

МОЛОДЕЖНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО КАК ДРАЙВЕР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА



АННОТАЦИЯ:

Обучение школьников старших классов является одной из актуальных тем образовательного процесса на современном этапе. Остро стоят вопросы вовлеченности молодежи в образовательные программы, её мотивации на саморазвитие и профессиональный рост. Также отсутствует единый механизм реализации образовательных проектов в части развития предпринимательских способностей у молодежи. У каждого вовлеченного в этот процесс института развития либо субъекта бизнеса присутствует своё понимание правильных методик, инструментов и подходов. Выбрать подходящей вариант зачастую сложно, поскольку каждый имеет свои достоинства и острые углы. И, поскольку речь идет о школьниках, важно подходить к процессу их обучения по принципу «не навреди».

В статье авторами представлен проект «Предпринимательские классы», который активно реализуется Уральским институтом управления – филиалом РАНХиГС и субъектами бизнеса ГК PRO в городах Свердловской области. Авторы представляют краткое описание проекта, его особенности, а также исследуют факторы, стимулирующие вовлеченность школьников старших классов в предпринимательскую деятельность.

В ходе исследования выявлены причины, сдерживающие развитие предпринимательских инициатив в молодежной среде. Авторы подтвердили гипотезу, что создаваемая в регионе особая образовательная среда, с одной стороны, повышает уровень заинтересованности молодых людей в развитии собственного бизнеса, а с другой – позволяет молодежи формировать объективную оценку своих предпринимательских возможностей.

В статье даны рекомендации о дополнении мер стимулирования молодежного предпринимательства. Данная работа может иметь практическое значение для разработки региональной программы развития предпринимательства и молодежной политики.

Школа самореализации

В настоящее время процесс стимулирования предпринимательской активности школьников старших классов является одним из приоритетных направлений развития экономики России. Сегодня ведущее место занимает технологический, социальный и инновационный путь развития, а основной упор делается на модернизацию технологий и производств. Субъекты малого предпринимательства, не требующие крупных стартовых вложений и

гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях турбулентности российской экономики [1].

Интенсификация вовлечения школьников старших классов в предпринимательскую деятельность обладает рядом преимуществ: увеличение числа потенциальных собственников бизнеса; рост доли экономически активного населения; создание до-

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:

Масленникова Анастасия Юрьевна

Уральский институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66)

✉ maslennikova343@yandex.ru

Масленников Дмитрий Юрьевич

Уральский институт управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта, 66)

✉ maslennikov-dy@ranepa.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:

молодежное предпринимательство, предпринимательство, молодежь, малый бизнес, предпринимательская среда, креативный класс, школьники старших классов, предпринимательские классы.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:

Масленникова А.Ю., Масленников Д.Ю. Молодежное предпринимательство как драйвер экономического роста // Муниципалитет: экономика и управление. 2022. № 1. С. 87–94.

полнительных рабочих мест, стимулирование профессионального роста населения, селекция наиболее энергичных, дееспособных индивидуальностей, для которых малый бизнес становится первичной школой самореализации, а также повышение уровня патриотизма и желание развивать малую родину. Необходимо отметить, что активизация мероприятий по стимулированию предпринимательской активности школьников старших классов актуальна для отдаленных территорий и муни-

ципалитетов, в которых наблюдается отток молодежи в крупные города.

Изучение экономической литературы показало, что вопросы стимулирования молодежи к предпринимательской активности в отечественной науке рассмотрены в работах С. А. Баженова, Е. Г. Шумик, А. С. Волковой, Д. В. Диковицкой, О. Ю. Патракеевой, А. А. Смирновой, К. А. Устиновой, Г. Р. Баймурзиной, И. В. Цыганковой, В. Ф. Потуданской, Я. Цзывэй, В. А. Масловой, М. М. Стрельник и др., но тем не менее исследованы недостаточно [2–11]. В основном, специалистами рассматриваются проблемы и перспективы молодежного предпринимательства, что, безусловно, является весьма важным.

Согласно мнению ряда специалистов, молодежное предпринимательство – это система, состоящая из таких элементов, как инициативность, склонность к риску, креативность и инновации. Кроме того, предпринимательство должно чувствовать финансовую, моральную и социальную ответственность за создание новой бизнес-идеи, которая может способствовать решению социальных проблем [12].

