28% (таблица 62).

Таблица 55 – Финансирование проектов молодых предпринимателей через Фонд «Даму» (по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях) в региональном разрезе

	на 01.01.2015г.		на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проект- тов,	Сумма, млн. тенге	Кол-во проект- тов,	Сумма, млн. тенге	Кол-во проект- тов,	Сумма, млн. тенге	Кол-во проект- тов,	Сумма, млн. тенге
Всего по Казахстану	515	12213	777	15649	1182	17377	1721	23641
Акмолинская	34	578	48	908	50	776	63	651
Актюбинская	39	283	52	433	82	1140	120	1465
Алматинская	22	634	38	859	105	885	235	1129
Атырауская	30	482	44	765	45	806	61	1039
Западно-Казахстанская	27	354	43	483	48	1263	70	2714
Жамбылская	14	348	25	431	92	454	118	749
Карагандинская	42	700	62	861	64	896	98	1540
Костанайская	21	206	37	363	44	311	57	404
Кызылординская	31	193	45	405	67	530	103	616
Мангистауская	35	557	53	792	52	767	73	1084
Южно-Казахстанская	38	521	48	589	223	656	292	1054
Павлодарская	33	195	43	661	47	491	67	608
Северо-Казахстанская	24	281	36	386	34	314	48	409
Восточно-Казахстанская	47	638	78	1059	70	791	101	1147
г. Астана	33	4401	63	4765	86	5335	129	6616
г. Алматы	45	1842	62	1889	73	1962	86	2416

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 56 – Темпы роста финансирования проектов молодых предпринимателей через Фонд «Даму» (по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях), в процентах

	2015 г.						2016 г.						2017 г.					
	Темпы роста к 2014г.			Темпы роста к 2014г.			Темпы роста к 2014г.			Темпы роста к 2014г.			Темпы роста к 2014 году			Темпы роста к 2014 году		
	кол-во проектов	суммы финансирования	коэффициент	кол-во проектов	суммы финансирования	коэффициент	кол-во проектов	суммы финансирования	коэффициент	кол-во проектов	суммы финансирования	коэффициент	кол-во проектов	суммы финансирования	коэффициент	кол-во проектов	суммы финансирования	коэффициент
Казахстан	150,9	128,1	229,5	142,3	152,1	111,0	334,2	193,6	145,6	136,0								
Акмолдинская	141,2	157,1	147,1	134,3	104,2	85,5	185,3	112,6	126,0	83,9								
Актюбинская	133,3	153,0	210,3	402,8	157,7	263,3	307,7	517,7	146,3	128,5								
Алматинская	172,7	135,5	477,3	139,6	276,3	103,0	1068,2	178,1	223,8	127,6								
Атырауская	146,7	158,7	150,0	167,2	102,3	105,4	203,3	215,6	135,6	128,9								
ЗКО	159,3	136,4	177,8	356,8	111,6	261,5	259,3	766,7	145,8	214,9								
Жамбылская	178,6	123,9	657,1	130,5	368,0	105,3	842,9	215,2	128,3	165,0								
Карагандинская	147,6	123,0	152,4	128,0	103,2	104,1	233,3	220,0	153,1	171,9								
Костанайская	176,2	176,2	209,5	151,0	118,9	85,7	271,4	196,1	129,5	129,9								
Кызылординская	145,2	209,8	216,1	274,6	148,9	130,9	332,3	319,2	153,7	116,2								
Мангистауская	151,4	142,2	148,6	137,7	98,1	96,8	208,6	194,6	140,4	141,3								
ЮКО	126,3	113,1	586,8	125,9	464,6	111,4	768,4	202,3	130,9	160,7								
Павлодарская	130,3	339,0	142,4	251,8	109,3	74,3	203,0	311,8	142,6	123,8								
СКО	150,0	137,4	141,7	111,7	94,4	81,3	200,0	145,6	141,2	130,3								
ВКО	166,0	166,0	148,9	124,0	89,7	74,7	214,9	179,8	144,3	145,0								
г. Астана	190,9	108,3	260,6	121,2	136,5	112,0	390,9	150,3	150,0	124,0								
г. Алматы	137,8	102,6	162,2	106,5	117,7	103,9	191,1	131,2	117,8	123,1								

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 57 – Доля регионов в общем объеме финансирования проектов молодых предпринимателей через Фонд «Даму» (по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях), в процентах

	на 01.01.2015г.		на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проект- тов.	Сумма финан- сирова- ния	Кол-во проект- тов.	Сумма финан- сирова- ния	Кол-во проект- тов.	Сумма финан- сирова- ния	Кол-во проект- тов.	Сумма финан- сирова- ния
Казахстан	100,0	100	100	100	100	100	100	100
Актолинская	6,6	4,7	6,2	6,2	4,2	4,2	3,7	2,8
Актюбинская	7,6	2,3	6,7	6,7	6,9	6,9	7,0	6,2
Алматинская	4,3	5,2	4,9	4,9	8,9	8,9	13,7	4,8
Атырауская	5,8	3,9	5,7	5,7	3,8	3,8	3,5	4,4
Западно-Казахстанская	5,2	2,9	5,5	5,5	4,1	4,1	4,1	11,5
Жамбылская	2,7	2,8	3,2	3,2	7,8	7,8	6,9	3,2
Карагандинская	8,2	5,7	8,0	8	5,4	5,4	5,7	6,5
Костанайская	4,1	1,7	4,8	4,8	3,7	3,7	3,3	1,7
Кызылординская	6,0	1,6	5,8	5,8	5,7	5,7	6,0	2,6
Мангистауская	6,8	4,6	6,8	6,8	4,4	4,4	4,2	4,6
Южно-Казахстанская	7,4	4,3	6,2	6,2	18,9	18,9	17,0	4,5
Павлодарская	6,4	1,6	5,5	5,5	4,0	4	3,9	2,6
Северо-Казахстанская	4,7	2,3	4,6	4,6	2,9	2,9	2,8	1,7
Восточно-Казахстанская	9,1	5,2	10,0	10	5,9	5,9	5,9	4,9
г. Астана	6,4	36,0	8,1	8,1	7,3	7,3	7,5	28,0
г. Алматы	8,7	15,1	8,0	8	6,2	6,2	5,0	10,2

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 58 – Финансирование проектов молодых предпринимателей через Фонд «Даму» (по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях) в отраслевом разрезе

	на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов, ед.	Сумма, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма, млн.тенге
Всего по Казахстану, в т.ч.:	777	15649	1182	17377	1721	23641
Обрабатывающая промышленность	64	1136	80	2100	238	3906
Транспорт и складирование	51	808	54	1460	81	1670
Сельское хозяйство	22	847	132	707	27	300
Строительство	9	68	10	75	12	118
Здравоохранение	7	78	19	106	25	149
Образование	7	67	12	126	18	178
Торговля	354	6559	616	6687	860	8818
Искусство, развлечения, отдых	5	111	6	240	12	308
Информация и связь	7	79	7	58	9	119
Операции с недвижимостью	35	794	33	660	43	1024
Услуги по проживанию	32	1353	41	1693	63	2088
Предоставление прочих видов услуг	183	3724	171	3440	332	4938
Прочие отрасли промышленности	1	25	1	25	1	25
Примечание – Составлено по источникам [158-161]						

Таблица 59 – Темпы роста финансирования проектов молодых предпринимателей через Фонд «Даму» (по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях) в отраслевом разрезе, в процентах

	2016 г.				2017 г.			
	Темпы роста к 2015г.		Темпы роста к 2015г.		Темпы роста к 2015г.		Темпы роста к 2016г.	
	кол-ва проектов	суммы фи-нансиро-вания	кол-ва проектов	суммы фи-нансиро-вания	кол-ва проектов	суммы фи-нансиро-вания	кол-ва проектов	суммы фи-нансиро-вания
Всего по Казахстану	152,1	111,0	221,5	151,1	145,6	136,0		
Обрабатывающая промышленность	125,0	184,9	371,9	343,8	297,5	186,0		
Транспорт и складирование	105,9	180,7	158,8	206,7	150,0	114,4		
Сельское хозяйство	600,0	83,5	122,7	35,4	20,5	42,4		
Строительство	111,1	110,3	133,3	173,5	120,0	157,3		
Здравоохранение	271,4	135,9	357,1	191,0	131,6	140,6		
Образование	171,4	188,1	257,1	265,7	150,0	141,3		
Торговля	174,0	102,0	242,9	134,4	139,6	131,9		
Искусство, развлечения, отдых	120,0	216,2	240,0	277,5	200,0	128,3		
Информация и связь	100,0	73,4	128,6	150,6	128,6	205,2		
Операции с недвижимостью	94,3	83,1	122,9	129,0	130,3	155,2		
Услуги по проживанию	128,1	125,1	196,9	154,3	153,7	123,3		
Предоставление прочих видов услуг	93,4	92,4	181,4	132,6	194,2	143,5		
Прочие отрасли промышленности	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0		

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 60 – Доля отраслей в общем объеме финансирования проектов молодых предпринимателей через Фонд «Даму» (по программам обусловленного размещения средств в БВУ и лизинговых компаниях), в процентах

	на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	кол-во проектов	сумма финансирования	кол-во проектов	сумма финансирования	кол-во проектов	сумма финансирования
Всего по Казахстану, в т.ч.:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Обрабатывающая промышленность	8,2	7,3	6,8	12,1	13,8	16,5
Транспорт и складирование	6,6	5,2	4,6	8,4	4,7	7,1
Сельское хозяйство	2,8	5,4	11,2	4,1	1,6	1,3
Строительство	1,2	0,4	0,8	0,4	0,7	0,5
Здравоохранение	0,9	0,5	1,6	0,6	1,5	0,6
Образование	0,9	0,4	1,0	0,7	1,0	0,8
Торговля	45,6	41,9	52,1	38,5	50,0	37,3
Искусство, развлечения, отдых	0,6	0,7	0,5	1,4	0,7	1,3
Информация и связь	0,9	0,5	0,6	0,3	0,5	0,5
Операции с недвижимостью	4,5	5,1	2,8	3,8	2,5	4,3
Услуги по проживанию	4,1	8,6	3,5	9,7	3,7	8,8
Предоставление прочих видов услуг	23,6	23,8	14,5	19,8	19,3	20,9
Прочие отрасли промышленности	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 61 – Субсидирование молодых предпринимателей (количество субсидируемых проектов и сумма кредитов по ним) через Фонд «Даму» в региональном разрезе

	на 01.01.2015г.		на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге
Всего по Казахстану,	127	2679	639	130513	816	156792	1069	200381
Акмолинская	9	176	37	11181	42	15148	54	16717
Актюбинская	18	347	54	11885	67	14771	77	17199
Алматинская	5	43	30	1666	41	1974	65	10607
Атырауская	8	135	38	1509	61	2002	94	3766
Западно-Казахстанская	2	158	37	1508	50	1822	66	2602
Жамбылская	3	114	29	9596	42	11483	54	12030
Карагандинская	4	70	43	3182	52	3492	68	7229
Костанайская	10	85	28	653	34	784	48	1081
Кызылординская	9	65	34	6101	42	6172	52	6477
Мангистауская	-	-	18	3704	30	3999	47	5238
Южно-Казахстанская	-	-	53	10611	63	14033	74	16510
Павлодарская	15	201	52	4838	61	5666	68	9082
Северо-Казахстанская	15	269	32	18803	46	19383	64	19941
Восточно-Казахстанская	14	294	50	23254	54	24376	70	25320
г. Астана	6	114	61	13519	73	18553	88	23367
г. Алматы	9	608	43	8503	58	13134	80	23215

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 62 – Темпы роста субсидирования молодых предпринимателей через Фонд «Даму», в %

	2015 г.				2016 г.				2017 г.			
	Темпы роста к 2014г.		Темпы роста к 2014г.		Темпы роста к предшествующему году		Темпы роста к 2014г.		Темпы роста к предшествующему году		Темпы роста к предшествующему году	
	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидир. проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидир. проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидир. проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидир. проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидир. проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидир. проектам
Казахстан	503,1	4871,7	642,5	5852,6	127,7	120,1	841,7	7479,7	131,0	127,8		
Акмолинская	411,1	6352,8	466,7	8606,8	113,5	135,5	600,0	9498,3	128,6	110,4		
Актюбинская	300,0	3425,1	372,2	4256,8	124,1	124,3	427,8	4956,5	114,9	116,4		
Алматинская	600,0	3874,4	820,0	4590,7	136,7	118,5	1300,0	24667,4	158,5	537,3		
Атырауская	475,0	1117,8	762,5	1483,0	160,5	132,7	1175,0	2789,6	154,1	188,1		
ЗКО	1850,0	954,4	2500,0	1153,2	135,1	120,8	3300,0	1646,8	132,0	142,8		
Жамбылская	966,7	8417,5	1400,0	10072,8	144,8	119,7	1800,0	10552,6	128,6	104,8		
Карагандинская	1075,0	4545,7	1300,0	4988,6	120,9	109,7	1700,0	10327,1	130,8	207,0		
Костанайская	280,0	768,2	340,0	922,4	121,4	120,1	480,0	1271,8	141,2	137,9		
Кызылординская	377,8	9386,2	466,7	9495,4	123,5	101,2	577,8	9964,6	123,8	104,9		
Мангистауская	-	-	-	-	166,7	108,0	-	-	156,7	131,0		
ЮКО	-	-	-	-	118,9	132,2	-	-	117,5	117,7		
Павлодарская	346,7	2407,0	406,7	2818,9	117,3	117,1	453,3	4518,4	111,5	160,3		
СКО	213,3	6990,0	306,7	7205,6	143,8	103,1	426,7	7413,0	139,1	102,9		
ВКО	357,1	7909,5	385,7	8291,2	108,0	104,8	500,0	8612,2	129,6	103,9		
г. Астана	1016,7	11858,8	1216,7	16274,6	119,7	137,2	1466,7	20497,4	120,5	125,9		
г. Алматы	477,8	1398,5	644,4	2160,2	134,9	154,5	888,9	3818,3	137,9	176,8		

В региональном разрезе за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем количестве просубсидированных бизнес-проектов молодых предпринимателей приходится на Актюбинскую (в среднем за данный период 9,5%), Павлодарскую (8,5%), Восточно-Казахстанскую (8,0%) области. В то же время за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем объеме субсидирования бизнес-проектов молодых предпринимателей зафиксирована в Восточно-Казахстанской области (14,2%), г. Алматы (12,3%), Северо-Казахстанской области (11,7%) (таблица 63).

В отраслевом разрезе (таблицы 64-66) за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем количестве просубсидированных бизнес-проектов молодых предпринимателей приходится на транспорт и складирование (29,6%), обрабатывающую промышленность (27,2%). Наибольшая доля от общего объема финансирования бизнес-проектов молодых предпринимателей за данный период также направлена на эти отрасли: обрабатывающую промышленность – 52,9%, транспорт и складирование – 14,2%, [158-161].

Третий инструмент действующей финансовой модели поддержки молодежного предпринимательства – частичное гарантирование по кредитам субъектов предпринимательства Фондом «Даму».

В 2018 году в рамках Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» по инструменту гарантирования вводится портфельное гарантирование, особенность которого состоит в том, что Фонд «Даму» не оценивает каждую заявку предпринимателя индивидуально, а дает банкам-партнерам разрешение на получение гарантии по кредитам, соответствующим критериям программ в рамках установленных лимитов. Это значительно уменьшает сроки рассмотрения заявок на кредиты, выдаваемые под гарантии; сокращает пакет документов, предоставляемых предпринимателями-заемщиками; исключает двойное принятие решения по гарантии (со стороны банка второго уровня и Фонда) [161].

Таблица 63 – Доля регионов в субсидировании молодых предпринимателей (в количестве субсидируемых проектов и сумме кредитов по ним) через Фонд «Даму», в процентах

	на 01.01.2015г.		на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов
Всего по Казахстану	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Акмолинская	7,1	6,6	5,8	8,6	5,1	9,7	5,1	8,3
Актюбинская	14,2	13,0	8,5	9,1	8,2	9,4	7,2	8,6
Алматинская	3,9	1,6	4,7	1,3	5,0	1,3	6,1	5,3
Атырауская	6,3	5,0	5,9	1,2	7,5	1,3	8,8	1,9
Западно-Казахстанская	1,6	5,9	5,8	1,2	6,1	1,2	6,2	1,3
Жамбылская	2,4	4,3	4,5	7,4	5,1	7,3	5,1	6,0
Карагандинская	3,1	2,6	6,7	2,4	6,4	2,2	6,4	3,6
Костанайская	7,9	3,2	4,4	0,5	4,2	0,5	4,5	0,5
Кызылординская	7,1	2,4	5,3	4,7	5,1	3,9	4,9	3,2
Мангистауская	-	-	2,8	2,8	3,7	2,6	4,4	2,6
Южно-Казахстанская	-	-	8,3	8,1	7,7	9,0	6,9	8,2
Павлодарская	11,8	7,5	8,1	3,7	7,5	3,6	6,4	4,5
Северо-Казахстанская	11,8	10,0	5,0	14,4	5,6	12,4	6,0	10,0
Восточно-Казахстанская	11,0	11,0	7,8	17,8	6,6	15,5	6,5	12,6
г. Астана	4,7	4,3	9,5	10,4	8,9	11,8	8,2	11,7
г. Алматы	7,1	22,7	6,7	6,5	7,1	8,4	7,5	11,6

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 64 – Субсидирование молодых предпринимателей (количество субсидируемых проектов и сумма кредитов по ним) через Фонд «Даму» в отраслевом разрезе

	на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге
Всего по Казахстану	639	130513	816	156792	1069	200381
Обрабатывающая промышленность	181	74107	219	82301	282	99094
Транспорт и складирование	199	16136	242	22886	298	31039
Сельское хозяйство	18	5189	27	5467	45	9958
Строительство	0	0	0	0	9	862
Здравоохранение	30	2546	35	3089	50	4116
Образование	40	3545	59	5847	73	6841
Торговля	0	0	0	0	110	15465
Искусство, развлечения, отдых	19	1380	27	2446	40	2920
Информация и связь	14	5200	16	6494	17	7954
Операции с недвижимостью	0	0	0	0	9	2240
Услуги по проживанию	38	8566	44	9444	55	10431
Предоставление прочих видов услуг	80	8559	125	12839	55	2222
Прочие отрасли промышленности	20	5285	22	5979	26	7239
Примечание – Составлено по источникам [158-161]						

Таблица 65 – Темпы роста субсидирования молодых предпринимателей (количества субсидируемых проектов и суммы кредитов по ним) через Фонд «Даму» в отраслевом разрезе, в процентах

	2016 г.		2017 г.			
	Темпы роста к 2015 году		Темпы роста к 2015 году			
	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидируемым проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидируемым проектам		
Всего по Казахстану	127,7	120,1	167,3	153,5	131,0	127,8
Обработывающая промышленность	121,0	111,1	155,8	133,7	128,8	120,4
Транспорт и складирование	121,6	141,8	149,7	192,4	123,1	135,6
Сельское хозяйство	150,0	105,4	250,0	191,9	166,7	182,1
Здравоохранение	116,7	121,3	166,7	161,7	142,9	133,2
Образование	147,5	164,9	182,5	193,0	123,7	117,0
Искусство, развлечения, отдых	142,1	177,2	210,5	211,6	148,1	119,4
Информация и связь	114,3	124,9	121,4	153,0	106,3	122,5
Услуги по проживанию	115,8	110,2	144,7	121,8	125,0	110,5
Предоставление прочих видов услуг	156,3	150,0	68,8	26,0	44,0	17,3
Прочие отрасли промышленности	110,0	113,1	130,0	137,0	118,2	121,1
Примечание – Составлено по источникам [158-161]						

Таблица 66 – Доля отраслей в субсидировании молодых предпринимателей (в количестве субсидируемых проектов и сумме кредитов по ним) через Фонд «Даму», в процентах

	на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов
Всего по Казахстану	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Обрабатывающая промышленность	28,3	56,8	26,8	52,5	26,4	49,5
Транспорт и складирование	31,1	12,4	29,7	14,6	27,9	15,5
Сельское хозяйство	2,8	4,0	3,3	3,5	4,2	5,0
Строительство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,4
Здравоохранение	4,7	2,0	4,3	2,0	4,7	2,1
Образование	6,3	2,7	7,2	3,7	6,8	3,4
Торговля	0,0	0,0	0,0	0,0	10,3	7,7
Искусство, развлечения, отдых	3,0	1,1	3,3	1,6	3,7	1,5
Информация и связь	2,2	4,0	2,0	4,1	1,6	4,0
Операции с недвижимостью	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	1,1
Услуги по проживанию	5,9	6,6	5,4	6,0	5,1	5,2
Предоставление прочих видов услуг	12,5	6,6	15,3	8,2	5,1	1,1
Прочие отрасли промышленности	3,1	4,0	2,7	3,8	2,4	3,6

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 67 – Гарантирование кредитов для молодых предпринимателей (количество договоров гарантирования и сумма кредитов по ним) через Фонд «Даму» в региональном разрезе

	на 01.01.2015г.		на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во договоров, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге
Всего по Казахстану	66	1672	168	3044	332	5022	805	9076
Акмолинская	6	78	16	194	19	211	52	587
Актюбинская	2	16	6	118	21	293	83	963
Алматинская	3	348	13	557	18	640	37	460
Атырауская	9	115	15	190	43	705	92	1209
Западно-Казахстанская	2	23	8	118	18	231	66	629
Жамбылская	3	83	5	95	14	309	10	102
Карагандинская	0	0	5	35	10	91	18	212
Костанайская	4	18	8	31	12	38	38	209
Кызылординская	6	43	13	150	19	180	50	564
Мангистауская	0	0	3	135	9	191	29	331
Южно-Казахстанская	1	20	5	66	6	86	21	295
Павлодарская	7	95	9	114	16	153	53	552
Северо-Казахстанская	7	189	9	203	11	232	19	206
Восточно-Казахстанская	6	145	11	198	17	240	63	789
г. Астана	4	196	25	470	60	846	101	1290
г. Алматы	6	303	17	370	39	576	73	678

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 68 – Темпы роста гарантирования кредитов для молодых предпринимателей Фондом «Даму», в процентах

	2015 г.			2016 г.			2017 г.			
	Темпы роста к 2014 году			Темпы роста к 2014 году			Темпы роста к 2014 году			
	кол-во договоров	суммы кредитов	кол-во договоров	суммы кредитов	кол-во договоров	суммы кредитов	кол-во договоров	суммы кредитов	кол-во договоров	суммы кредитов
Казахстан	254,5	182,1	503,0	300,4	197,6	165,0	1219,7	542,8	242,5	180,7
Акмолдинская	266,7	248,7	316,7	270,5	118,8	108,8	866,7	752,6	273,7	278,2
Актюбинская	300,0	737,5	1050,0	1831,3	350,0	248,3	4150,0	6018,8	395,2	328,7
Алматинская	433,3	160,1	600,0	183,9	138,5	114,9	1233,3	132,2	205,6	71,9
Атырауская	166,7	165,2	477,8	613,0	286,7	371,1	1022,2	1051,3	214,0	171,5
ЗКО	400,0	513,0	900,0	1004,3	225,0	195,8	3300,0	2734,8	366,7	272,3
Жамбылская	166,7	114,5	466,7	372,3	280,0	325,3	333,3	122,9	71,4	33,0
Карагандинская	-	-	-	-	-	-	-	-	180,0	233,0
Костанайская	200,0	172,2	300,0	211,1	150,0	122,6	950,0	1161,1	316,7	550,0
Кызылординская	216,7	348,8	316,7	418,6	146,2	120,0	833,3	1311,6	263,2	313,3
Мангистауская	-	-	-	-	-	-	-	-	322,2	173,3
ЮКО	500,0	330,0	600,0	430,0	120,0	130,3	2100,0	1475,0	350,0	343,0
Павлодарская	128,6	120,0	228,6	161,1	177,8	134,2	757,1	581,1	331,3	360,8
СКО	128,6	107,4	157,1	122,8	122,2	114,3	271,4	109,0	172,7	88,8
ВКО	183,3	136,6	283,3	165,5	154,5	121,2	1050,0	544,1	370,6	328,8
г. Астана	625,0	239,8	1500,0	431,6	240,0	180,0	2525,0	658,2	168,3	152,5
г. Алматы	283,3	122,1	650,0	190,1	229,4	155,7	1216,7	223,8	187,2	117,7

Таблица 69 – Доля регионов в гарантировании кредитов для молодых предпринимателей через Фонд «Даму», в процентах

	на 01.01.2015г.		на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во договоров	Сумма кредитов	Кол-во договоров	Сумма кредитов	Кол-во договоров	Сумма кредитов	Кол-во договоров	Сумма кредитов
Всего по Казахстану	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Акмолинская	9,1	4,7	9,5	6,4	5,7	4,2	6,5	6,5
Актюбинская	3,0	1,0	3,6	3,9	6,3	5,8	10,3	10,6
Алматинская	4,5	20,8	7,7	18,3	5,4	12,7	4,6	5,1
Атырауская	13,6	6,9	8,9	6,2	13,0	14,0	11,4	13,3
Западно-Казахстанская	3,0	1,4	4,8	3,9	5,4	4,6	8,2	6,9
Жамбылская	4,5	5,0	3,0	3,1	4,2	6,2	1,2	1,1
Карагандинская	0,0	0,0	3,0	1,1	3,0	1,8	2,2	2,3
Костанайская	6,1	1,1	4,8	1,0	3,6	0,8	4,7	2,3
Кызылординская	9,1	2,6	7,7	4,9	5,7	3,6	6,2	6,2
Мангистауская	0,0	0,0	1,8	4,4	2,7	3,8	3,6	3,6
Южно-Казахстанская	1,5	1,2	3,0	2,2	1,8	1,7	2,6	3,3
Павлодарская	10,6	5,7	5,4	3,7	4,8	3,0	6,6	6,1
Северо-Казахстанская	10,6	11,3	5,4	6,7	3,3	4,6	2,4	2,3
Восточно-Казахстанская	9,1	8,7	6,5	6,5	5,1	4,8	7,8	8,7
г. Астана	6,1	11,7	14,9	15,4	18,1	16,8	12,5	14,2
г. Алматы	9,1	18,1	10,1	12,2	11,7	11,5	9,1	7,5

Примечание – Составлено по источникам [158-161]

Таблица 70 – Гарантирование кредитов для молодых предпринимателей (количество договоров гарантирования и сумма кредитов по ним) через Фонд «Даму» (количество субсидируемых проектов и сумма кредитов по ним) через Фонд «Даму» в отраслевом разрезе

	на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге	Кол-во проектов, ед.	Сумма кредитов, млн.тенге
Всего по Казахстану	168	3044	332	5022	805	9076
Обрабатывающая промышленность	43	602	80	1032	204	2146
Транспорт и складирование	42	463	71	954	179	2426
Сельское хозяйство	5	113	9	139	43	402
Строительство	0	0	0	0	2	20
Здравоохранение	4	52	5	81	43	556
Образование	9	202	13	281	36	443
Торговля	0	0	0	0	147	1357
Искусство, развлечения, отдых	9	343	16	396	30	364
Информация и связь	3	45	3	45	5	41
Операции с недвижимостью	0	0	0	0	4	73
Услуги по проживанию	12	542	25	685	50	543
Предоставление прочих видов услуг	38	649	107	1376	53	584
Прочие отрасли промышленности	3	33	3	33	9	121
Примечание – Составлено по источникам [158-161]						

Таблица 71 – Темпы роста гарантирования кредитов для молодых предпринимателей через Фонд «Даму» в отраслевом разрезе, в процентах

	2016 г.				2017 г.			
	Темпы роста к 2015 году		Темпы роста к 2015 году		Темпы роста к 2016 году		Темпы роста к 2016 году	
	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидируемым проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидируемым проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидируемым проектам	кол-ва субсидируемых проектов	суммы кредитов по субсидируемым проектам
Всего по Казахстану	197,6	165,0	479,2	298,2	242,5	180,7		
Обрабатывающая промышленность	186,0	171,4	474,4	356,5	255,0	207,9		
Транспорт и складирование	169,0	206,0	426,2	524,0	252,1	254,3		
Сельское хозяйство	180,0	123,0	860,0	355,8	477,8	289,2		
Здравоохранение	125,0	155,8	1075,0	1069,2	860,0	686,4		
Образование	144,4	139,1	400,0	219,3	276,9	157,7		
Искусство, развлечения, отдых	177,8	115,5	333,3	106,1	187,5	91,9		
Информация и связь	100,0	100,0	166,7	91,1	166,7	91,1		
Услуги по проживанию	208,3	126,4	416,7	100,2	200,0	79,3		
Предоставление прочих видов услуг	281,6	212,0	139,5	90,0	49,5	42,4		
Прочие отрасли промышленности	100,0	100,0	300,0	366,7	300,0	366,7		
Примечание – Составлено по источникам [158-161]								

Таблица 72 – Доля отраслей в гарантировании кредитов для молодых предпринимателей (в количестве договоров гарантирования и сумме кредитов по ним) через Фонд «Даму», в процентах

	на 01.01.2016г.		на 01.01.2017г.		на 01.01.2018г.	
	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов	Кол-во проектов	Сумма кредитов
Всего по Казахстану	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Обрабатывающая промышленность	25,6	19,8	24,1	20,5	25,3	23,6
Транспорт и складирование	25,0	15,2	21,4	19,0	22,2	26,7
Сельское хозяйство	3,0	3,7	2,7	2,8	5,3	4,4
Строительство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,2
Здравоохранение	2,4	1,7	1,5	1,6	5,3	6,1
Образование	5,4	6,6	3,9	5,6	4,5	4,9
Торговля	0,0	0,0	0,0	0,0	18,3	15,0
Искусство, развлечения, отдых	5,4	11,3	4,8	7,9	3,7	4,0
Информация и связь	1,8	1,5	0,9	0,9	0,6	0,5
Операции с недвижимостью	0,0	0,0	0,0	0,0	0,5	0,8
Услуги по проживанию	7,1	17,8	7,5	13,6	6,2	6,0
Предоставление прочих видов услуг	22,6	21,3	32,2	27,4	6,6	6,4
Прочие отрасли промышленности	1,8	1,1	0,9	0,7	1,1	1,3
Примечание – Составлено по источникам [158-161]						

К 2018 году в рамках реализации ДКБ-2020 осуществлено частичное гарантирование получили 805 проектов молодых предпринимателей до 29 лет на общую сумму кредитов 9076 млн. тенге (таблица 67) с темпом прироста за 2014-2017 годы по количеству проектов на 150% и суммы финансирования на 182% (таблица 68).

В региональном разрезе за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем количестве получивших частичное гарантирование бизнес-проектов молодых предпринимателей приходится на г. Астана (в среднем за данный период 12,9%), Атыраускую область (11,7%), г. Алматы (10%). В то же время за 2014-2017 г.г. наибольшая доля в общем объеме частичного гарантирования бизнес-проектов молодых предпринимателей зафиксирована в г. Астана (в среднем за данный период 14,5%), Алматинской области (14,2%), г. Алматы (12,3%) (таблица 69).

В отраслевом разрезе (таблицы 70-72) за 2015-2017 г.г. наибольшая доля в общем количестве бизнес-проектов молодых предпринимателей с частичным гарантированием приходится на обрабатывающую промышленность (25%), транспорт и складирование (22,9%), предоставление прочих видов услуг (20,5%). Наибольшая доля от общего объема частичного гарантирования кредитов для бизнес-проектов молодых предпринимателей за данный период также направлена на эти отрасли [158-161].

Таковы основные элементы действующей модели финансовой поддержки молодежного предпринимательства в Казахстане и параметры ее эффективности. Проведенный анализ показал отсутствие специальных финансовых инструментов комплексной поддержки молодежного предпринимательства и специализированного целевого финансирования данного бизнес-сегмента.

2.6 Выявление системных проблем развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки в Казахстане

Универсальной и релевантной формой структурированного описания изучаемого объекта исследования, качества его внут-

ренней и внешней среды, является матрица SWOT-анализа. Методика использования данного аналитико-диагностического инструмента в научной литературе устоялась, предполагая структурирование сильных сторон (сокращенно – S, от англ. Strengths) и слабых сторон (сокращенно – W, от англ. Weakness) изучаемого объекта, а также возможностей (сокращенно – O, от англ. Opportunities) и угроз (сокращенно – T, от англ. Threats) со стороны внешней окружающей среды. «S» и «W», как правило, относятся к состоянию самого изучаемого объекта, а «O» и «T» к его внешнему окружению. Полученные выводы являются основой для разработки и экстраполяции матрицы стратегических действий и рекомендаций по дальнейшему развитию объекта исследования [162]. Поскольку данный раздел является результирующим итогом предшествующего анализа текущего состояния молодежного предпринимательства, его социально-экономической субъектности, а также эффективности институциональных и финансовых механизмов стимулирования бизнес-активности молодежи в Казахстане, нами была разработана развернутая SWOT-матрица молодежного предпринимательства (таблица 73).

Проведенный предшествующий анализ и SWOT-диагностика позволили выявить следующие слабые стороны и системные проблемы развития молодежного предпринимательства, а также механизма его поддержки в Казахстане:

- невысокий уровень предпринимательской грамотности, неразвитые практические навыки;

- нехватка стартового капитала, низкий уровень финансовой устойчивости молодежного бизнеса, трудности с кредитованием;

- слабые личные связи и небольшой опыт нетворкинга, несформированность деловой репутации, небольшой опыт социализации молодежи;

- небольшие объемы сделок, низкий уровень масштабирования и капитализации молодежного бизнеса

- отсутствие законодательного определения понятия «молодежное предпринимательство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель» с установлением возрастного ценза и субъектного состава;

- отсутствие системной (комплексной) поддержки развития и активизации молодежного предпринимательства, в том числе программно–целевого подхода (в частности, специальной государственной программы развитию молодежного предпринимательства);

- небольшой диапазон институциональных инструментов специализированной поддержки развития молодежного предпринимательства (в том числе отсутствие специального Фонда поддержки молодежного предпринимательства);

- отсутствие эффективного согласованного межведомственного взаимодействия между государственными, общественными и негосударственными институциональными сегментами в сфере поддержки и активизации молодежного предпринимательства;

- отсутствие специальных финансовых инструментов комплексной поддержки молодежного предпринимательства и специализированного целевого финансирования данного бизнес–сегмента;

- недостаточная информированность о действующих мерах и инструментах государственной поддержки молодежного предпринимательства;

- отсутствие единого реестра субъектов молодежного предпринимательства, комплексного статистического учета показателей деятельности молодых предпринимателей.

В целом, выделение в SWOT–матрице молодежного предпринимательства (таблица 73) внутренних факторов эффективности его развития (сильных и слабых сторон), внешних факторов устойчивости (возможностей и угроз), позволили экстраполировать полученные результаты анализа на разработку следующих перспективных стратегий дальнейшего развития молодежного предпринимательства, направленных на преодоление системных проблем, нейтрализации угроз и использования потенциальных возможностей.

