

**А. Н. Русак**

## УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Молодежное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития предпринимательской деятельности, в том числе малого бизнеса. Численность молодежи в возрасте от 14 до 30 лет в Беларуси на начало 2019 г. составляла 1 858,5 тыс. человек (почти каждый пятый житель республики относится к данной категории). В Минске проживают 478,2 тыс. молодых людей. Среди регионов лидирует Гомельская область – 264,4 тыс., и Брестская область – 259 тыс., в Могилевской и Гродненской областях – 197,1 тыс. и 193,4 тыс. соответственно.

Малому бизнесу, создаваемому молодыми предпринимателями, придается особое значение в устойчивом развитии экономики городов и регионов. По данным Всемирного Банка, в рейтинге «Doing Business 2020» из 190 стран Республика Беларусь занимает 49 позицию. Согласно результатам социологического опроса, проведенного информационно-аналитическим центром (Белорусским институтом стратегических исследований), 36,5 % молодых людей хотели бы открыть свой бизнес.

Одной из самых привлекательных сфер для молодежи является сфера IT, где средний возраст работников составляет 31 год. Декрет № 8 «О развитии цифровой экономики» предусматривает деbüroкратизацию IT-сферы, предоставляя новые возможности для стартапов молодых предпринимателей. Также среди молодых предпринимателей популярны такие виды деятельности, как услуги по питанию, оптовая и розничная торговля (доля работников до 30 лет – 39,2 %), ремонт автомобилей (30,1 %), финансовая и страховая деятельность (25,7 %), спорт, развлечения, творчество (23,6 %).

Для молодежи, имеющей все предпосылки для вхождения в предпринимательскую среду, важна самозанятость посредством создания собственного бизнеса. В 2019 г. среди молодых людей в возрасте от 16 до 30 лет в Беларуси безработица составляла 20,6 % от общего числа безработных (на 0,9 % меньше, чем в 2018 г.). В категорию NEET (Not in Employment, Education or Training) – молодых людей, которые не работают и не учатся, – в странах ЕС входят около 15 миллионов человек. В Италии и Греции их доля превышает 25 % всех жителей в возрасте от 20 до 34 лет. В России статус «Я не учусь и не работаю» имеют примерно 15 % молодых людей. В Республике Беларусь население, которое не учится и не работает в возрасте 15–24 лет, в 2017 г. составляло 7,3 % к численности населения соответствующей половозрастной группы (8,2 % в 2016 г.).

Исследователи выделяют несколько базисных групп молодежного предпринимательства. Первая группа – молодые люди от 18 до 21 лет. Это этап формирования, «предварительные» предприниматели. Особенностью данной группы является то, что перед участниками стоит задача по поиску соб-

ственной ниши на рынке, выражение собственной индивидуальности. Представители этой группы испытывают наибольшую потребность в развитии своих профессиональных навыков в предпринимательстве. Доля закрытия предприятий для этой группы наиболее высока, так как с точки зрения финансовой поддержки эта группа менее перспективна.

Вторая группа – молодые люди от 22 до 25 лет. Это «начинающие» предприниматели. Молодые люди уже имеют некоторый опыт, навыки и капитал, позволяющие управлять своими собственными предприятиями. Успешными в этой категории являются молодые предприниматели, которые создали свой бизнес в предшествующий период. Происходит формирование наиболее устойчивых и прибыльных бизнесов. Но цель получения прибыли начинает доминировать над выражением собственных интересов. Формируются наиболее перспективные направления, которые способны перерасти в крупный бизнес.

Третья группа – молодые люди от 26 до 29 лет. Это «новые предприниматели». Обладая опытом в бизнесе, эта группа предпринимателей имеет более высокий уровень зрелости, чем в младших возрастных группах. Они склонны управлять более жизнеспособными предприятиями, чем более молодые люди.

Четвертая группа – от 30 до 35 лет. Открытие бизнеса в данной возрастной группе чаще происходит под давлением внешних обстоятельств. Открываемые организации имеют достаточно невысокую инновационность, ориентируясь на существующие успешные виды бизнеса.

Такого рода категоризация условна, поскольку переходы в процессе развития молодежного предпринимательства будут различаться в зависимости от сферы деятельности, региона и других факторов. Однако становится очевидным, что выделение различных этапов предпринимательства и переходов от одного этапа к другому имеет решающее значение для разработки соответствующей политики поддержки и развития молодежного предпринимательства.

Согласно исследованию ЕЭК ООН, можно выделить некоторые типы молодых предпринимателей.

- «Технические предприниматели». Для данной группы характерна сильная техническая ориентация при разработке идей для новых продуктов. Создание предприятия для них – это средство для достижения своих целей. Они ориентированы на развитие новых рынков и даже новых отраслей промышленности.

- «Организационные предприниматели», или «организационные строители». Эта группа предпринимателей, имеющих навыки управления, развития систем и структур. Начинают свой бизнес в качестве организаторов.