Предвестники изменений

Питер Друкер отмечает, что несмотря на то что предприниматели не должны инициировать социальные перемены, они способны первыми заметить и начать эффективно использовать инновации, изменения потребительских предпочтений и социальных норм.

Современное молодое поколение во многом олицетворяет представителей креативного класса, что напоминает «предпринимателей» в экономической теории Йозефа Шумпетера, которые обладают «предпринимательской способностью» – они ориентированы не на линейный экономический рост, а на инновации и экономическое развитие.

На Среднем Урале молодежь мечтает о собственном бизнесе, но процент открывающих свое дело реально пока незначителен

Ричард Флорида причисляет к креативному классу творческих профессионалов, занятых в одноименном сегменте экономики, – работников, чья экономическая функция заключается в создании нематериальных активов, приносящих материальные дивиденды, – новых идей, новых технологий и нового креативного содержания. То есть стратификация производится по профессиональному критерию. Нередко представителей креативного класса определяют как «модернизационный класс», «инновационный класс», «поколение модернизации» и т. п. [13].

Две плоскости незнания

В современных условиях турбулентности именно молодежь наиболее четко отвечает запросам креативного предпринимательского класса и является основным генератором и источником инноваций, субъектом воспроизводства человеческого капитала, держателем культурного и информационного ресурсов.

В Свердловской области большинство молодежи интересуется перспективами открытия собственного бизнеса, однако процент реально начинающих свое дело незначителен. Основная проблема, мешающая развитию бизнеса молодыми людьми, – это низкий уровень информированности о существующих возможностях [15]. Причём незнание лежит в двух плоскостях: отсутствие информации о мерах поддержки, в том числе финансовых, и отсутствие знаний в области организации бизнеса. В большинстве случаев обе проблемы могут быть решены

путем обращения молодежи в соответствующие институты поддержки предпринимательства, для чего необходимо информировать молодых людей о существующих возможностях, вести активную просветительскую работу.

С учетом вышеизложенного, образовательные проекты, направленные на стимулирование предпринимательской активности школьников старших классов, сегодня выходят на первый план. При этом в России предпринимательское образование развивается пока без активного участия государства и высокой вовлеченности бизнеса. Так, наиболее перспективными компаниями по обучению школьников бизнесу являются *Kinder MBA*, *Matrix Career*, Кидбург, *KidZania*, Основатель. Причем эти компании по-разному организуют образовательную деятельность. Первые две компании представляют занятие по классической модели «класс – урок – преподаватель»; вторые организуют нерегулярные занятия в виде игры в бизнес на специально сконструированных площадках. Образование такого рода платное: регулярные занятия, состоящие из продуманных образовательных модулей, длительностью около четырех месяцев каждый стоят около 10 000 руб. в месяц, в то время как занятия в форме игры оцениваются около 1 200 рублей за посещение [10].

Модель вовлеченности

В связи с этим стоит предложить возможную модель вовлеченности разных заинтересованных сторон в процесс обучения развития школь-

ников в рамках темы предпринимательства. На наш взгляд, одним из эффективных вариантов является проект «Предпринимательские классы» Уральского института управления – филиала РАНХиГС, который может быть реализован и масштабирован на регионы РФ в качестве социальной франшизы. «Предпринимательские классы» – уникальный образовательный проект по развитию предпринимательской способности, креативного и системного мышления у школьников старших классов начиная с 14 лет, решающий одну из важных проблем – отсутствие вовлеченности школьников старших классов в проектную деятельность в области предпринимательства из-за размытости результата и отсутствия перспектив дальнейшей поддержки сгенерированных проектных идей.

На старте проекта «Предпринимательские классы» было проведено анкетирование 480 школьников старших классов в возрасте

14 лет, в частности по вопросу «Почему вы хотите участвовать в *Предпринимательских классах*?». Самые распространённые ответы приведены в таблице 1.

Представленные ответы демонстрируют интерес молодежи к предпринимательской деятельности, который обусловлен как материальными, так и нематериальными факторами. Из общего количества респондентов не было ни одного ответа, связанного с нежеланием развивать предпринимательские способности. Авторы полагают, что сегодня мы переживаем самое благоприятное время для формирования и развития критического, предпринимательского мышления у школьников старших классов, поскольку они заинтересованы и готовы воспринимать информацию и открыты к новым возможностям.