Таблица 73 - SWOT-матрица развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки в Казахстане

Внутренние факторы эффективности развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки	
Сильные стороны (Strengths), S	Слабые стороны (Weakness), W
S.1 – Эффективное решение проблемы молодежной занятости, безработицы и создания новых рабочих мест	W.1 – Невысокий уровень предпринимательской грамотности, низкие практические навыки
S.2 – Высокая инновационность молодых предпринимателей, умение использовать современные технологии, ориентация на новые продукты, новые рынки и способы производства	W.2 – Нехватка стартового капитала, низкий уровень финансовой устойчивости молодежного бизнеса, трудности с кредитованием
S.3 – Мобильность, быстрое реагирование на изменение рыночной конъюнктуры молодых предпринимателей, позволяющие формировать широкий ассортимент выпускаемых товаров и услуг	W.3 – Несформированность деловой репутации, малый опыт социализации молодежи
S.4 – Возможность молодых предпринимателей начать бизнес с небольшим стартовым капиталом, что позволяет в краткосрочном периоде обеспечить прирост темпов развития молодежного предпринимательского сегмента и повысить его долю в общей структуре МСП	W.4 – Небольшие объемы сделок, низкий уровень масштабирования и капитализации молодежного бизнеса
S.5 – Высокая адаптивность и гибкость молодежного предпринимательства; Широкие возможности выполнения вспомогательных аутсорсинговых функ-	W.5 – Отсутствие законодательного оп-ределения понятия «молодежное предпринимательство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель»
	W.6 – Отсутствие системной комплексной поддержки молодежного предпринимательства, в том числе программно-целевого подхода к развитию молодежного предпринимательства
	W.7 – Небольшой диапазон институцио-

	<p>ций в интеграционной цепочке малого и крупного бизнеса</p> <p>S.7 – Высокая актуализация образования и постоянная возможность молодых людей систематически обновлять свои знания и навыки</p> <p>S.8 – Готовность молодежи к предпринимательскому риску, в том числе вследствие отсутствия негативного жизненного опыта</p>	<p>нальных и финансовых инструментов комплексной специализированной поддержки развития молодежного предпринимательства</p> <p>W.9 – Недостаточная информированность о действующих мерах и инструментах государственной поддержки молодежного предпринимательства</p> <p>W.10 – Отсутствие единого реестра субъектов молодежного предпринимательства, комплексного статистического учета показателей их деятельности</p>
<p>ПЕРСПЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА</p>		
<p>Внешние факторы устойчивости развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки</p> <p>Возможности (Opportunities), О</p> <p>О.1 – Постоянный рост инновационных технологий и мирового спроса на инновационную, высокотехнологичную продукцию</p> <p>О.2 – Ориентация государственной политики на модернизацию экономики и возможность использования сегмента молодежного предпринимательства для ускоренного развития инновационных отраслей и производств</p> <p>О.3 – Снижение административных барьеров ведения бизнеса, упрощение порядка регистрации субъектов предприниматель-</p>	<p>SO - СТРАТЕГИЯ</p> <p>(стратегия использования сильных сторон в условиях благоприятной внешней среды и возможности для развития) –</p> <p>Стратегия интегрированного роста молодежного предпринимательства:</p> <p>1. Обеспечение устойчивой динамики роста молодежного предпринимательства и усиление роли молодежного предпринимательства в формировании среднего класса</p> <p>2. Стимулирование создания новых рыночных ниш для молодежного предпринимательства</p>	<p>WO - СТРАТЕГИЯ</p> <p>(стратегия минимизации слабых сторон через использование благоприятных внешних возможностей) –</p> <p>Стратегия концентрированного роста молодежного предпринимательства:</p> <p>Разработка и внедрение системной поддержки молодежного предпринимательства, предусматривающей:</p> <p>- создание специального законодательства в области молодежного предпринимательства с законодательным закреплением понятий «молодежное предприниматель-</p>

<p>ства</p> <p>О.4 – Возможность использования эффективных надлежащих мировых практик развития и поддержки молодежного предпринимательства</p> <p>О.5 – Активное развитие элементов инновационной инфраструктуры (технопарков, бизнес-инкубаторов, и т.д.), зон совместной работы (Co-working –офисов) и т.д.</p> <p>О.6 – Повышение предпринимательских компетенций с помощью образовательных проектов, проводимых в рамках государственной поддержки молодежного предпринимательства</p> <p>О.7 – Сформированный механизм государственной институциональной и финансовой поддержки малого и среднего предпринимательства</p> <p>О.8 – Тенденции роста потребительского спроса на Hand-made изделия, экологически чистую продукцию</p>	<p>3. Упор на стимулирование молодежного инновационного высокотехнологичного предпринимательства с созданием для него специального налогового режима</p> <p>4. Развитие системы специализированных молодежных бизнес-инкубаторов и технопарков, а также выделение отдельных квот для молодежных бизнес-проектов для размещения в действующих универсальных бизнес-инкубаторах и технопарках</p> <p>5. Разработка и внедрение эффективной системы мониторинга деятельности инфраструктурных элементов поддержки молодежного предпринимательства (бизнес-инкубаторов, технопарков, центров тренсфера технологий)</p> <p>6. Создание эффективной системы страхования рисков молодежного инновационного и высокотехнологичного предпринимательства</p>	<p>тельство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель» с установлением возрастного ценза и субъектного состава</p> <p>- внедрение программно-целевого подхода в стимулировании бизнес-активности молодежи с разработкой специальной государственной программы по развитию молодежного предпринимательства</p> <p>- расширение диапазона институциональных инструментов комплексной специализированной поддержки развития молодежного предпринимательства (в том числе создание специального Фонда поддержки молодежного предпринимательства)</p> <p>- ведение единого реестра субъектов молодежного предпринимательства и их статистического учета</p> <p>- усиление информационной и образовательно-консалтинговой поддержки молодежи в области предпринимательства</p>
<p>Угрозы (Threats), Т</p> <p>Т.1 – Недостаточно высокая платежеспособность населения в связи с недостаточным уровне реальных доходов</p> <p>Т.2 – Нестабильность национальной валюты, девальвационные тенденции</p>	<p>ST - СТРАТЕГИЯ</p> <p>(стратегия использования сильных сторон для минимизации неблагоприятных последствий)</p> <p>угроз внешней среды) –</p> <p>Стратегия диверсифицированного</p>	<p>WT - СТРАТЕГИЯ</p> <p>(стратегия минимизации слабых сторон при благоприятных последствиях угроз внешней среды) –</p> <p>Стратегии целенаправленного развития</p>

<p>Т.3 – Труднодоступность банковских кредитов из-за высокого уровня процентных ставок и жестких требований к обеспечению кредита</p> <p>Т.4 – Отсутствие эффективных кооперационных связей и кластерных механизмов во взаимодействии крупного и малого бизнеса</p> <p>Т.5 – Высокий уровень конкуренции между производителями по соотношению цена/качество, в том числе усиление глобальной и межрегиональной конкуренции (в рамках ЕАЭС и ВТО)</p> <p>Т.6 – Зависимость от использования импортного сырья и оборудования</p> <p>Т.7 – Зависимость системы финансовой поддержки МСП от объемов бюджетного финансирования, валютных поступлений в Национальный фонд и мировых цен на сырье</p> <p>Т8 – Низкая доступность материальных ресурсов и средств производства (объектов недвижимого имущества, земельных участков, производственных и офисных помещений, опытно-лабораторной базы, энергетических мощностей и т.д.)</p>	<p>развития молодежного предпринимательства:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Создание единой эффективной системы координации согласованного межведомственного взаимодействия между государственными, общественными и негосударственными институциональными сегментами в сфере поддержки и активизации молодежного предпринимательства 2. Развитие кооперации и субконтрактинга молодых предпринимателей и крупного бизнеса, в том числе через разработку законодательных норм, налоговое стимулирование последнего 3. Создание системы государственного заказа на продукцию молодежных предприятий 4. Упрощение процедур доступа молодых предпринимателей к использованию объектов недвижимого имущества, земельные участки, производственных и офисных помещений, опытно-лабораторной базы, энергетических мощностей и т.д. 	<p>молодежного предпринимательства:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Выделение системообразующих приоритетных направлений развития и поддержки молодежного предпринимательства 2. Создание отдельных ниш для субъектов молодежного предпринимательства через дополнительные механизмы поддержки, разработку банков «готовых решений» для эффективного ведения молодежного бизнеса 3. Обновление инструментов финансовой поддержки молодых предпринимателей, в том числе через предоставление им специальных льгот по налогообложению и кредитованию, обеспечение средствами производства, страхование их коммерческого риска 4. Стимулирование спроса на продукцию молодых предпринимателей, в том числе на основе обеспечения их широкого доступа к государственным закупкам 5. Создание «горячих линий» по вопросам создания и развития бизнеса молодыми людьми
--	---	--

1) Стратегия интегрированного роста молодежного предпринимательства (SO – стратегия, т.е. стратегия использования сильных сторон в условиях благоприятной внешней среды и возможности для развития), которая включает в себя следующие мероприятия:

- обеспечение устойчивой динамики роста молодежного предпринимательства и усиление роли молодежного предпринимательства в формировании среднего класса;

- стимулирование создания новых рыночных ниш для молодежного предпринимательства;

- упор на стимулирование молодежного инновационного высокотехнологичного предпринимательства с созданием для него специального налогового режима;

- развитие системы специализированных молодежных бизнес-инкубаторов и технопарков, а также выделение отдельных квот для молодежных бизнес-проектов для размещения в действующих универсальных бизнес-инкубаторах и технопарках;

- разработка и внедрение эффективной системы мониторинга деятельности инфраструктурных элементов поддержки молодежного предпринимательства (бизнес-инкубаторов, технопарков, центров трансфера технологий);

- создание эффективной системы страхования рисков молодежного инновационного и высокотехнологичного предпринимательства.

2) Стратегия концентрированного роста молодежного предпринимательства (WO – стратегия, т.е. стратегия минимизации слабых сторон через использование благоприятных внешних возможностей), которая связана с разработкой и внедрением системной поддержки молодежного предпринимательства, предусматривающей:

- создание специального законодательства в области молодежного предпринимательства с законодательным закреплением понятий «молодежное предпринимательство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель» с установлением возрастного ценза и субъектного состава;

- внедрение программно-целевого подхода в стимулировании бизнес-активности молодежи с разработкой специальной

государственной программы по развитию молодежного предпринимательства;

- расширение диапазона институциональных инструментов комплексной специализированной поддержки развития молодежного предпринимательства (в том числе создание специального Фонда поддержки молодежного предпринимательства);

- ведение единого реестра субъектов молодежного предпринимательства и их статистического учета;

- усиление информационной и образовательно-консалтинговой поддержки молодежи в области предпринимательства.

3) Стратегия интегрированного роста молодежного предпринимательства (ST – стратегия, т.е. стратегия использования сильных сторон для минимизации неблагоприятных последствий угроз внешней среды), которая включает в себя следующие мероприятия: создание единой эффективной системы координации согласованного межведомственного взаимодействия между государственными, общественными и негосударственными институциональными сегментами в сфере поддержки и активизации молодежного предпринимательства; развитие кооперации и субконтрактинга молодых предпринимателей и крупного бизнеса, в том числе через разработку законодательных норм, налоговое стимулирование последнего; создание системы государственного заказа на продукцию молодежных предприятий; упрощение процедур доступа молодых предпринимателей к использованию объектов недвижимого имущества, земельных участков, производственных и офисных помещений, опытно-лабораторной базы, энергетических мощностей и т.д.

4) Стратегия диверсифицированного развития молодежного предпринимательства (WT – стратегия, т.е. стратегия минимизации слабых сторон при неблагоприятных последствиях угроз внешней среды), включающая следующие мероприятия: выделение системообразующих приоритетных направлений развития и поддержки молодежного предпринимательства; создание отдельных ниш для субъектов молодежного предпринимательства через дополнительные механизмы поддержки, разработку банков «готовых решений» для эффективного ведения молодежного бизнеса; обновление инструментов финансовой поддержки мо-

лодых предпринимателей, в том числе через предоставление им специальных льгот по налогообложению и кредитованию, обеспечение средствами производства, страхование их коммерческого риска; стимулирование спроса на продукцию молодых предпринимателей, в том числе на основе обеспечения их широкого доступа к государственным закупкам; создание «горячих линий» по вопросам создания и развития бизнеса молодыми людьми.

Системные проблемы развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки, положительные и стагнирующие тренды, связанные с определенной латентной институциональной аномией и функциональными деформациями в механизме поддержки молодежного предпринимательства могут быть преодолены при реализации представленных стратегий с учетом доминантных факторов внешней среды, ее возможностей и угроз.

Таким образом, эффективное развитие молодежного предпринимательства в стране обуславливается институционально-экономическими параметрами сложившейся системы и ее потенциальной динамикой. Именно возможности динамичного продвижения и являются доминантой в цикличном, а возможно и циркулярном, росте молодежного предпринимательства. А это требует прикладного использования новой методологии долгосрочного анализа. Одним из важнейших методов данного подхода и является форсайт-метод, исследованию которого посвящен следующий раздел данной работы.

3 РАЗРАБОТКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВ ФОРСАЙТ-МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

3.1 Конкретизация специфики форсайт-метода в разработке долгосрочных стратегий развития

Гносеологически распространение методологии форсайта вырастает из новых вызовов в мировой экономике: диверсифицированной конкуренцией; барьерами государственного финансирования; ростом и постепенным доминированием научно-технологических компетенций. Потому причинами возникновения форсайт-методологии стала система насущных генерирующих потребностей общества:

- стратегическая потребность в максимально аутентичном прогнозировании перспективы во взаимодействии с интересами участников процесса;

- субъектная потребность в формировании сети активных субъектов будущего развития хозяйственной системы;

- футурологическая потребность в необходимости создания альтернативной карты для будущего развития; трансформационная потребность в активизации имеющихся резервов хозяйствующего субъекта, мотивации изменений и др.

Впервые параметры форсайта стали проявляться в начале 20 века, когда стало возможным экстраполяция трендов и были сформулированы уже социальные индикаторы. Сам термин «форсайт» был впервые использован Г.Уэллсом в лекции «Открытие будущего» [163]. Основным интересующим нас тезисом было положение о познаваемости будущего с использованием научных методов. К середине 20 века сформировались методы системного экспертного анализа и стали выполняться первые имитационные исследования.

Таким образом, практическая потребность в форсайте была связана с постиндустриальной революцией с ее деревом социальных и технологических изменений, обусловивших растущий рациональный интерес к будущему. Именно потому возник новый контент в принятии решений, акцентирующих предвидение тенденций, долгосрочных последствий выбора, совершенного в

настоящем. В связи с этим и формируются латентные определения данного метода (таблица 74).

Классическое определение форсайта было сформулировано американским ученым Беном Мартином, в котором основой упор делается на стратегическое технологическое предвидение [164]. В характеристике, данной П. Беккером, доминируют два акцента: познание будущего и его системное регулирование для актуализации адекватных решений [165]. Базовым основанием данного подхода является рациональный стратегический менеджмент. В.П. Третьяк считает, что главное в форсайте – созидательное влияние на будущее консолидированных субъектов деятельности [166].

Прикладная же траектория развития форсайта выстраивалась следующим образом. Изначально были апробированы методы познания будущего и сформулированы первые практические тренды, в частности, в США – это анализ развития транспорта в связи с растущей урбанизацией. С середины 30 века начинается период комплексной организации исследований будущего технологического развития военной отрасли и функционирования крупных промышленных корпораций. Этот период ознаменован формированием тех методологических инструментов, которые лежат в основании современной прикладной природы форсайта. Это результативная организация исследований, ориентированная на возможность реализации желаемых перемен в будущем. Ядром этого является анализ вероятностей вариантов развития путем экстраполяции прошедших явлений и событий, т.е. прогнозирования. Именно в этот период сформировались устойчивые методы форсайта: метод сценариев, метод Дельфи, метод экспертных панелей, метод мозгового штурма. Именно в этот период были и опубликованы знаковые труды по распространению форсайт-методологии – «Искусство домысла» Б. Жувенеля [167] и «Изобретение будущего» Д. Габора [168].

Таблица 74 – Общие параметры форсайта как специфического метода

Автор	Характеристика форсайта	Доминирующий фактор	Результат форсайта
Мартин Б.	«Систематические попытки заглянуть в долгосрочное будущее развития науки, технологии, экономики и общества с целью предвидеть стратегические области научных исследований и появление базовых технологий, применение которых может принести весьма значительную экономическую и социальную выгоду» [164]	Стратегическое технологическое предвидение	Рост экономических и социальных выгод
Георгио Л.	«Средство систематической оценки тех направлений развития науки и технологии, которые могут иметь сильное влияние на конкурентоспособность компаний, создание богатства и качество жизни» [164]	Целевая оценка научно-технологического развития	Рост конкурентоспособности, приводящий к росту богатства
Беккер П.	«Процесс активного познания будущего и создания видения среднесрочной и долгосрочной перспектив; систематическое исследование будущего науки, экономики и общества с целью поддержки принятия актуальных решений и мобилизации совместных усилий для их исполнения» [165]	Активизация прогнозных перспектив	Рациональный стратегический менеджмент
Третьяк В. П.	«Форсайт представляет собой созидательную технологию воздействия на формирующееся будущее с помощью согласования партикулярных интересов различных слоев гражданского общества и посредством стимулирования их активности в сфере использования ключевых технологий» [166]	Согласованность в будущем эффективным использованием технологий инноваций	Эффективные коммуникации максимального количества субъектов относительно будущей технологической динамики

Таким образом, в сущностных характеристиках форсайта можно выделить коммуникационные отношения следующих понятий «будущее», «предвидение», «прогнозирование», «планирование», «конкурентные технологии». На первичном, видимом уровне, можно предположить, что форсайт – это на основе предвидения будущего систематизирование его прогнозов и построение стратегического планирования динамичных конкурентных технологий. Однако, это лишь внешний взгляд. Все-таки, форсайт не идентичен прогнозированию. Он не тождественен ни прогнозированию, ни стратегическому планированию, это принципиально иное явление [169]. Во-первых, форсайт-проекты охватывают разнородных экспертов, из различных слоев гражданского общества. Это и политики, и ученые, и участники рынка, как бизнесмены, так и потребители. Во-вторых, первичном паттерном в экспертном сообществе форсайт-проекта является формирование идентичной картины будущего. В-третьих, именно на этой основе можно спроецировать долгосрочный вектор эффективных технологических прорывов.

Эти отличия дифференцируют ряд основных признаков, присущих форсайт-технологии: форсайт рассчитан на обоснование трендов будущего, потенциальных возможностей и рисков; форсайт нацелен на разработку стратегических актов анализа перспектив развития в будущем квалифицированным экспертным сообществом; форсайт направлен на «действие», т.е. он является активным процессом, что и отличает его от прогнозирования и для этого он реализует конкретные меры сегодня; форсайт базируется на интерактивных методах и моделях исследования будущего, потому он лимитирует в прогнозах возможные убытки, исходя из будущего размера рынка и прогноза замещения технологий [170].

Главным отличием форсайт-технологий от планирования и прогнозирования является переход от прогнозной ориентирующей информации к обратной нормативной плановой информации: очерчивается картина будущего, она анализируется, после чего в реально существующем пространстве рационализируется план для достижения будущей картины мира.

Таким образом, можно выделить параметры сходимости форсайта и прогнозирования. Так, безусловно, имеются два об-

щих признака. Во-первых, анализ будущего состояния объекта, исходя из вариативности развития. Во-вторых, использование аналогичных методов исследования (сценарное планирование, метод Дельфи, экспертные обсуждения, мозговой штурм, фокус-группы, экспертные панели). Ядром методов выступают критические технологии [171].

Наряду с этим, форсайт обладает параметрами, отличными от прогнозирования. Во-первых, в рамках форсайта экспертные группы включают широкий спектр субъектов развития: государство, бизнес-сообщество, научно-технологический сегмент, гражданское общество, в то время как прогнозирование осуществляется исключительно учеными. Во-вторых, данная субъектная особенность осуществления форсайта приводит к формированию следующих эффектов: активизации кооперационных связей внутри основных катализаторов развития, генерированию культуры предвидения, обеспечению выбора вариантов реализации, исходя из «видения» будущего. В-третьих, результативность форсайта основывается на готовности общества в целом оценить долгосрочные перспективы развития страны, отвлекаясь от краткосрочных конъюнктурных моментов.

Базовым условием успешной реализации форсайта является использование тех методов, которые обеспечивают эффективную работу привлекаемых экспертов. Любая программа форсайта требует определение комбинации методов и привлекаемых источников информации. Проблема выбора наиболее эффективной группы методов форсайта является всегда актуальной. На выбор методов форсайт-исследований влияет ряд факторов. Это – наличие ресурсов; конечные цели (результаты, которые требуется получить), природа рассматриваемых предметных областей; целевые группы [172].

Все дерево методов форсайта многообразно и дифференцировано по трем основным критериям. Это количественные методы, качественные и синтетические. К самым распространенным и результативным подходам в количественном аспекте относятся: метод моделирования, метод экстраполяции, метод прогноз индикаторов. Качественные методы включают в себя диверсификационную аналитическую платформу, состоящую из интервью, морфологического анализа, обзоров литературы, «де-

рево целей», метода сценариев. К методам синтетического характера относятся дорожное картирование, метод Дельфи, критические технологии, игровое моделирование, патентный анализ. Наиболее результативные методы форсайта выделены в таблице 75.

Таким образом, можно констатировать, что наиболее распространенным и аутентичным является метод экспертных панелей [173]. Из него вырастают различные модификации, позволяющие динамизировать аналитический процесс как метод мозгового штурма, носящий дополнительный характер. На этой же базе вырастает технология прогноза и состязательной экспертизы – метод Дельфи [174]. Метод сценариев, являясь традиционной технологией уже выдвигает новые требования к экспертному сообществу – переход к формированию массива реальных вариантов развития будущего при имеющихся условиях [175.]. Метод же технологической дорожной карты предполагает уже реализацию выявленных в будущем преимуществ для технологического прорыва [176].

Исходным элементом в форсайт исследовании является связь между контекстом, содержанием и используемыми подходами. Изначально выделяются будущие научно-технологические результаты и их общее воздействие на те или иные стороны развития.

В своей эволюции методология форсайта прошла несколько закономерных этапов: технологическое движение или экспертный анализ внутренней динамики технологической эволюции; инновационно-рыночное движение или широкий по составу экспертный анализ взаимодействия новаторских исследований и рынков; социально-рыночное движение или субъектный анализ связи рынков и социальных групп с доминированием потребительских интересов; распределенное движение, включающее анализ элементами НИС координированных специальных исследований социальных и экономических вызовов.

Таблица 75 – Характеристика методов форсайт-исследований

Методы	Модель использования	Достоинства	Недостатки
1	2	3	4
Метод экспертных панелей	<p>Формирование группы экспертов для выявления возможного диапазона будущего по заданной цели, посредством анализа новой информации и прикладных разработок в течении выделенного лага времени</p>	<ul style="list-style-type: none"> - междисциплинарные коммуникации, консолидирующие субъекты различных областей деятельности в едином и постоянном рабочем процессе; - обоснование сильной доказательной базы; - выделение достоинств и рисков возможных инноваций. 	<ul style="list-style-type: none"> - возможные ошибки экспертов; - отсутствие эффективных результатов из-за неоптимально большого количества экспертов; - высокая ресурсная нагрузка.
Метод Дельфи	<p>Независимый опрос автономно каждого эксперта для выявления трендов, параметров явлений факторной зависимости. Эффективность коммуникаций вызывается посредством озвонения ответов экспертов анонимно для общего обзора мнений, уточнения позиций каждого.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - получение открытых развернутых результатов; - привлечение различных экспертов по данной проблематике для выявления различных аспектов проекта; - аккумуляция и диверсификация знаний по объекту проекта с учетом инноваций 	<ul style="list-style-type: none"> - разногласия экспертов по принципиальным моментам; - неоптимальность выбора экспертной группы - высокие финансовые затраты

Продолжение таблицы 75

1	2	3	4
Метод сценариев	Формирование альтернативных вариантов развития относительно выбранной целевой доминанты, Набор сценариев предполагает объединение прогнозных вариаций с проектированием будущих изменений	<ul style="list-style-type: none"> - формирование общего алгоритма решения реальных проблем; - формирование инвариантности развития хозяйствующего субъекта; - формирование стратегического мышления 	<ul style="list-style-type: none"> - риски субъективизма, - степень компетенций экспертов, - высокие затраты труда
Метод мозгового штурма	Формирование максимально большого количества вариантов решения проблемы для стимулирования рационального творческого канализирования элементов продвижения проекта. Метод достижения этого – совместное обсуждение	<ul style="list-style-type: none"> - обоснование альтернативных стратегий для выбора наиболее эффективной идеи; - скорость выявления возможностей и рисков проекта; - мотивация профессиональных компетенций; - апробированная прогнозная технология 	<ul style="list-style-type: none"> - невозможность автономной реализации, эффективно лишь вкуче с другими методами; - размытость параметров экспертных данных
Метод технологической дорожной карты	Формирование сценарного плана развития технологий с фиксацией возможных сюжетов и критических точек	<ul style="list-style-type: none"> - оценка рисков, возможностей и приоритетов; - выявление «узких мест» для анализа последовательности развития; - факторное объединение для реализации стратегического плана 	<ul style="list-style-type: none"> - высокая ресурсная потребность; - необходимость специальных экспертов в области дорожного картирования

Исходя из этого, следует отметить, что форсайт-исследования базируются на двух идеологических установках. Первая идеологема – оптимизация и модернизирование существующего порядка, вторая – возможность и мотивация фундаментальных изменений в существующей парадигме. Отсюда и вырастают два режима проведения форсайт исследований. Они реализуются, используя основные принципы форсайта. К ним относятся: ориентация на будущее, вовлечение широкого спектра заинтересованных акторов, координированность и междисциплинарность, ориентированность на действие на базе сочетания фактологии и экспертной оценки.

В любом режиме конкретизация форсайт-исследований становится проблемой «футурологической грамотности», т.е. оценки будущего развития. А это, в свою очередь, предполагает, использование неопределенности и неизвестности как мотиваторов. В этой связи вырастает цепочка параметральных связей между возможным, вероятным, желаемым, реалистичным и реструктурированным будущим [177]. Все эти системные представления и образуют фокус форсайта. Для этого необходимо конкретизировать следующие системные параметры форсайта.

Во-первых, постоянное изучение меняющейся системы, предполагает систематизацию факторов внутреннего развития (анализ «изнутри внутрь»), выход внутренних модификаций во внешнюю среду и набор трансформаций (анализ «изнутри вовне») И, напротив, внешнее к системе воздействие, побуждающее ее к трансформации (анализ «извне внутрь»).

И, во-вторых, помимо этой меняющейся, но известной структуры, в форсайт-исследовании необходим и анализ известной системы (анализ «извне вовне»), поскольку этот выход за границы известного приводит к идентификации рождаемых возможностей.

Таким образом, формирование и развитие форсайт-технологий является не просто прогностическими мероприятиями, но и системой диверсификационного анализа будущего с возвратным в настоящее программно-очерченным диапазоном трансформационных шагов и созидательных ресурсных параметров. Форсайт как современные технологии прогнозирования будущего развития с учетом шагов, мероприятий, проводимых в

настоящем, представляется наиболее аутентичным способом современного стратегического планирования и прогнозирования, социальной динамики и структурирования общественных потребностей. Использование его в практике современного хозяйствования является прогрессивным отражением взаимосвязи технологического уровня и технологического давления, консенсуса акторов, реальной включенности научно-технологического персонала в систему социально-экономических потребностей, государственной стратегии в определении горизонтов перспектив и последствий технологической динамики.

3.2 Разработка форсайт-подхода к моделированию развития молодежного предпринимательства

При прогнозировании такого нелинейного сегмента бизнес-среды как молодежного предпринимательства следует иметь в виду следующие моменты.

Во-первых, это более чуткую реакцию молодежного предпринимательства на импульсы новаций, возникающих в устоявшейся системе.

Во-вторых, вариативность молодежного предпринимательства, его широкий отраслевой и структурный диапазон.

В-третьих, вероятностный уровень как дохода, так и устойчивости данного типа предпринимательства.

В-четвертых, своеобразную ресурсную матрицу, в которой наиболее важным элементом является качество человеческого капитала при низкой капиталоемкости.

В связи с этим форсайт-проект молодежного предпринимательства представляется достаточно проблематичным. Причем, проблемы выстраиваются по различным как аналитическим, так и прикладным уровням. В то же время своеобразие молодежного предпринимательства таит в себе в современных условиях большой мультипликационный потенциал, что и может быть объектом прогностических исследований. На первоначальном этапе формирования форсайт-проекта определяется его цель и отбор методов. Целью форсайт-исследования молодежного предпринимательства является прогноз его результативности, изме-

нение конфигурации данного вида бизнеса, исходя из меняющейся социальной и технологической системы. Это предполагает изначально проведение мозгового штурма, глубинный анализ текстов и использование компаративистской методик. Причем, существуют различные сущностные подходы при определении цели. Так, молодежное предпринимательство может быть самостоятельным объектом форсайт-исследования, с определением горизонта планирования, возможных потенциальных моделей развития с той или иной среде, с выделением факторов сжатия и факторов расширения.

Достоинства этого подхода неоспоримы, так как делается исключительный упор на саму природу молодежного предпринимательства. В то же время в рамках других форсайт-проектов, чаще всего, в условиях технологического форсайта, молодежное предпринимательство используется как мегатренд в факторной структуре анализа. При подобном подходе молодежное предпринимательство рассматривается как элемент роста технологического потенциала, поскольку именно на него возлагается мультипликация информационного бизнеса, стартаповский прирост и пр. Оба подхода имеют право на существование с учетом трудностей прогнозирования и общего объема работы.

Но при любом выборе форсайта для успешных результатов необходимо аутентичное использование методов. В частности, проблема сканирования горизонта при анализе.

Сканирование горизонтов используется на первоначальном этапе стратегического планирования. Сущность этого метода выражается в системном анализе внешних процессов в среде (причем, не только текущих, но и потенциально ожидаемых), а также в идентификации факторов, как прямого действия, так и возможных в будущем.

Целью сканирования является выявление нового подхода к ситуации при анализе уже очевидных обстоятельств, конкретизация изменений, новых трендов и ранних сигналов перемен.

Таким образом, временные параметры сканирования и его детализация приводят к долгосрочным диверсификационным представлениям о внешней развивающейся среде. Для получения максимального результата сканирование горизонта должно быть непрерывным бизнес-процессом, исходя из скорости изме-

нений и направления мегатрендов. Практика развития экономической среды демонстрирует неожиданную смену стратегий и необходимость быстрой корректировки принимаемых решений.

Потому в процессе формирования параметров будущего, идентификации стратегий в рамках сканирования горизонта решаются следующие актуальные задачи: изучаются тенденции и драйверы; сопоставляются различные точки зрения на природу трендов и их возможную реализацию; формируются альтернативные сценарии; постулируются варианты стратегий; осуществляется выбор приоритетов.

Молодежное предпринимательство в данном контексте возможно сканировать с позиции трех явных тенденций.

Первый мегатренд – это включенность молодежного предпринимательства в социогуманитарную составляющую развития общества. Чем более бизнес-центричнее становится общество, тем более молодежный бизнес приобретает социальную направленность (следует признать, это тренд высокоразвитых стран).

Вторым мегатрендом становится конвергенция странового молодежного предпринимательства в глобальный бизнес. Это происходит в силу формирования единого алгоритма – информационной экономики, в рамках которой бизнес процессы становятся более унифицированными и открытыми. Развитая система молодежного фриланса, поставляющего не просто качественные человеческие ресурсы, но и новые «рассеянные» формы бизнеса, образует и новые риски и неопределенность – где, в какой стране, на каких условиях, в какой конфигурации будет реализован такой бизнес.

И, наконец, третьим, более массовым, магатрендом является устойчивое распространение и масштабирование предпринимательства в рамках институционального продвижения стартапов.

При форсайт-исследовании молодежных стартапов наиболее проблематичным является инфраструктура продвижения. Наиболее актуальным институтом стали бизнес-акселераторы. Но сложности с аккумуляцией стартапов и их вариантов инвестирования усложняют их деятельность в рамках бизнес-акселераторов. Потому в форсайт-проекте наряду с бизнес-акселераторами начинают функционировать бизнес-катализаторы.

Достоинство бизнес-катализатора в будущей модели развития выражается в двух моментах: генерирование инновационных стартапов молодежного предпринимательства и выход из «долины смерти» путем эффективного инвестирования на стадиях «посевного» и «предпосевного» финансирования. Деятельность бизнес – катализатора по выращиванию инновационных проектов молодежного предпринимательства состоит из следующих этапов:

- фактическое формирование проекта, посредством отбора идей и разработок;

- анализ и экспертная оценка проектов по принципам инновационности, рыночной конкуренции и адекватности внешней и внутренней среды;

- первичная реализация основного продукта молодежного стартапа, выявление реакции рынка и анализ его перспектив;

- формирование вариантов бизнес – модели на основе системного анализа: маркетингового прогнозирования потенциальной емкости рынка по данным продуктам, ресурсной ограниченности и общей экономической эффективности;

- формирование механизма поиска инвесторов на основе дифференцированного сопровождения юридических, бухгалтерских и экспертных каналов;

- осуществление перехода части компании заинтересованному инвестору, путем использования его «посевного» фонда.

При анализе данных мегатрендов ключевое значение придается методу Дельфи. В частности, профессиональному составлению опросных проблем: потенциальной структуре молодежного бизнеса, степени доминирования инновационной части молодежного предпринимательства, степени активности участия в современной инфраструктуре – бизнес-акселераторов и бизнес-катализаторов. Иногда возможно проведение Дельфи-опроса.

Сложность форсайт-анализа молодежного предпринимательства заключается не только в «мозговом штурме» выявленных мегатрендов. Дело в том, что форсайт-анализ молодежного предпринимательства не носит самостоятельного характера, а является факторным элементом технологического форсайта, кластерного форсайта, социологического форсайта. Данный подход является так же продуктивным, поскольку он позволяет

использовать дополнительные материалы глубинного анализа и способствовать формированию дополнительных сценарных возможностей. Потому соединение отдельного молодежного форсайта и молодежного предпринимательства в рамках других форсайт-проектов позволяет дифференцировать факторный анализ и более результативно использовать все методы форсайт-исследований. На наш взгляд, при проведении самостоятельного форсайт-проекта молодежного предпринимательства, основной упор делается на методах «мозгового штурма», экспертных панелей и метода Дельфи. А при использовании молодежного предпринимательства в рамках более широких форсайт-проектов к доминирующим моделям можно отнести глубинный анализ текстов, метод сценариев, сканирование горизонта и метод Дельфи.

Таким образом, для формирования форсайт-исследования в условиях развивающейся среды, необходима детализация и функционализация анализируемых процессов. Итак, если мы рассматриваем форсайт исключительно молодежного предпринимательства, то, исходя из предшествующего анализа, модель форсайта будет выглядеть следующим образом.

1 этап - предварительным условием будет обеспечение первичной футурологической грамотности. Для этого нужно формирование междисциплинарной группы – социологов, экономистов, менеджеров, политологов, анализирующих внешнюю среду и представляющих общие индикаторы возможных изменений, слабых сигналов среды. Их деятельность должна быть связана с международными организациями футурологического плана. Наиболее известные организации, развивающие методологию дорожных карт это UNIDO (Австрия), Институт научно-технической политики Манчестерского университета (Великобритания), Институт перспективных технологических исследований (Испания), Институт системных и инновационных исследований (Германия), Институт научно-технической политики (Корея), НИУ—ВШЭ (Россия).

2 этап – глубинный анализ текстов, ключевые проблемы в развитии молодежного предпринимательства;

3 этап – используя экспертные панели анализ внутренней и внешней среды молодежного предпринимательства, проектирование возможных изменений внешних условий;

5 этап – используя метод Дельфи – обоснование изменений в сегодняшней внутренней структуре и внешних границах молодежного предпринимательства;

6 этап – на основе метода сценариев, выделить варианты развития тех или иных видов молодежного предпринимательства;

7 этап – проведение всех этих мероприятий в рамках сканирования горизонта.

Используя данные предварительные условия можно перейти к формированию параметров методики картирования развития молодежного предпринимательства. Именно этому и будет посвящен наш последующий анализ.

3.3 Разработка методики проектирования модели дорожной карты развития молодежного предпринимательства

Таким образом, методология форсайт-исследования молодежного предпринимательства включает системное использование методов форсайта, исходя из цели анализа. Для того, чтобы конкретизировать и более рельефнее представить композицию молодежного предпринимательства необходимо выделить границы в рамках дорожной карты. Само проектирование дорожной карты является процессом, позволяющим обосновать шаги, слои, узловые моменты форсайта молодежного предпринимательства. Каковы же основные принципы дорожного картирования форсайт исследований?

Сама дорожная карта представляет собой метод для визуализации и прогноза во времени стратегии развития того или иного объекта анализа. Дорожные карты бывают нормативные и поисковые. В форсайт-исследованиях чаще всего используется методика поисковых дорожных карт. В их рамках осуществляется оценка временного лага, который необходим

для перехода от одного узлового этапа к другому. Это приводит к необходимости разработки сценариев, выявляя причинно-следственные отношения и композиционирование пошаговых модификаций объекта форсайта. Картирование технологий в форсайт- исследовании чаще всего приводит к выполнению нормативной функции. В данном случае исходной композицией для структурирования дорожной карты выступает определенная картина состояния объекта в будущем, а результирующим пунктом – состояние в текущем лаге времени. Но в ситуации поискового анализа, при разработке сценариев развития, возможно, напротив, формирование результирующего итога об объекте и его вариантах в виде цели построения дорожной карты. Такое поисковое картирование представляется более эффективным в случае крайней перспективной неопределенности и требуется мультисценарное достижение целевых задач. В контексте развития молодежного предпринимательства в рамках форсайт технологий, поисковый вариант дорожного картирования представляется более предпочтительным. Это связано с рядом обстоятельств.

Во-первых, необходима адаптация дорожного картирования как метода поискового прогноза в условиях развития молодежного предпринимательства, поскольку конкретные контуры будущего, которые являются базой дорожной карты, не определены [178, с. 7].

Во-вторых, при поисковом дорожном картировании особое значение приобретают анализ доминирующих факторов и формирование сценарных временных линеек («тайм-лайн»)-детерминация ключевых событий и узлов реализации данного сценария, а то означает выделение факторных параметров молодежного предпринимательства во времени и макроэкономическом событийном пространстве.

В-третьих, в рамках поискового прогноза исследуется объект не с позиции внутренних закономерностей (онтологического времени), а с точки зрения единых для всех секторов тенденций и сценариев (внешнего общего времени). Поэтому выделяется значимость экстерналий. Ведь при классическом прогнозировании экзогенные факторы (анализ изнутри - наружу) все-таки определяют общий макрорезультат,

при этом оставаясь вне прямой зависимости от макропроцессов.