- «Создатели контрактов». Представители данной группы характеризуются стремлением участия в финансовых или торговых операциях, заключении сделок. В отличие от «организаторов», их не привлекает организационное управление в долгосрочной перспективе.

Среди видов молодежного предпринимательства исследователи выделяют следующие.

- Экономическое молодежное предпринимательство (economic youth entrepreneurship), основным результатом является создание материальных ценностей и получение прибыли.

- Социальное молодежное предпринимательство (social youth entrepreneurship) использует предпринимательскую деятельность для создания социальной ценности. Социально-предпринимательские структуры сосредоточены на инновационных подходах к решению социальных проблем. Все больше молодых социальных предпринимателей получают признание в разных странах, поощряются посредством конкретных программ и инициатив.

- Корпоративное предпринимательство (intrapreneurship) предполагает возникновение предпринимательской деятельности в рамках существующей бизнес-структуры. Многие крупные компании поощряют возможности молодых сотрудников в плане предпринимательской деятельности и при этом создают новые рабочие места и новые внутренние подразделения, подобные малому бизнесу, которые впоследствии могут быть выделены или интегрированы в другие бизнес-подразделения компании.

Особые сильные стороны и навыки молодых людей могут стать решающей мотивацией и катализатором для начала собственного бизнеса.

Среди направлений развития молодежного предпринимательства в Республике Беларусь можно назвать:

- законодательное закрепление понятия «молодежное предпринимательство» и «субъекты молодежного предпринимательства»;

- создание инновационных инфраструктурных проектов с привлечением молодежи;

- предоставление преференций для молодежного предпринимательства в приоритетных секторах экономики;

- развитие практико-ориентированных образовательных программ в сфере малого предпринимательства;

- создание и поддержка постоянно действующих бизнес-инкубаторов;

- развитие форм взаимодействия малого молодежного предпринимательства и крупного бизнеса, в том числе в форме субконтрактинга;

- снижение барьеров по созданию бизнеса молодыми предпринимателями.

В Республике Беларусь на 01.01.2020 г. действует 109 центров и 26 инкубаторов поддержки малого и среднего бизнеса. Среда и культура, в которых человек может учиться, развиваться и вносить свой вклад в успех бизнеса, имеют решающее значение, если компания хочет привлекать, развивать и удерживать молодые таланты. В связи с этим в Республике Беларусь проводятся стартап-мероприятия на базе учреждений высшего образования, а также с участием частных компаний. Так, в 2020 г. в Беларуси предусмотрено проведение 560 стартап-мероприятий в столице и регионах на базе

60 организаций. Форматы стартап-мероприятий различны: стартап-школы, стартап-семинары, митапы, мастер-классы, стартап-конкурсы, стартап-форумы, стартап-консультации, стартап-уикенды, воркшопы и другие.

Малое предпринимательство все чаще становится одним из вариантов повышения уровня жизни и экономической независимости молодежи.

**В. Н. Усоский**

## ЛИБЕРТАРИАНСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Существуют два принципиально разных подхода к пониманию сущности цифровизации в рыночной экономике. Первый подход, который мы разделяем, заключается в том, что цифровизация – это автоматизация бизнес-процессов с помощью информационно-коммуникативных технологий (ИКТ), вынесение коммуникаций производителя товаров и услуг с клиентами в удаленный доступ, освобождение человека от рутинных и нетворческих функций при концентрации его усилий на творческой стороне деятельности. Цифровизация бизнеса ведет к повышению качества товаров и услуг, расширению их доступности для клиентов, скорости вывода продукта на рынок, который производитель персонально заточивает под потребности клиентов.

Второй подход предлагают либертарианцы, которые видят в цифровизации ликвидацию посредников и соответственно выход на прямую коммуникацию потребителя с производителем. Анархический космополитизм положил начало футуристическому видению экономики, которая рассматривается через призму реализации предельного варианта ее радикальной цифровизации, использующей одноранговые пиринговые сети. Либертарианство не признает объективной необходимости существования иерархических отношений в обществе, отрицает фирмы и банки, а также государство как регулятивный орган. Либертарианцу внутренне присуща фундаментальная интуиция спонтанного симметричного порядка во взаимодействии индивидов в одноранговых пиринговых сетях. P2P сети исключают участие в них иерархических финансовых и нефинансовых корпораций, государства, объективно предполагают существование хаотического взаимодействия людей, действующих как неорганизованная толпа, что выражает термин *краудэкономика*, в основе которой лежит высокий уровень *асимметрии информации* между субъектами взаимодействия.

Либертарианцы утверждают, что свобода взаимодействия индивидов вне иерархических корпораций и государственного регулирования создает систему межсубъектных отношений симметрии информации. Они считают, что технологический прогресс общества позволяет рационально алгоритмизировать упрощаемые ими экономические отношения. Дж. Рифкин написал книгу «Общество нулевых предельных издержек», в которой обосновывает