В начале были ценности

Целью проекта «Предпринимательские классы» является популяризация предпринимательства и предпринимательского образования среди школьников, а также формирование у обучающихся предпрофессиональных умений, необходимых для учебы и жизни. Участие молодежи в проекте дает:

1. Развитие *hard skills* и формирование *soft skills* в области предпринимательства.
2. Развитие личной эффективности, системного мышления.
3. Возможность улучшить коммуникативные навыки и навыки эффективного командного взаимодействия за счет работы в малых группах.
4. Сформировать траекторию личностного роста, а также определить профиль будущей деятельности.

Все это возможно за счет наполненности программы современными интерактивными инструментами обучения, а именно: мастер-классы от представителей бизнеса, университетские лектории, наставничество сту-

дентов в проектной деятельности, стартап-дни в рамках образовательного трека, научные и практические конференции.

Особенностью представленной программы является глубокое вовлечение бизнес-сообщества в реализацию проекта. Так, идейным вдохновителем проекта является субъект предпринимательства ГК «PRO», который с помощью площадки вуза активно транслирует и формирует правильные ценности в предпринимательской деятельности школьников. Миссия бизнеса в данном проекте – изменение культуры управления в России и увеличение количества предпринимателей для качественных изменений в экономике страны. Это ментальное инвестирование: искреннее желание подказать, помочь, поделиться опытом и ошибками в том числе. Субъектам бизнеса важно, чтобы в России стало гораздо больше предпринимателей, которые осознанно развивают себя, окружение и несут благо обществу в целом.

Синергия в действии

Схема выстраивания взаимоотношений со школьниками выглядит следующим образом:

- индивидуальная работа преподавателя, ментора с проектной командой, а также с каждым участником команды;
- помощь в поиске партнеров (консультантов) по проектам;
- поддержка коммуникации проектных групп с партнерами на протяжении всего периода обучения по дисциплине;
- организация для студентов различных тренингов, игрофикаций, хакатонов.

К показателям, измеряющим качественный результат проектного воздействия, можно отнести:

1. Рост мотивации школьников к обучению и саморазвитию.
2. Единое окно по взаимодействию с заинтересованными сторонами в проекте по модели «S2B».

Таблица 1 – Почему вы хотите участвовать в «Предпринимательских классах»? (%)

Варианты ответа	Доля
Интересно	100
Хочу открыть бизнес	70
Хочу получить новые знания	100
Для дальнейшего развития	100
Хочу узнать много нового, так как думаю, что в будущем буду этим заниматься	100
Хочу развиваться	90
Хочу научиться продвигать товар и искать потребителей	60
Зарабатывать много денег	90
Хочу стать предпринимателем в будущем	80
Мне хочется узнать что-то новое и найти себя	100
Хочу в будущем разбираться в бизнесе и создать свою компанию	70
Потому что мне нравится предпринимательство	80
Саморазвитие	100
Предпринимательство – это актуальная тема и в наше время активно развивается	60

Ценностные предложения проекта «Предпринимательские классы»

Для школьников:

- понятная структура на базе института или школы, куда можно прийти с бизнес-идеями или без, получить всю необходимую информацию и прокачать свои предпринимательские способности
- возможность найти или создать команду для инициации и развития стартапа
- развитие *hard skills* и формирование *soft skills* за период обучения
- привлечение наставников и менторов из бизнеса в свой проект
- возможность найти потенциального работодателя, инвестора среди менторов или наставников

Для преподавателей:

- освоение технологий вовлечения молодежи в стартапы
- саморазвитие и самореализация
- возможность стать наставником или куратором проекта

Для бизнеса (наставников):

- идеальный баланс спроса и предложения на компетенции
- подбор «одаренных» школьников на стажировки
- возможность венчурных инвестиций
- вклад в развитие молодого поколения и реализация социальной миссии компании

Для вуза:

- площадка для профессиональных проб и профориентационных мероприятий
- привлекательность вуза для абитуриентов
- рост вовлеченности бизнес-партнёров в образовательный процесс

3. Обучение педагогов в школе современным технологиям работы над молодежными стартапами.

4. Расширение пула наставников среди профессорско-преподавательского состава.