Процесс моделирования дорожной карты не является каноническим, но в ней присутствуют общие элементы и принципы [179-183]. Так, к ним относятся: временная ось, слои, связки, графические обозначения, узлы, т.е. процесс перемещения по карте (таблица 76).

Таблица 76 - Методика разработки поисковых дорожных карт

Этапы	Содержание этапа
1 этап	Формирование уровней карты (динамика ключевых секторов экономики, критические точки для формирования новых продуктов или напротив кризисов)
2 этап	Определение вторичных условий эволюции макропроцессов с проекцией на мировой опыт (выявление зависимости слоев карты, тайм-лайны вызовов для экзогенных преобразований)
3 этап	Определение динамики макротрендов (идентификация критических точек сценариев, формирование способов их прохождения)

Визуализировать мультисценарную дорожную карту значительно труднее. Потому наиболее наглядным вступает построение нескольких дорожных карт с различными сценариями. Каждый сценарий разрабатывается со своими «окнами возможностей» периода возможного переключения на другой сценарий [182].

Таким образом, при формировании дорожной карты необходимо выявить ее актуальный характер, выстроить методологическую систему аналитических измерений, на ее основе выделить методические уровни дорожного строительства.

Итак, для конкретизации методологических и методических координат построения дорожной карты молодежного предпринимательства в Казахстане предлагается следующая модельная структура. Определение слоев дорожной карты ее разделов базируется на алгоритме, приведенном в таблице 77.

Каждый раздел этой развернутой модельной системы представляет собой слой поисковой дорожной карты. В каждом слое в содержательной части можно выделить узлы, как

промежуточные результаты, экономическую оценку. Их практическое значение заключается в том, что они сигнализируют о точках модификации в рамках угроз и рисков. Именно их наличие приводит к сценарным развилкам при взаимодействии слоев карты, формирует новые «окна возможностей».

Таблица 77 - Аналитическое структурирование слоев карты

Систематизация факторов внутреннего развития	Анализ «изнутри внутри»
Внутренние модификации во внешнюю среду	Анализ «изнутри вовне»
Внешнее воздействие, побуждающее систему к трансформации	Анализ «извне внутрь»
Структурирование факторов внешней системы	Анализ «извне вовне»

Данный подход актуален для динамики цели и результата дорожной карты молодежного предпринимательства.

Итак, при поисковом варианте дорожного картирования, наиболее адекватном форсайт-варианте дилемма «цель - результат» выглядит следующим образом:

Цель – институционально-экономическая среда сегодняшнего состояния молодежного предпринимательства и ее аутентичная результату модификация.

Результат – инновационное молодежное предпринимательство, доля инновационно-активных субъектов молодежного предпринимательства.

Как было отмечено ранее, форсайт-технологии представляют собой направление от выстроенной аналитической прогнозной модели к возвратному движению в сегодняшнее состояние объекта и его адекватное развитие.

Таким образом, получение результата в виде инновационного молодежного предпринимательства представляет аналитическую картину, приведенную в таблице 78. Рассмотрим основные параметры конкретизации дорожной карты молодежного предпринимательства в русле форсайт-методологии.

Таблица 78 – Форсайт-методика в рамках дорожной карты

Содержание раздела дорожной карты	Доминирующий метод форсайт-анализа
Динамика эндогенных факторов развития молодежного предпринимательства (отраслевая и рыночная структура молодежного предпринимательства в стране, риски развития, показатели эффективности, доля в общем объеме производства и т.д.)	Метод экспертных панелей с учетом сканирования горизонта.
Динамика инновационных стимулов молодежного предпринимательства, использование институционально-закрепленных норм для развития конкурентоспособного молодежного бизнеса	Метод Дельфи, возможно тестирование метода сценариев
Формирование адекватно меняющихся институциональных форм и институтов для прогрессивного движения молодежного предпринимательства, развитие новых форм предпринимательского образования	Метод экспертных панелей с учетом метода «мозгового штурма» и метода сценариев
Динамика экзогенных факторов развития молодежного предпринимательства (факторы развития глобальной экономики, риски в мировой системе бизнеса, модификации мирового молодежного предпринимательства)	Глубинный анализ текстов, метод Дельфи с оценкой сканирования горизонта

Итак, на первичном уровне – анализе «изнутри внутри» выделяется эндогенная природа факторов развития молодежного предпринимательства. В самом «очищенном» виде оно предстает со своей страновой спецификой. В частности, выявляются ее собственные инвестиционные возможности (крайне узкие в развивающихся странах, в частности, и в Казахстане), направления развития молодежного предпринимательства - в традиционную сферу (традиционные торговля и сервис, участие в семейном бизнесе) или в инновационную сферу – участие в информационных видах бизнеса, создание собственных инновационных продуктов, формирование дополнительных и уникальных IT- платформ и т.п. Конкретизируется доля молодежных структур в общем объеме производства и в общей произведенной продукции.

Помимо этого, оцениваются внутренние риски, связанные с субъективными ошибками бизнес-планирования (чаще всего - недооценка финансовых вложений, нечеткость в определении функциональных этапов развития своего бизнеса, низкий уровень рыночной информированности). Аккумулирующим этапом в данном разделе анализа является выделение основных критериев эффективности и показателей результативности молодежного бизнеса. В этой связи необходимо следовать общим макротрендам и четко обосновать базовые показатели, на которые должно ориентироваться молодежное предпринимательство.

На втором уровне – анализе «изнутри вовне» – теоретически закрытая система молодежного предпринимательства выдвигается во внешнюю среду и выделяются ее мотиваторы для конкурентного развития. На основе метода Дельфи выявляются отношения различных видов молодежного предпринимательства с институциональной структурой общества. На базе этого выделяются по крайней мере два сценария – встраивание в институциональную среду субъектов молодежного традиционного бизнеса и отношения инновационного молодежного предпринимательства с имеющейся институциональной структурой.

На третьем уровне – анализе «извне внутрь» – происходит осмысление и поиск адекватных форм экзогенного влияния на поведение и модификацию форм молодежного предпринимательства. На этом этапе происходит оценка существующих институциональных норм и институтов, их соответствие современным реалиям, аутентичность изменениям технологического базиса. В системе координат развивающихся рынков это означает необходимость революционного изменения государственного управления в сторону сокращения административных барьеров для бизнеса, минимизации затратных квазигосударственных структур и консервации методов государственных холдингов. Расширение поля рыночного регулирования экономической среды и установление подвижных институциональных норм позволяет выявить новые предпринимательские структуры бизнеса и активизировать молодежное предпринимательство.

На четвертом уровне – анализе «извне вовне» – конкретизируются экзогенные факторы, влияющие на молодежное предпринимательство. К их числу относятся глобальные тренды развития, как позитивного, так и отрицательного воздействия. К актуальным позитивным трендам развития относится глобальная цифровизация, сокращения рутинного производства, быстрота информационных потоков. К сожалению, главным отрицательным трендом сейчас являются последствия пандемии. Фактор пандемии невозможно игнорировать в развитии как мировой, так и страновой экономики. Помимо этого, необходимо выявить параметры модификации мирового молодежного бизнеса, актуализировать значимость его новых форм.

Подобная картина использования аналитических инструментов и методов форсайта при построении дорожной карты представляется наиболее привлекательной в аспекте результатов и выделении узлов в каждом слое и возможных развилок в движении. В качестве примера можем рассмотреть возможные узлы в рамках первого слоя. Так, при анализе факторов формирования инновационно активного молодежного предпринимательства открывается «окно возможностей» для изменения элементов влияния во втором слое – это возможность модификаций имеющейся институциональной структуры. Ведь факторы – мотиваторы инновационного молодежного предпринимательства, вырастающие в латентной природе молодежного бизнеса, требуют качественного изменения институциональных норм. К этим факторам относятся формирование молодежного бизнес-фриланса, обретение бизнес-компетенций еще на стадии обучения в вузе, как предварительного условия внутренней готовности к предпринимательской деятельности. А это требует немедленного реагирования в институциональной среде, в частности, формирования инновационно-предпринимательской экосистемы вуза, конкретизации процессов бизнес – инкубирования и стартап-акселерирования в вузе как неотъемлемого элемента связи образования и бизнеса («S2B» Science-to-Business). Дальнейшее сценарное развитие выводит на доминанты в других слоях дорожной карты. Так, это

приводит к сканированию эффективных инструментов в мировом молодежном предпринимательстве для адаптации их в отечественных условиях.

Таким образом, формирование дорожной карты в рамках форсайт-технологий становится более совершенным, поскольку аналитическая база носит всеобъемлющий характер, позволяющим выводить новые сценарные варианты, а не просто проводить мероприятия без должной оценки. На наш взгляд, именно методика форсайта должна лежать в основе всех формируемых дорожных карт.

В контексте же молодежного предпринимательства, центральной осью анализа для получения результата и для формулировки цели является механизм его эффективности. Именно эта оценка и аккумулирует все элементы картирования. В связи с этим, разработке параметров эффективности молодежного предпринимательства и будет посвящен наш последующий анализ.

3.4 Разработка параметров эффективности развития молодежного предпринимательства: критерии, индикаторы, границы

Экономическая эффективность представляет собой оценку относительной результативности того или иного сегмента производства. В рамках предпринимательства, она предполагает растущее соотношение результатов предпринимательской деятельности и понесенных затрат. Любое стратегическое планирование деятельности, любой бизнес-процесс нацелен на приращение результатов. Исходя из природы молодежного предпринимательства в современных условиях для оценки общих параметров ее эффективности необходимо выделение, в первую очередь, ее критериев. В этой связи, следует отметить общие для современного предпринимательства критерии эффективности и специфические, отражающие особенности собственно молодежного бизнеса.

При выделении общих критериев эффективности, которые являются общеэкономическим барометром для молодежных

бизнес-инициатив, особое значение приобретают сводные оценки развития предпринимательства, которые аккумулируются в рамках международной аналитики.

Во-первых, параметры эффективности молодежного предпринимательства зависят от структуры его экзогенных и эндогенных факторов [184]. Именно уровень гармонизации этих факторов выступает в качестве критерия эффективности. Так, к системе экзогенных факторов относятся:

1) Институциональная поддержка предпринимательства. Именно она определяет первоначальные возможности становления и дальнейшего укрепления молодежных фирм. Ведь негативными нарративами молодежного предпринимательства являются объективная неустойчивость доходов, финансовая уязвимость, высокая кредитная зависимость, необходимость обучения азам предпринимательства, и, самое важное в современных условиях, это создание правовых и информационных предпосылок для развития инновационных форм бизнеса в молодежном сегменте.

2) Возможность использования финансовых инструментов. Для этого должна быть выстроена современная финансовая система, позволяющая молодым предпринимателям обеспечить доступ к кредитно-инвестиционным отношениям, т.е. формированию инвестиционного портфеля, использования финансовых инструментов для хеджирования рисков.

3) Формирование и закрепление в общественном сознании созидательного образа предпринимателя. Эта социально-просветительская работа важна преимущественно в постсоветских странах, где идеологема предпринимательской успешности подвергается скепсису и общественному порицанию вследствие отсутствия длительного исторического опыта предпринимательской деятельности

К системным эндогенным факторам относятся:

- высокая бизнес-мотивация, связанная с ростом образовательных навыков молодежи, широким информационным фоном для выбора своей ниши;

- личностные характеристики молодежи, такие как высокая адаптивность к новым формам бизнеса, гибкость и стрессоустойчивость;

- потребность молодежи в лидерстве, т.е. быть источником не только экономических, но и социальных изменений в обществе;

- наличие психологических регуляторов экономического поведения, таких как хозяйственность, честность бизнеса, социальная активность.

Степень гармонизации и учета данных факторов и является первым критериальным уровнем для оценки экономической эффективности молодежного предпринимательства. Она характеризует страновые особенности для становления и развития молодежных бизнес-инициатив. В первую очередь, это относится к экзогенным факторам. Именно их общее структурное влияние способствует размаху или сжатию эндогенных факторов. В то же время следует отметить, что система факторной гармонизации в современных условиях требует не только странового, но и глобального измерения и верификации. В этом аспекте можно выявить второй критериальный уровень – качество предпринимательской экосистемы, который позволяет встроить страновые факторы в сопоставительную систему.

Таким образом, во-вторых, это выделение качества предпринимательской экосистемы (ПЭ). В последние годы данная проблема становится весьма актуальной (*entrepreneurial ecosystem, system of entrepreneurship*) по ряду причин [185], [186]. Так, ядром концепции ПЭ является отдельный индивид, предприниматель, в отличие от главенствующей теории национальной инновационной системы (НИС). Ведь в рамках теории и практики НИС ядром выступает институциональный аспект – институты и институции как активаторы и регуляторы предпринимательских успехов. А предпринимательская экосистема, напротив, направляет деятельность институтов на конкретных предпринимателей и полученные им бизнес-эффекты [187]. Несмотря на сложности в определении формата предпринимательской экосистемы, ее сущность определяется взаимосвязями агентов деловой среды и зависит от институционального, информационного, социально-экономического контекста. К базовым характеристикам ПЭ относят: доступные рынки, человеческий капитал, культурный контекст, механизмы финансирования, регуляторные рамки,

доступность базовой инфраструктуры, крупные университеты как катализаторы [188].

Итак, ПЭ аккумулирует многофакторность природы бизнеса и раскрывает качественные детерминанты его продуктивности.

Для активизации молодежного предпринимательства данные критерии являются стратегическим ориентиром, ведь в странах с переходной средой, в рамках которой предпринимательская экосистема еще слаба, а молодежное предпринимательство еще не стало самостоятельным сегментом бизнес – системы, доминирующим аналитическим и прикладным вызовом является определение координат развития. Именно это и лежит в актуальном основании форсайт- исследований. Именно поэтому мы стремимся в своем анализе к самым высоким исследовательским стандартам.

Так, в рамках первого критерия – гармонизации экзогенных и эндогенных факторов молодежного предпринимательства - выделяется следующая система индикаторов. Она характеризует преимущественно количественные стороны предпринимательской деятельности. К ним относятся следующие.

Во-первых, индикаторы ведения бизнеса в рамках рейтинга Всемирного Банка «Doing Business» такие как, открытие предприятий, получение разрешений на строительство, присоединение к электрическим сетям, регистрация собственности, получение кредитов, защита миноритарных инвесторов, налогообложение, международная торговля, обеспечение исполнения контрактов, разрешение неплатежеспособности. Эти индикаторы, суммарно демонстрирующие легкость ведения бизнеса в стране, для молодежного предпринимательства являются аккумуляцией экзогенных факторов. Именно эти индикаторы показывают степень бизнес-ориентированности институциональной среды.

Во-вторых, для молодежного предпринимательства огромное значение имеют индикаторы отношения к предпринимательству в обществе и восприятие предпринимательства. Так, отношение к предпринимательству в обществе оценивается по трем индикаторам: хороший выбор карьеры, высокий социальный статус, социально – позитивная

характеристика в СМИ. В восприятии предпринимательства, готовность к ней также характеризуется тремя показателями: возможностями, способностями и намерениями к предпринимательству. Эти показатели характеризует факторную взаимозависимость в развитии молодежного предпринимательства: внешнюю оценку предпринимательства как стимулятора для молодого человека и его внутренние качества, такие как способности к предпринимательству и силу его предпринимательских намерений.

Непосредственно функционирующее поле предпринимательства оценивается следующими показателями – индексом ранней предпринимательской деятельности (ТЕА), индексом предпринимательской деятельности сотрудников (ЕЕА). Помимо этого, в рамках мониторинга предпринимательства, рассчитывается и индекс ранней предпринимательской активности и он в целом отражает стремление к предпринимательской деятельности преимущественно молодежи от 25 до 34 лет.

Прикладным же измерителем качественного аспекта ПЭ является Глобальный индекс предпринимательства (ГИП) [185], [186]. Главной особенностью данного композитного индекса является то, что он включает в себя как оценку функционирования отдельных предпринимателей, так и институциональный контекст. Он включает в себя 14 составляющих компонентов, которые выстроены по методологии «издержек узкого места». Данный алгоритм выявляет взаимосвязь различных компонентов и позволяет выделить системную перспективу.

Почему при анализе молодежного предпринимательства мы акцентируем внимание на компонентах, да и самом содержании ГИП? Исходя из природы и сущности молодежного предпринимательства, для его развития важна многомерность функционирующего поля. Если предпринимательство в стране возникает лишь в рамках системной трансформации (как в условиях Казахстана), то активизация молодежного сегмента требует анализа максимально большого массива глобальных возможностей. Именно креативность молодежного бизнеса позволяет из компонентов ГИП в данном случае выделить

дополнительные инструменты, формы и институциональную реализацию своего формата бизнеса. Потому так важен анализ национальных предпринимательских экосистем как «динамического, институционально обусловленного взаимодействия между предпринимательскими установками, способностями и намерениями граждан, которое влияет на распределение ресурсов в ходе создания новых предприятий и их дальнейшей деятельности» [189, С.479].

В чем особенности ГИП? Он выстроен на следующих уровнях: супериндекс ГИП, оценивающий состояние предпринимательства в страновом аспекте; три субиндекса - предпринимательские установки (*entrepreneurial attitudes*), предпринимательские способности (*entrepreneurial abilities*) и предпринимательские намерения (*entrepreneurial aspirations*), 14 компонентов, 28 переменных и 49 индикаторов. Особенность анализа в том, что все индикаторы исследованы на базе индивидуальных и институциональных переменных. Помимо этого, оцениваются дополнительно и компоненты ГИП, связанные с инновационной деятельностью. Все три составляющих компонента – освоение технологий, продуктовые инновации, процессные инновации - также выстроены на базе индивидуальных и институциональных переменных. Так, составляющая освоение технологий на индивидуальном уровне определяются долей новых инновационно активных фирм в технологических сегментах экономики, а на институциональном – степенью освоения новой технологии в разрезе предприятий. При анализе продуктовых инноваций – индивидуальный уровень предполагает долю молодых фирм, производящих новые продукты для некоторых потребителей. Институциональная же среда предполагает системный показатель инновационной активности, включающий инвестиции в исследования и разработки (ИиР), наличие НИИ высокого технологического уровня, продуктивное сотрудничество университетов с производственным сектором, защиту интеллектуальной собственности [190]. Исследование процессных инноваций на индивидуальном уровне измеряет долю новых компаний, пользующихся новыми технологиями (не старше 5 лет); на институциональном уровне измеряется комплексный показатель

условий ведения ИиР, содержаний в себе уровень внутренних затрат на ИиР, уровень НИИ, наличие научных и инженерных кадров [191].

Таким образом, если оценивать молодежное предпринимательство с сегодняшних позиций, то переход от первичных количественных показателей, таких, как количество молодежных фирм-инноваторов, наличие бизнес-инкубаторов, степень вовлеченности молодежи в предпринимательский сектор, к качественно новым измерителям, ставит перед самим бизнес-сообществом страны новые критерии и новые вызовы. Именно по ним будет развиваться молодежное предпринимательство в стратегической перспективе.

Помимо выявления критериев и индикаторов эффективного молодежного предпринимательства следует выделить и его современные границы. Что может служить объективными пределами эффективного развития? Из многообразия факторов и инструментов сдерживания наиболее всеобъемлющим представляются два: оценка уровня «выживаемости» компаний и оценка суммарного риска. Именно они определяют низшие границы для бизнес-продвижения. Степень «выживаемости» бизнеса определяется, в первую очередь, степенью благоприятного климата в стране, развитостью рыночной инфраструктуры. Если рассматривать ситуацию с развитием молодежного предпринимательства к этим общим пределам можно добавить и степень открытости для международных молодежных программ. Это связано с объективными сложностями молодежного бизнеса. В этом аспекте, следует отметить, что в Казахстане параметры «выживаемости» молодежного бизнеса определяются следующими обстоятельствами: низкой конкурентоспособностью IT сегмента молодежного бизнеса в силу его зародышевого состояния; фрагментарностью молодежной экономической инфраструктуры; субъектными показателями бизнес-ориентированности молодежи; общеэкономическими проблемами бизнеса в стране в целом.

В оценке суммарного риска молодежного предпринимательства следует учесть, что в большинстве случаев молодежный бизнес в стране ориентируется

преимущественно на кредитный риск, в то время как мировая практика свидетельствует о наличии ряда только финансовых рисков, которые следует учесть при реализации экономических механизмов поддержки молодежного предпринимательства. К ним относятся:

- риск изменения процентных ставок, приводящий к снижению стоимости актива при росте процентной ставки;
- рыночный риск, приводящий к асимметрии в рамках фиксированной ставкой активов и обязательств плавающей ставки;
- расчетный риск, связанный с неисполнением трансакции;
- риск ликвидности, приводящий к неисполнению обязательств или снижению активов из-за внешних факторов;
- операционный риск, приводящий к формированию убытков из-за несоответствия характеру и масштабу предприятия;
- риск колебаний, связанный с волатильностью валют;
- риск акций, связанный с амортизацией инвестиций вследствие динамики фондового рынка;
- правовой риск, связанный с изменениями правовых и нормативных условий;
- страновой риск, связанный с потенциальными угрозами бизнесу вследствие финансовых или иных проблем в стране;
- риск событий, связанный с неопределенными последствиями непредвиденных событий.

Итак, даже на уровне финансовых возможностей реализации бизнеса следует иметь в виду суммарные риски и искать инструментарий для их минимизации [192].

Таким образом, при детализации форсайт технологии в рамках молодежного бизнеса, проблема его эффективности, измерения, естественным образом выводится на общемировой уровень, и необходимость сопоставления его параметров более адекватна при условии анализа в парадигме предпринимательской экосистемы и характеризующих ее показателей. Что необходимо сделать для возможности реализации подобного подхода в условиях отечественной среды? Какой системной модификации нужно подвергнуть сам механизм молодежного предпринимательства? Именно этому и будет посвящен наш последующий анализ.

4. ФОРСАЙТ-МОДЕЛИРОВАНИЕ АКТИВИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ

4.1 Разработка модели благоприятной институциональной среды развития бизнес-активности молодежи

Итак, для эффективного развития молодежного предпринимательства, первичным уровнем является уровень институциональной поддержки. Именно институциональная среда формирует предпринимательские возможности и является общегосударственным мотиватором для молодежного бизнеса. В этой связи актуализируется проблема «институционального выращивания молодежного предпринимательства». Данная проблема состоит из 4-х блоков.

Во-первых, какова аналитическая платформа для становления молодежного предпринимательства, т.е. выявление на основе аналитических исследований в стране реальных барьеров как в плане институциональных, так и стратовых, сугубо молодежных.

Во-вторых, исходя из институциональных барьеров, обоснование институтов и институций, необходимых для активизации молодежного предпринимательства.

В-третьих, практическая реализация институциональной поддержки молодежного предпринимательства и ее результативность.

В-четвертых, исходя из индустриально-инновационной траектории развития казахстанского бизнеса, на основе форсайт методологии, выявление оптимальной институциональной модели активизации молодежного предпринимательства.

Таким образом, первым шагом при выстраивании параметров благоприятного институционального ареала для активизации молодежного предпринимательства является выявление барьеров, как лимитирующих факторов. Такой анализ активизировался в последние 5 лет. На базе кабинетного анализа, полевых исследований, социологических опросов, проведенных ана-

литическими группами (под эгидой Фонда Сороса, НПП «Атамекен», НИЦ «Молодежь» и нашей группой) можно выделить следующие институциональные барьеры для становления молодежного предпринимательства в стране [193, с.52-54], [194, с.76-77], [116]. Их можно подразделить на две большие группы: внешние и внутренние барьеры.

К внешним барьерам относятся лимитирующие условия государственных институтов и институциональной среды; к внутренним – условия собственно лимитирующие молодежные возможности, исходя из их поведенческих и ментальных особенностей. К внешним барьерам относятся:

- низкая заинтересованность сотрудников государственных органов в эффективной работе государственных программ поддержки предпринимателей;

- административные барьеры;

- коррупция;

- низкая организация людей, заинтересованных в инвестировании в бизнес, отсутствие площадок, где бы сводились потенциальные инвесторы и предприниматели, нуждающиеся в инвестировании;

- недостаток в Казнете ресурсов по ведению бизнеса для казахоговорящей аудитории;

- обилие бюрократических процедур при подаче документов/получении помощи для развития предпринимательской деятельности;

- низкая компетентность сотрудников в консультационных учреждениях;

- ненадежность инвесторов/партнеров по бизнесу;

- ненацеленность системы образования Казахстана на возвращение специалистов способных открывать свое дело, продвижение в системе образования системы ценностей, направленных на работу по найму;

- со стороны предпринимателей не уделяется должного внимания развитию компетенции самого руководителя, сотрудников;

- отсутствие ярких имен, примеров успешного предпринимательского бизнеса, которые могли бы являться примером/стимулом образования/развития новых бизнесов и т.д.

К внутренним барьерам относятся:

- недостаточность знаний, нехватка информации о программах развития предпринимательства;
- личные барьеры: менталитет, страхи. Самым важным барьером по мнению респондентов, о котором говорили более 90% аудитории фокус групп, это – личностные сложности индивидуума. В частности, вопросы личной мотивации и умения работать усердно, не покладая рук не смотря на трудности;
- отсутствие знаний/навыков/опыта ведения предпринимательской деятельности;
- низкая инициативность, инертность предпринимателей в плане проявления стремлений, желаний, идей по улучшению бизнеса, стремление к самообучению.

Также, немаловажным барьером начала предпринимательской деятельности, респонденты назвали, то, что молодые люди испытывают очень завышенные ожидания от предпринимательской деятельности. Когда же они сталкиваются с реальностью, сопряжённой трудностями реализации предпринимательской деятельности, они разочаровываются и отпускают руки:

В рамках начала бизнес-проекта, стартапа, не у многих начинающих предпринимателей есть осознанность того, что необходимо работать над развитием данной бизнес идеи как минимум 2-3 года, а то и 5 лет, для того чтобы эта предпринимательская деятельность дала плоды.

Таким образом, исходя из наличия данных барьеров необходимо выстраивание адекватных институтов и институций, которые привели бы к их минимизации.

Какие же институты и институции в нашей стране призваны прямо или косвенно стимулировать молодежное предпринимательство, учитывая необходимость преодоления препятствий выявленных в нашем анализе ранее?

Особенностью этого стимулирования выступают наличие большого количества государственных программ поддержки молодежного предпринимательства. В частности, наиболее известны две программы - Программа развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы «Еңбек», одной из главных целей которой является поддержка безработной и самозанятой молодежи и, более целенаправлен-

ная, единая программа поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» [153], [195].

Рассмотрим, какие инструменты выделены в этих программах для целевого развития молодежного предпринимательства и насколько они адекватны современным реалиям и уровню молодежных компетенций. Основой стимулирования предпринимательства выступают финансовые и образовательные инструменты. В частности, это бизнес-обучение, предоставление бизнес-консультанта для начинающих предпринимателей, льготное кредитование (микрокредитование) и их гарантирование, предоставление государственных грантов для осуществления стартапов. В канонической реализации программ использование данных инструментов выглядит достаточно весомо. Так, в рамках проекта по обучению основ бизнеса «Бастау-бизнес» в параметрах Программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017-2021 годы, в 2017 году было обучено 15000 человек, из них -713 –молодые предприниматели; в течение полугода 2018 года - 3 134 человек – молодежь. Это составляет 24,8% всех обучающихся [195]. Для преодоления недостатка знаний у молодежи о бизнес процессах, предоставляется площадка посредством проекта «Бизнес – Советник» - краткосрочное обучение населения с предпринимательской инициативой и действующих предпринимателей по созданию собственного бизнеса, маркетингу, управлению человеческими ресурсами, юридическим основам ведения бизнеса, финансам. Программа обучения включает в себя следующие темы: введение в предпринимательство; психология предпринимательства; бизнес-план; маркетинговая деятельность; управление персоналом; финансы для предпринимателя; юридические аспекты предпринимательства; навыки использования информационно-коммуникационных технологий для ведения бизнеса.

Для минимизации образовательных проблем и активизации предпринимательских устремлений молодежи в последние годы активизировалась работа в рамках проекта «Жас кәсіпкер». Наиболее перспективные направления данного проекта:

- специально для молодых людей была значимо доработана действующая образовательная программа предпринимательства. В обновленном формате она действует с 2019 года в Националь-

ной палате предпринимателей «Атамекен», которая отвечает за реализацию образовательного проекта;

- предусмотрено индивидуальное сопровождение каждого стартапа бизнес-тренером через филиальную сеть НПП «Атамекен»;

- по направлению «Бастау» будет увеличено количество обучающейся сельской и мигрирующей в город молодежи;

- участникам программы, реализующим или планирующим реализовать бизнес-проекты, предоставляются микрокредиты, которые выдаются после прохождения курсов обучения основам предпринимательства, а это дает две дополнительные преференции : освобождение от условия создания новых рабочих мест и повышенный размер гарантии (85% от суммы микрокредита).

Следует отметить и попытки активизировать молодежное предпринимательство и реализации новых бизнес-идей. Так в рамках Государственной программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 - 2021 годы «Еңбек» было выделено 10 000 грантов. Для стимулирования инновационных научных идей 3 млрд. тенге было направлено на грантовое финансирование фундаментальных и прикладных исследований молодых казахстанских ученых. Помимо этого стимулируется и социальное поведение и причастность к формам социального бизнеса. Так, для студентам вузов дневной формы обучения предоставляются следующие виды социального студенческого кредита: кредитна 20 тысяч тенге за 20 часов деятельности; кредитна 50 тысяч тенге за 50 часов деятельности. Помимо этого студентам, занимающихся волонтерской деятельностью, на 30% была повышена стипендия [196, с. 290].

Исходя из этих данных, можно сделать вывод, что программы являются первичным побудительным мотивом, но сама практическая реализация не выглядит эффективной. В чем же причины невысокой прикладной эффективности государственных программ? На наш взгляд тому есть 4 причины:

- 1) Многозадачность государственных программ, их всеобъемлющий характер, потому нет четких ориентиров по получению результатов именно молодежного предпринимательства;

- 2) Слабые информационные сигналы от операторов программ об их настоящей значимости для молодежи. Так, в

частности, об этих программах слышали примерно от 7.8 % до 14,4 %, а принимают участие в них не более 3% (по данным НИЦ «Молодежь») [116].

3) Определенная инертность молодежи и предубеждение к государственным инициативам, связанная с общим институциональным дизайном в стране;

4) Слабые коммуникационные навыки на подготовительном уровне к предпринимательской деятельности (администрирование проектов, недостаточно высокий уровень профессиональных компетенций молодежи).

В связи с этим, уповать лишь на государственные программы не приходится. Потому для более результативного развития молодежного предпринимательства необходима и специальная, нацеленная исключительно на молодежь институциональная инфраструктура. Какова картина в данном ракурсе? С точки зрения активизации самоорганизации молодежи в стране функционирует 208 молодежных ресурсных центров, 936 молодежных организаций, 105 молодежных центров здоровья. Но взрывного эффекта пока они не дают. В информационном аспекте, для развития молодежного предпринимательства в рамках информативный и консультативный сайт на двух языках «Территория бизнеса для вашего развития» организована отдельная опция «Молодежный бизнес» [116]. Помимо этого, стратегическое значение приобретают институции поддержки стартапов. В этом плане огромное значение приобретают неправительственные организации. В частности, это ENACTUS – некоммерческая организация, представляющая собой сообщество лидеров бизнеса, студенчества и академических лидеров, использующих силу предпринимательства для преобразования жизни и формирования более устойчивого мира. Основная идея проекта ENACTUS заключается в объединении усилий студенческих, академических и бизнес-лидеров для развития предпринимательства, внедрения оригинальных идей, позволяющих повышать экономическую эффективность деятельности компаний и качество жизни людей, вовлечение молодежи в социально-экономическую жизнь. Представительства ENACTUS работают в 36 странах, в том

числе и Казахстане. В настоящее время насчитывается более 70 000 активных студентов ENACTUS. На данный момент в ENACTUS Kazakhstan состоят более 3000 активных студентов из 50 разных вузов со всего Казахстана, которые работают над 108 проектами. Работа в этом направлении позволяет со студенческой скамьи пытаться сформулировать и реализовать стартапы на международных условиях.

Частным свидетельством степени оптимальности данных организаций, да и всех институций является индекс прогресса молодежи – один из основных инструментов для измерения качества жизни молодежи. Индекс прогресса молодежи объединяет надежные и релевантные данные, для того чтобы дать оценку странам по основным потребностям и благополучию. Индекс позволяет увидеть четкую картину по благосостоянию молодежи и деятельности стран в таких областях, как образование, здравоохранение, жилищное строительство. Также «Индекс прогресса молодежи» позволяет странам обмениваться опытом и оценками. Казахстан в рейтинге ИПМ, как и большинство стран СНГ, занимает среднюю позицию, 63-е место (Армения (45), Грузия (46), Беларусь (51), Украина (60), Россия (65) [194].

Таким образом, в рамках активизации молодежного предпринимательства необходимы дополнительные институциональные усилия. Исходя из стратегического видения молодежного предпринимательства – создания сегмента инновационного молодежного бизнеса в стране необходимо максимальное приближение институциональной среды к параметрам эффективной предпринимательской экосистемы [197]. Главенствующим фактором динамики предпринимательской экосистемы является человеческий капитал. Потому наиболее важны инструменты его развития в стране. В первую очередь, это качественное системное образование, позволяющее части молодежи осознанно и профессионально приходить в бизнес-среду. К современным компонентам образования относятся умение использовать информационные ресурсы, заимствовать прогрессивные образовательные программы [198]. Потому в образовательных учреждениях рекомендуется создавать максимально

реалистичные к действительности предпринимательской среды условия, чтобы молодые люди смогли на более ранних этапах своего становления подготовиться морально и осознанно выбирать путь предпринимателя. Иметь возможность доступа к обучающим ресурсам и инструментам финансовой грамотности. Далее необходимо расширять все формы содействия молодежному бизнесу на стадии первоначальных шагов (менторство, наставничество). Тем более все ассоциации, фонды, объединения должны быть «на слуху» и в пределах информационной доступности. Огромной преградой для молодежного бизнеса являются слабые информационные инструменты, их неоднозначная стимулирующая роль для предпринимательских усилий. Потому необходима не только пропаганда предпринимательства в СМИ, но и четкое информирование о программах, проектах, успехах молодежного предпринимательства, тиражирование опыта, адекватных тренингов. Помимо этого, формирование в онлайн-режиме учебных бизнес-программ не только по бизнес-анализу частных актуальных проблем продвижения бизнеса (формирование твердых навыков), но и по вопросам коммуникационных связей, умению ведения переговоров, оценки выхода из стрессовых ситуаций в бизнесе (формирование мягких навыков). Определенным стержнем прямых и обратных связей в информационном обеспечении молодежного бизнеса должен стать специализированный портал аккумуляции всех программ, фондов, предпринимательских ассоциаций. Реальным бизнес-компонентом в институциональном механизме активизации молодежного бизнеса должны стать бизнес-инкубаторы для поддержки стартапов, создание венчурных фондов, активизации системы бизнес-ангелов. Несмотря на сложности развития бизнеса в современных условиях, все-таки продолжить усилия по максимальной активизации социального предпринимательства. Это дополнительные меры по условиям бизнеса для людей с особыми потребностями, к ним относятся расширение возможностей тренингов по частным видам бизнеса, дополнительные гарантии по кредитам, возможность получения денег от негосударственных фондов и организаций под гарантии государственных структур (в частности, фонда «Даму»).

Таковы основные шаги по институциональной модернизации процесса активизации молодежного предпринимательства в стране. Но помимо институциональных характеристик, не менее, а возможно и более важным, являются субъектные параметры молодежного предпринимательства. К ним относятся как вопросы формирования бизнес-компетенций у молодежи, исходя из современных реалий, так и возможности для ранней предпринимательской деятельности посредством становления предпринимательской экосистемы высшего учебного заведения. Именно эти аспекты будут исследованы в последующем анализе.

4.2 Разработка механизмов формирования бизнес-компетенций и мотивации молодежи к предпринимательской деятельности

Таким образом, исходя из институциональной системы активизации молодежного предпринимательства, можно резюмировать, что это важный компонент для его становления. Но помимо внешних – институциональных – условий успешного развития молодежного бизнеса, необходимо и формирование субъектных его оснований. К ним, в первую очередь, относится формирование бизнес-компетенций. В этой связи следует выделить следующие характеристики современных бизнес-компетенций.

Во-первых, определение традиционных компетенций, наличие которых позволяет формировать успешную предпринимательскую траекторию.

Во-вторых, определение современных компетенций, дополняющих традиционные.

Итак, предпринимательство, как и любой другой вид деятельности, требует специальных компетенций (навыков). Если исходить из парадигмы человеческого капитала, сформированной в середине прошлого века, в результате конкуренции молодых специалистов в корпоративном секторе, возникла проблема равных знаний и умений.