5. Привлечение менторов и наставников из сфер бизнеса и органов власти.

6. Усиление бренда субъекта предпринимательства, участвующего в проекте.

7. Усиление бренда вуза.

Изучение особенностей предпринимательской деятельности в рамках проекта осуществляется посредством знакомства слушателей программы с основополагающими знаниями о ведении бизнеса. Вне зависимости от типа учебного заведения (академическое или нет), ключевым фактором, обеспечивающим эффективное обучение, является регулярная организация мероприятий, способствующих непосредственному общению слу-



Для того, чтобы простимулировать предпринимательскую фантазию подростков порой достаточно старых журналов с иллюстрациями, ножниц и клея. Доказано: элементы предприимчивости есть внутри каждого человека. Поэтому, к примеру, финские власти при рождении каждого ребенка автоматически выдают документ о регистрации его как индивидуального предпринимателя.

шателей с представителями бизнес-сообщества в формате тренингов, лекций, деловых игр, встреч с представителями профессиональной среды, конференций [5].

Есть контакт!

В структуру программы включено множество мероприятий, направленных на налаживание навыков сетевого общения и установление контактов, также в рамках обучения предполагается организация площадок для встреч с инвесторами и коучинговый подход в обучении.

В настоящий момент в реализацию проекта активно вовлечены школы Свердловской области. Так, за период 2021 г. открыто 28 предпринимательских классов в Екатеринбурге, Полевском и Краснотурьинске. На сегодняшний день в проекте обучается 480 школьников восьмых классов. Вовлеченность молодежи активно поддерживают и школы, поскольку для детей это возможность посмотреть на мир шире образовательной программы, увидеть перспективы применения своих компетенций на конкретной территории, развить практикоориентированный подход к обучению, а также повысить уровень мотивации и заинтересованности в освоении общеобразовательной программы. Школы муниципалитетов Свердловской области положительно отреагировали на предложение присоединиться к проекту «Предпринимательские классы».

По мнению представителей Управления образованием Администрации г. Екатеринбурга, предпринимателей необходимо готовить с детства, со школы. Именно обучение в предпринимательских классах позволяет ребятам определиться с профессией, осуществить первые профессиональные пробы, воплотить собственные, пусть даже детские, идеи во взрослую жизнь,



Рис. 1. Классификационная схема основных факторов, оказывающих влияние на вовлеченность молодежи в предпринимательскую деятельность

постараться преобразовать её и поработать в команде настоящих профессионалов из реального сектора экономики. Ну и потом – всегда лучше обучаться на практике, чем по учебникам. Навыки, полученные в предпринимательских классах, останутся с учениками на всю жизнь, даже если предпринимательство не будет их профессией. Это очень практично: знать технологию разработки бизнес-плана, реализовать проект, уметь презентовать свою идею и продать её.

Расту, небольшой

Перечислены абсолютно универсальные навыки, которые пригодятся в любой профессии и в личной жизни. Важно, что для запуска проекта и отработки какой-либо новой идеи лучше не формировать большое количество участников, поскольку не получится обеспечить серьёзное индивидуальное сопровождение. Для участия в проекте школы проходили специальный отбор. Выбор был сделан в пользу школ, реализующих социально-экономический и гуманитарный профили обучения.

Стоит отметить, что уровень осведомленности молодежи о предпринимательской деятельности на конкретной территории является определяющим фактором дальнейшего ее экономического развития, конкурентоспособности и наличия точки притяжения молодежи. Достичь этого возможно только при осуществлении масштабной образовательной деятельности в области формирования предпринимательских компетенций. В связи с этим, улучшение предпринимательского климата, увеличение количества образовательных программ для школьников старших классов в России и в Свердловской области в том числе является ключевой задачей, без решения которой модернизация и экономический рост будут невозможны.