Таким образом, большинство, вступающих в рыночную

среду специалистов обладала практически равными «твердыми» навыками, т.е. знаниями по своей специализации, глубокими аналитическими методами достижения результата в своей нише, умениями предлагать варианты в узкоспециализированном сегменте своей профессии. Потому возникли дополнительные требования к молодым специалистам – наличие «мягких» навыков, т.е. умение выстраивать социальные коммуникации, эмпатия, способность находить выход в стрессовых ситуациях, договороспособность. Возможность совмещения твердых и мягких навыков считается оптимальным как при найме рабочей силы, так и успешного развития бизнеса. В условиях нашей страны формирование данных компетенций является базой для бизнес-активности, причем, если твердые навыки для молодого предпринимателя служат неоспоримым фактором эффективности в рамках выбранного бизнеса, то мягкие компетенции позволяют ему более эффективно реализовать первые в социальной среде.

Но, поскольку в рамках форсайт-методологии нам необходимо стратегическое видение возможностей активизации бизнеса, то актуализируется проблема детализации компетенций в меняющемся экономическом мире и их адекватная экстраполяция к сегодняшним реалиям отечественной экономики. Потому следует исследовать новый диапазон бизнес-компетенций. Ведь теория и практика бизнес-компетенций не органичивается подобной классификацией. Начало нового века предъявляет дополнительные требования к зарождающемуся предпринимательству. Так, множество определений компетенций можно структурировать следующим образом. Данная классификация только определения компетенций уже расширяет поле для исследования их качества и детализации (таблица 79).

Так фундаментальные твердые навыки дополняются новыми характеристиками, которые аккумулируются в когнитивных компетенциях. К ним необходимо отнести:

- формирование информационного мышления, т. е. навыки обработки информации (текстовый и математический режимы)
- навыки решения проблем на основе сформированного профессионального и логического алгоритма,
- способность к созданию новых идей.

Таблица 79 - Структурирование компетенций в современной литературе

Автор	Базовое содержание	Сфера применения
Iandoli L., Landström H., Raffa M [199]	«способности эффективно действовать в критической ситуации благодаря осознанию внешних ограничений и мобилизации своих связей и внутренних ресурсов»	Преимущественно сфера предпринимательства
Morris M.H., Shirokova G., Tsukanova T. [200]	«знания, навыки, установки, ценности и поведение, необходимые для успешного выполнения тех или иных операций или задач»	Уровень общей микроэкономики
Lerner M., Almor T. [201]	«Навыки и установки по производственным и управленческим вопросам, навыки стратегического планирования и использования организационных ресурсов»	Уровень макроуправления
Богатырева К., Широкова Г. [202]	«Навыки реализации возможностей и устранения препятствия для развития бизнеса»	Уровень организации бизнеса

В то же время усиливается значимость некогнитивных компетенций, особенно в формате становления бизнеса. Причем, некоторые исследователи в рамках производственной функции считают именно некогнитивные компетенции предпринимательскими способностями. Некогнитивные компетенции базируются на следующих качествах личности: сознательность, настойчивость, самоконтроль, доверие, самооценка, самоэффективность, устойчивость к сопротивлению, открытость к новому. Помимо врожденных качеств человека некогнитивные навыки также могут быть тренированными. Но базируются они на пяти личностных характеристиках:

- склонность к широким социальным контактам, т.е коммуникативность, общительность, концентрация внимания на внешних объектах – экстраверсия;

- доброжелательность (дружелюбие, способность достигать согласия);
- добросовестность (сознательность, включая ответственность, способность следовать намеченному плану, исполнительность);
- эмоциональная устойчивость (способность действовать рассудительно в стрессовых ситуациях);
- открытость новому опыту.

Эти личностные качества составляют современную основу для формирования предпринимательских навыков. Однако и их не следует переоценивать. Развитие когнитивных компетенций лежит в базе любой деятельности, в том числе и бизнесе. Ведь аналитические исследования последнего десятилетия свидетельствуют о положительной динамике между эффектами когнитивных способностей и экономическим ростом [203].

Таким образом, и когнитивные, и некогнитивные компетенции являются общими элементами современного качества человеческого капитала. Потому сейчас, исследуя систему компетенций, следует иметь в виду их сложную, взаимопроникающую структуру. И, вполне естественно, анализ идет в сторону аккумуляции навыков, т.е. формировании универсальных компетенций. Они включают коммуникации, аналитического мышления, кооперации, креативного действия, саморегуляции. т.п. В то же время зависимость между предметными когнитивными и чертами личности носит непрямой характер, потому требуются дополнительные усилия по развитию универсальных навыков 21 века. Ведь содержание современной экономической деятельности приводит к сокращению рутинных работ, в рамках которых человеку нужно постоянное выполнение базовых профессиональных компетенций. В этой связи, можно выделить увеличение категорий рабочих задач. Это не только рутинные ручные задачи и рутинные когнитивные задачи, но и работа с новой информацией, появление нерутинных ручных задач, и, самое главное, решение неструктурированных проблем.

В этой связи возникают вопросы измерения эффективности тех или иных компетенций в создании благоприятной предпринимательской среды, какие именно компетенции влияют на предпринимательскую активность?

В странах с развитой экономикой сложились для подхода к данной проблематике:

- доминирование когнитивных компетенций, их дальнейшее развитие с учетом неопределенности внешней среды. Причем, это развитие предлагает систему переобучения, Причем, это развитие предлагает систему переобучения, самообучения в рамках меняющегося рынка, т.е даже базовые твердые навыки требуют дополнительных развивающих усилий (преимущественно, Япония, Южная Корея);

- доминирование некогнитивных компетенций, что расширяет поле деятельности для бизнеса за счет роста социальных коммуникаций, качественной реконструкции личностных качеств индивида (преимущественно США, ЕС).

Итак, в рамках системных принципов анализа, мы выявили современный ареал общерыночных компетенций, из которых и складывается сегмент бизнес-компенций.. Причем, в зависимости от опыта и исторической траектории корпоративного сектора, в разных странах актуализируются те или иные бизнес-компетенции.

В условиях развивающейся рыночной среды вопросов к формированию бизнес-компетенций значительно больше.

Это, во-первых, условия созревания твердых компетенций для молодых предпринимателей и дальнейшее формирование современных когнитивных навыков.

Во-вторых, условия созревания мягких компетенций для молодых предпринимателей и дальнейшее формирование современных некогнитивных навыков.

В-третьих, реакция бизнес-компетенций на современные вызовы.

В-четвертых, отечественные инструменты формирования бизнес-компетенций и их границы.

Таким образом, если даже в развитой системе до сих пор не выявлены эффективные индикаторы тех или иных навыков, то в наших условиях мы можем исследовать сам процесс появления этих компетенций и их значимость в молодежном предпринимательстве [204].

Итак, формирование твердых компетенций для развития молодежного предпринимательства зачастую уходит на второй

план. Это мотивируется тем, что для становления бизнеса совсем необязательно быть узким специалистом, главное анализ рынка и др. Но все-таки, исходя из реалий, когда необходима постоянная технологическая модернизация бизнеса, четкое представление об изменениях категорий работ в рамках своего бизнеса, следует отметить, что обладание базовыми навыками необходимо и начинающему молодому предпринимателю. Это позволить ему выделить неструктурированные проблемы и диапазон креативных решений и креативного мышления будет аутентичен его бизнесу. В этой связи возникают проблемы качества современного отечественного образования в русле базовых навыков.

Отставание по технологическому периметру обучения в вузе, фрагментарное усвоение даже рутинных базовых навыков приводит к отсутствию долгосрочных бизнес-компетенций у молодого предпринимателя и размытому представлению о стратегии в данном сегменте рынка.

С формированием мягких и, далее спектра некогнитивных компетенций, ситуация на отечественном молодежном рынке выглядит более привлекательно. Само решение по организации бизнеса уже базируется на личностных качествах, причем, мы может отметить наличие у отечественных молодых предпринимателей изначально трех из пяти базовых личностных качеств. Это нацеленность во внешнюю среду, понимание своего статуса в этой среде, т.е. наличие экстраверсии. Помимо этого, большинство молодых предпринимателей ориентированы на коммуникации, т.е. способны достигать согласия, т.е. качества, которое в современных характеристиках называется доброжелательностью. И, наконец, отечественные молодые предприниматели обладают навыками эмоциональной устойчивости. Два из пяти личностных качеств в наших условиях требуют дополнительных усилий. Это и добросовестность, которая аккумулирует такие навыки, как ответственность, исполнительность, умение следовать намеченному плану. Помимо этого, не всегда молодой предприниматель открыт новому опыту. Потому и с современными некогнитивными навыками возникают дополнительные проблемы. У молодого предпринимателя в нашей стране слабо сформированы навыки самоэффективности, диверсифицирован-

ной устойчивости в операционном плане, высокую адаптивность в условиях социально-экономических изменений и вызовов.

Механизм формирования бизнес-компетенций и мотивации молодежи к предпринимательской деятельности должны включать 4 уровня институциональный макроуровень, региональный мезоуровень, микроуровень образовательных учреждений, индивидуальный уровень (рисунок 18).



Рисунок 18 - Механизм формирования бизнес-компетенций и мотивации молодежи к предпринимательской деятельности

В то же время активизация всех бизнес-компетенций в наших условиях лимитируется как объективными, как и субъективными обстоятельствами.

К объективным факторам относится общая неопределенность рыночной экономики, которая усилилась в последние годы в мировом масштабе, и, следовательно, тормозит и устойчивое формирование адекватных бизнес-компетенций. Эта неопределенность порождает не всегда устойчивые конструкции в плане корпоративного менеджмента, и всей экономической методологии.

Помимо общеаналитических проблем неопределенность приводит к быстрым изменениям в технологии, за которыми не успевают имеющиеся навыки всех субъектов рынка [205]. Для всего отечественного бизнеса это создает дополнительные риски, вследствие проблем с мобильностью, технологической неравномерностью и изъянами в образовательной практике. Одним из факторов снижения волатильности рынка является фактор платформ, которые также является объективным условием лимитирования в аспекте бизнес-компетенций для молодежного предпринимательства в нашей стране.

Широкое распространение экономики платформ как сегмента, снижающего волатильность и формирующего более широкий контент бизнеса, имеет двоякую природу. В одной стороны, развитие платформ создает новый сегмент экономики – «экономику совместного потребления» [206].

Это порождает принципиально новые отношения в сложившемся базисе: освобождение от форм координации в традиционных форматах бизнеса, непосредственное взаимодействие партнеров в рамках платформ, осуществление контроля посредством общедоступных индивидуальных отзывов, формирование на этой основе масштабного массива данных о динамике рынка. Их развитие характеризуется двумя противоположными выводами.

Первое представление о природе платформ базируется на непризнании самостоятельного структурного воздействия на экономическое поведение субъектов.

Второе, напротив, полагает революционную смену рыночных принципов хозяйствования и формирования новых альтруистических форм.

Несмотря на данные параметры анализа платформ, мы должны выделить вторую сторону их сущностного функциони-

рования. Это то, что платформы не только не снижают конкуренцию, а усиливают ее уже в других технологических рамках. И потому актуализируется проблема дополнительных бизнес-компетенций, таких, как общесоциальная креативность и навыки солидарных отношений в рамках востребованности новых социальных компетенций. Исходя из этого, возникает новый формат организации современного предпринимательства.

В условиях растущей конкуренции появляются новые характеристики фирм, такие как «предприимчивая организация» [207], «предприимчивый менеджер» [208], «предприимчивое поведение в организации» [209], «трансформационный человеческий капитал организации». Их стратегической задачей является инициирование общей модернизации процессов, продуктов, навыков, форм бизнеса каждым работником. А это требует расширения линейки универсальных компетенций не только для предпринимателей, но и для наемных работников.

Для отечественной среды развитие платформ действительно является сейчас лимитирующим фактором, несмотря на устойчиво растущий интерес к этому сегменту со стороны молодежного бизнеса. Это связано с отсутствием практики высокотехнологических индустрий в стране и, соответственно, наличием лагун в технологической структуре производства.

К субъективным факторам лимитирования относятся отсутствие правовой и информационной грамотности, тем самым минимизируются возможности использования законодательных инструментов для становления бизнеса. Чаще всего, это игнорирование и отсутствие детализации государственных инициатив для развития молодежного бизнеса. Помимо этого, в практике становления бизнеса искажается содержание мягких навыков: умение налаживать социальные коммуникации трансформируется в кумовство, nepoтизм, поддержку неправовыми методами. Эти ментальные особенности в стране тормозят не только формирование молодежного предпринимательства, но и уменьшают предпринимательские компетенции в современных условиях. Поэтому, помимо индивидуального стремления молодых людей к предпринимательской деятельности, следует выделить основные элементы механизма активизации бизнес-компетенций, как

важнейшего условия эффективности зарождающегося бизнеса. Исходя из предшествующего анализа, рассмотрим эти элементы:

1. Измерение твердых навыков молодежи должно быть сопоставительным. В частности, необходимы индикаторы, аналогичные CFA, Microsoft Certified Professional (MCP), которые являются эффективными корпоративными показателями для внешней среды. Это возможно при условии роста качества профессиональной подготовки, т.е., чтобы и вузы были ориентированы на растущую конкуренцию в своем секторе, эффективные институты поддержки молодежного бизнеса, открылось отечественной экономики для самостоятельной переподготовки молодого специалиста.

2. Для развития мягких компетенций важны высокий уровень социально-экономической безопасности, т.е. устойчивые правовые нормы для всех, минимизация коррупционных рисков, сокращение возможности для оппортунистического поведения экономических субъектов, помимо этого, нужна тренированность пяти базовых личностных качеств на основе наставничества, менторства.

3. Дополнение твердых навыков современными элементами, в сопокупности, образующих когнитивные компетенции требует широкой информационной поддержки, всеобщности платформенных технологий, т.е. всеобщей цифровизации экономики, чтобы была возможность поиска креативных решений, нахождения уникальных ниш в бизнесе; В этой связи, меняются требования к компетенциям в финансовом секторе. Центральной компетенции становится аналитика больших данных, что позволяет массовую персонализацию посредством использования интерфейса мобильных приложений, роста бесконтактных платежей и расширения продуктовой линейки [210, с.50.].

4. Формирование некогнитивных компетенций (базовые мягкие навыки плюс твердость характера, психологическая адаптивность в условиях социально-экономических вызовов) требует усиления дополнительного социально-личностного аспекта традиционного образования.

5. Формирование агентности как качества современного человеческого капитала, в котором и аккумулируются предпринимательские компетенции. Развитие агентности означает проак-

тивность, предприимчивость, активную самостоятельность. Следствием этого являются трансформация социальных и экономических структур, конструкция новых видов деятельности, редизайн традиционного формата рабочих мест, имплементация новых технологических решений в хозяйственную деятельность. Первым шагом в сторону формирования агентности как суммы предпринимательских навыков, в отечественных условиях является качественная модернизация образования, включающая предпринимательское образование.

4.3 Моделирование инновационно-предпринимательской экосистемы вуза как ключевого фактора развития молодежного предпринимательства

Моделирование инновационно-предпринимательской экосистемы вуза должно включать комплексную оценку факторов развития молодежного инновационного предпринимательства в университетской среде. Методическое обеспечение оценки влияния ключевых факторов на развитие молодежного предпринимательства в вузах должно включать три основных этапа.

Первый этап включает анализ и оценку эндогенных (внутренних) и экзогенных (внешних) детерминант развития молодежного предпринимательства во внешней среде (таблица 80). В качестве методического инструмента на данном этапе возможно использование модифицированного системного PESIT-анализа, в рамках которого исследуются политико-правовые (P), экономические (E), социальные (S), инфраструктурные и информационные (I), а также научно-технологические (T) факторы. Эти детерминанты характеризуют общие институциональные условия развития молодежного предпринимательства на макро- и микроуровнях.

Таблица 80 – Экзотенные факторы развития молодежного предпринимательства в вузовской среде

Среда	Факторы	Характеристика
Внешняя среда (макро и мезоуровень)	<p>Политико-правовые (Р)</p>	<p>- Наличие и степень разработанности нормативно-правовой базы, регулирующей частную собственность, предпринимательство (в том числе молодежное), рыночные трансакции, взаимоотношения рыночных контрагентов, а также производственно-хозяйственную, торгово-посредническую, финансовую, инвестиционную, бюджетно-налоговую деятельность;</p> <p>- Наличие и степень разработанности нормативно-правовой базы, регулирующей частную собственность, предпринимательство (в том числе молодежное), рыночные трансакции, взаимоотношения рыночных контрагентов, а также производственно-хозяйственную, торгово-посредническую, финансовую, инвестиционную, бюджетно-налоговую деятельность.</p>
	<p>Экономический (Е)</p>	<p>Параметры совокупного спроса и совокупного предложения, экономического роста, цикличности экономики, среднегодовые темпы инфляции, уровень занятости и безработицы, доходы и покупательную способность населения, характер рыночной конкуренции и уровень развития рынка, стабильность и развитость денежной и финансово-кредитной системы, инвестиционные климат и уровень процентных ставок, объем инвестиций и сбережений и т.д.</p>
	<p>Социальные (S)</p>	<p>- Численность и половозрастная структура населения, миграционные процессы, структура населения по доходам, социальному положению, образованию и т.д.;</p> <p>- Морально-этические правила нравственные нормы; исторические традиции и обычаи; национальные, расовые, религиозные особенности людей, обуславливающие модели их социального поведения и образа жизни</p>
	<p>Институциональный (I)</p>	<p>Наличие и развитость системы общественных и рыночных институтов, посредством которых осуществляются предпринимательская деятельность, рыночные трансакции и деловые взаимоотношения.</p>
	<p>Научно-технический, технологический (Т)</p>	<p>Уровень индустриального и научно-технического развития страны, наличие технологий и их применение, проведение НИОКР, уровень компьютеризации страны, доступ к Интернету и др.</p>

Второй этап - анализ факторов развития предпринимательской экосистемы в вузовской среде, характеризующие наличие в вузах условий и предпосылок для эффективной и непрерывной генерации бизнес-идей, построения и апробирования бизнес-моделей. Важнейшими элементами экосистемы молодежного предпринимательства в вузах являются системы бизнес-инкубирования и акселерации, а также институционализация предпринимательской культуры, включая в себя такие факторы, как предпринимательскую политику вуза (policy, P), предпринимательское образование (education, E), коммерциализируемую науку (science, S), технологические факторы (technologies, T), предпринимательскую инновационную инфраструктуру (infrastructure, I) и наличие устойчивых связей с научным, образовательным, бизнес-сообществами (networking, N). Иными словами, на данном этапе анализа может быть использована модифицированная форма PEST-анализа - PESTIN-анализ (аббревиатура из названий указанных факторов), представленная в таблице 81.

Третий этап – на основе результатов первого этапа, т.е. оценки факторов внешней и внутренней среды осуществляется построение профиля возможностей развития молодежного предпринимательства в вузе.

Четвертый этап – оценка стартового потенциала студенческих бизнес-команд.

Пятый этап – разработка стратегии развития молодежного предпринимательства в университете и дорожной карты развития предпринимательской экосистемы в вузе.

Моделирование инновационно-предпринимательской экосистемы вуза как открытой саморазвивающейся системы, обеспечивающая ускоренное устойчивое развитие молодежного предпринимательства в университетской среде должно основываться на понимании ее свойств и характере их изменений, к которым относятся: стратегическая направленность, сложность, целостность, самоорганизованность, синергичность, эмерджентность, саморазвитие.

Таблица 81 - Экзогенные факторы развития молодежного предпринимательства в вузовской среде

Среда	Факторы	Индикаторы фактора
1	2	3
Внутренняя среда университета (микроуровень)	<p>Политика вуза, ориентированная на развитие предпринимательства (Р)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Включение количества созданных студенческих предприятий в ключевые показатели деятельности (КРП) университета - Поддержка руководством университета предпринимательских инициатив студентов (проведение внутривузовских конкурсов стартап-проектов, выделение целевых грантов и т.д.); - Закрепление в стратегических и программных документах вуза политики, ориентированной на развитие предпринимательства
	<p>Предпринимательское образование (Е)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Включение специальных дисциплин по предпринимательству, бизнесу и стратегиям в учебные планы специальностей бакалавриата и магистратуры (таких, как Прикладной бизнес, Практическое предпринимательство, Стартапы, Технологическое предпринимательство и т.д.) - Проведение тренингов, обучающих семинаров, мастер-классов по предпринимательству и бизнесу, в том числе действующими успешными предпринимателями; - Функционирование вузе Школы молодого предпринимателя, Бизнес-школы, Бизнес-Академии и т.д.
	<p>Наука и технологии (ST)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - увеличение финансирования НИОКР, - количество спин-офф проектов (как коммерциализуемой составляющей фундаментальных проектов); - количество полученных патентов, авторских свидетельств и т.д.

Продолжение таблицы 81

1	2	3
	Инфраструктура и информация (I)	<ul style="list-style-type: none"> - наличие и уровень развития в вузе технопарковых структур (коворкинг-центров, бизнес-инкубаторов, бизнес-акселераторов, технопарков конструкторских бюро и т.д.); - наличие и уровень развития Центров (офисов) коммерциализации; - наличие единого информационного пространства для всех объектов предпринимательской инфраструктуры вуза; - эффективность и согласованность действий всех объектов предпринимательской инфраструктуры вуза
	Предпринимательские сети (N)	<ul style="list-style-type: none"> - сотрудничество с предпринимательскими структурами и сообществами; - сотрудничество с потенциальными инвесторами, бизнес-ангелами и венчурными фондами; - научные связи с научными организациями и др.

В состав предпринимательской экосистемы включают следующие элементы:

1) технические ресурсы (оборудование, основные материалы, программное обеспечение нематериальные активы и т.п.);

2) научно-технологические ресурсы (динамичность технологии, наличие конкурентноспособных идей, научные заделы и др.);

3) кадровые ресурсы (квалификационный, демографический состав преподавателей, их интеллектуальный, творческий потенциал);

4) материальные ресурсы (характер инкубационных помещений и аудиторный фонд, площадки для коммуникаций, возможности расширения площадей и др.);

5) ресурсы организационной структуры системы управления (характер и гибкость управляющей системы, скорость прохождения управляющих воздействий и т.п.);

6) информационные ресурсы (характер располагаемой информации о самой экосистеме и внешней среде, возможность ее расширения и повышения достоверности и т.п.);

7) финансовые ресурсы (возможность привлекать финансирование для реализации инновационных идей);

8) нематериальные ресурсы (положительное отношение к инновационному предпринимательству, престижность данного рода деятельности, наличие предпринимательского духа, креативность и творческий подход студентов к решению задач).

Предпринимательская экосистема вуза состоит из таких детерминант, как:

- политика университета, ориентированная на развитие предпринимательства и предпринимательской экосистемы;

- система непрерывного обучения предпринимательству; система информационной поддержки;

- система популяризации предпринимательства, формирования предпринимательской культуры и предпринимательских намерений у студентов;

- институциональная инфраструктура сопровождения студенческих стартапов;

- система мониторинга развития предпринимательской экосистемы университета (таблица 82).

Таблица 82 - Моделирование факторов и индикаторов развития предпринимательской экосистемы вуза

№	Детерминанта (фактор)	Индикаторов (показатели) фактора	Оценка от 1 до 5 (1-min, 5-max)					
			1	2	3	4	5	
1	2	3	4	5	6	7	8	
1	<p>1. Политика университета, ориентированная на развитие предпринимательства и поддержки предпринимательской экосистемы</p> <p>1.1 Поддержка студенческого предпринимательства со стороны руководства университета</p> <p>1.2 Включение количества созданных студенческих предприятий в КРІ университета</p> <p>1.3 Готовность руководства (проректора, декана или зав.кафедрой) к проведению нестандартных по формату мероприятий, нацеленных на развитие студенческого предпринимательства (хакатоны, мейкатоны, митапы и др.)</p> <p>1.4 Регулярное финансирование из бюджета университета развития студенческого предпринимательства</p> <p>1.5 Количество сотрудников университета, работающих на полную ставку, основное направление деятельности которых связано со студенческим предпринимательством</p> <p>1.6 Наличие структурного подразделения университета, ответственного за развитие студенческого предпринимательства</p> <p>1.7 Наличие детализированного плана развития студенческого предпринимательства на базе университета</p>	+	+	+	+	+	+	
			-	+	+	+	+	+
			-	1 чел.	2 чел.	3 чел.	4 и более чел.	+
			-	-	+	+	+	+
			-	-	+	+	+	+

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
2.	Система непрерывного обучения предпринимательству	<p>2.1 Внедрение курса «Предпринимательство» для одного или нескольких направлений обучения на уровне бакалавриата</p> <p>2.2 Внедрение курса «Предпринимательство» в виде факультатива открытого для студентов всех направлений обучения</p> <p>2.3 Возможность проведения курса «Предпринимательство» в межуниверситетском формате (в сетевом формате)</p> <p>2.4 Возможность проведения курса «Предпринимательство» для учащихся ближайших школ и колледжей или привлечения их на курс в университет</p> <p>2.5 Внедрение формата проектного обучения и возможность защиты дипломной работы на основе своего стартапа</p> <p>2.6 Наличие курирования студенческих стартапов в числе должностных обязанностей преподавателя курса «Предпринимательство» или сотрудника структурного подразделения университета либо реализация на базе структурного подразделения программ менторства и наставничества, реализуемых с помощью приглашенных предпринимателей</p> <p>2.7 Привлечение к преподаванию курса «Предпринимательство» действующих предпринимателей</p> <p>2.8 Загрузка презентаций стартапов, успешно прошедших итоговую защиту в рамках курса «Предпринимательство», на онлайн-платформу курса</p>	+	-	-	-	-
				+	+	+	+
			-	-	-	-	+
			-	-	+	+	+
			-	-	+	+	+
			-	-	+	+	+
			-	-	+	+	+
			-	-	+	+	+

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
		2.9 Создание магистерской программы по предпринимательству, в которую курс «Предпринимательство» внедрен как обязательный или базовый	-	-	-	+	
		2.10 Регулярное участие преподавателя курса «Предпринимательство» в программах повышения квалификации, связанных с предпринимательским образованием, а также участие в форумах и конференциях, посвященных предпринимательскому образованию	-	+	+	+	
		2.11 Наличие у преподавателя курса «Предпринимательство» практического предпринимательского опыта, опыта, опыта работы над собственным стартапом (самостоятельно, в роли сооснователя с внешними партнерами или со студентами, прошедшими курс)	-	-	+	+	
		2.12с Преподаватель курса «Предпринимательство» обладает квалификацией по привлечению внешнего финансирования для стартапа в различных институтах развития или различных государственных программах поддержки начинающих предпринимателей	-	-	-	+	
		2.13 Преподаватель курса «Предпринимательство» является сотрудником структурного подразделения университета, ответственного за развитие студенческого предпринимательства (бизнес-инкубатор, акселератор, центр предпринимательства и т.д.)			+	+	

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
3	Информационная поддержка, популяризация предпринимательства, формирование предпринимательской культуры и предпринимательских намерений у студентов	3.1 Количество мероприятий, в рамках которых популяризуется предпринимательство (бизнес-игры, тренинги, мастер-классы, встречи с успешными предпринимателями, хакатоны, митапы и др.) 3.2 Вовлечение студентов курса «Предпринимательство» в участие в наиболее крупных мероприятиях, проходящих в городе и посвященных теме предпринимательства и предпринимательского образования 3.3 Использование различных онлайн- и офлайн-каналов оповещения, общих для всех студентов университета для информирования их о наиболее крупных мероприятиях по теме предпринимательства 3.5 Наличие налаженного взаимодействия преподавателя кур-са «Предпринимательство» и операторов программ поддержки и развития предпринимательства на уровне региона или страны по поводу проведения на базе университета мероприятий по популяризации предпринимательства 3.6 Наличие отдельной открытой группы в соцсети для студентов университета, посвященной стартап-тематике 3.7 Регулярная (не реже одного раза в неделю) публикация анонсов профильных мероприятий или тематических материалов в группе в социальной сети, посвященной стартап-тематике	2-3 в год	4-5 в год	5-9 в год	10-15 в год	более 15 в год
			+	+	+	+	+
			-	+	+	+	+
			-	-	+	+	+
			-	-	+	+	+
			-	-	+	+	+

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
		3.8 Ежегодное проведение одной лекции для всех студентов первого курса с целью ознакомления с возможностями для студенческого предпринимательства в университете	-	-	+	+	+
		3.9 Публикация не менее двух в год историй успеха выпускников курса «Предпринимательство» в группах университета или факультета в социальных сетях	-	-	+	+	+
		3.10 Проведение совместных мероприятий по предпринимательской тематике с университетами, с которыми заключено соглашение о сотрудничестве или о сетевом взаимодействии, в целях формирования междууниверситетских команд для реализации стартапов	-	-	-	+	+
		3.11 Проведение совместных мероприятий по предпринимательской тематике с ближайшими школами или колледжами, в целях вовлечения школьников старших курсов в студенческие стартапы	-	-	-	+	+
		3.12 Количество участников мероприятий, посвященных предпринимательству и проходящих за год в университете, которые не являются студентами (предприниматели, представители инфраструктуры, инвесторы, журналисты и т.д.)	10-20 чел.	20-50 чел.	50-100 чел.	100-200 чел.	Более 200 чел.
		3.13 Количество внешних организаций (партнеров), которые ежегодно выступают партнерами и спонсорами одного или нескольких мероприятий по теме студенческого предпринимательства, проходящих на базе университета	-	-	1-3	3-5	-

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
		3.14 Количество студентов-подписчиков открытой группы в соцсетях, посвященной стартап-тематике	До 50 чел.	50-100 чел	Более 100	Более 200 чел.	Более 500 чел.
4	Институциональная инфраструктура сопровождения студенческих стартапов	4.1 Наличие у студентов возможности получить консультацию у преподавателя курса «Предпринимательство» по поводу развития своего стартапа после окончания обучения на курсе 4.2 Заполнение студентами курса «Предпринимательство» по окончании курса заявки в акселераторы по своим проектам 4.3 Доступность университетской инфраструктуры для студенческих стартап-команд 4.4 Количество проектов, попавших в бизнес-инкубатор или технопарк 4.5 Курирование студенческих стартапов после окончания курса «Предпринимательство» со стороны преподавателя курса или сотрудника структурного подразделения, ответственного за развитие студенческого предпринимательства 4.6 Количество проектов, выигравших грант/получивших инвестиции 4.7 Наличие структурного подразделения университета, ответственного за развитие студенческого предпринимательства (Центр молодежного предпринимательства, Бизнес-академия, бизнес-инкубатор, технопарк и т.д.)	+	+	+	+	+
			-	+	+	+	+
			+	+	+	+	+
			-	1-2	2-5	Более 5	Более 10
			-	-	+	+	+
			-	-	-	1-5	более 5
			-	-	+	+	+

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
		4.8 Наличие в университете пространства, где студенты могут самостоятельно собираться и совместно работать над своими стартапами за рамками формального учебного процесса	-	-	+	+	+
		4.9 Наличие постоянно действующей офлайн-площадки в университете на базе структурного подразделения университета, ответственного за развитие студенческого предпринимательства (бизнес-инкубатор, коворкинг и т.д.), где студенты могут совместно работать над своими стартапами и получить доступ к офисному оборудованию (принтер, сканер и др.)	-	-		+	+
		4.10 Наличие в университете офлайн-площадки, предоставляющей возможность прототипирования продуктов (центр прототипирования, фаблаб, и т.д.)	-	-	-	-	+
5	Мониторинг предпринимательской экосистемы университета	5.1 Определение точного количества студентов и стартапов, прошедших защиту в рамках финального занятия курса «Предпринимательство»	+	+	+	+	+
		5.2 Регулярный мониторинг состояния стартапов, запущенных в рамках курса «Предпринимательство»	-	+	+	+	+
		5.3 Сбор информации и оформление историй успеха — историй развития стартапов, запущенных в рамках курса «Предпринимательство» и достигших заметных коммерческих успехов	-	-	+	+	+
		5.4 Мониторинг всех студентов первого и последнего курса на предмет наличия интереса к предпринимательству	-	-	-	+	+

Продолжение таблицы 82

1	2	3	4	5	6	7	8
		5.5 Отслеживание (трекинг) участия студентов в различных мероприятиях и курсах, связанных с предпринимательством, в течение их обучения в университете	-	-	-	+	+
		5.6 Участие университета в республиканских или международных исследованиях предпринимательской активности студентов	-	-	-	-	+
		5.7 Регулярный (два раза в год) мониторинг наиболее актуальных проблем и задач, стоящих перед руководителями стартапов, запущенных в рамках курса «Предпринимательство»	-	-	-	-	+
		5.8 Регулярная (один раз в год или в два года) оценка эффективности предпринимательской экосистемы (измерение корреляции между участием студентов в различных курсах или мероприятиях по теме предпринимательства и различными параметрами, характеризующими предпринимательскую активность студентов) с целью публикации результатов в виде научных статей	-	-	-	-	+

Примечание – Составлено по источникам [212], [213]

Каждому из этих факторов соответствует определенная система индикаторов (показателей), на основании которых можно произвести оценку уровня развития предпринимательской экосистемы вуза (таблица 82) на основе подхода, предложенных рядом авторов [211-213].

Степень развития предпринимательской экосистемы вуза можно разделить на 5 уровней, где первый – самый низкий, начальный, а пятый — самый высокий. На основе ранжирования индикаторов согласно таблице 1 оценить средневзвешенный усредненный показатель степени развития предпринимательской экосистемы вуза. Каждому уровню соответствует свой набор значений показателей предпринимательской экосистемы университета и свои характеристики. Данный перечень качественных и количественных показателей, с помощью которых можно оценить уровень развития предпринимательской экосистемы в вузе, позволит моделировать в необходимом направлении предпринимательскую экосистему вуза с выявлением и приоритезацией областей для улучшения.

4.4 Разработка модели бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования в вузах как инструмента усиления связи «S2B» (Science-to-Business)

Итак, процесс формирования экосистемы вуза не только актуализирует проблему выстраивания уже в вузе предпринимательских компетенций посредством системы предпринимательского образования, но и трансформирует систему взаимоотношений университетов и реальной экономики. В частности, это относится к усилению связи «наука в бизнесе» - «S2B» (Science-to-Business). Сердцевиной этих отношений является инновационный характер современного хозяйства и те радикальные метаморфозы, прошедшие со всеми субъектами. Так, растущее предложение новых идей для бизнеса, рост разработок ученых, напрямую связан с высоким спросом на знания со стороны предпринимателей. Отсюда основной концепт инновационной экономики: чем более

структурированы отношения между вузами, как производителями нового знания, и бизнес-системы как потребителя идей, тем более динамична и продуктивна национальная инновационная система. Помимо этого особую роль в этих процессах, в модели «наука в бизнес» начинает играть студент как интегратор научного, экономического, социального капитала. Выполнение этой интеграционной функции в рамках траектории S2B приводит к следующим мультипликационным эффектам: расширению воспроизводства научного и экономического конвергенционного эффекта, роста инновационного потока, генерируемого бизнес-инкубаторами университета для развития регионального бизнеса. Поэтому проблема функционирования инновационной инфраструктуры университетов становится прикладной задачей в академической среде. Аккумулируя деятельность данной инфраструктуры, можно выделить ее основные направления. К ним относятся:

- становление системы предпринимательского образования, причем, формирование теоретических и практических знаний о предпринимательстве не только у студентов, но и у преподавателей;

- формирование в академической среде научных проектов о предпринимательстве и вовлечение в них студентов;

- формирование у преподавателей университета навыков менторств для студенческих бизнес-команд и оказание консалтинговых услуг внешним потребителям;

- формирование в университете инновационной инфраструктуры, включающей в себя бизнес-инкубаторы, центры предпринимательства и др.;

- формирование предпринимательских сетей и сообществ;

- формирование политики вуза, ориентированной на развитие предпринимательства;

- взаимодействие с бизнесом, властью и венчурной индустрией;

- организация конференций, конкурсов бизнес-планов, клубных мероприятий для усиления предпринимательских намерений студентов.

Все эти направления инфраструктуры вуза обуславливают параметры современного университета как инновационно-

ориентированного источника как технологического, так и предпринимательского прогресса [214]. Это проявляется в современных функциях университета:

- 1) основная - образовательная;
- 2) эндогенная инновационная – это формирование новых компаний на основе университетских разработок в рамках НИ-ОКР, университетских spin-off компаний и инкубаторов;
- 3) экзогенная инновационная - формирование выхода на высокотехнологичные компании (кластеры, технопарки и т.д.) и развитие сетевого пространства вне университетского поля.

Важнейшее значение для развития предпринимательских усилий имеют университетские spin-off компании и университетские инкубаторы. «Спин-офф» компания означает, что новая компания возникает из материнской. Какие же модели предпринимательства возникают на базе взаимодействия университетов и других акторов?

На практике существуют три модели:

- классический спин-офф, т.е. создание бизнеса учеными университета на основе результатов своих разработок;
- гибридный вариант, т.е. создание бизнеса в результате альянса между учеными и предпринимательскими структурами;
- предпринимательский вариант - создание нового инновационного бизнеса на базе ресурсов предпринимателя, который нанимает специалистов университета.

Именно в этой связи возникает зависимость спин-офф компаний с материнской структурой, которой выступают университетские инкубаторы. Поэтому именно их природа, стандартные этапы деятельности, организационные варианты требуют более детального анализа. Итак, целью университетских инкубаторов является стимулирование венчурных предприятий среди студентов и сотрудников университета [215, с. 166].

Таким образом, процесс бизнес-инкубирования является организационно-прикладной базой развития предпринимательских навыков в вузе (таблица 83). Именно этот процесс объединяет воедино бизнес-активность преподавателей и студентов, создает условия для выхода коммерчески выгодных проектов вовне, в региональную экономическую среду.

Таблица 83 - Характеристика бизнес-инкубирования

Авторы	Определение бизнес-инкубирования
С.Г. Карабашев [216]	«под инкубированием понимается совместная деятельность разработчиков и управляющих, нацеленная на создание компании (юридического лица) владеющей необходимыми активами (объектами инфраструктуры и сопутствующей документацией, производственными, технологическими и кадровыми возможностями) и ресурсами (финансовыми и материальными), необходимыми для производства и продажи продукции (услуг) на базе имеющейся разработки»
Н. Etzkowitz, L. Leydesdorff [217]	бизнес-инкубатор является гибридной организацией со множеством функций, объединяющей задачи университета по обучению, научным исследованиям и экономическому развитию.
UBI Global [218]	бизнес-инкубатор управляется университетом или входит в структуру университета, его основные цели — развитие предпринимательства и поддержка малых предприятий на ранних стадиях через систематический средне- и долгосрочный процесс, в рамках которого резиденты получают в свое распоряжение необходимые им услуги и инфраструктуру

Рассмотрим более детально функционирование бизнес-инкубатора. Какова же общая модель деятельности бизнес-инкубатора? Наиболее распространенной формой деятельности является бизнес-инкубирование по принципу «инновационной воронки», предложенной С. Уилрайтом (S.C. Wheelwright) и К. Кларком (K.V. Clark) [219].

Данная модель базируется на двух инновационно-активных процессах:

Во-первых, это процесс расширения «входа воронки» - это процесс высокого уровня вовлеченности студентов в предпринимательство и «сеяние семян» будущих бизнесов.

Во-вторых, это процесс «сужения горловины» это процесс отбора наиболее эффективных и потенциально выгодных проектов «выращивание ростков».

Для решения этих обеих задач университету необходимо формирование предпринимательского мышления и информировать о наличии бизнес-инкубатора. Помимо этого, необходимо иметь экспертное сообщество для скрининга идей проектов и обучение первичным предпринимательским навыкам, в частности, бизнес-планированию. Только тогда можно и расширить «вход воронки», и сузить «горловину».

Процесс бизнес-инкубирования является организационно-прикладной базой развития предпринимательских навыков в вузе. Именно этот процесс объединяет воедино бизнес-активность преподавателей и студентов, создает условия для выхода коммерчески выгодных проектов вовне. Деятельность студенческого бизнес-инкубатора состоит из двух этапов (таблица 84). На первом этапе происходит выбор идей, имеющих коммерческий потенциал, селекция проектов (инновационные и традиционные) путем повышения предпринимательской квалификации и бизнес-презентаций проектов, консалтинговое обучение принципам бизнес-планирования. На втором - защита бизнес-плана перед экспертами и инвесторами в университете, его доработка, подготовка заявок для участия в конкурсах молодежных бизнес-проектов с целью получения внешнего финансирования, учреждение фирмы и развитие бизнеса.

Таким образом, бизнес-инкубирование встроено в структуру инновационной системы. Причем, в развитых странах становление и дальнейшее развитие национальной инновационной системы прямо связывают с университетами как источником новых инновационных проектов, способствующих развитию региона [221]. Потому закономерно рассмотрение бизнес-инкубаторов как элемента инновационной структуры университета. С этой точки зрения можно выделить три организационные модели бизнес-инкубирования: функциональную, процессную, ценностно-ориентированную [220]. Функциональная модель напрямую связана с профессиональной деятельностью университета. Бизнес-инкубатор встроен в новаторские процессы университета посредством кадрового донорства и обмена идеями и проектами.

Таблица 84 - Основные этапы деятельности студенческого бизнес-инкубатора

Этапы	Параметры деятельности	Основные проблемы	Результаты
Подготовительный	Выбор идей, имеющих коммерческий потенциал; Селекция проектов (инновационные и традиционные) путем повышения предпринимательской квалификации и бизнес-презентаций проектов; Консалтинговое обучение принципам бизнес-планирования.	Политика свободного входа, приводящая к высокой трудозатратности экспертного сообщества и неэффективности большинства проектов из-за их профессиональной и коммерческой недоработки.	Политика более жесткого отбора идей, формирование студенческих бизнес-групп. Рост эффективности в режиме «сужения горловины».
Формирование студенческого бизнеса	Защита бизнес-плана перед экспертами и инвесторами в университете, его доработка; Подготовка заявок для участия в конкурсах молодежных бизнес-проектов с целью получения внешнего финансирования. Учреждение фирмы и развитие бизнеса.	Неконкурентоспособность студенческих бизнес-проектов вследствие слабого анализа рынка и ошибок в бизнес-планировании; Низкий уровень инновационности; Низкий уровень коммерческих выгод	Создание центров предпринимательства в университете для информационных прорывов, организации деловых мероприятий, позволяющих генерировать инновационные прикладные идеи и проекты. Ужесточение процедур отбора, посредством консалтинга. Канализирование проектов для внешнего финансирования: проекты для университета, проекты неинновационные для внешней среды, инновационные проекты, социальные проекты.
Примечание – Составлено по источнику [220], [221]			

Главное значение имеют проекты бизнес-инкубатора, которые связаны с коммерциализацией интеллектуальной собственности самого университета. На уровне внешней среды, бизнес-инкубатор выступает как создатель бизнес-процессов для реализации новых образовательных услуг.

При процессной модели бизнес-инкубирования особое внимание уделяется организации бизнес-процесса. Наиболее результативным вариантом создания управляющего бизнес-процесса является формирование молодежного сообщества. Вокруг этого и строится вся процессная работа. Ведь бизнес-инкубатор рассматривается с трех нижеследующих позиций.

1) Диверсификационная установка – бизнес-инкубатор формируется как объединение студентов вне зависимости от базовой специализации, предпринимательские намерения развиваются в рамках межфакультетского объединения:

2) Конвергенционная установка – бизнес-инкубатор функционирует в горизонтально-ориентированном пространстве, где поддерживаются отношения между студентами и профессорско-преподавательским составом, между самими студентами для развития инновационных навыков, прикладных идей:

3) Динамическая установка – бизнес-инкубатор нацелен на непрерывность развития предпринимательских навыков, начиная с младших курсов и далее. Для этого происходит постоянный кадровый обмен, поиск новых участников.

Аккумулируя эти установки, реализация бизнес-инкубатора проходит посредством взаимосвязанных процессов. Первоначальным процессом является организация генерирования, отбора и экспертизы идей, представленных студентами. Он реализуется в различных формах: конкурсы инновационных идей, клубное общение, встречи с кураторами. Результатом этого процесса является формирование команды проекта и определение его куратора.

Следующим элементом процессного подхода является организация качественного управления проектами посредством кураторства. Наиболее эффективной формой общения является «инновационное кафе». Отличием функционирования данного формата является не только тренинги, а, напротив, деловое об-

суждение и детализация существующих проектов. Результатом этого процесса является поэтапная проработка проекта для его реализации в целом и общая экспертиза новых идей.

Дальнейшее продвижение бизнес-инкубатора связано процессом «упаковки» проекта. Это означает кристаллизацию проекта в процесс создания бизнеса, посредством создания бизнес-модели в рамках реального бизнес-плана. Этот процесс рыночного оформления представляет собой процессы управления маркетингом, финансами и реализацией. В практическом аспекте это означает анализ предполагаемого рынка, выбор маркетинговых задач, брендинг компании, выбор дизайна продукта, выбор финансовых моделей коммерциализации проекта. Результат этих процессов, как правило, осуществляется посредством сети аутосорсинговых компаний, также созданных студентами и преподавателями. И на заключительном этапе бизнес-инкубирования происходит выход проекта в стадию коммуникаций с внешними инвесторами. Это протекает в рамках процесса пиар-кампании, информационной поддержки со стороны университета для взаимодействия с инвестиционным бизнес-сообществом. Следует отметить, что все элементы процессного подхода пронизывает качественно организованный процесс движения информационных потоков через социальные сети и интерактивную базу данных о субъектах, объектах инновационных проектов и их продвижении.

Особенности ценностно-ориентированной модели бизнес-инкубирования заключаются в следующих положениях. Основной задачей при данном анализе является поиск центров прибыльности в рамках бизнес-инкубирования. Исходя из базовой миссии университета как образовательного учреждения, основным источником его доходов являются качество его образовательных услуг. В этом аспекте, результативная деятельность бизнес-инкубатора как динамичного подразделения университета, повышает стоимость его бренда, через систему рейтинговых оценок. А это, в свою очередь, приводит к росту количества обучающихся. Помимо этого, дополнительную ценность бизнес-инкубирования придают сами малые инновационные предприятия, а также сеть консалтинговые и пиар-агентства, обслужи-

вающие их на стадии уже начального роста компании, т.е. при переходе к стадии продаж. Это, в свою очередь, способствует росту заказных научно-исследовательских работ и выступает как еще один центр прибыли бизнес-инкубатора.

Таким образом, бизнес-инкубатор является прикладным аккумулятором как предпринимательских намерений, так и механизмом первичного молодежного бизнеса.

Наряду с бизнес-инкубированием университеты для изменения силы предпринимательских способностей и расширения ареала своей профессиональной деятельности занимаются и процессом стартап-акселерирования. Стартап-акселерирование – это динамичная форма поддержки малого инновационного бизнеса, крайне необходимая для становления молодежного бизнеса. Ведь вопрос ускорения продвижения проекта на ранней стадии выхода на рынок является наиболее болезненным. Потому так важна акселерация: в кратчайшие сроки получить экспертную помощь по маркетинговым, юридическим, вопросам, вопросам активной монетизации проекта от фирмы акселератора с получением затем доли в компании студенческого стартап-проекта. В рамках акселерирования студенческие бизнес-команды как резиденты получают не только финансовую, но и менторскую помощь. Менторами выступают как сотрудники университета, так и внешние партнеры студенческого стартап-проекта – предприниматели и бизнес-консультанты. Примечателен формат обучения: он носит индивидуальный характер.

В процессе обучения продвижение проекта ориентируется на расчет экономических выгод проекта, способы его быстрой монетизации, развитие своего продукта с технологической позиции, модернизацию дизайна, т.е. внешнего вида, эргономики и интерфейса будущего продукта.

Для стартапов, находящихся в переходном состоянии, желающих ускорить продвижение, но не готов подавать заявку в акселератор, есть формат преакселерации. Своеобразие преакселерации заключается в следующем: стартапы в данном формате уточняют для себя требования акселератора и направление своего бизнеса, насколько оно результативно. Для самих акселераторов – он позволяет отбирать в акселератор только самые

сильные проекты. Преакселерация проходит в режиме питч-сессий (партнеры акселератора указывают в рамках первой сессии на проблемы проекты и дают время на их устранение, для тех команд, которые в рамках второй сессий питч улучшают свои бизнес-параметры, есть возможность попасть в набор акселератора). Еще более компактный вариант для улучшения своих позиций – это «стартап-уикенд». В этом формате возможно в течение двух дней озвучить свою идею или базисные элементы проекта, чтобы презентовать их членам жюри.

Таким, образом, процесс включения молодежи в предпринимательскую деятельность имеет различные формы и форматы. Мы видим, что университетская среда в этом аспекте имеет огромное как теоретическое, так и практическое значение:

- С позиций стратегического развития университеты формируют инновационное мышление у студентов, что приводит к двум взаимовыгодным эффектам – рост инновационных идей в среде сотрудников университета, соответственно, рост интеллектуального капитала университета как базы для коммерциализации результатов труда. И на этой основе вырастает стремление студентам к предпринимательской деятельности, активизации силы предпринимательских намерений.

- Чем более инновационно открыта среда университета, тем более она стимулирует формирование студенческих бизнес-сообществ, формирование студенческих стартапов и, соответственно, стимулирует формирование бизнес-инфраструктурных элементов университета.

- Формирование бизнес-инкубатора в университете конвергирует организационные, пространственные, коммерческие элементы активизации и готовности к свободной предпринимательской деятельности студенческих стартапов и усиливает силу бренда своего университета.

Поиск внешних партнеров для продвижения финансирования своего проекта также начинается с активизацией усилий университета в рамках стартап-акселерирования, причем на стадии менторства, подготовки и конечной экспертизе проектов.

В отечественной экономике данные процессы находятся в зародышевом состоянии. Тому есть ряд причин:

- отсутствие опыта предпринимательского образования;
- отсутствие практики коммерциализации идей и проектов, созданных сотрудниками университета;
- нечеткое представление о методике формирования бизнес-ориентирующих практик в процессе обучения;
- слабые связи университетов с предпринимательским сектором, слабая заинтересованность венчурных фондов в экспертизе студенческих бизнес-идей.

Каковы же первые шаги в данном направлении, есть ли позитивная, хотя бы фрагментарная практика?

Можно отметить следующие элементы формирования процессов создания бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования:

Во-первых, главным инициатором бизнес-активизации является государство. Оно создает стимулирующие институты для расширения предпринимательских навыков в вузовской среде. Это центры регионального предпринимательства и инноваций, законодательное преобразование части университетов в статус научно-исследовательских для повышения инновационной активности.

Во-вторых, в рамках предпринимательских стратегий стимулируется создание инновационных структур в рамках университетов. В частности, в ведущих вузах открываются Стартап-академии, Бизнес-инкубаторы, Центры предпринимательства, небольшие посевные фонды.

В-третьих, для активизации и дальнейшего продвижения студенческих инновационных IT-стартапов государством инициировано формирование национального IT-акселератора – Astana Hub.

В-четвертых, структурированы форматы успешных вузовских бизнес-инкубаторов для расширения информационной поддержки таких проектов и понимания общих проблем в отечественной среде.

Стратегически возможный контур процессов бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования как направлений активизации молодежного предпринимательства в нашей стране будет рассмотрен в итоговой части исследования, в которой бу-

дут выстроены реальные возможности результативного молодежного бизнеса в рамках дорожной карты молодежного предпринимательства.

4.5 Разработка Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030 года

Как показал предшествующий анализ, молодежное предпринимательство и его развитие актуализирует ряд проблем, поскольку представляет собой особую структуру, как бизнеса, так и отдельный срез общественных отношений. Для перехода к прикладной стратегии его развития в Казахстане в виде дорожной карты, следует артикулировать предварительные выводы.

Итак, экономика в современных условиях не является гомогенной и потому есть принципиальные отличия в ее направлениях. Молодежное предпринимательство охватывает лишь часть общества по возрастному принципу, но именно оно в силу специфики молодежи способно к созданию уникальных форматов бизнеса. В то же время, молодежное предпринимательство в рамках стадий своего становления неустойчиво, поскольку оно быстрее реагирует на кризисные явления и менее защищено от рисков. Если сравнивать с другими видами бизнеса, молодежное предпринимательство носит более «текущий» характер и в большей степени зависит от внешних факторов. В частности, на первоначальном этапе ему в большей степени нужна и финансовая и информационная поддержка. Но в условиях отечественной среды, заинтересованность молодых людей в этих стимуляторах проявляется недостаточно активно. Информация о государственных программах поддержки молодежного предпринимательства (например, в рамках государственных программ – развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 – 2021 годы «Еңбек» [155], поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2020» [153]) инициирует предпринимательские намерения крайне мало. Это связано как с перегруженностью задачами этих программ, так и инфантилизмом части молодежи.

Помимо этого, следует иметь в виду общее технологическое отставание экономического базиса и потому фрагментарный характер качественных инноваций, способных конкурировать на мировом уровне. Исходя из этого, механизм активизации молодежного предпринимательства в большей степени носит эволюционный характер. Причем, эволюционирование предполагает трехуровневую модель.

Первое – формирование институциональных форм исключительно для молодежного предпринимательства. Безусловно, общий институциональный формат бизнеса является основополагающим и для молодежного предпринимательства. Но необходимы специфические рычаги, воздействующие исключительно на сферу молодежного предпринимательства. Это – отдельная программа, нацеленная исключительно на потенциал молодежного предпринимательства, отдельные финансовые рычаги для молодежного бизнес-строительства, сквозное информационное сопровождение молодежных бизнес-инициатив, нацеленных не просто на общие молодежные проблемы и сокращение молодежной безработицы, а постоянное информирование о параметрах молодежного предпринимательства как стратегически результативного сегмента экономики. Помимо этого, не стоит исключать участие молодежи в международных бизнес-программах. Напротив, включенность молодежных предпринимательских организаций в масштабные программы содействия молодежным форматам бизнеса в рамках программ ЕС, мировых образовательных ассоциаций и др. приводит к двум принципиальным результатам. Это формирует практический алгоритм по становлению предпринимательских форм и способствует стратегическим намерениям в части понимания и первичных шагов по формированию качественной предпринимательской экосистемы, роста индикаторов и общей позиции в ГИП (Глобальном индексе предпринимательства) и ИПМ (Индексе Прогресса Молодежи).

Вторым компонентом в модели активизации молодежного предпринимательства, является механизм субъектной активизации. По данному направлению, основное внимание уделяется латентным факторам молодежного предпринимательства – фор-

мирование предпринимательской субъектности молодого человека. В этой связи, первым элементом является формирование бизнес-компетенций молодого человека, его личностная и профессиональная способность к предпринимательской деятельности. Структурирование бизнес-компетенций, поиск путей их тренированности, достижение баланса между когнитивными и некогнитивными навыками, это задачи и отдельного человека и институционально-образовательной среды в обществе. Проверка когнитивных навыков через систему общепринятых мировых тестов, постоянное саморазвитие для реализации личностных качеств - это необходимый уровень для становления бизнес-компетенций. Для развития силы предпринимательских намерений, видимого уровня бизнес-компетенций, важнейшим регулятором является вузовская среда, а именно формирование второго элемента субъектной активизации – становление предпринимательской экосистемы университетов. Формирование предпринимательского духа в рамках вузовского образования, является не просто данью современным реалиям, оно имеет мощное мотивационное значение для всех участников системы высшего образования. Во-первых, включение в общий академический ареал принципов предпринимательского образования создает систему оценки интеллектуального капитала университета. Сам профессорско-преподавательский корпус университета начинает коммерчески оценивать свои собственные идеи, проекты. Во-вторых, всеобщность преподавания дисциплин предпринимательского формата позволяет студентам всех направлений обучения измерить свои предпринимательские намерения, понять рыночный механизм использования своих академических профессиональных знаний в прикладном бизнес-формате. В-третьих, активизация общей экосистемы вуза, позволяет динамизировать организационные процессы, информационные возможности и создавать малые инновационные компании, что приводит к формированию третьей составляющей активизации молодежного предпринимательства – развитию инновационных начал в системе «образование-бизнес» формированию процессов бизнес-инкубирования и стартап- акселерирования.

Эти процессы диверсифицируют процессы предпринимательской экосистемы вуза посредством формирования бизнес-инкубатора и инициации студенческих инновационных проектов. С помощью бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования происходит процесс реального продвижения проекта с включением и внешних источников финансирования, и прохождения через систему отборов проектов, выявляющих их жизнеспособность.

Таким образом, механизм активизации молодежного предпринимательства предстает как механизм преимущественно инновационного развития. И это является центральным основанием для его стратегической оценки. Исходя из форсайт методологии для конкретизации общих координат развития молодежного предпринимательства, необходимо с учетом всех взаимопроникающих шагов сформировать поисковую карту молодежного предпринимательства и на ее основе представить апробационную нормативную дорожную карту. Итак, поисковая дорожная карта развития и активизации молодежного предпринимательства выглядит следующим образом:

Целью картирования является достижение оптимального развития молодежного предпринимательства в стране, преимущественно инновационного типа. Почему меньшее внимание уделяется молодежному предпринимательству традиционного индустриального типа? Это связано со следующими причинами.

Во-первых, традиционный формат молодежного предпринимательства практически исключает такие новаторские элементы активизации, как бизнес-инкубирование, стартап-акселерирование, в минимальной степени использует возможности предпринимательской экосистемы вуза, потому принципы его развития актуализированы в общем формате инновационного предпринимательства, в снятом виде, присутствуют в нем.

Во-вторых, общие принципы регулирования молодежного предпринимательства государственная финансовая поддержка, информационная поддержка имеют место в рамках, как традиционного, так и инновационного формата.

В-третьих, модернизация традиционного типа предпринимательства с развитием новаторских принципов, в частности,

появление креативных элементов в традиционном сервисе, также находится в рамках направлений молодежного предпринимательства инновационного типа.

Таким образом, в рамках поискового картирования традиционный тип молодежного предпринимательства не исчезает из поля зрения, он существует в парадигме инновационного предпринимательства как первичный формат бизнеса, без инновационной составляющей.

Задачами картирования являются стимулирование инновационных форм молодежного предпринимательства, формирование системы инновационной инфраструктуры для развития молодежного предпринимательства, прирост регионального валового продукта.

Направления дорожной карты: 1) рост общих параметров молодежного предпринимательства; 2) совершенствование институциональной структуры активизации молодежного предпринимательства; 3) формирование современных субъектных элементов молодежного предпринимательства; 4) формирование инновационных инструментов активизации молодежного предпринимательства.

Данная классификация имеет свою специфику, которую мы изначально обосновываем. Выделенные направления неравноценны по сущностному содержанию: первое направление охватывает общие параметры и практические макроэкономические результаты, а три следующих направления – это векторы современной активизации молодежного предпринимательства, и потому они весомее в стратегической результативности. Это лежит в основании следующих этапов анализа.

При проведении форсайт-анализа в рамках для выделения окна возможностей, факторного перелива следует опираться на два методических инструментария: общий форсайт-анализ и составление конкретного SWOT-анализа для каждого направления.

Итак, исходя из предшествующего анализа, мы выявили следующую форсайт методика общего анализа динамики молодежного предпринимательства (таблица 85).

Таблица 85 - Форсайт-методика общего анализа динамики молодежного предпринимательства в Казахстане

Факторный анализ	Доминирующий метод	«Окна» возможностей	Возможные сценарные варианты
1	2	3	4
<p>Анализ эндогенных факторов:</p> <ul style="list-style-type: none"> - структура молодежного предпринимательства в стране, - преобладание индустриального типа, - фрагментарный характер инновационного бизнеса, - наращивание темпов цифрового сервиса, - нехватка финансовых ресурсов, - недостаточность внутренних информационных связей <p>Факторы экзогенного воздействия, побуждающие к системной трансформации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - международные стандарты предпринимательства; 	<p>Метод экспертных панелей с учетом сканирования горизонта</p>	<p>Активизация традиционных типов молодежного предпринимательства на основе цифрового формата, приращение на этой основе регионального важного продукта</p>	<p>Перелив традиционного формата в фирмы с инновационной направленностью, т.е. расширение стандартных параметров традиционного типа молодежного предпринимательства (напрмер в рамках внутреннего туризма – формирование креативных этнотуров на базе историко-культурного наследия)</p>
<p>Факторы экзогенного воздействия, побуждающие к системной трансформации:</p> <ul style="list-style-type: none"> - международные стандарты предпринимательства; 	<p>Метод экспертных панелей с учетом метода «мозгового штурма» и метода сценариев</p>	<p>Активизация международных программ в области молодежного предпринимательства, приводящая к росту предпринимательских компетенций,</p>	<p>- Формирование инновационных молодежных компаний на основе бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования.</p>

<p>- изменения в структуре государственных программ в сторону их мобильности, четкой целевой функции,</p> <p>- новые инструменты формирования предпринимательской экосистемы, бизнес-компетенций, развития предпринимательского образования, эффективных бизнес-моделей молодежных инновационных компаний</p>		<p>массовизации предпринимательского образования</p>	<p>- Прикладное встраивание молодежного предпринимательства в стратегию технологической смены экономического базиса в рамках национальной инновационной системы</p>
<p>Анализ экзогенных факторов:</p> <p>- увеличение объемов информации, всеобщий характер электронного формата бизнеса,</p> <p>- рост цифровых услуг в традиционном бизнесе,</p> <p>- глобальные риски: фактор пандемии, ресурсные проблемы, растущее неравенство в развитии стран</p>	<p>Глубинный анализ текстов, метод Дельфи с оценкой сканирования горизонта.</p>	<p>Активизация молодежного бизнеса сервисного формата в условиях цифровизации, варианты выхода на международные платформы.</p>	<p>- Формирование массива онлайн компаний сервиса, консалтинга, образования.</p> <p>- Создание совместных предприятий на основе современных международных платформ, способствующих глобальной цифровизации всех бизнес-процессов.</p>

Итак, следующей задачей является на этой базе конкретизировать SWOT-анализ по каждому направлению Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане (таблицы 86, 87, 88, 89).

Таблица 86 - SWOT-анализ первого направления Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане – рост общих параметров молодежного предпринимательства

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие конкурентоспособной молодежи как субъекта бизнеса 2. Возможность получения финансовой поддержки для развития бизнеса в рамках отраслевых и инфраструктурных программ 3. Внедрение цифровизации бизнес-процессов 4. Благоприятная налоговая и таможенная политика. 5. Наличие первичных предпринимательских компетенций (базовых твердых и мягких навыков) 6. Способность к обучению и развитию молодежи 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая практическая обработка ключевых элементов бизнес-процесса 2. Слабые операционные связи на местном и региональном уровне 3. Непросчитанность реальных издержек, низкое качество бизнес-планирования 4. Дефицит ресурсов (финансовых, организационных, идей формата бизнеса) 5. Валютные риски 6. Высокий уровень импортных товаров и услуг, малые рыночные ниши вследствие высокой неконкурентоспособности экономики.
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение форм молодежного предпринимательства не только традиционного, так и инновационного типов 2. Расширение всех форм активизации молодежного предпринимательства (институциональная, субъектная, инновационно-инфраструктурная). 3. Расширение электронных форматов бизнеса, сокращающего 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкое качество отечественных товаров, в силу технологической отсталости в передовых отраслях 2. Низкий уровень рыночной конкуренции 3. Высокий уровень квазигосударственного сектора 4. Общая нестабильная ситуация, в частности, из-за пандемии коронавирусной инфекции

<p>транзакционные издержки и увеличивающие общие транзакции</p> <p>4. Расширение международных контактов и возможности выхода молодых предпринимателей на международные площадки</p> <p>5. Увеличение общего и инновационного регионального продукта</p> <p>6. Сквозной характер информационной поддержки.</p>	<p>5. Валютные риски</p> <p>6. Экономический инфантилизм</p>
--	--

Таблица 87 - SWOT-анализ второго направления Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане – совершенствование институциональной структуры активизации молодежного предпринимательства

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Наличие государственных программ поддержки молодежного предпринимательства</p> <p>2. Детализация финансовых инструментов поддержки в рамках гос.программ и модернизации банковского бизнеса</p> <p>3. Расширение международных программ поддержки молодежного предпринимательства</p> <p>4. Расширение информационных источников активизации молодежного предпринимательства</p> <p>5. Рост вовлеченности молодежи в волонтерство и специальные программы социального предпринимательства как первой ступени перехода к самостоятельному бизнесу</p>	<p>1. Отсутствие специальной государственной программы по развитию молодежного предпринимательства</p> <p>2. Наличие административных барьеров при получении инфраструктурной и финансовой поддержки</p> <p>3. Отсутствие динамичной во времени информации по проблемам молодежного предпринимательства</p> <p>4. Различное качество информационных ресурсов в региональном, отраслевом разрезе.</p>
Возможности	Угрозы
<p>1. Адаптация конкретных разделов государственных программ</p>	<p>1. Рост документации для получения институциональной</p>

<p>под нужды исключительно молодежного предпринимательства</p> <p>2. Возможность адекватной экстраполяции мировых молодежных проектов и программ в отеч.ественную среду</p> <p>3. Цифровизация институциональных проектов поддержки молодежного предпринимательства</p> <p>4. Расширение молодежных коворкинг-площадок, центров молодежных инициатив, центров молодежного предпринимательства</p>	<p>поддержки</p> <p>2. Несогласованность действий государственных структур при объяснении государственных программ для поддержки молодежи</p> <p>3. Отсутствие прямых и обратных связей между государственными органами и молодыми предпринимателями</p> <p>4. Сужение международного формата институциональной поддержки молодежного предпринимательства из-за нестабильных и предкризисных состояний</p>
---	--

Таблица 88 - SWOT-анализ третьего направления Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане – формирование современных субъектных элементов активизации молодежного предпринимательства

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Широкий охват высшим образованием молодежи страны</p> <p>2. Наличие у большей части молодежи твердых и мягких навыков для начального этапа формирования молодежного предпринимательства</p> <p>3. Стремление молодежи к развитию своего бизнеса</p> <p>4. Достаточный уровень силы предпринимательских намерений</p> <p>5. Адекватный уровень участия в процессе бизнес-инкубирования, рост студенческих бизнес-команд</p> <p>6. Готовность к акселерирован-</p>	<p>1. Отсутствие развитой предпринимательской экосистемы вуза</p> <p>2. Отсутствие массовой коммерциализации университетских знаний, интеллектуального капитала вуза</p> <p>3. Отсутствие мировых стандартов проверки профессиональных компетенций, общих когнитивных навыков</p> <p>4. Недостаточное бизнес-ориентирование в рамках программ предпринимательского образования</p> <p>5. Низкие масштабы бизнес-инкубирования и стартап-</p>

нию своего стартап проекта, участие в преакселерации	акселерирования
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие современных форм предпринимательского образования 2. Формирование предпринимательского мышления профессорско-преподавательского состава в процессе коммерциализации интеллектуального капитала 3. Развитие предпринимательской экосистемы вуза 4. Развитие современных когнитивных и некогнитивных навыков, формирование предпринимательской агентности в рамках предпринимательской экосистемы вуза 5. Расширение процессов бизнес-инкубирования и стартап-акселерации 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Потеря качества академической среды при формировании предпринимательской экосистемы вуза 2. Мутация мягких навыков в коммуникации, приводящие к непотизму, кумовству, коррупции (ментальные издержки) 3. Сокращение фундаментального элемента профессионального образования при развитии предпринимательского образования

Таблица 89 - SWOT-анализ четвертого направления Дорожной карты развития молодежного предпринимательства в Казахстане – формирование инновационных инструментов активизации молодежного предпринимательства

Сильные стороны	Слабые стороны
<ol style="list-style-type: none"> 1. Активное участие студентов в процессе бизнес-инкубирования 2. Всеобъемлющая работа над идеей стартапа и бизнес-проекта 3. Формирование инновационных бизнес-проектов 4. Адаптация бизнес-навыков в процессе студенческих бизнес-команд 5. Умение выстраивать продвижение проекта в рамках как биз- 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Низкое качество бизнес-проектов для участия в инкубировании 2. Неоптимальная организация бизнес-инкубатора 3. Низкий уровень инвестиционной привлекательности проекта для акселератора 4. Организационные барьеры для активизации процесса стартап-акселерирования

нес-инкубатора, таки в условиях стартап-акселерирования	
Возможности	Угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Укрепление бизнес-инкубирования путем расширения масштабов конкуренции студенческих бизнес-проектов 2. Привлечение для инкубирования в вузах успешных зарубежных инкубаторных аналогов 3. Улучшение качества стартап-акселерирования за счет привлечения консультантов из зарубежных ведущих предпринимательских вузов и венчурных фондов 4. Увеличение количества акселераторов для роста инвестиционных возможностей 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сужение рыночных возможностей из-за нестабильной экономической ситуации 2. Сокращения параметров бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования вследствие крайне низкой жизнеспособности проекта

Итак, мы получили диверсификационную картину развития молодежного предпринимательства в разрезе форсайт картирования.

На этой аналитической базе нормативной для эффективного продвижения молодежного предпринимательства в стране нами была разработана Дорожная карта развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030 года (таблица 90), базирующаяся на использовании современных форсайт-технологий и нацеленная на масштабирование инновационных форм молодежного предпринимательства. Именно этот подход позволит преодолеть технологические разрывы в отечественной экономике и максимально использовать бизнес-потенциал самой динамично развивающейся части населения – молодежи.

Таблица 90 - Дорожная карта развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030 года

Направления	Задачи	Целевые индикаторы	Проектные и процессные мероприятия
1. Рост общих параметров молодежного предпринимательства	1. Создание макроэкономических условий для качественного развития молодежного предпринимательства. 2. Создание единого механизма финансирования субъектов молодежного предпринимательства; 3. Модернизация финансовой инфраструктуры республики	- Количество созданных и действующих субъектов молодежного предпринимательства, в т.ч. производственных и инновационных; - Доля субъектов молодежного предпринимательства в валовом внутреннем (региональном) продукте, в т.ч. производственных и инновационных; - Доля субъектов молодежного предпринимательства в отраслевой структуре экономики страны (региона), в и.ч. инновационных; - Количество зарегистрированных индивидуальных предпринимателей в возрасте до 29 лет; - Среднемесячная заработная плата в субъектах молодежного предпринимательства, в том	- Совершенствование нормативно-правовой базы; - Совершенствование мер по поддержке новых субъектов молодежного предпринимательства; - Совершенствование мер по поддержке действующих субъектов молодежного предпринимательства; - Финансирование проектов молодых людей за счет средств республиканского бюджета; - Финансирование проектов молодых людей за счет средств регионального бюджета; - Финансирование проектов молодых людей за счет средств фондами развития предпринимательства; - Финансирование проектов молодых людей за счет средств БВУ

		<p>числе на производственных и инновационных;</p> <ul style="list-style-type: none"> - Удельный вес количества и стоимости контрактов на поставки товаров (работ, услуг) для государственных и региональных нужд, заключенных с субъектами молодежного предпринимательства; - Количество экспортно-ориентированных субъектов молодежного предпринимательства; - Объем финансовой поддержки субъектов молодежного предпринимательства за счет средств регионального и республиканского бюджетов; - Объем финансовой поддержки субъектов молодежного предпринимательства, выделяемых Национальной палатой предпринимателей "Атамекен", Фондом развития 	
--	--	--	--

2. Совершенствование институциональной структуры активизации молодежного		<p>предпринимательства "Даму";</p> <ul style="list-style-type: none"> - Объем финансовой поддержки субъектов молодежного предпринимательства, выделяемых БВУ; - Объем финансирования проектов субъектов молодежного предпринимательства в разрезе регионов; - Объем привлеченных инвестиций субъектами молодежного предпринимательства; - Объем налоговых отчислений субъектами молодежного предпринимательства. 	
2. Совершенствование институциональной структуры активизации молодежного	1. Формирование и совершенствование нормативно-правовой базы и нормотворческой деятельности	<ul style="list-style-type: none"> - Кол-во субъектов молодежного бизнеса, вовлеченных в государственные программы; - Кол-во субъектов молодежного бизнеса охваченных подпрограммой Бизнес-советник; - Кол-во субъектов молодежного 	<ul style="list-style-type: none"> - Совершенствование специальных подпрограмм для активизации молодежного предпринимательства» (выборка приемлемых мероприятий из «Дорожной карты бизнеса 2025» «Стратегический план развития до 2025г»);

<p>предпринимательства</p>	<p>государственных уполномоченных органов в области молодежного предпринимательства</p> <p>2. Создание институциональных условий для качества молодежной предпринимательства.</p>	<p>бизнеса охваченных подпрограммы Бизнес-школа</p> <ul style="list-style-type: none"> - Удельный вес субъектов молодежного предпринимательства, получающих государственные услуги в режиме «одного окна». - Кол-во специальных информационных порталов для субъектов молодежного предпринимательства, - Кол-во информационных источников для субъектов молодежного предпринимательства на казахском языке., - кол-во специализированных отраслевых платформ для субъектов молодежного бизнеса, - Кол-во субъектов молодежного предпринимательства, участвующих в международных молодежных программах, - Удельный вес субъектов молодежного бизнеса, участвующих в республиканских и региональ- 	<ul style="list-style-type: none"> - Совершенствование получения гос.услуг субъектами молодежного предпринимательства в режиме реального времени в цифровом формате; - Минимизация институциональных барьеров для развития молодежного предпринимательства; - Информационная поддержка молодежного предпринимательства; - Активизация участия субъектов молодежного предпринимательства в международных программах и проектах
----------------------------	---	---	---

3. Формирование современных элементов экономики активного молодого предпринимательства	1. Формирование бизнес-компетенций субъектов молодого предпринимательства 2 Внедрение детализированного стратегического плана, концепции, доктрины по развитию экосистемы предпринимательства в учебных заведениях; 3. Увеличение выделяемых денежных средств учебными	ных бизнес-конкурсах - Количество субъектов молодого предпринимательства, обученных основам ведения бизнеса; -Удельный вес субъектов молодого предпринимательства прошедшие тренинги по бизнес-коммуникациям, - Кол-во выпускников вузов, прошедших международное тестирование знаний, Количество учебных заведений, внедривших курс "Предпринимательство (Основы бизнеса)"; - Расходы учебных заведений на развитие предпринимательской экосистемы; - Количество учебных заведений, создавшие условия и возможности защиты итоговой	- Разработка и внедрение методик приобретения когнитивных и некогнитивных бизнес-компетенций; - Внедрение в молодежную бизнес-среду стандартов международного профессионального тестирования формата PISA - Разработка и внедрение методик бизнес-тренингов личностных качеств и предпринимательской агентности в молодежной среде; - Внедрение в стратегии развития учебных заведений профессионального высшего и среднего образования детализированного плана поддержки и развития экосистемы предпринимательства на базе учебного заведения; - Поддержка студенческого предпринимательства со стороны руководства учебных заведений профессионального высшего и
--	--	---	--

	<p>заведениями; 4. Привлечение инвестиций в развитие экосистемы предпринимательства в учебном заведении.</p>	<p>работы на основе своего стартапа; - Количество сотрудников университета, работающих на полную ставку, основное направление деятельности которых связано со студенческим предпринимательством; - Наличие структурного подразделения учебного заведения, ответственного за развитие предпринимательства; - Количество проведенных популярных мероприятий (хакатонов, деловых игр, стартап уикендов и т.д.) учебным заведением.</p>	<p>среднего образования; - Внедрение курса «Предпринимательство» в учебную программу университета» учебных заведений профессионального высшего и среднего образования - Внедрение формата проектного обучения и возможность защиты дипломной работы на основе своего стартапа; - Регулярное выделение финансирования из бюджета учебного заведения на поддержку предпринимательства</p>
<p>4. Формирование инновационных институтов актуализации молодежного</p>	<p>1. Организация инновационной инфраструктуры в вузе 2. Внедрение процесса бизнес-</p>	<p>- Количество учебных заведений, имеющих элементы инновационной инфраструктуры (технопарки, бизнес-акселераторы, бизнес-инкубаторы);</p>	<p>- Продвижение студенческих бизнес-проекта в рамках процесса инкубирования; - Формирование инновационной экосистемы для продвижения отечественных стартапов;</p>

<p>предпринимательства</p>	<p>инкубирования в предпринимательскую экосистему университета, 3. Организация стартап-акселерирования</p>	<p>- Количество молодых людей в учебных заведениях, занимающихся стартап-проектами; - Количество действующих стартап-проектов обучающихся в учебных заведениях; - Объем финансирования субъектов молодежного предпринимательства, выделяемых вузами, технопарками, бизнес-акселераторами и инкубаторами; - Объем финансовой поддержки субъектов молодежного предпринимательства за счет средств региональных гарантийных (венчурных) фондов; - Количество элементов инновационной инфраструктуры развития молодежного предпринимательства (бизнес-инкубаторы, бизнес-акселераторы, технопарки);</p>	<p>- Существование финансовых инструментов активизации бизнес-инкубирования и стартап-акселерации; - Совершенствование форм и типов стартап-акселерации; - Цифровизация генерируемых бизнес-проектов молодежного предпринимательства</p>
----------------------------	--	---	--

		<p>- Общая площадь имущественной региональной инфраструктуры (бизнес-инкубаторы, бизнес-акселераторы, технопарки);</p> <p>- Общая площадь имущественной инфраструктуры университета (бизнес-инкубатор, студенческие центры предпринимательства)</p>	
--	--	---	--

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование, позволило сделать следующие выводы:

1. В качестве методологического базиса обоснована субъектная и объектная детерминация молодежного предпринимательства. Объектная детерминанта – предпринимательство – исследована с позиций методологического плюрализма, что позволяет проследить его генезис в рамках различных экономических концепций. Субъектная детерминанта – молодежь – исследована с позиций междисциплинарного дуализма с выявлением ее имманентных социологических составляющих, аккумулируемых в социальном потенциале, и экономических характеристик, проявляющихся в бизнес-активности.