Места притяжения

Далее стоит определить факторы, оказывающие влияние на процесс формирования предпринимательского климата для молодежи в Свердловской области. На наш взгляд, можно выделить фак-

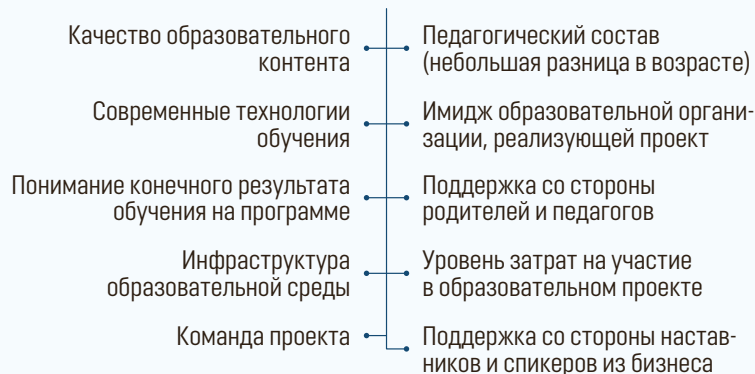
торы макро-, мезо- и микроуровня (рис. 1).

Исходя из перечисленных факторов сформируем ряд рекомендаций, реализация которых, на наш взгляд, будет способствовать повышению предпринимательской активности молодежи в регионе.

1 Усиление политики государства в области стимулирования молодежного предпринимательства: урегулирование вопросов поддержки молодежного предпринимательства на федеральном уровне; разработка и внедрение программных инструментов для развития молодежного предпринимательства; создание «мест притяжения» молодежи и формирование молодежного предпринимательского климата; информационно-консультационное сопровождение молодежи в области предпринимательской деятельности; развитие и поддержка института наставничества при поддержке бизнеса и вузов.

2 Формирование политики университетов, ориентированной на развитие молодежного предпринимательства: обучение теории и практике предпринимательства студен-

Факторы, влияющие на вовлеченность школьников старших классов в образовательные проекты по предпринимательству



тов и школьников, преподавателей и предпринимателей; научные исследования в области предпринимательства и вовлечение в них молодежи; оказание консалтинговых услуг предпринимателям и наставничество для начинающих предпринимателей (школьных бизнес-команд); развитие образовательных проектов с вовлечением капитала бизнес-сообщества для масштабирования тиражирования образовательных моделей; развитие инновационной образовательной среды и реализация деловых мероприятий (конференции, конкурсы проектов, стартап-лектории, стартап-комьюнити).

3 Реализация корпоративной социальной ответственности бизнеса в области образовательных траекторий молодого поколения: совместные проекты с университетами, проведение мастер-классов и стажировок для школьников, формирование экспертного сообщества в конкурсах молодежных стартапов, создание инвестиционных фондов молодежных проектов, тиражирование лучших практик через профессиональные объединения, союзы и ассоциации на все регионы России.

4 Стимулирование педагогов школ к активной проектной деятельности и к поддержке школьников в реализации предпринимательских способностей: обучение и повы-

шение квалификации в области проектной деятельности; совместное участие педагога и школьной команды в бизнес-акселераторах для молодежи; курирование проектной деятельности от стадии генерации идей до разработки прототипа продукта; активный поиск менторов из бизнеса и вовлечение их в проектную деятельность.

5 Взаимодействие субъектов предпринимательства, высших учебных заведений, органов государственного и муниципального управления, некоммерческих организаций в реализации масштабных образовательных проектов в области предпринимательства.

Описанные направления улучшения предпринимательского климата для молодежи являются общими для всех отраслей экономики и регионов РФ.

Со среды начнем

Далее рассмотрим факторы, стимулирующие развитие предпринимательского климата для молодежного предпринимательства.

Отсутствие стимулирующей образовательной среды с отработанным механизмом обратной связи на всех уровнях внутренней и внешней коммуникации субъекта обучения является одной из фундаментальных причин недостаточного вовлечения школьников в образова-

тельные проекты, в т. ч. по теме предпринимательства. По мнению авторов, факторы, перечисленные на схеме (слева) являются обязательными элементами благоприятного предпринимательского климата, оказывающими прямое стимулирующее воздействие на степень вовлеченности молодежи в образовательные проекты, связанные с предпринимательством, а также на дальнейшее развитие предпринимательских отношений. Он может быть благоприятным либо неблагоприятным для этой деятельности.

Факторы эффективности

Также важно учесть ряд факторов, влияющих на успешность и эффективность обучения предпринимательству:

1. Образовательная программа должна носить вариативный характер в зависимости от специфики направленности класса. Предпринимателями могут стать школьники, обучающиеся не только в классах социально экономического профиля, но и технического, инженерного [14].