2. Выявлены специфичные функции молодежного предпринимательства: ценностно-ориентационная, креативно-инновационная функция, социально-стабилизационная, социально-адаптивная функция, личностно-социализирующая, информационно-коммуникативная функции. Они отражают социальную роль молодежи как субъекта и новаторских мотивов предпринимательства как объекта анализа.

3. В результате исследования дано следующее определение понятию «молодежное предпринимательство» – это особый самостоятельный сегмент экономики, представленный предпринимателями в возрасте до 30 лет, осуществляющими инициативную предпринимательскую деятельность в различных организационно-правовых формах и эффективно объединяющими факторы производства на основе своих специфических личностных качеств (гибкость, мобильность, энергичность, инновационная активность, предрасположенность к риску) для удовлетворения существующих или создаваемых общественных потребностей с целью получения предпринимательского дохода.

4. Факторная специфика молодежного предпринимательства заключается в наличии системы эндогенных и экзогенных факторов. К эндогенным факторам молодежного предпринимательства относятся: организационная структура, ресурсы, контрагенты, межличностные отношения, внутриличностные процес-

сы. К экзогенным обеспечивающим факторам относятся экономический, природно-климатический, социально-демографический, научно-технический, институциональный, социо-культурный факторы. К экзогенным регулирующим - правовой, экологический, политический, международный факторы.

5. В рамках прикладного молодежного предпринимательства выделяется два типа: традиционное и инновационное. Формы молодежного предпринимательства структурируются и классифицируются по степени инновационности, стадиям жизненного цикла компаний, по возрасту молодых предпринимателей, типу вхождения в бизнес.

8. Эволюционная иерархия традиционного типа молодежного предпринимательства выглядит так: переход от спонтанного субъекта к менеджеральному оформлению, переход от рутинных семейных форм к современным открытым бизнес-структурам. Эволюционная иерархия инновационного типа молодежного предпринимательства выглядит следующим образом: модернизация профиля инноваторов, генерирование масштабируемого инновационного предпринимательства, превращение информации в универсальный рыночный коммуникатор.

9. Интенсификация различных типов и форм молодежного предпринимательства приводит к структурированию мультипликации по различным макросферам, методической оценке влияния экстерналильных эффектов на темпы роста и модернизацию экономики. В координатах традиционного молодежного предпринимательства наиболее весомым представляется механизм мультипликации занятости, мультипликации конкурентной рыночной среды и роста налоговых поступлений. В координатах инновационного молодежного предпринимательства доминируют эффекты мультипликации роста адаптивности экономики, роста предпринимательского слоя и структурных сдвигов в макросреде.

10. Акселеративное влияние в рамках молодежного предпринимательства проявляется в росте высокотехнологичных стартапов, расширении общей конкурентной среды, новой генерации молодых инноваторов, встраивании дискретного бизнеса

и фриланса в структуру традиционного и инновационного молодежного предпринимательства.

11. Анализ надлежащих мировых практик позволил выделить три направления поддержки и активизации молодежного предпринимательства: направление поддержки как способа сокращения безработицы и социальной адаптации; активизации молодежного предпринимательства как способа макроэкономической конвергенции; направление конгломератной активизации бизнес-активности молодежи, состоящей из инструментарной триады: институциональная активизация, финансовая активизация и нефинансовая (информационная) активизация. Осуществлено структурирование эффективного инструментария активизации молодежного предпринимательства: в системе институциональных инструментов – это специальные фонды и инфраструктурные элементы (бизнес-инкубаторы и акселераторы); в системе финансовых инструментов – это современный механизм софинансирования; в системе нефинансовых инструментов – информационные площадки (в частности, молодежные, студенческие бизнес-клубы).

12. Резльтирующим итогом первого раздела исследования стала разработка модели современного молодежного предпринимательства с механизмом инвестиционно-инновационной мультипликации, являющаяся методологическим и функциональным ориентиром для развития казахстанского молодежного бизнес-сектора.

13. В результате изучения предпринимательского законодательства в Казахстане выявлено отсутствие самостоятельного блока законов и норм для молодежного предпринимательства. В связи с этим рекомендуется ввести дополнения в Предпринимательский кодекс: законодательно определить понятия «молодежное предпринимательство», «субъекты молодежного предпринимательства» и «молодой предприниматель» с установлением возрастного ценза; закрепить институциональные (в том числе инфраструктурные), финансовые, нефинансовые (информационные) меры поддержки молодежного предпринимательства; обеспечить ведение единого реестра субъектов молодежного

предпринимательства и их статистического учета, а также формирование базы данных молодежных бизнес-идей и проектов.

14. Дана комплексная характеристика социально-экономической субъектности молодежи в Казахстане и проведен системный анализ молодежного предпринимательства, его количественных и качественных параметров, эффективности развития и оценкой влияния на основные макроэкономические индикаторы, характеризующие рост экономики и ее инновационную гибкость.

Рассмотрение численности молодежи в возрасте от 14 до 29 лет в динамике за десятилетний период с 2009 по 2018 годы в Казахстане выявило перманентное ежегодное сокращение численности молодежи (на 607 969 чел. в 2018 году по сравнению с 2009 годом) и его доли в общей структуре населения с 27,8% в 2009 году до 21,2%. Следует отметить, что в период с 2001 по 2018 годы доля молодежи в совокупной рабочей силе снизилась с 26,5% в 2001 году до 22,8% в 2018 году. Но вместе с тем в этот период ежегодно росла доля занятой молодежи в молодежной рабочей силе – с 83,4% в 2001 году до 96,2% в 2018 году с одновременным сокращением доли уровня молодежной безработицы – с 16,6% в 2001 году до 3,8% в 2018 году

За период с 2016 по 2018 годы общая численность зарегистрированных молодых предпринимателей выросла на 16,6% (со 139108 ед. в 2016 году до 162141 ед. в 2018 году), в то время как численность действующих (активных) молодых предпринимателей выросла на 12,5% (со 120887 ед. в 2016 году до 135945 ед. в 2018 году). Доля действующих (активных) молодых предпринимателей в общей численности зарегистрированных молодых предпринимателей в 2016 году составила 86,9%, в 2017 году – 78,9%, в 2018 году – 83,8%.

Доля субъектов молодежного предпринимательства в общей численности субъектов малого и среднего бизнеса за 2016-2018 годы составила: в разрезе зарегистрированных в среднем за три года 9,7%; в разрезе действующих (активных) в среднем за три года 10,7%.

Основываясь на статистических данных Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Ка-

захстан, была проведена оценка влияния экстерналичных эффектов молодежного предпринимательства на отдельные индикаторы макроэкономической конъюнктуры. При расчете коэффициента Спирмена был определен временной лаг от 2001 до 2018 год и были выявлены определенные корреляции между численностью субъектов молодежного предпринимательства (работодателей) и экономическим ростом (ростом ВВП), сокращением безработицы и дефицита государственного бюджета, инновационной гибкостью экономики и затратами на информационно-коммуникационные технологий. Однако системной проблемой при анализе параметров молодежного предпринимательства является отсутствие единого реестра субъектов молодежного предпринимательства, комплексного статистического учета показателей их деятельности.

15. На основе социологического опроса выявлен социально-экономический портрет субъекта молодежного предпринимательства (потенциального, начинающего и действующего молодого предпринимателя). Результаты социологического исследования показывают, что во всех опрошенных фокус-группах показали высокую заинтересованность и готовность заниматься предпринимательской деятельностью. В то же время мотивационные и личностные характеристики потенциальных, начинающих и действующих молодых предпринимателей не могут быть гарантией активного развития данного бизнес-сегмента. Выявленные в ходе опроса проблемы, тормозящие бизнес-активность молодежи, требуют активного использования институциональных и финансовых механизмов поддержки молодежного предпринимательства.

16. Выявлены ключевые составляющие действующей модели институционального обеспечения развития молодежного предпринимательства в Казахстане и основные параметры их функциональной эффективности. Проведенный анализ установил: отсутствие системной (комплексной) поддержки развития и активизации молодежного предпринимательства, в том числе программно-целевого подхода (в частности, специальной государственной программы развитию молодежного предпринимательства); наличие небольшого диапазона институциональных

инструментов специализированной поддержки развития молодежного предпринимательства (в том числе отсутствие специального Фонда поддержки молодежного предпринимательства); отсутствие эффективного согласованного межведомственного взаимодействия между государственными, общественными и негосударственными институциональными сегментами в сфере поддержки и активизации молодежного предпринимательства.

17. Выявлены основные элементы действующей модели финансовой поддержки молодежного предпринимательства в Казахстане и параметры ее эффективности. Проведенный анализ показал отсутствие специальных финансовых инструментов комплексной поддержки молодежного предпринимательства и специализированного целевого финансирования данного бизнес-сегмента.

18. Выявлены системные проблемы развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки в Казахстане. Результирующим итогом проведенного исследования стало составление развернутой SWOT-матрицы молодежного предпринимательства и механизма его поддержки в Казахстане с экстраполяцией ее результатов на перспективные стратегии дальнейшего развития молодежного сегмента в бизнес-секторе. Системные проблемы развития молодежного предпринимательства и механизма его поддержки, положительные и стагнирующие тренды, связанные с определенной латентной институциональной аномией и функциональными деформациями в механизме поддержки молодежного предпринимательства могут быть преодолены при реализации представленных стратегий с учетом доминантных факторов внешней среды, ее возможностей и угроз.

19. Эффективное развитие молодежного предпринимательства в стране обуславливается институционально-экономическими параметрами сложившейся системы и ее потенциальной динамикой. Именно возможности динамичного продвижения и являются доминантой в цикличном, а возможно и циркулярном, росте молодежного предпринимательства. А это требует прикладного использования новой методологии долгосрочного анализа. В этой связи нами конкретизирована специ-

фика форсайт-метода в разработке долгосрочных стратегий развития с перспективной экстраполяцией. формирование и развитие форсайт-технологий является не просто прогностическими мероприятиями, но и системой диверсификационного анализа будущего с возвратным в настоящее программно-очерченным диапазоном трансформационных шагов и созидательных ресурсных параметров. Форсайт как современные технологии прогнозирования будущего развития с учетом шагов, мероприятий, проводимых в настоящем, представляется наиболее аутентичным способом современного стратегического планирования и прогнозирования, социальной динамики и структурирования общественных потребностей. Использование его в практике современного хозяйствования является прогрессивным отражением взаимосвязи технологического уровня и технологического давления, консенсуса акторов, реальной включенности научно-технологического персонала в систему социально-экономических потребностей, государственной стратегии в определении горизонтов перспектив и последствий технологической динамики

20. Разработана методология форсайт-подхода к моделированию развития молодежного предпринимательства. Форсайт-анализ молодежного предпринимательства не носит самостоятельного характера, а является факторным элементом технологического форсайта, кластерного форсайта, социологического форсайта. Данный подход является так же продуктивным, поскольку он позволяет использовать дополнительные материалы глубинного анализа и способствовать формированию дополнительных сценарных возможностей. Потому соединение отдельного молодежного форсайта и молодежного предпринимательства в рамках других форсайт-проектов позволяет дифференцировать факторный анализ и более результативно использовать все методы форсайт-исследований. На наш взгляд, при проведении самостоятельного форсайт-проекта молодежного предпринимательства, основной упор делается на методах «мозгового штурма», экспертных панелей и метода Дельфи. А при использовании молодежного предпринимательства в рамках более широких форсайт-проектах к доминирующим моделям можно от-

нести глубинный анализ текстов, метод сценариев, сканирование горизонта и метод Дельфи.

21. Дана характеристика проектирования модели дорожной карты в рамках форсайт-методологии. Дорожная карта представляет собой метод для визуализации и прогноза во времени стратегии развития того или иного объекта анализа. В рамках форсайт-технологий дорожная карта носит преимущественно поисковый характер, поскольку объект анализа является слабо рельефным сегментом, впитывающим факторное воздействие множества трендов развития. Потому картирование в этом ключе представляется более эффективным в силу крайней перспективной неопределенности и требуется мультисценарное достижение целевых задач. Общими элементами и принципами моделирования дорожной карты являются: временная ось, слои, связи, графические обозначения, узлы, т.е. процесс перемещения по карте. Для выявления слоев (разделов) дорожной карты используется следующий алгоритм: систематизация факторов внутреннего развития на основе анализа «изнутри внутри», внутренние модификации во внешнюю среду на основе анализа «изнутри вовне», внешнее воздействие, побуждающее систему к трансформации на основе анализа «извне внутрь», структурирование факторов внешней системы на основе анализа «извне вовне». В каждом из этих слоев выделяются узлы, как промежуточные результаты. Именно их наличие приводит к сценарным развилкам при взаимодействии слоев карты, формирует новые «окна возможностей».

22. Разработана методика дорожной карты проектирования модели дорожной карты развития молодежного предпринимательства. При поисковом варианте дорожного картирования молодежного предпринимательства дилемма «цель - результат» выглядит следующим образом: цель – институционально-экономическая среда сегодняшнего состояния молодежного предпринимательства и ее аутентичная результату модификация; результат – инновационное молодежное предпринимательство, доля инновационно-активных субъектов молодежного предпринимательства.

Общая методика выглядит следующим образом: первый раздел - отраслевая и рыночная структура молодежного предпринимательства в стране, риски развития, показатели эффективности, доля в общем объеме производства (при доминировании метода экспертных панелей с учетом сканирования горизонта); второй раздел - динамика инновационных стимулов молодежного предпринимательства, использование институционально-закрепленных норм для развития конкурентоспособного молодежного бизнеса (метод Дельфи, тестирование метода сценариев); третий раздел - формирование адекватно меняющихся институциональных форм и институтов для прогрессивного движения молодежного предпринимательства, развитие новых форм предпринимательского образования (методы экспертных панелей, «мозгового штурма» и сценариев); четвертый раздел - динамика экзогенных факторов развития молодежного предпринимательства, т.е. факторов развития глобальной экономики, рисков в мировой системе бизнеса, модификаций мирового молодежного предпринимательства (глубинный анализ текстов, метод Дельфи с оценкой сканирования горизонта).

23. Разработаны параметры эффективности развития молодежного предпринимательства. Движущим мотивом форсайт-методологии является анализ стратегического приращения результатов. В рамках молодежного предпринимательства это означает выделение параметров его эффективности, исходя из трех характеристик: критериев, индикаторов и границ. Первым критерием является степень гармонизации эндогенных и экзогенных факторов развития молодежного предпринимательства. Он характеризует страновые особенности для становления и развития молодежных бизнес-инициатив. Вторым критерием является качество предпринимательской экосистемы, который позволяет встроить страновые факторы в сопоставительную систему.

Индикаторами первого уровня являются характеристики преимущественно количественные стороны предпринимательской деятельности. К ним относятся

индикаторы ведения бизнеса в рамках рейтинга Всемирного Банка «Doing Business» такие как, открытие предприятий, получение разрешений на строительство, присоединение к электрическим сетям, регистрация собственности, получение кредитов, защита миноритарных инвесторов, налогообложение, международная торговля, обеспечение исполнения контрактов, разрешение неплатежеспособности.. Именно эти индикаторы показывают степень бизнес-ориентированности институциональной среды. В то же время для молодежного предпринимательства огромное значение имеют индикаторы отношения к предпринимательству в обществе и восприятие предпринимательства. Непосредственно функционирующее поле предпринимательства оценивается следующими показателями – индексом ранней предпринимательской деятельности (ТЕА), индексом предпринимательской деятельности сотрудников (ЕЕА), а также индексом ранней предпринимательской активности и он в целом отражает стремление к предпринимательской деятельности преимущественно молодежи от 25 до 34 лет. Прикладным же измерителем качественного аспекта ПЭ является Глобальный индекс предпринимательства (ГИП). Главной особенностью данного композитного индекса является то, что он включает в себя как оценку функционирования отдельных предпринимателей, так и институциональный контекст. В то же время, несмотря на выявленные критерии и индикаторы эффективности следует, иметь в виду и лимитирующие факторы, определяющие ее границы. Из многообразия факторов и инструментов сдерживания наиболее всеобъемлющим представляются два: оценка уровня «выживаемости» компаний и оценка суммарного риска.

24. Разработана модель благоприятной институциональной среды развития бизнес-активности молодежи. Для преодоления барьеров и ориентации институциональной среды для активизации бизнес-активности молодежи необходим следующий инструментальный арсенал: во-первых, сокращение административных барьеров путем высокого информационного уровня сопровождения бизнес-инициатив со стороны

государственных органов; во-вторых, расширить участие молодежи в разделах государственных программ путем детализации адекватных для молодежного бизнеса инструментов; в-третьих, масштабировать систему первичного бизнес-консультирования и менторства; в-четвертых, инициировать и активизировать участие отечественных молодежных компаний в международных проектах и программах.

25. Разработан механизм формирования бизнес-компетенций и мотивации молодежи к предпринимательской деятельности. К основным элементам механизма активизации бизнес-компетенций, как важнейшего условия эффективности зарождающегося бизнеса относятся: 1) формирование, рост качества и измерение твердых навыков для профессиональной конкуренции; формирование мягких компетенций в условиях высокого уровня социально-экономической безопасности, т.е. устойчивых правовых нормы, минимизации коррупционных рисков, сокращения возможности для оппортунистического поведения экономических субъектов, помимо этого, нужна тренированность базовых личностных качеств на основе наставничества, менторства; 2) дополнение твердых навыков современными когнитивными навыками на основе всеобщей цифровизации экономики, для поиска креативных решений, нахождения уникальных ниш в бизнесе; 3) формирование некогнитивных компетенций (базовые мягкие навыки плюс твердость характера, психологическая адаптивность в условиях социально-экономических вызовов) требует усиления дополнительного социально-личностного аспекта традиционного образования; 4) формирование агентности как проактивности, предприимчивости, активной самостоятельности. Первым шагом в сторону формирования агентности как суммы предпринимательских навыков, в отечественных условиях является качественная модернизация образования, включающая предпринимательское образование.

26. Моделирование инновационно-предпринимательской экосистемы вуза должно включать комплексную оценку факторов развития молодежного инновационного

предпринимательства в университетской среде. Методическое обеспечение оценки влияния ключевых факторов на развитие молодежного предпринимательства в вузах должно включать три основных этапа. Первый этап включает анализ и оценку эндогенных (внутренних) и экзогенных (внешних) детерминант развития молодежного предпринимательства во внешней среде. Второй этап - анализ факторов развития предпринимательской экосистемы в вузовской среде, характеризующие наличие в вузах условий и предпосылок для эффективной и непрерывной генерации бизнес-идей, построения и апробирования бизнес-моделей. Каждому из этих факторов соответствует определенная система индикаторов (показателей), на основании которых можно произвести оценку уровня развития предпринимательской экосистемы вуза. На основе ранжирования индикаторов можно оценить средневзвешенный усредненный показатель степени развития предпринимательской экосистемы вуза, который позволит моделировать в необходимом направлении предпринимательскую экосистему вуза с выявлением и приоритезацией областей для улучшения. Третий этап – на основе результатов первого этапа, т.е. оценки факторов внешней и внутренней среды осуществляется построение профиля возможностей развития молодежного предпринимательства в вузе. Четвертый этап – оценка стартового потенциала студенческих бизнес-команд. Пятый этап – разработка стратегии развития молодежного предпринимательства в университете и дорожной карты развития предпринимательской экосистемы в вузе.

27. Разработаны модели бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования в вузах как инструмента усиления связи «S2B»(Science-to-Business). Процесс бизнес-инкубирования является организационно-прикладной базой развития предпринимательских навыков в вузе. Именно этот процесс объединяет воедино бизнес-активность преподавателей и студентов, создает условия для выхода коммерчески выгодных проектов вовне. Наиболее распространенной формой деятельности является бизнес-инкубирование по принципу

«инновационной воронки», которая базируется на двух этапах. Во-первых, это процесс расширения «входа воронки» - это процесс высокого уровня вовлеченности студентов в предпринимательство и «сеяние семян» будущих бизнесов. Иными словами, на первом этапе происходит выбор идей, имеющих коммерческий потенциал, селекция проектов (инновационные и традиционные) путем повышения предпринимательской квалификации и бизнес-презентаций проектов, консалтинговое обучение принципам бизнес-планирования. Во-вторых, это процесс «сужения горловины» - это процесс отбора наиболее эффективных и потенциально выгодных проектов «выращивание ростков». Иными словами, второй этап - это защита бизнес-плана перед экспертами и инвесторами в университете, его доработка, подготовка заявок для участия в конкурсах молодежных бизнес-проектов с целью получения внешнего финансирования, учреждение фирмы и развитие бизнеса.

Наряду с бизнес-инкубированием университеты для измерения силы предпринимательских способностей и расширения ареала своей профессиональной деятельности занимаются и процессом стартап-акселерирования. Стартап-акселерирование – это динамичная форма поддержки малого инновационного бизнеса, которая заключается в оказании в кратчайшие сроки экспертной помощи по маркетинговым, юридическим, вопросам, вопросам активной монетизации проекта от фирмы акселератора с получением затем доли в компании студенческого стартап-проекта. В процессе обучения продвижение проекта ориентируется на расчет экономических выгод проекта, способы его быстрой монетизации, развитие своего продукта с технологической позиции, модернизацию дизайна, т.е. внешнего вида, эргономики и интерфейса будущего продукта.

В отечественной среде данные процессы находятся в зачаточном состоянии, но можно выделить следующие элементы бизнес-инкубирования и стартап-акселерирования. Во-первых, главным инициатором бизнес-активизации является государство. Оно создает стимулирующие институты для

расширения предпринимательских навыков в вузовской среде. Это центры регионального предпринимательства и инноваций, законодательное преобразование части университетов в статус научно-исследовательских для повышения инновационной активности. Во-вторых, в рамках предпринимательских стратегий стимулируется создание инновационных структур в рамках университетов. В частности, в ведущих вузах открываются Стартап-академии, Бизнес-инкубаторы, Центры предпринимательства, небольшие посевные фонды. В-третьих, структурированы форматы успешных вузовских бизнес-инкубаторов для расширения информационной и коммерческой поддержки таких проектов.

28. Разработана Дорожная карта развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030 года. Итогом исследования является разработка Дорожной карты молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030 года. Она строится на основе трехуровневой модели активизации молодежного предпринимательства в стране-специальной институциональной активизации, субъектной активизации и инновационной активизации. Дорожная карта состоит из 4 направлений (слоев): 1) рост общих параметров молодежного предпринимательства; 2) совершенствование институциональной структуры активизации молодежного предпринимательства; 3) формирование современных субъектных элементов молодежного предпринимательства; 4) формирование инновационных инструментов активизации молодежного предпринимательства.

По этим параметрам построена общая форсайт-модель картирования и составлен SWOT-анализа для каждого направления. Конкретизация этой модели является нормативная апробационная Дорожная карта развития молодежного предпринимательства в Казахстане до 2030. Она состоит из 4 направлений, целевых задач каждого направления, аутентичных индикаторов, каждого направления и проектных мероприятий, охватывающих реализацию выстроенного ареала стратегического развития молодежного предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Кантильон Р. Эссе о природе торговли в общем плане / Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: В 5 т. - Т. I. - М.: Мысль, 2004. - С. 260-278.
- 2 Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ., предисл. В. С. Афанасьева; Под науч. ред. П. Н. Ключкина. - М.: Эксмо, 2007. - 957 с.
- 3 Блауг М. Тюнен, Иоганн Генрих фон /100 великих экономистов до Кейнса. - СПб.: Экономикс, 2008. - С. 299-303. - 352 с.
- 4 Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль - М: Дело, 2003 - 360 с.
- 5 Сэй Ж.Б.Трактат по политической экономии / сост., вступ. ст. и коммент. М.К. Бункиной, А.М. Семенова. - М.: Дело, 2000. - 232 с.
- 6 Маршалл А. Принципы экономической науки // URL: <http://ek-lit.narod.ru/marsod.htm>.
- 7 Кларк Дж.Б. Распределение богатства / пер.с англ. Д. Страшунский, А. Бесчинский. - М.: Гелиос АРВ, 2000. - 367 с.
- 8 Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия - М. Экспо, 2007 - 864 с.
- 9 Мизес Л. Человеческая деятельность: Трактат по экономической теории. - М.: ОАО НПО Экономика, 2000. - 670 с.
- 10 Шульц Т.У. Экономика пребывания в бедности / Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: В 5 т. - Т. V, кн. 1. - М.: Мысль, 2004. - С. 358-372.
- 11 Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. под ред. проф. А. Н. Романова. - М.: Юнити-Дана, 2001. - 239 с.
- 12 Хайек Ф. Индивидуализм и экономический порядок. - М.: Изограф, 2001.- 256 с.
- 13 Фридман М. Капитализм и свобода. - М.: Новое издательство, 2006. - 240 с.
- 14 Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. - М.: Гелиос АРВ, 2012. - 352 с.
- 15 Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. - М.: Наука, 1994.-43 с.

- 16 Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма / Избранные произведения: пер. с нем. /сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова; предисл. П. П. Гайдено. — М.: Прогресс, 1990. —808 с.
- 17 Коуз Р. Фирма, рынок и право / пер. с англ. - М.: Новое издательство, 2007. — 224 с.
- 18 Pinchot G. Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur. - New York: Harper & Row, 1985. - 277 р.
- 19 Друкер, П. Ф. Бизнес и инновации / пер. с англ. и ред. К.С. Головинского. - М: Вильямс, 2007. - 423 с.
- 20 Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха: Вып.1. Предприниматель и предпринимательство. / пер.с англ. Общ. ред. В.С. Загашвили. - М: Прогресс, 1992. - 160 с.
- 21 Коултер М., Робинс С. Менеджмент / пер с англ.- М.: Вильямс, 2004. - 888 с.
- 22 Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / пер. с фр., составление, послесловие и примечания А. Б. Гофмана. - М.: Канон, 1995. - 352 с.
- 23 Парсонс Т. Система современных обществ / пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева; под ред. М.С. Ковалевой. - М.: Аспект Пресс, 1998. - 270 с.
- 24 Сорокин П.А. Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет. - М.: Наука, 1994. - 560 с.
- 25 Мертон Р. Социальная теория и социальная структура. - М.: АСТ, 2006. - 873 с.
- 26 Фромм Э. Здоровое общество. Догмат о Христе. - М: АСТ, 2005. - 571 с.
- 27 Шюц А. Избранное: мир, светящийся смыслом / пер. с нем. и англ.: В. Г. Николаев и др.; сост.: Н. М. Смирнова; общ. и науч. ред., послесл. Н. М. Смирновой. - М.: РОССПЭН, 2004. — 1056 с.
- 28 Бергер П. Приглашение в социологию: Гуманистическая перспектива / пер. с англ. О.А. Оберемко. Под ред. Г.С. Батыгина - М.: Аспект-Пресс, 1996. - 168 с.
- 29 Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реаль-

- ности. Тракта́т по социологии знания. - М.: Медиум, 1995. - 323 с.
- 30 Манхейм К. Избранное: Диагноз нашего времени - М.: РАО Говорящая книга, 2010. - 744 с.
- 31 Мид М. Культура и мир детства. - М.: Наука, 1988. - 360 с.
- 32 Кон И.С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. - М.: Политиздат, 1987. - 366 с.
- 33 Лисовский, В.Т. Социология молодежи. - СПб.: Изд-во С.-Петербургского университета, 1996. - 460с.
- 34 Краткий словарь по социологии / под общ. ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина. - М.: Политиздат, 2001. - 480 с.
- 35 Кетс де Вриес М. Анархист в душе. Русский характер и стиль руководства / пер.с англ. Тыщенко А.А., Тыщенко М.В. - М.: Акварминовая книга, 2008. - 136 с.
- 36 Социологический словарь / под ред. Г.В. Осипова, Л.Н. Москвичева. - М.: Норма, 2008. - 607 с.
- 37 Мельников М.С. Образовательные технологии в развитии молодежного предпринимательства // Российское предпринимательство. - 2012. - № 6 (204). - С. 411-413.
- 38 Загребин В.В. Подходы к определению категории «молодёжь» // Концепт. - 2014. - № 02 (февраль) // URL: <http://e-koncept.ru/2014/14030.htm>.
- 39 Леньков Р.В. Социология молодежи. - М.: Юрайт, 2014. - 416 с.
- 40 Радченко А. Ф. Молодежь и ее возрастные границы // Социология власти. - 2012. - № 3. - С. 172-175.
- 41 Закон Республики Казахстан от 9 февраля 2015 года № 285-V «О государственной молодежной политике» (с изменениями от 13.06.2018 г.) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31661446.
- 42 Молодёжь планеты: глобальная ситуация в 90-х годах, тенденции и перспективы / рук. автор. коллектива и науч. ред. И.М. Ильинский. - М.: Изд-во Ин-та молодёжи «Голос», 1999. - 323 с.
- 43 Котляр А. Э. О понятии рынка труда // Вопросы экономики. - 2001. - № 1. - С. 33-45.
- 44 Осипов Г.В. Социология и социальное мифотворчество.— М.: Норма, 2002. — 615 с.

- 45 Chigunta F. Youth Entrepreneurship: Meeting the Key Policy Challenges. - Oxford University: Oxford Univ. Press, 2002. -320 p.
- 46 Schoof U. Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people. - Geneva: International Labour Office, 2006. - 105 p.
- 47 Мезенцева Е.В. Социально-экономическая оценка развития предпринимательства в молодежной среде: автореф. дис.... к. э. наук. - Ставрополь: Ставроп. гос. аграр. ун-т, 2009. - 22 с.
- 48 Ахиярова, Н. В. Социальноуправленческие проблемы государственной поддержки молодежного предпринимательства в республике Башкортостан: автореф. дис.... к. соц. н. - Уфа: Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2009.-21 с.
- 49 Oseifuah E.K. Financial Literacy and Youth Entrepreneurship in South Africa // African Journal of Economic and Management Studies. - 2010. - № 1 (2) - P. 164-182.
- 50 Riahi S. Youth Entrepreneurship: Ottawa's portfolio in talent development // URL: <https://timreview.ca/article/394>.
- 51 Петросян С.Г. Направления и формы государственной поддержки молодежного предпринимательства // Управление экономическими системами. - 2011. - № 12 (36) // URL: <http://www.uecs.ru/uecs-36-122011/item/929-2011-12-27-12-08-14>.
- 52 Иванова, А. В. Комплексная оценка факторов развития молодежного предпринимательства в университетской среде: автореф. дис.... к. э. наук. - Екатеринбург: Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, 2013. - 18 с.
- 53 Богданова С.Ю. Организационно-экономические инструменты развития молодежного предпринимательства в регионе: автореф. дис.... к. соц. н. - Уфа: Уфим. гос. акад. экономики и сервиса, 2014. - 24 с.
- 54 Вострухина, Д. Ю. Разработка концепции развития молодежного предпринимательства (на примере г. Таганрога) // Современные наукоемкие технологии. - 2014. - № 7-3. - С. 81-82.
- 55 Масюк Н.Н. Развитие предпринимательских компетенции молодежи через волонтерство на примере ВГУЭС // Экономика и предпринимательство». - 2014. - № 12-4 (53-4). - 932 с.
- 56 Маликов Р.И., Комаров А.Г., Богданова С.Ю. Современные

- тенденции формирования организационной культуры молодежного предпринимательства // Проблемы современной экономики. - 2014. - № 3 (51). - С. 172-175.
- 57 Каурова Е.Э. Анализ международной практики финансовой поддержки молодежного предпринимательства // Современные проблемы науки и образования. - 2015. - № 2. - С. 416-423.
- 58 Кочесокова Э. Ю. Исследование основных проблем и перспектив развития молодежного предпринимательства в РФ // *Juvenis Scientia*. - 2016. - № 1. - С. 50-51.
- 59 Далибожко А. И. Понятие молодежного предпринимательства и его место в развитии экономики страны // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. - 2017. - № 3. - С. 307-315.
- 60 Пугачева С.Г. Психология молодежного предпринимательства. - М.: Изд-во Российского гос. социального ун-та, 2012. - 149 с.
- 61 Волков Ю.Г., Добренков В.И., Кадария Ф.Д., Савченко И.П., Шаповалов В.А. Социология молодежи / Под ред. Ю.Г. Волкова. - Ростов-н/Д.: Феникс, 2001. - 576 с.
- 62 Хусаинова Ж.С., Адилова Ж.Г., Бектлеева Д.Е. Молодежное предпринимательство как приоритетное направление производительной занятости молодежи // Экономика и предпринимательство. - 2018. - №10. - С. 679-684.
- 63 Хусаинова Ж.С., Абаюова Г.М., Адилова Ж.Г., Жартай Ж.М. Youth entrepreneurship in the mechanism of ensuring sustainable economic growth of national economy // Вестник Карагандинского университета. Серия Экономика. - 2018. - № 2(90). - С. 170-178.
- 64 Хусаинова Ж.С., Бектлеева Д.Е., Жартай Ж.М. Key determinants and trends of development of youth entrepreneurship // Вестник Карагандинского университета. Серия Экономика. - 2018. - № 3 (91). - С. 145-150.
- 65 Бектлеева Д.Е., Райханова Г.А. Особенности молодежного предпринимательства в системе малого и среднего бизнеса (на примере Республики Казахстан) // Молодежное предпринимательство в странах восточного партнерства: опыт формирования и перспективы развития: Материалы междунар. науч.- практ. конф. (13-14 сентября, 2018 г.) / Батумский государственный

- университет Шота Руставели. - Батуми, 2018.- С. 22-26.
- 66 Хусаинова Ж.С., Абаюова Г.М., Алимжанов Н.Т. Специфика молодежного предпринимательства и факторы его развития // Наука, образование и производство в условиях Четвертой промышленной революции: Материалы междунар. науч.- практ. конф. (3-4 августа, 2018 г.) / Карагандинский государственный университет. - Караганды: КарГУ, 2018. - С. 404-408.
- 67 Тумилевич Е.Н. Факторы и формы развития малого предпринимательства в регионе // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. - 2012. - №1. - С. 32-42.
- 68 Бланк С., Дорф Б. Стартап: Настольная книга основателя / Пер. с англ. - М.: Альпина Паблишер, 2014. — 616 с.
- 69 Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 256 с.
- 70 Dee N. et al. Startup support programmes. What the difference? // URL: https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/whats_the_diff_wv.pdf.
- 71 Леонов Е.Ф. МИП и стартап: синонимы или тесно связанные категории? // Актуальные направления научных исследований: от теории к практике : материалы IX Междунар. науч.- практ. конф. / Редкол.: О.Н. Широков [и др.] - Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. - С. 149-153.
- 72 Недзвецкий Н.С. Инновационный стартап как объект венчурного инвестирования: базовые и специфические характеристики // Экономика: вчера, сегодня, завтра. - 2017. - Том 7. - № 2. - С. 124-137.
- 73 Варганова Л.А. Источники финансирования малых инновационных компаний (стартапов) // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. - 2017. - № 2. - Том 4. - С. 83-96.
- 74 ФРИИ. Путь стартапа // URL: http://www.iidf.ru/upload/iblock/3b5/startup_way_2015.pdf.
- 75 Чистякова Н.О. Оценка потенциала университета как элемента инновационной среды региона // Креативная экономика. - 2013. - № 9(81). - С. 105-113.
- 76 Хусаинова Ж.С., Раимбеков Б.Х., Жартай Ж.М. Внедрение предпринимательского образования в Карагандинском государ-

ственном университете // Вопросы экономических наук. - 2018. - № 2. - С. 51-54.

77 Хусаинова Ж.С., Раимбеков Б.Х., Полевой С.В. Development of entrepreneurial education in Kazakhstan and foundation of entrepreneurial ecosystem in universities // Education and Science without borders. Journal. - Volum 9. - 2018. - №1. -Р. 81-85.

78 Хусаинова Ж.С., Абауова Г.М. Роль университета в развитии молодежного предпринимательства // Молодежное предпринимательство в странах восточного партнерства: опыт формирования и перспективы развития: Материалы междунар. науч.- практ. конф. (13-14 сентября, 2018 г.) / Батумский государственный университет Шота Руставели. - Батуми, 2018.- С. 166-170.

79 Кузьмина Е. Е. Организация предпринимательской деятельности. Теория и практика. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014. - 508 с.

80 Преемственность в семейном бизнесе: типология преемников и их обучение // URL: <http://ru.audencia.com/archives/3083>.

81 Вся правда о преемственности бизнеса: зачем, когда и как? // URL: <https://adizes.me/posts/pravda-o-preemstvennosti-biznesa>.

82 Fitzgerald M.A., Winter M., Miller N.J., Paul J. Adjustment Strategies in the Family Business: Implications of Gender and Management Role // Journal of Family and Economic Issues. - 2001. - № 22 (3). - P. 265-291.

83 Волков Д.А. Преемственность в семейном бизнесе //Российское предпринимательство. - 2013. - № 1 (223). - С. 36-41.

84 Грошева Л.И. Управление бизнес-активностью молодёжи в Тюменской области: дис.... к. соц. н. - Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2016. - 218 с.

85 Кондраткова В.С. Внешние эффекты инвестиций малых предприятий: содержание и оценка //Social and economic phenomena and processes. - 2015. - № 8. - Т. 10. - С. 43-47.

86 Nachnani G.V., Swaminathan A.M. Information technology exports and regional development in the leading states: a shift-share analysis of India // Asia-Pacific Development Journal. - 2017. - Vol. 24. -№. 1. - P. 83-116.

- 87 Иванов О.Е. Обобщение зарубежного опыта развития кластеров и технопарков как фактор активизации инновационной деятельности // Наука и экономика. - 2012. - № 6. - С. 20-28.
- 88 Киселев В.Н., Рубвальтер Д.А., Руденский О.В. Инновационная политика и национальные инновационные системы Канады, Великобритании, Италии, Германии и Японии // Информационно-аналитический бюллетень. - 2009. - № 6. - С. 4-71.
- 89 Антонова Е. С. Гражданское воспитание в современной школе Франции // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. - 2008. - № 9. - С. 194-197.
- 90 Wiggins J., Gibson D.V. Overview of US incubators and the case of the Austin Technology Incubator // Entrepreneurship and Innovation Management. - 2003. - Vol. 3. - № 1/2. -P. 56-66.
- 91 Коршунова Е.Д., Смирнов С.Д. Инновационные акселераторы: бизнес-инкубатор и технопарк как инструменты поддержки и развития стартапов // Инновации. - 2015. - № 8 (202). - С. 31-35.
- 92 Agrawal A., Catalini C., Goldfarb A. Some Simple Economics of Crowdfunding. - Cambridge: National Bureau of economic research, 2013. - 46 p. // URL: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2281044.
- 93 Ahlers G., Cumming D.J., Günther C., Schweizer D. Signaling in Equity Crowdfunding // Entrepreneurship Theory and Practice. - 2015. - Vol. 39. - Issue 4. - P. 955-980.
- 94 Алимов Д. Венчур в Сингапуре: почему оценки стартапов в Юго-Восточной Азии выше, чем в Кремниевой Долине // Forbes. - 2016. - 6 июля. // URL: <http://www.forbes.ru/finansy/investitsii/324303-venchur-v-singapore-pochemu-otsenki-startapov-v-yugo-vostochnoi-azii-vyshh>.
- 95 Адилова Ж.Г., Ақыбаева Г.С. Особенности поддержки и активизации молодежного предпринимательства в развивающейся рыночной среде // Молодежное предпринимательство в странах восточного партнерства: опыт формирования и перспективы развития: Материалы междунар. науч.- практ. конф. (13-14 сентября, 2018 г.) / Батумский государственный университет Шота Руставели. - Батуми, 2018. - С. 65-69.
- 96 Конституция Республики Казахстан (с изменениями и до-

- полнениями по состоянию на 10.03.2017г.) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1005029.
- 97 Закон Республики Казахстан от 4 июля 1992 года № 1543-ХІІ «О защите и поддержке частного предпринимательства» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.12.2004 г.) (утратил силу) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1001352.
- 98 Закон Республики Казахстан от 19 июня 1997 года № 131-І «О государственной поддержке малого предпринимательства» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.12.2004 г.) (утратил силу) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1007970.
- 99 Закон Республики Казахстан от 19 июня 1997 года № 135-І «Об индивидуальном предпринимательстве» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 24.12.2001 г.) (утратил силу) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1007998.
- 100 Закон Республики Казахстан от 31 января 2006 года № 124-ІІІ «О частном предпринимательстве» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.12.2015 г.) (утратил силу) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30044096.
- 101 Кодекс Республики Казахстан от 29 октября 2015 года № 375-V «Предпринимательский кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 21.07.2018 г.) // URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1500000375>.
- 102 Закон Республики Казахстан «О государственной молодежной политике в Республике Казахстан» от 9 февраля 2015 года № 285-V (с изменениями от 13.06.2018 г.) // URL: http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31661446.
- 103 Хусаинова Ж.С., Гордеева Е.А., Садвакасова М.К. Features of public administration by development of innovative activities in Kazakhstan at the present stage // Education and Science without borders. Journal. - Volum 9. - 2018. - №1. -P. 13-17.
- 104 Жартай Ж.М. Рахимжанова Г.К., Газизова М.Р. Қазақстандағы инновациялық даму: ерекшеліктері, тенденциялары және болашағы // Молодежь и глобальные проблемы современности: Материалы республ. науч.- практ. конф. студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых (с междуна-

родным участием) / Карагандинский университет «Болашак».- Караганда: Болашак-Баспа, 2018. - С.78-81.

105 Программы Фонда «Даму» // URL: <https://www.damu.kz/programm1>.

106 Методические рекомендации по развитию студенческих стартапов / сост. Х.Б. Омаров, Ж.С.Хусаинова. - Караганда: Print Shop, 2018. - 31 с.

107 Жартай Ж.М., Сембекова А.К. Текущее состояние развития молодежного предпринимательства в Республике Казахстан // Молодежное предпринимательство в странах восточного партнерства: опыт формирования и перспективы развития: Материалы междунар. науч.- практ. конф. (13-14 сентября, 2018 г.) / Батумский государственный университет Шота Руставели. - Батуми, 2018. - С. 44-48.

108 Бектлеева Д.Е., Жартай Ж.М. Молодежное предпринимательство в Республике Казахстан: оценка и перспективы // Наука, образование и производство в условиях Четвертой промышленной революции: Материалы междунар. науч.- практ. конф. (3-4 августа, 2018 г.) / Карагандинский государственный университет. - Караганды: КарГУ, 2018. - С. 308-312.

109 Хусаинова Ж.С, Раимбеков Б.Х., Таттымбетова К.Т. Бизнес-жоспар құру мен талдаудың тәжірибелік жетекшілігі // Свидетельство о государственной регистрации объекта интеллектуальной собственности № 1453 от 11.05.2018 г.

110 Khussainova Zh.S., Abauova G.M., Bektleyeva D.Ye., Zhartay Zh.M. Institutional mechanisms to support of the youth entrepreneurship: domestic and foreign experience // Вестник Карагандинского университета. Серия «Экономика». - 2019. - № 2 (94). - С. 101-112.

111 Динамика демографических показателей населения Республики Казахстан. - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://www.stat.gov.kz>

112 Предварительные данные за 2018 год. Статистический ежегодник. - Нур-Султан: Комитет по статистике МНЭ РК, 2019. - 276 с. // URL: <http://www.stat.gov.kz>

113 Молодежь Казахстана (2009-2011 г.г.). Статистический сборник. - Астана: Комитет по статистике МНЭ РК, 2012. - 128

- с. // URL: [http:// www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)
- 114 Молодежь Казахстана (2012-2016 г.г.). Статистический сборник. - Астана: Комитет по статистике МНЭ РК, 2017. - 180 с. // URL: [http:// www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)
- 115 Молодежь Казахстана (2013-2017 г.г.). Статистический сборник. - Астана: Комитет по статистике МНЭ РК, 2018. - 174 с. // URL: [http:// www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)
- 116 Қазақстан жастары - 2018» Ұлттық баяндамасы. Национальный доклад «Молодежь Казахстана - 2018». National report — Youth of Kazakhstan - 2018». Қалиев Т.Б, Қайдарова Ә.С., Каримова Ж.К., Әшімханова Д.Ә., Маульшариф М.М, Насимова Г.О., Негай Н.А., Сыдықназаров М. Қ., Шаповал Ю.В., Мусатаева Ф.М., Окасова Г.Е., Касымбеков А.М. - Астана, 2018. - 410 б. // URL: <http://www.eljastary.kz/articles/62/2>)
- 117 Анализ рынка труда молодежи. Пакет учебно-информационных материалов по рынку труда молодежи / Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центральной Азии, Employment Policy Department. - М.: МОТ, 2015. - 147 с. // URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/publication/wcms_425634.pdf
- 118 Шаповал М. А. Особенности рынка труда молодежи // Молодой ученый. - 2016. - №28. - С. 598-601. // URL: <https://moluch.ru/archive/132/36943/>
- 119 Сейдахметов А.С., Сейдахметова Б.А. Проблемы трудоустройства молодежи на рынке труда Казахстана // Вестник КазНУ. Серия экономическая. - 2016. - №1 (113). - С. 177 - 182.
- 120 Мониторинг и оценка программ молодежной занятости: учебные материалы / Группа технической поддержки по вопросам достойного труда и Бюро МОТ для стран Восточной Европы и Центальной Азии. - Москва: ILO, 2016. - 274 с. // URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-moscow/documents/publication/wcms_492715.pdf
- 121 Основные индикаторы рынка труда в Республике Казахстан за 2001-2018 г.г. - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>

- 122 Основные индикаторы рынка труда молодежи (в возрасте 15-28 лет) по регионам РК за 2001-2019 г.г. // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>
- 123 Основные индикаторы рынка труда молодежи (в возрасте 15-28 лет) по регионам РК в гендерном разрезе за 2001-2019 г.г. - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>
- 124 Занятое население (в возрасте 15-28 лет) по видам экономической деятельности и регионам РК за 2001-2019 г.г. - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>
- 125 Основные индикаторы рынка труда молодежи (в возрасте 15-28 лет) по регионам РК и уровню образования за 2001-2019 г.г. - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>
- 126 Bridging the gap: New opportunities for 16 - 18 year olds not in education, employment or training. Report by the Social Exclusion Unit. July, 1999. // URL: <http://dera.ioe.ac.Uk/15119/2/bridging-the-gap.pdf>
- 127 Europe 2020: A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. European Commission. Brussels, 2010.
- 128 Youth on the move. Luxembourg, Publications Office of the European Union, 2010. // URL: https://europa.eu/youthonthemove/docs/communication/youth-on-the-move_EN.pdf
- 129 Youth neither in employment nor education and training (NEET). Presentation of data for the 27 Member States. European Commission, EMCO Contribution. 2011. // <https://webmaster.yandex.kz/siteinfo/?site=ec.europa.eu>
- 130 Руководство по работе с молодежью категории NEET / Ашимханова Д.Э., Аюпова Р.Р., Кайдарова А.С., Калиев Т.Б. и др. - Астана, 2017. - 88 с. // URL: http://edu.gov.kz/upload/Files/1-Rukovodstvo_po_rabote_molodezhyu_rus.pdf
- 131 Яковлева Е. А., Галахова А. А. Феномен NEET современного поколения и его влияние на макроэкономические показатели // Молодой ученый. - 2017. - №51. - С. 196-201. // URL: <https://moluch.ru/archive/185/47491/>

132 Варшавская Е.Я. Молодежь, исключенная из сферы занятости и образования, в странах ЕС и России // Вопросы статистики. - 2015. - №4. - С. 40-47.

133 Доля молодежи NEET в Республике Казахстан (годовые данные). - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>

134 International Classification by Status in Employment, ICSE-93 (Международная классификация по положению в занятии (статуса в занятости) - https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--dgreports/---stat/documents/meetingdocument/wcms_222232.pdf

135 Методические рекомендации по основным индикаторам рынка труда, утвержденные Приказом Председателя Агентства Республики Казахстан по статистике от «24» августа 2011 года № 248 // URL: <http://stat.gov.kz>

136 Самостоятельно занятая молодежь (15-28 лет) по РК в разрезе статуса занятости, пола и типа местности за 2001-2019 годы - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz/official/industry/25/statistic/7>

137 Экспресс-информация о зарегистрированных и действующих индивидуальных предпринимателях в возрасте до 29 лет и юридических лицах, собственниками (100%) которых являются лица в возрасте до 29 лет на 01.01.2017, на 01.01.2018, на 01.01.2019 - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: <http://stat.gov.kz>

138 Количество зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства - Комитет по статистике МНЭ РК // URL:

http://old.stat.gov.kz/faces/publicationsPage/publicationsOper/homeNumbersSMEnterprises?_afLoop=2680144251226768#%40%3F_afLoop%3D2680144251226768%26_adf.ctrl-state%3D11xffj6vx_4

139 Количество активных субъектов малого и среднего предпринимательства - Комитет по статистике МНЭ РК // URL: http://old.stat.gov.kz/faces/publicationsPage/publicationsOper/homeNumbersSMEnterprises?_afLoop=2680144251226768#%40%3F_afLoop%3D2680144251226768%26_adf.ctrl-state%3D11xffj6vx_4

140 Горбачева И. Краткий курс по методам математической статистики // URL: http://statwork.net/Lessons_lite_ver.pdf

- 141 Официальный сайт АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» // URL: <https://damu.kz>
- 142 Официальный сайт АО «QazTech Ventures» // URL: <http://qaztech.vc/>
- 143 Официальный сайт АО «Казахстанский центр индустрии и экспорта» // URL: <http://kidi.gov.kz>
- 144 Официальный сайт Национальной палаты предпринимателей РК «Атамекен» // URL: <https://atameken.kz/ru/pages/39-missiya-palaty>
- 145 Официальный сайт ОЮЛ «Ассоциация молодых предпринимателей Казахстана» // URL: <http://www.jkk.kz/index.php/jobalar>
- 146 Официальный сайт Enactus Казахстан // URL: <https://www.enactus.kz/>
- 147 Официальный сайт Инновационного кластера Назарбаев Университета «Astana Business Campus (ABC)» // URL: <http://nuris.nu.edu.kz> (
- 148 Официальный сайт Инновационного кластера Tech Garden // URL: <https://techgarden.kz>
- 149 Официальный сайт Международного технопарка IT-стартапов «Astana Hub» // URL: <https://astanahub.com>
- 150 Официальный сайт Бизнес-инкубатора MOST // URL: <http://most.com.kz/>
- 151 Официальный сайт nFactorial Incubator // URL: <https://n17r.com>
- 152 Официальный сайт Бизнес-инкубатора СодБи // URL: <http://sodbi.kz/rus/about-us/>
- 153 Постановление Правительства Республики Казахстан от 25 августа 2018 года № 522 «Об утверждении Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2020» // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000522>
- 154 Отчет по реализации услуги по реализации обучающих проектов в рамках компонента «Бизнес-школа» за 2018 год. - Астана: Национальная палаты предпринимателей РК «Атамекен», 2018. // URL: <https://atameken.kz>
- 155 Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 ноября 2018 года № 746 «Об утверждении Государственной

программы развития продуктивной занятости и массового предпринимательства на 2017 - 2021 годы «Еңбек» // URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000746>

156 Закон Республики Казахстан от 4 июля 2018 года № 174-VI ЗРК «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам венчурного финансирования» // URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1800000174>

157 Закон Республики Казахстан от 26 декабря 2018 г. № 203-VI «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам занятости населения» // URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1800000203>

158 Отчет АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» о состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане и его регионах за 2014 год. - Алматы, 2015 г. - 160 с. // URL: <https://damu.kz>

159 Отчет АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» о состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане и его регионах за 2015 год. - Алматы, 2016 г. - 133 с. // URL: <https://damu.kz>

160 Отчет АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» о состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане и его регионах за 2016 год. - Алматы, 2017 г. - 115 с. // URL: <https://damu.kz>

161 Отчет АО «Фонд развития предпринимательства «Даму» о состоянии развития малого и среднего предпринимательства в Казахстане и его регионах за 2017 год. - Алматы, 2018 г. - 118 с. // URL: <https://damu.kz>

162 Изосимов С.В., Шевченко А.Л. Метод SWOT-анализа: его место в методах исследования, преимущества и недостатки // Экономикс. - 2013. - №2. - С.29-34.

163 Wells H.G. The Discovery of the Future. - New York: B.W.Huebsch, 1913. // URL: <https://onlinebooks.library.upenn.edu/webbin/book/lookupid?key=olbp51646>

164 Unido Technology Foresight Manual. United Nations Industrial

- Development Organization. - Vienna, 2005. - Vol. I. - P. 8. // URL: http://www.foresight.pl/assets/downloads/publications/UNIDO-Technology-Foresight-Manual_vol2.pdf
- 165 Becker P. Corporate Foresight in Europe: A First Overview. - Luxembourg, 2003. // URL: <https://studylib.net/doc/18403386/corporate-foresight-in-europe--a-first-overview---cordis>
- 166 Третьяк В.П. Структура форсайта // Отраслевые рынки. - 2007. - № 1-2 (13). - С. 28-37. // URL: <http://www.virtass.ru/ru/>
- 167 Jouvenel B. The Art of Conjecture / Translated from the French by Nikita Lary. -- New York, Basic Books, 1967. // URL: <https://philpapers.org/rec/DEJTAO>
- 168 Gabor D. Inventing the future. - London: Secker & Warburg, 1963. // URL: <https://www.goodreads.com/book/show/5055134-inventing-the-future>
- 169 Семиков В.Л. Внутренняя среда организации / В.Л. Семиков, В.Д. Ушаков // Технологии техносферной безопасности. - № 5. - 2009. // URL: <http://ipb.mos.ru/ttb>
- 170 Гапоненко Н.В. Форсайт. Теория. Методология. Опыт / Н.В. Гапоненко. - М., ЮНИТИ-ДАНА, 2008. -239 с.
- 171 Серегина С.Ф, Барышев И.А. Закономерно ли появление форсайта? // Форсайт. - № 2(6). - 2008 - С.4- 12.
- 172 Keenan M., Miles I. Scoping and Planning Foresight / The Handbook of Technology Foresight. - Cheltenham: Edward Elgar, 2008. // URL: https://www.e-elgar.com/shop/the-handbook-of-technology-foresight?__website=uk_warehouse
- 173 Соколов А.В. Форсайт: взгляд в будущее // Форсайт. -№ 1. - 2007 - С.8-15.
- 174 Higgins J.M. Creative Problem Solving Techniques: The Handbook of New Ideas for Business. - Florida: NewManagement Publishing Company, Winter Park. - 1994. // URL: <http://en.bookfi.net/book/699593>
- 175 Волкова В.Н. Теория систем. - М.: Высшая школа, 2006 -511 с.
- 176 Clayton A. Technology Roadmapping for Developing Countries. - Vienna: UNIDO, 2005. // URL: <http://www.research.gov.ro>
- 177 Miller R. Being without Existing: The Futures Community at a

- Turning Point? A Comment on Jay Ogilvy's —Facing the Fold" // Foresight. - 2011. - Vol. 13. - № 4. - P. 24-34. // URL: <https://doi.org/10.1108/14636681111153940>
- 178 Белоусов Д.Р., Сухарева И.О., Фролов А.С. Метод «картирования технологий» в поисковых прогнозах // Форсайт - №2-2012. - Т.6. - С.6-16.
- 179 Garcia M.L., Bray O.H. Technology roadmapping: the integration of strategic and technology planning for competitiveness. // Paper presented at the Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET), 1997. - July. - P. 27-31.
- 180 EIRMA Technology roadmapping - delivering business vision. // Working group report № 52. - Paris: European Industrial Research Management Association, 1997.
- 181 Groenveld P. Roadmapping Integrates Business and Technology // Research-Technology Management. - 1997. - Vol. 40. - № 5. - P. 48-55.
- 182 Strauss J.D., Radnor M. Roadmapping for dynamic and uncertain environments // Research Technology Management. - 2004. - Vol. 47. - № 2. - P. 51-57.
- 183 Kostoff R.N., Schaller R.R. Science and technology roadmaps // IEEE Transactions of Engineering Management. - 2001. - Vol. 48. - № 2. - P. 132-143.
- 184 Ильиных С.А. Молодежное предпринимательство: эндогенные и экзогенные факторы // Идеи и идеалы. - 2015. - № 4. - С.87-95.
- 185 Spigel B., Harrison R. Toward a process theory of entrepreneurial ecosystem // Strategic Entrepreneurship Journal. - 2018. - Vol. 12. - № 1. - P. 151-168.
- 186 Ritala P., Gustafsson R. Q&A. Innovation and Entrepreneurial Ecosystem Research: Where Are We Now and How Do We Move Forward? // Technology Innovation Management Review. - 2018. - Vol. 8. - № 7. - P. 52-57.
- 187 Acs Z.J., Szerb L. Global Entrepreneurship and Development Index 2012. Cheltenham (UK), Northampton, MA (US): Edward Elgar, 2012.
- 188 Alvedalen J., Boschma R. A critical review of entrepreneurial

- ecosystems research: Towards a future research agenda // *European Planning Studies*. - 2017. - Vol. 25. - № 6. - P. 887-903.
- 189 Acs Z.J., Autio E., Szerb L. National Systems of Entrepreneurship: Measurement Issues and Policy Implications // *Research Policy*. 2014. - Vol. 43.- № 3. - P. 476-494.
- 190 Mack E., Mayer H. The evolutionary dynamics of entrepreneurial ecosystems // *Urban Studies*. - 2016. - Vol. 53. - № 10. - P. 2118-2133.
- 191 Coase R.H. The New Institutional Economics // *American Economic Review*. - 1998. - Vol. 88. - № 2. - P. 72-74.
- 192 Мезенцева Е. В. Современное молодежное предпринимательство: формы поддержки и показатели оценки развития // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. - 2014. - Т. 20. - С. 941-945. - URL: <http://e-koncept.ru/2014/54452.htm>.
- 193 Барьеры в развитии молодежного предпринимательства. - Алматы - 2015 - 127 с.
- 194 Глобальный мониторинг предпринимательства. Национальный доклад: Казахстан 2017/2018. - Астана -2018 - 84 с.
- 195 Государственная программа развития продуктивной занятости имассового предпринимательства на 2017 - 2021 годы "Еңбек". Постановление Правительства Республики Казахстан от 13 ноября 2018 года № 746. -Астана-2018.
- 196 Қазақстан жастары - 2019». Ұлттық баяндамасы. Национальный доклад «Молодежь Казахстана - 2019». Nationalreport –Youth of Kazakhstan - 2019». - Астана, 2019.- 420 с.
- 197 Школа молодых предпринимателей «Авангард плюс» - <https://www.enbek.gov.kz/ru/node/350419>
- 198 Молодежное предпринимательство: мировые тенденции и казахстанские реалии. <http://pressclub.kz/2018/06/25>
- 199 Iandoli L., Landström H., Raffa M. Introduction: Entrepreneurship, competitiveness and local development // *Entrepreneurship, Competitiveness and Local Development: Frontiers in European Entrepreneurship Research* / Eds. L. Iandoli, H. Landström, M. Raffa. - Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2007. - P. 1-24.
- 200 Morris M.H., Shirokova G., Tsukanova T. Student entrepreneurship and the university ecosystem: A multi-country empirical exploration // *European Journal of International Management*. - 2017. -

Vol. 11. - № 1. - P. 65-85.

201 Lerner M., Almor T. Relationships among strategic capabilities and the performance of women-owned small ventures // *Journal of Small Business Management*. - 2002. - Vol. 40. - № 2. - P. 109-125.

202 Богатырева К., Широкова Г. От предпринимательских намерений - к созданию бизнеса: опыт российских студентов // *Форсайт*. - 2017 - Т. 11. - № 3. - С. 25-36.

203 Valente A.C., Salavisa I., Lagoa S. Work-based cognitive skills and economic performance in Europe // *European Journal of Innovation Management*. - 2016. - Vol. 19. - № 3. - P. 383-405.

204 Чепуренко А. Теория предпринимательства: новые вызовы и перспективы // *Форсайт*. - 2015 - Т. 9. - № 2. - С. 44-57.

205 Асмолов А.Г. Установочные эффекты как предвидение будущего: историко-эволюционный анализ // *Российский журнал когнитивной науки*. - 2017. - Т. 4. - № 1. - С. 26-32.

206 Arvidsson A. Value and virtue in the sharing economy // *The Sociological Review*. - 2018. - Vol. 66. - № 2. - P. 289-301.

207 Kirkham P., Mosey S. How to build an entrepreneurial organization // *Building an Entrepreneurial Organisation* / Eds. P. Kirkham, H. Noke, S. Mosey. New York: Routledge, 2017. - P. 1-20.

208 Cook C. *The Entrepreneurial Project Manager*. - Boca Raton, FL: Taylor & Francis Group, 2017.

209 Jong J.P.D., Parker S.K., Wennekers S., Wu C.H. Entrepreneurial behavior in organizations: Does job design matter? // *Entrepreneurship Theory and Practice*. - 2015. - Vol. 39. - № 4. - P. 981-995.

210 Лавриненко А., Шматко Н. Компетенции 21 века в финансовом секторе; перспективы радикальной трансформации профессий // *Форсайт*. - 2019. - Т.3 - №2 - С.42-50.

211 Иванова А.В. Типология факторов развития молодежного предпринимательства в университетской среде // *Региональное развитие: стратегии и человеческий капитал: Материалы Международной науч.-практ. конференции. / Под ред. А.П. Багирова*. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2014. - С.26-35. - <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24221480>

212 Коротков, А. В., Зобнина, М. Р. Стандарты предпринимательской экосистемы университета: рекомендации по развитию

- предпринимательской экосистемы. - М.: Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики», Изд. дом Высшей школы экономики, 2019. - 96 с.
- 213 Факторы формирования предпринимательской активности студентов / Коллектив авторов. - СПб.: «Санкт-Петербургский государственный университет», 2017. - 259 с.
- 214 Lendner C. University technology transfer through university business incubators and how they help start-ups / Handbook of Research on techno-entrepreneurship. Northampton: MA: EdwardElgar, USA, 2007.
- 215 Анализ состояния и проблем развития предпринимательства в научно-технической сфере России / Под ред. О. П. Молчановой. - М.: КДУ, 2010. - 204 с.
- 216 Карабашев С.Г. Инкубирование малых инновационных предприятий - ключевая проблема венчурного инвестирования в области высоких технологий. - URL: <http://www.irmsb.ru/pages/articles/incubir>
- 217 Etzkowitz H., Leydesdorff L. The dynamics of innovation: from National Systems and «Mode 2» to a Triple Helix of university-industry-government relations // Research Policy. -200. - № 29. - P. 109-123.
- 218 Методология проведения исследования для составления рейтинга UBI Global. - <http://ubi-global.com/research>
- 219 Wheelwright S.C., Clark K.B. Revolutionizing product development. Quantum leaps in speed, efficiency and quality. - New York: The Free Press, 1992.
- 220 Чепьюк О.Р. Ценностно-ориентированный подход к исследованию социально-экономических проблем организации инновационного общества // Вестник МГИМО. - 2013. - № 1. - С.190-194.
- 221 Гибсон Д., Батлер Д. Исследовательские университеты в структуре региональной инновационной системы: опыт Остина, штат Техас // Форсайт - 2013. - Т. 7. - № 2. - С.42-57.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Анкета для социологического опроса потенциальных молодых предпринимателей

Первая фокус-группа – «Молодые люди (студенты) в возрасте 15-29 лет, не занимающиеся предпринимательской деятельностью в настоящее время (потенциальные молодые предприниматели)»

Дорогой респондент!

Вы участвуете в социологическом исследовании на тему "Молодежное предпринимательство" и тем самым вносите свой вклад в развитие молодежного предпринимательства в Республике Казахстан.

1. *Ваша фамилия и имя:* _____

2 *Укажите свой возраст:* _____

3. *Укажите свой пол:* _____

4. *Наименование вуза:* _____

5. *В целом, как Вы относитесь к людям, которые занимаются предпринимательской деятельностью?*

- А) Положительно
- Б) Отрицательно
- В) Нейтрально

6. *Занимаетесь ли Вы в данный момент предпринимательской деятельностью?*

- А) Да
- Б) Нет

7. *Планируете ли Вы сами в будущем организовать (продолжить) свой бизнес?*

- А) Да
- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

8. *Согласны ли Вы со следующим утверждением: «Я уже сейчас обладаю необходимыми знаниями и навыками для того, чтобы заняться предпринимательской деятельностью (малым бизнесом)»?*

- А) Согласен
- Б) Не согласен
- В) Частично согласен

9. *Нужно ли получать высшее образование человеку, который решил стать предпринимателем?*

- А) Да, нужно
- Б) Нет, не нужно
- В) Не обязательно

10. *По Вашему мнению, какими качествами обладает предприниматель? (укажите три варианта ответа)*

- А) Лидерские качества, активность
- Б) Образованность, профессионализм
- В) Честность, порядочность, законопослушность
- Г) Нечестность, способность действовать в обход закона
- Д) Трудолюбие, целеустремленность
- Е) Расчетливость, экономность
- Ж) Смекалка, изобретательность
- З) Склонность к риску, авантюризм
- И) Умение договариваться, вести переговоры
- К) Умение установить связи с «нужными людьми», дать взятку

11. *Как Вы считаете, что является главным, для того, чтобы начать свой бизнес (выберите один вариант ответа)*

- А) Большой стартовый капитал
- Б) Наличие мотивации
- В) Наличие оригинальной идеи
- Г) Наличие поддержки со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса
- Д) Наличие профессионального опыта
- Е) Наличие специального образования
- Ж) Наличие обширных связей
- З) Другое _____

12. *В Казахстане человек, который организовал свой бизнес и успешно им занимается, пользуется уважением в обществе?*

- А) Да

Б) Нет

13. Большинство молодежи в Казахстане рассматривает предпринимательство как желательный выбор карьеры?

А) Да

Б) Нет

14. Каковы, на ваш взгляд, преимущества работы по найму перед предпринимательской деятельностью? (укажите один вариант ответа)

А) Более высокий уровень дохода

Б) Более низкий уровень ответственности/риска

В) Гарантии стабильности

Г) Возможность думать о работе только на работе, а не дома

Д) Работу по найму найти проще, чем открыть свое дело

Е) Нет никаких преимуществ

Ж) Другое _____

15. Оцените, пожалуйста, насколько легко, по Вашему мнению, начать бизнес в Казахстане для молодежи от 14 до 29 лет? (оцените от 1 до 10 баллов)

1 - очень сложно	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - очень легко
------------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------------

16. Насколько Вы согласны с ниже приведенными утверждениями об основных проблемах, с которыми сталкиваются молодые предприниматели?

	Утверждения	Да	Нет
<i>Регистрация и институциональная среда</i>			
1	Большое количество документов, необходимых для регистрации		
2	Затянутость сроков регистрации		
3	Нехватка информации о процедуре регистрации		
4	Отсутствие желания/стремления помочь со стороны лиц, обслуживающих в государственных органах		
5	Компетентность служащих в государственных органах		
6	Недостаточная поддержка со стороны госу-		

	дарственных органов и неправительственных организаций		
7	Высокая налоговая нагрузка		
8	Бюрократизм чиновников		
<i>Администрирование</i>			
1	Не знание бизнес-процессов/среды		
2	Отсутствие льготных условий для начала предпринимательской деятельности (налого-обложение, бухгалтерия)		
3	Подбор персонала		
<i>Финансирование</i>			
<i>A</i>	<i>Трудность получения кредита в банке</i>		
1	Многочисленное количество требований для получения кредита с банка (залоговое имущество, стартовый капитал)		
2	Не полное финансирование		
3	Высокие проценты		
4	Многочисленные документы		
5	Предоставления не полной информации о процессах кредитования		
<i>B</i>	<i>Трудность получение финансирования/кредита в государственных органах</i>		
1	Не прозрачность (процесса принятия решения)		
2	Затянутость получения финансирования		
3	Не полное получение общей суммы гранта		
4	Отсутствие связей (которые потенциально могут ускорить/продвинуть получения кредитования/гранта)		
<i>Личностные причины</i>			
1	Отсутствие стартового капитала		
2	Недостаток знаний и опыта		
3	Отсутствие мотивации (стимула)		

17. Большинство предпринимателей не соблюдают законов, уклоняются от уплаты налогов?

- А) Да
- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

18. Знаете ли Вы о существовании в Вашем городе каких-либо организаций, оказывающих содействие молодежному предпринимательству?

- А) Да
- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

19. Государство предпринимает достаточно усилий для того, чтобы способствовать развитию предпринимательства?