2. Важно наличие четких требований к результатам обучения на курсе с точки зрения навыков, которые осваивают школьники. Важно обеспечить инструменты контроля освоения соответствующих навыков.

3. Подбор преподавателей необходимо осуществлять с учетом небольшой разницы в возрасте с обучающимися, а также с учетом опыта в бизнесе. Также преподавателям необходимо быть готовым к роли наставника (ментора) и обладать хорошими коммуникативными навыками.

4. Создание условий для применения современных образовательных технологий (помещения, оборудование, раздаточный и наглядный материал, визуальный контент).

Таким образом, проведенное авторами исследование показало

ло, что для формирования у молодежи устойчивых мотивов к предпринимательству следует уделить большое внимание факторам, оказывающим влияние на вовлеченность молодежи в предпринимательскую деятельность, а также факторам, оказываю-

щим влияние на формирование предпринимательского климата. При этом важно отметить, что в условиях российской действительности ключевая парадигма инновационных экономик «S2B» (англ. *science to business* — наука бизнесу) не стала главным им-

пульсом экономического развития, что актуализирует необходимость глубокого рассмотрения факторов развития молодежного предпринимательства в среде всех заинтересованных сторон и совершенствования системы его поддержки. ■

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

- [1] Масленникова А.Ю., Попова И.Н. Комплексный подход к оценке эффективности поддержки малого бизнеса на муниципальном уровне // Муниципалитет: экономика и управление. 2014. № 4 (9). С. 111–117.
- [2] Баженова С.А. Молодежное предпринимательство как фактор развития экономики // Путеводитель предпринимателя. 2018. № 40. С. 23–29.
- [3] Белик Е.В., Шумик Е.Г., Блинов М.П. Молодежное предпринимательство: проблемы и пути решения // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2017. № 40. С. 184–194.
- [4] Волкова А.С., Кудаева М.М. Мотивация молодежного предпринимательства и стимулирование ее формирования // Экономика труда. 2021. Т. 8. № 11. С. 1331–1342. DOI: 10.18334/et.8.11.113816.
- [5] Диковицкая Д.В. Международный опыт обучения социальному предпринимательству // Актуальные проблемы бизнес-образования: Сборник статей по материалам XVIII Международной научно-практической конференции / Редколлегия: П. И. Бригадин [и др.]; Институт бизнеса Белорусского государственного университета. 2019.
- [6] Маслова В.А. Молодежное предпринимательство в экономике России: механизмы поддержки и перспективы развития // Актуальные проблемы развития современной экономики: Сборник статей межвузовской конференции. Ростов-на-Дону: ЮРИУФ РАНХиГС, 2020.
- [7] Патракеева О.Ю. Социальное предпринимательство в России: возможности и перспективы развития // Социальное предпринимательство и корпоративная социальная ответственность. 2021. № 3. DOI: 10.18334/social.2.3.113670.
- [8] Смирнова А.А. О мерах государственной поддержки малого предпринимательства в период пандемии COVID-19 в России // Экономика, предпринимательство и право. 2021. № 2. С. 285–298. DOI: 10.18334/epp.11.2.111588.
- [9] Устинова К.А., Баймурзина Г.Р. Склонность к индивидуальному предпринимательству и самозанятости: роль социально-экономических факторов // Экономика, предпринимательство и право. 2021. № 9. С. 2225–2242. DOI: 10.18334/epp.11.9.113481.
- [10] Цыганкова И.В., Потуданская В.Ф., Цзывэй Я. Факторы мотивации молодежи при выборе профессии // Экономика труда. 2019. № 4. С. 1545–1554. DOI: 10.18334/et.6.4.41349.
- [11] Стрельник М.М. Предпринимательская деятельность: аспекты, тенденции и перспективы развития предпринимательства // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2020. № 7-1. С. 181–192.
- [12] Понявина М.Б. Обучение школьников предпринимательству в рамках государственной образовательной политики // Известия тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2018. № 2. С. 11–18.
- [13] Масленникова А.Ю. Развитие предпринимательства в России в XVII – начале XXI вв. (на примере Свердловской области): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Анастасия Юрьевна Масленникова; Российская экономическая академия им. Г. В. Плеханова. Москва. 2011.
- [14] Иванова А.В. Типология факторов развития молодежного предпринимательства в университетской среде // Региональное развитие: стратегии и человеческий капитал: Материалы Международной научно-практической конференции: в 2 томах / Министерство образования и науки Российской Федерации; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина; Институт государственного управления и предпринимательства; Научный редактор сборника А. П. Багирова. Екатеринбург: Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, 2014.
- [15] Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223> (дата обращения: 26.02.2022).