- А) Да
- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

20. Что более всего привлекло бы вас в качестве молодого предпринимателя? (укажите три варианта ответа)

- А) Высокий заработок
- Б) Возможность проявить инициативу
- В) Интересная работа
- Г) Возможность передать свое дело по наследству
- Д) Надежность места работы, гарантия занятости
- Е) Возможность чего-то достичь
- Ж) Возможность карьерного роста, занятие престижной должности
- З) Возможность работать с высококвалифицированными коллегами
- И) Приносить пользу обществу
- К) Возможность решения социальных проблем
- Л) Способствовать развитию экономики страны
- М) Видеть конкретные ощутимые результаты своего труда

21. По каким критериям эффективнее всего оценивать успешность предпринимателя? (укажите три варианта ответа)

- А) Высокий уровень профессионализма в своей сфере
- Б) Материальная обеспеченность
- В) Длительное существование бизнеса
- Г) Прибыль
- Д) Предпринимательская хватка
- Е) Целеустремленность
- Ж) Наличие хорошего образования
- З) Наличие деловых связей
- К) Иметь стартовый капитал
- Л) Везение
- М) Другое _____

22. *Отметьте, пожалуйста, область, в которой Вы хотели бы, чтобы функционировало Ваше предприятие? (Укажите один вариант ответа)*

- А) Экология
- Б) Образование
- В) здравоохранение
- Г) Транспорт
- Д) Общественное питание
- Е) Торговля
- Ж) IT сфера
- З) Реклама / PR
- К) Производство товаров
- Л) Бытовые услуги (ремонт обуви, парикмахерская и т.д.)
- М) Другое _____

23. *Какая из приведенных мер поддержки молодежного предпринимательства, на ваш взгляд, является наиболее эффективной? (Укажите один вариант ответа)*

- А) Необходимость борьбы с коррупцией
- Б) Выделение грантов
- В) Льготы на получение кредитов
- Г) Предоставление в аренду помещений на льготных условиях
- Д) Налоговые льготы
- Е) Другое _____

24. *Представьте, что Вы начинаете предпринимательскую деятельность, требующую финансовых вливаний, и тогда насколько вероятно, что Вы выберете следующие источники стартового финансирования Вашей деятельности? (Укажите один вариант ответа)*

- А) Оформлю кредит в банке
- Б) Найду спонсора
- В) Буду искать государственные программы поддержки предпринимательства, государственные гранты
- Г) Возьму деньги взаймы у друзей/родственников
- Д) Буду использовать собственные накопления
- Е) Другое _____

25. *Каким (-и) каналом (-ами) получения информации об инструментах поддержки (в том числе и государственной) предпринимательской деятельности Вы воспользовались бы, если бы все же задумались об открытии нового бизнеса? (Укажите один вариант ответа)*

- А) Интернет, социальные сети
- Б) Знакомые/родственники/друзья
- В) Банк
- Г) Обращусь за консультацией в консалтинговые компании
- Д) НПО/Общественные организации, занимающиеся поддержкой предпринимательской деятельности
- Е) Государственные организации, занимающиеся поддержкой предпринимательской деятельности
- Ж) Другое _____

26. По Вашим прогнозам, какими будут условия ведения молодежного бизнеса на протяжении последующих трех лет?

- А) Условия улучшатся
- Б) Условия ухудшатся
- В) Условия останутся такими же

27. Что Вам мешает уже сейчас начать свой бизнес (выберите один вариант)

- А) Отсутствие стартового капитала
- Б) Отсутствие мотивации
- В) Отсутствие оригинальной идеи
- Г) Отсутствие поддержки со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса
- Д) Отсутствие необходимых знаний
- Е) Отсутствие опыта
- Ж) Другое _____

Спасибо за участие в исследовании!

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Анкета для социологического опроса начинающих молодых предпринимателей (стартаперов)

Вторая фокус-группа – «Начинающие (ранние) молодые предприниматели (стартаперы) в возрасте »

Дорогой респондент!

Вы участвуете в социологическом исследовании на тему "Молодежное предпринимательство" и тем самым вносите свой вклад в развитие молодежного предпринимательства в Республике Казахстан.

1. Укажите свой возраст: _____

2. Укажите свой пол: _____

3. Укажите свой регион: _____

4. Ваше образование:

А) Среднее общее (9 классов)

Б) Среднее полное (11 классов)

В) Профессиональная подготовка (профессиональные училища, профессиональный лицей, курсы профессиональной подготовки)

Г) Среднее профессиональное (техникум, колледж)

Д) Высшее образование (институт, академия, университет)

Е) Ученая степень

5. Какая из перечисленных проблем молодежи в Казахстане является наиболее важной? (укажите один вариант ответа)

А) Образование

Б) Коррупция

В) Социальное неравенство

Г) Преступность, наркомания, табакокурение и суициды

Д) Трудоустройство

Е) Реализация собственного потенциала

Ж) Другое _____

6. Как Вы считаете, что является главным, для того, чтобы начать свой бизнес (выберите один вариант ответа)

А) Большой стартовый капитал

- Б) Наличие мотивации
- В) Наличие оригинальной идеи
- Г) Наличие поддержки со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса
- Д) Наличие профессионального опыта
- Е) Наличие специального образования
- Ж) Наличие обширных связей
- З) Другое _____

7. Как давно Вы осуществляете свою деятельность как начинающий предприниматель (стартапер)?

- А) до 3 месяцев
- Б) от 3 до 6 месяцев
- В) от 6 месяцев до одного года
- Г) более одного года

8. Оцените, пожалуйста, насколько легко, по Вашему мнению, начать бизнес молодым в Казахстане? (оцените от 1 до 10 баллов)

1 - очень сложно	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - очень легко
------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------

9. Что привело Вас лично (побудило, стало мотивом) к занятию стартапами? (можно указать от одного до трех вариантов ответа)

- А) Стремление найти выход своей жизненной энергии в реализации новой идеи, в осуществлении какой-либо инновации (изменения)
- Б) Стремление направить свои способности и предпринимательскую активность на решение своих проблем
- В) Поиск способов изменить мир к лучшему, не прибегая к помощи государства
- Г) Стремление создать эффективное предприятие для обеспечения рабочими местами граждан
- Д) Не думал(а) об этом, решение заняться предпринимательством было принято спонтанно
- Е) Желание использовать собственные финансовые и материальные ресурсы для оказания помощи людям, в том числе попавшим в трудную жизненную ситуацию
- Ж) Желание попробовать реализовать на практике в Казахстане опыт зарубежных предпринимателей, о которых узнал из средств массовой информации или иных источников
- З) Другое _____

10. На какие конкретные группы населения преимущественно ориентирована Ваша деятельность как стартапера? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

- А) Дети
- Б) Молодежь
- В) Дети с ограниченными возможностями
- Г) Женщины
- Д) Мужчины
- Е) Взрослое население
- Ж) Взрослые люди с ограниченными возможностями
- З) Дети-сироты, беспризорные и безнадзорные дети
- И) Малообеспеченные слои населения
- К) Пенсионеры
- Л) Безработные
- М) Жители определенных территорий
- Н) Бездомные
- О) Мигранты, беженцы и вынужденные переселенцы
- П) Осужденные, бывшие осужденные
- Р) Определенные национальные группы
- С) Другое _____

11. Какие услуги и товары Вы хотели бы производить как молодой предприниматель? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

- А) Производство потребительских товаров (для населения)
- Б) Производство инвестиционных товаров (для предприятия: станки, оборудования и т.д.)
- В) Строительство
- Г) Услуги транспорта
- Д) Услуги связи
- Е) Полиграфические, издательские услуги
- Ж) Образовательные услуги
- З) Услуги по обеспечению досуга
- И) IT услуги
- К) Консультационные услуги
- Л) Социально-реабилитационные услуги
- М) Туризм
- Н) Социально-бытовые услуги
- О) Медицинские услуги
- П) Услуги в сфере ЖКХ
- Р) Рекламные услуги, пиар
- С) Юридические услуги

- Г) Услуги по обеспечению правопорядка и личной защиты
 У) Сбор и распределение продуктов, товаров среди нуждающихся
 Ф) Другое _____

12. *Что вы думаете о развитии молодежного предпринимательства в Казахстане? (выберите один вариант ответа)*

- А) Развитие молодежного предпринимательства идет быстрыми темпами
 Б) Развитие молодежного предпринимательства идет медленно, и этот процесс стоит ускорить
 В) Ничего не нужно менять или ускорять
 Г) Не нужно поддерживать молодежное предпринимательство

13. *Как вы считаете, какой уровень развития молодежного предпринимательства в вашем регионе (городе)?*

- А) Низкий уровень
 Б) Средний уровень
 В) Высокий уровень

14. *Что на ваш взгляд тормозит развитие молодежного предпринимательства в Казахстане?*

- А) Недостаток финансовых средств
 Б) Высокий уровень налогообложения
 В) Высокая арендная плата
 Г) Бюрократические барьеры
 Д) Отсутствие поддержки от органов местного самоуправления
 Е) Недопонимание со стороны общества
 Ж) Затрудняюсь ответить

15. *Насколько Вы согласны с ниже приведёнными утверждениями об основных проблемах, с которыми сталкиваются начинающие предприниматели?*

	Утверждения	Да	Нет
<i>Регистрация и институциональная среда</i>			
1	Большое количество документов, необходимых для регистрации		
2	Затянутость сроков регистрации		
3	Нехватка информации о процедуре регистрации		
4	Отсутствие желания/стремления помочь со стороны лиц, обслуживающих в государст-		

	венных органах		
5	Компетентность служащих в государственных органах		
6	Недостаточная поддержка со стороны государственных органов и неправительственных организаций		
7	Высокая налоговая нагрузка		
8	Бюрократизм чиновников		
<i>Администрирование</i>			
1	Не знание бизнес-процессов/среды		
2	Отсутствие льготных условий для начала предпринимательской деятельности (налогообложение, бухгалтерия)		
3	Подбор персонала		
<i>Финансирование</i>			
<i>A</i>	<i>Трудность получения кредита в банке</i>		
1	Многочисленное количество требований для получения кредита с банка (залоговое имущество, стартовый капитал)		
2	Не полное финансирование		
3	Высокие проценты		
4	Многочисленные документы		
5	Предоставления не полной информации о процессах кредитования		
<i>B</i>	<i>Трудность получения финансирования/кредита в государственных органах</i>		
1	Не прозрачность (процесса принятия решения)		
2	Затянутость получения финансирования		
3	Не полное получение общей суммы гранта		
4	Отсутствие связей (которые потенциально могут ускорить/продвинуть получения кредитования/гранта)		
<i>Личностные причины</i>			
1	Отсутствие стартового капитала		
2	Недостаток знаний и опыта		
3	Отсутствие мотивации (стимула)		

16. Обязано ли государство поддерживать начинающих предпринимателей?

А) Да

- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

17. Укажите наиболее эффективный инструмент для поддержки начинающих молодых предпринимателей? (один вариант ответа)

- А) Необходимость борьбы с коррупцией
- Б) Выделение грантов
- В) Льготы на получение кредитов
- Г) Предоставление в аренду помещений на льготных условиях
- Д) Налоговые льготы
- Е) Другое _____

18. Как Вы считаете, велики ли риски «прогореть» молодым людям, начинающим свой бизнес?

- А) Риск очень велик
- Б) У всех равные шансы, риск примерно 50%
- В) Риск не велик

19. Какую помощь в организации собственного бизнеса вы хотели бы получить или получили от органов государственной власти как начинающий предприниматель?

- А) Финансовую поддержку
- Б) Маркетинговую поддержку
- В) Информационную поддержку
- Г) Организационную поддержку
- Д) Не получил поддержку
- Е) Другую поддержку _____

20. Какую помощь в организации собственного бизнеса вы хотели бы получить или получили от региональной Палаты предпринимателей «Атамекен»?

- А) Финансовую поддержку
- Б) Маркетинговую поддержку
- В) Информационную поддержку
- Г) Организационную поддержку
- Д) Не получил поддержку
- Е) Другую поддержку _____

21. Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас (только один вариант)

- А) При решении задачи/проблемы, для меня важнее получение прибыли
- Б) При решении задачи/проблемы, для меня важнее решить задачу/проблему населения
- В) Затрудняюсь ответить

22. Считаете ли Вы необходимым создание ассоциации, общественной организации, объединения молодых предпринимателей для защиты своих интересов, прав, разработки законодательной базы молодежного предпринимательства и т.п.?

- А) Да, считаю, что необходимость в ассоциации назрела
- Б) Да, считаю, но пока время еще не пришло
- В) Нет, не вижу необходимости в такой ассоциации
- Г) Затрудняюсь ответить

23. На текущий момент испытываете ли Вы как начинающий предприниматель (стартапер) потребность в поддержке Вашей деятельности со стороны государственных органов или органов местного самоуправления? Если да, то в какой форме (укажите одно)?

- А) Финансовая (льготы, субсидии, гранты, гос.закупки)
- Б) Ресурсная (аренда помещений, рекламные площади)
- В) Административная (правовое регулирование, устранение препятствий)
- Г) Информационная (обучение, консультации)
- Д) Не нуждаюсь в поддержке

24. По Вашим прогнозам, какими будут условия ведения молодежного бизнеса на протяжении последующих трех лет?

- А) Условия улучшатся
- Б) Условия ухудшатся
- В) Условия останутся такими же

25. Какие у Вас в целом намерения в отношении Вашего бизнеса на ближайший год?

- А) Собираемся расширяться
- Б) Задача – продержаться
- В) Наверное, дело придется закрывать

Спасибо за участие в исследовании!

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анкета для социологического опроса действующих молодых предпринимателей

Третья фокус-группа – «Действующие молодые предприниматели в возрасте 15-29 лет»

Дорогой респондент!

Вы участвуете в социологическом исследовании на тему "Молодежное предпринимательство" и тем самым вносите свой вклад в развитие молодежного предпринимательства в Республике Казахстан.

1. Укажите свой возраст: _____

2. Укажите свой пол: _____

3. Укажите свой регион: _____

4. Ваше образование:

А) Среднее общее (9 классов)

Б) Среднее полное (11 классов)

В) Профессиональная подготовка (профессиональные училища, профессиональный лицей, курсы профессиональной подготовки)

Г) Среднее профессиональное (техникум, колледж)

Д) Высшее образование (институт, академия, университет)

Е) Ученая степень

5. Какая из перечисленных проблем в Казахстане является наиважнейшей? (укажите один вариант ответа)

А) Образование

Б) Коррупция

В) Социальное неравенство

Г) Преступность, наркомания, табакокурение и суициды

Д) Трудоустройство

Е) Реализация собственного потенциала

Ж) Другое _____

6. Как Вы считаете, что является главным, для того, чтобы начать свой бизнес (выберите один вариант ответа)

А) Большой стартовый капитал

- Б) Наличие мотивации
- В) Наличие оригинальной идеи
- Г) Наличие поддержки со стороны властей и организаций, содействующих развитию бизнеса
- Д) Наличие профессионального опыта
- Е) Наличие специального образования
- Ж) Наличие обширных связей
- З) Другое _____

7. Как давно Вы осуществляете свою деятельность как молодой предприниматель?

- А) Менее 1 года
- Б) 1 - 2 года
- В) 3 - 4 года
- Г) 5 лет и более

8. До того, как Вы стали предпринимателем, имели ли Вы какой-либо опыт предпринимательской деятельности?

- А) Да
- Б) Нет

9. Оцените, пожалуйста, насколько легко, по Вашему мнению, начать бизнес молодым в Казахстане? (оцените от 1 до 10 баллов)

1 - очень сложно	2	3	4	5	6	7	8	9	10 - очень легко
------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	------------------

10. Что привело Вас лично (побудило, стало мотивом) к занятию предпринимательством? (можно указать от одного до трех вариантов ответа)

- А) Стремление найти выход своей жизненной энергии в реализации новой идеи, в осуществлении какой-либо инновации (изменения)
- Б) Стремление направить свои способности и предпринимательскую активность на решение своих проблем
- В) Поиск способов изменить мир к лучшему, не прибегая к помощи государства
- Г) Стремление создать эффективное предприятие для обеспечения рабочими местами граждан
- Д) Не думал(а) об этом, решение заняться предпринимательством было принято спонтанно

- Е) Желание использовать собственные финансовые и материальные ресурсы для оказания помощи людям, в том числе попавшим в трудную жизненную ситуацию
- Ж) Желание попробовать реализовать на практике в Казахстане опыт зарубежных предпринимателей, о которых узнал из средств массовой информации или иных источников
- З) Другое _____

11. На какие конкретные группы населения ориентирована Ваша деятельность как предпринимателя? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

- А) Дети
- Б) Молодежь
- В) Дети с ограниченными возможностями
- Г) Женщины
- Д) Мужчины
- Е) Взрослое население
- Ж) Взрослые люди с ограниченными возможностями
- З) Дети-сироты, беспризорные и безнадзорные дети
- И) Малообеспеченные слои населения
- К) Пенсионеры
- Л) Безработные
- М) Жители определенных территорий
- Н) Бездомные
- О) Мигранты, беженцы и вынужденные переселенцы
- П) Осужденные, бывшие осужденные
- Р) Определенные национальные группы
- С) Другое _____

12. Какие услуги и товары Вы производите как молодой предприниматель? (можно выбрать несколько вариантов ответа)

- А) Производство потребительских товаров (для населения)
- Б) Производство инвестиционных товаров (для предприятия: станки, оборудования и т.д.)
- В) Строительство
- Г) Услуги транспорта
- Д) Услуги связи
- Е) Полиграфические, издательские услуги
- Ж) Образовательные услуги
- З) Услуги по обеспечению досуга
- И) IT услуги

- К) Консультационные услуги
- Л) Социально-реабилитационные услуги
- М) Туризм
- Н) Социально-бытовые услуги
- О) Медицинские услуги
- П) Услуги в сфере ЖКХ
- Р) Рекламные услуги, пиар
- С) Юридические услуги
- Т) Услуги по обеспечению правопорядка и личной защиты
- У) Сбор и распределение продуктов, товаров среди нуждающихся
- Ф) Другое _____

13. Что вы думаете о развитии молодежного предпринимательства в Казахстане? (выберите один вариант ответа)

- А) Развитие молодежного предпринимательства идет быстрыми темпами
- Б) Развитие молодежного предпринимательства идет медленно, и этот процесс стоит ускорить
- В) Ничего не нужно менять или ускорять
- Г) Не нужно поддерживать молодежное предпринимательство

14. Как вы считаете, какой уровень развития молодежного предпринимательства в вашем регионе (городе)?

- А) Низкий уровень
- Б) Средний уровень
- В) Высокий уровень

15. Что на ваш взгляд тормозит развитие молодежного предпринимательства в Казахстане?

- А) Недостаток финансовых средств
- Б) Высокий уровень налогообложения
- В) Высокая арендная плата
- Г) Бюрократические барьеры
- Д) Отсутствие поддержки от органов местного самоуправления
- Е) Недопонимание со стороны общества
- Ж) Затрудняюсь ответить

16. Насколько Вы согласны с ниже приведёнными утверждениями об основных проблемах, с которыми сталкиваются молодые предприниматели?

	Утверждения	Да	Нет
<i>Регистрация и институциональная среда</i>			
1	Большое количество документов, необходимых для регистрации		
2	Затянутость сроков регистрации		
3	Нехватка информации о процедуре регистрации		
4	Отсутствие желания/стремления помочь со стороны лиц, обслуживающих в государственных органах		
5	Компетентность служащих в государственных органах		
6	Недостаточная поддержка со стороны государственных органов и неправительственных организации		
7	Высокая налоговая нагрузка		
8	Бюрократизм чиновников		
<i>Администрирование</i>			
1	Не знание бизнес-процессов/среды		
2	Отсутствие льготных условий для начала предпринимательской деятельности (налогообложение, бухгалтерия)		
3	Подбор персонала		
<i>Финансирование</i>			
<i>А</i>	<i>Трудность получения кредита в банке</i>		
1	Многочисленное количество требований для получения кредита с банка (залоговое имущество, стартовый капитал)		
2	Не полное финансирование		
3	Высокие проценты		
4	Многочисленные документы		
5	Предоставления не полной информации о процессах кредитования		
<i>Б</i>	<i>Трудность получение финансирования/кредита в государственных органах</i>		
1	Не прозрачность (процесса принятия решения)		
2	Затянутость получения финансирования		
3	Не полное получение общей суммы гранта		
4	Отсутствие связей (которые потенциально могут ускорить/продвинуть получения кредитования/гранта)		
<i>Личностные причины</i>			
1	Отсутствие стартового капитала		
2	Недостаток знаний и опыта		
3	Отсутствие мотивации (стимула)		

17. *Обязано ли государство поддерживать молодых предпринимателей?*

- А) Да
- Б) Нет
- В) Затрудняюсь ответить

18. *Укажите наиболее эффективный инструмент для поддержки действующих молодых предпринимателей? (один вариант ответа)*

- А) Необходимость борьбы с коррупцией
- Б) Выделение грантов
- В) Льготы на получение кредитов
- Г) Предоставление в аренду помещений на льготных условиях
- Д) Налоговые льготы
- Е) Другое _____

19. *Как Вы считаете, велики ли риски «прогореть» молодым людям, занимаясь предпринимательством?*

- А) Риск очень велик
- Б) У всех равные шансы, риск примерно 50%
- В) Риск не велик

20. *Какую помощь в организации собственного бизнеса вы получили от органов государственной власти?*

- А) Финансовую поддержку
- Б) Маркетинговую поддержку
- В) Информационную поддержку
- Г) Организационную поддержку
- Д) Не получил поддержку
- Е) Другую поддержку _____

21. *Какую помощь в организации собственного бизнеса вы получили от региональной Палаты предпринимателей «Атамекен»?*

- А) Финансовую поддержку
- Б) Маркетинговую поддержку
- В) Информационную поддержку
- Г) Организационную поддержку
- Д) Не получил поддержку
- Е) Другую поддержку _____

22. *Выберите, пожалуйста, утверждение, которое в наибольшей мере подходит для Вас (только один вариант)*

- А) При решении задачи/проблемы, для меня важнее получение прибыли
- Б) При решении задачи/проблемы, для меня важнее решить задачу/проблему населения
- В) Затрудняюсь ответить

23. Считаете ли Вы необходимым создание ассоциации, общественной организации, объединения молодых предпринимателей для защиты своих интересов, прав, разработки законодательной базы молодежного предпринимательства и т.п.?

- А) Да, считаю, что необходимость в ассоциации назрела
- Б) Да, считаю, но пока время еще не пришло
- В) Нет, не вижу необходимости в такой ассоциации
- Г) Затрудняюсь ответить

24. На текущий момент испытываете ли Вы как молодой предприниматель потребность в поддержке Вашей деятельности со стороны государственных органов или органов местного самоуправления? Если да, то в какой форме (укажите одно)?

- А) Финансовая (льготы, субсидии, гранты, гос.закупки)
- Б) Ресурсная (аренда помещений, рекламные площади)
- В) Административная (правовое регулирование, устранение препятствий)
- Г) Информационная (обучение, консультации)
- Д) Не нуждаюсь в поддержке

25. По Вашим прогнозам, какими будут условия ведения молодежного бизнеса на протяжении последующих трех лет?

- А) Условия улучшатся
- Б) Условия ухудшатся
- В) Условия останутся такими же

26. Какие у Вас в целом намерения в отношении Вашего бизнеса на ближайший год-два?

- А) Собираемся расширяться
- Б) Задача – продержаться, остаться хотя бы на нынешнем уровне
- В) Возможно, придется сокращать дело
- Г) Наверное, дело придется закрывать

Спасибо за участие в исследовании!

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Результаты анкетирования по первой фокус-группе «Потенциальные молодые предприниматели»

Таблица Г.1 – Высшие учебные заведения, участвовавшие в социологическом опросе по первой фокус-группе

№	Наименование вуза
1.	Есенов Университет
2.	Актюбинский региональный государственный университет имени К.Жубанова
3.	Казахский национальный аграрный университет
4.	Казахский национальный университет имени аль-Фараби
5.	Университет Нархоз
6.	Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана
7.	Атырауский государственный университет имени Х. Досмухамедова
8.	Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза
9.	Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова
10.	Медицинский университет г.Караганды
11.	Кокшетауский государственный университет имени Ш.Уалиханова
12.	Костанайский государственный университет имени А. Байтурсынова
13.	Инженерно-экономический университет имени М.Дулатова
14.	Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева
15.	Казахский университет экономики, финансов и международной торговли
16.	Казахский аграрный университет имени С. Сейфуллина
17.	Казахский университет технологии и бизнеса
18.	Павлодарский государственный университет имени С.Торайгырова
19.	Северо-Казахстанский государственный университет имени М.Козыбаева
20.	Государственный университет имени Шакарима
21.	Казахский гуманитарно-юридический инновационный университет
22.	Жетысуский государственный университет имени И. Жансугурова
23.	Карагандинский государственный индустриальный университет
24.	Западно-Казахстанский государственный университет имени М.Утемисова
25.	Восточно-Казахстанский государственный университет имени С.Аманжолова
26.	Восточно-Казахстанский государственный технический университет имени Д.Серикбаева
27.	Южно-Казахстанский государственный университет имени М.Ауэзова



Рисунок Г.1 – Распределение ответов по первой фокус-группе на вопрос о необходимых качествах молодого предпринимателя

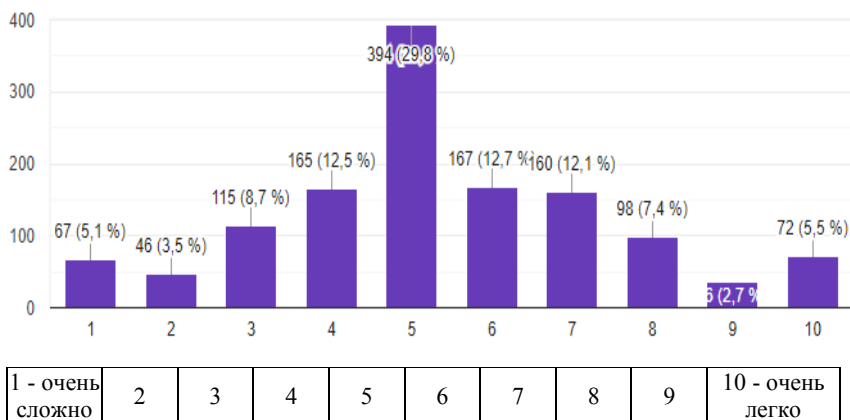


Рисунок Г.2 – Распределение ответов по первой фокус-группе на вопрос о степени легкости для старта бизнеса в Казахстане для молодежи от 14 до 29 лет (по шкале от 1 до 10, где 1 - очень сложно, 10 - очень легко)

Таблица Г.2 – Распределение ответов по первой фокус-группе на вопрос об основных проблемах молодых предпринимателей

	Утверждения	Да		Нет	
		кол-во ответов	до-ля, %	кол-во ответов	до-ля, %
<i>Регистрация и институциональная среда</i>					
1	Большое количество документов, необходимых для регистрации	1043	79,0	277	21,0
2	Затянутость сроков регистрации	840	63,6	480	36,4
3	Нехватка информации о процедуре регистрации	813	61,6	507	38,4
4	Отсутствие желания/стремления помочь со стороны лиц, обслуживающих в гос.органах	846	64,1	474	35,9
5	Компетентность служащих в государственных органах	763	57,8	557	42,2
6	Недостаточная поддержка государства	832	63,0	488	37,0
7	Высокая налоговая нагрузка	920	69,7	400	30,3
8	Бюрократизм чиновников	791	59,9	529	40,1
<i>Администрирование</i>					
1	Не знание бизнес-процессов/среды	1065	80,7	255	19,3
2	Отсутствие льготных условий для начала предпринимательской деятельности (налогообложение, бухгалтерия)	926	70,2	394	29,8
3	Подбор персонала	897	68,0	423	32,0
<i>Финансирование</i>					
<i>А Трудность получения кредита в банке</i>					
1	Многочисленное количество требований для получения кредита с банка (залоговое имущество, стартовый капитал)	1055	79,9	265	20,1
2	Не полное финансирование	911	69,0	409	31,0
3	Высокие проценты	1071	81,1	249	18,9
4	Многочисленные документы	960	72,7	360	27,3
5	Предоставления не полной информации о процессах кредитования	840	63,6	480	36,4
<i>Б Трудность получение финансирования/кредита в государственных органах</i>					
1	Не прозрачность (процесса принятия решения)	827	62,7	493	37,3
2	Затянутость получения финансирования	930	70,5	390	29,5
3	Не полное получение общей суммы гранта	809	61,3	511	38,7
4	Отсутствие связей (которые потенциально могут ускорить/продвинуть получения кредитования/гранта)	767	58,1	553	41,9
<i>Личностные причины</i>					
1	Отсутствие стартового капитала	1074	82,1	234	17,9
2	Недостаток знаний и опыта	981	75,4	320	24,6
3	Отсутствие мотивации (стимула)	840	64,8	456	35,2



Рисунок Г.3 – Распределение ответов по первой фокус-группе на вопрос «Что более всего привлекло бы вас в качестве молодого предпринимателя?»



Рисунок Г.4 – Распределение ответов на вопрос «Отметьте, пожалуйста, область, в которой Вы хотели бы, чтобы функционировало Ваше предприятие?»



Рисунок Г.5 – Распределение ответов по первой фокус-группе на вопрос «Какая из приведенных мер поддержки молодежного предпринимательства, на ваш взгляд, является наиболее эффективной?»



Рисунок Г.6 – Распределение ответов по первой фокус-группе на вопрос «Представьте, что Вы начинаете предпринимательскую деятельность, требующую финансовых вливаний, и тогда насколько вероятно, что Вы выберете следующие источники стартового финансирования Вашей деятельности?»

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Результаты анкетирования
по второй фокус-группе «Начинающие молодые предприниматели (стартаперы)» и по третьей фокус-группе «Действующие молодые предприниматели (молодые предприниматели)»



Рисунок Д.1 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос «Какая из перечисленных проблем в Казахстане является важнейшей?» (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)

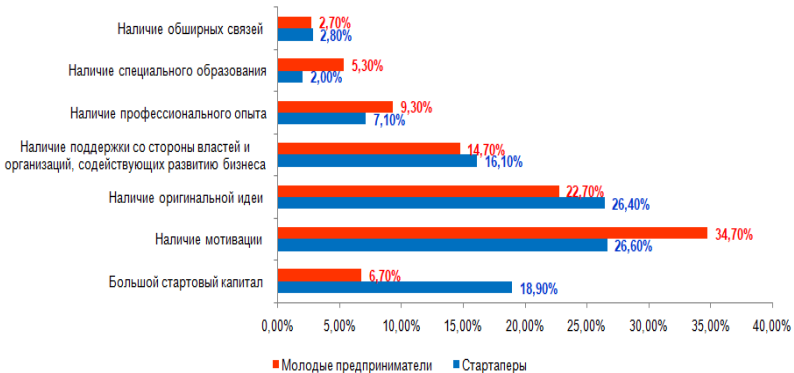


Рисунок Д.2 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос «Как Вы считаете, что является главным, для того, чтобы начать свой бизнес?» (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)



Рисунок Д.3 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос «Что привело Вас лично (побудило, стало мотивом) к занятию стартапами?» (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)



Рисунок Д.4 – Тор-5 товаров и услуг, которые хотели бы производить/производят стартаперы и молодые предприниматели (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)



Рисунок Д.5 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос о причинах, тормозящих развитие молодежного предпринимательства (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)

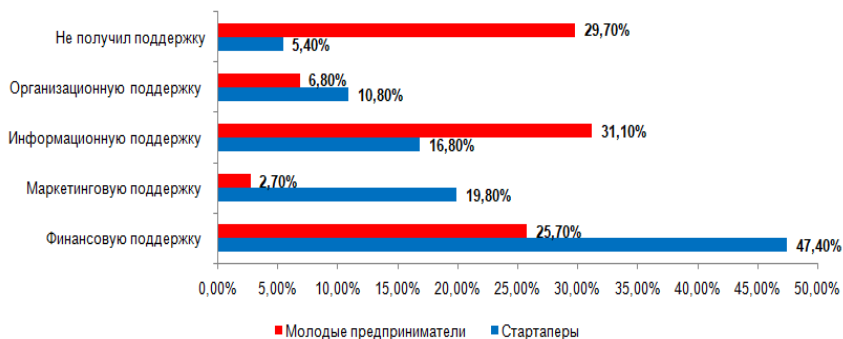


Рисунок Д.6 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос о видах поддержки, которую хотели бы и получают стартаперы и молодые предприниматели от государства (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)

Таблица Д.1 - Основные проблемы, с которыми сталкиваются стартаперы/молодые предприниматели

Утверждения		Да	Нет
<i>Регистрация и институциональная среда</i>			
1	Большое количество документов, необходимых для регистрации	376/34	119/36
2	Затянутость сроков регистрации	283/29	208/41
3	Нехватка информации о процедуре регистрации	317/37	167/32
4	Отсутствие желания/стремления помочь со стороны лиц, обслуживающих в государственных органах	288/40	200/29
5	Компетентность служащих в государственных органах	264/32	255/38
6	Недостаточная поддержка государства	265/29	222/41
7	Высокая налоговая нагрузка	281/27	204/45
8	Бюрократизм чиновников	264/42	216/29
<i>Администрирование</i>			
1	Не знание бизнес-процессов/среды	335/59	153/13
2	Отсутствие льготных условий для начала предпринимательской деятельности (налогообложение, бухгалтерия)	294/39	186/31
3	Подбор персонала	276/50	209/20
<i>Финансирование</i>			
<i>A</i>	<i>Трудность получения кредита в банке</i>		
1	Многочисленное количество требований для получения кредита с банка (залоговое имущество, стартовый капитал)	336/51	155/21
2	Не полное финансирование	336/51	155/21
3	Высокие проценты	336/51	155/21
4	Многочисленные документы	336/51	155/21
5	Предоставления не полной информации о процессах кредитования	336/51	155/21
<i>B</i>	<i>Трудность получение финансирования/кредита в государственных органах</i>		
1	Не прозрачность (процесса принятия решения)	353/48	135/23
2	Затянутость получения финансирования	353/48	135/23
3	Не полное получение общей суммы гранта	353/48	135/23
4	Отсутствие связей (которые потенциально могут ускорить/продвинуть получения кредитования/гранта)	353/48	135/23
<i>Личностные причины</i>			
1	Отсутствие стартового капитала	376/55	109/15
2	Недостаток знаний и опыта	341/56	147/14
3	Отсутствие мотивации (стимула)	297/45	179/27

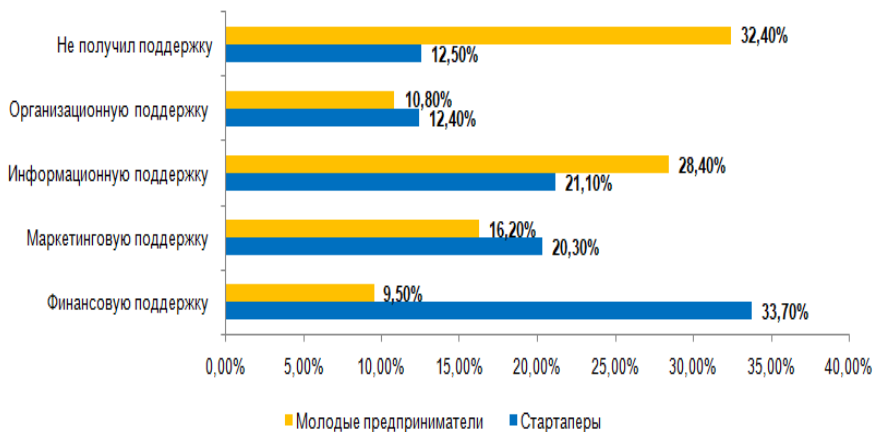


Рисунок Д.7 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос о видах поддержки, которую хотели бы и получают стартаперы и молодые предприниматели от Национальной палаты предпринимателей «Атамекен» (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)

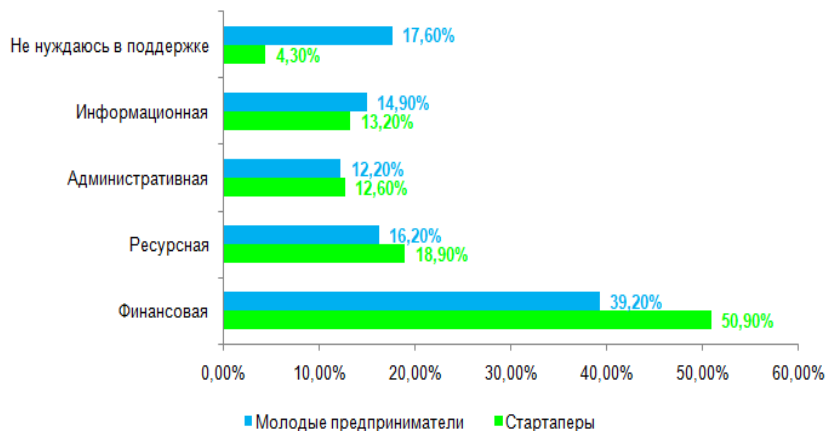


Рисунок Д.8 – Распределение ответов по второй и третьей фокус-группам на вопрос о потребности стартаперов и молодых предпринимателей в поддержке своей деятельности со стороны государственных органов или органов местного самоуправления (Стартаперы vs. Молодые предприниматели)

Монография

**Хусаинова Жибек Сеитовна
Жартай Жанибек Маратович
Адилова Жанна Гумаровна
Бектлеева Дина Ербулатовна
Абауова Гульжан Мейрамовна**

**РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕХАНИЗМЕ
ИНДУСТРИАЛЬНО-ИННОВАЦИОННОГО РОСТА
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

Отпечатано с авторского оригинала

Подписано в печать 25.09.2020г. Формат 60×84 1/16. Бумага 518×94(0)
Объем 24,25 ~~1082,6~~ л. Тираж 500 экз. Цена договор. Заказ № 227.

Отпечатано в типографии ТОО «Арко»
100012, г. Караганда, ул. Сатпаева, 15.