YOUTH ENTREPRENEURSHIP AS A DRIVER OF ECONOMIC GROWTH

ABSTRACT:

Teaching high school students is the current discourse of today's educational process. Such issues as youth involvement in educational programs, youth motivation for self-development and professional growth are of critical importance. There is also no single mechanism for educational projects implementation in terms of entrepreneurial abilities development among young people. Each development institution or business entity involved in the process has its own understanding of the right methods, tools and approaches. Choosing the best

AUTHORS' INFORMATION:**Anastasiya Yu. Maslennikova**

Ural Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (66, 8 Marta St., Ekaterinburg, 620144, Russia)

✉ maslennikova343@yandex.ru

Dmitriy Yu. Maslennikov

Ural Institute of Management, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (66, 8 Marta St., Ekaterinburg, 620144, Russia)

✉ maslennikov-dy@ranepa.ru

KEYWORDS:

youth entrepreneurship, entrepreneurship, youth, small business, business environment, creative class, high school students, entrepreneurial classes.

FOR CITATION:

Maslennikova A.Yu., Maslennikov D.Yu. (2022). Youth entrepreneurship as a driver of economic growth, *Municipality: Economics and Management*, no. 1, pp. 87–94.

option is often difficult, since each has its own advantages and sharp corners. And, since we are talking about schoolchildren, the approach to their education process should be based on the “no harm” principle.

In this article, the “Entrepreneurial Classes” project is presented, which is actively implemented by the Ural Institute of Management – branch of RANEPa and PRO Group business entities in the cities and towns of the Sverdlovsk region. The authors give a brief description of the project, its features, and explore the factors stimulating high school students involvement in entrepreneurial activities.

In the course of the research the reasons preventing the development of entrepreneurial initiatives among the youth are revealed. The authors confirmed the hypothesis that the special educational environment created in the region, on the one hand, increases the level of the young people’s interest in their own business development, and on the other hand, allows young people to objectively assess their entrepreneurial opportunities.

The article gives recommendations on additional measures to stimulate youth entrepreneurship. This work may be of practical importance for designing the regional program of entrepreneurship development and youth policy.

REFERENCES:

- [1] Maslennikova A.Yu., Popova I.N. (2014). An integrated approach to an assessment of the effectiveness of support for small business at the municipal level, *Municipality: Economics and Management*, no. 4 (9), pp. 111–117.
- [2] Bazhenova S.A. (2018). Youth entrepreneurship as a factor in the economic development, *Entrepreneur’s guide*, no. 40, pp. 23–29.
- [3] Belik E.V., Shumik E.G., Blinov M.P. (2017). Youth entrepreneurship: problems and solutions, *Bulletin of Tomsk State University. Economy*, no. 40, pp. 184–194.
- [4] Volkova A.S., Kudaeva M.M. (2021). Motivation of youth entrepreneurship and stimulating its formation, *Economy of Labor*, vol. 8, no. 11, pp. 1331–1342. DOI: [10.18334/et.8.11.113816](https://doi.org/10.18334/et.8.11.113816).
- [5] Dikovitskaya D.V. (2019). International learning experience in social entrepreneurship. In: Brigadin P.I. (ed.). Proceedings of the XVIII International Scientific and Practical Conference “Actual problems of business education”. Institute of Business of the Belarusian State University.
- [6] Maslova V.A. (2020). Youth entrepreneurship in the Russian economy: support mechanisms and development prospects. In: Collection of articles of the Interuniversity Conference “Actual problems of the development of the modern economy”. Rostov-on-Don: YuRIUF RANEPa.
- [7] Patrakeeva O.Yu. (2021). Social entrepreneurship in Russia: opportunities and development prospects, *Social entrepreneurship and corporate social responsibility*, no. 3. DOI: [10.18334/social.2.3.113670](https://doi.org/10.18334/social.2.3.113670).
- [8] Smirnova A.A. (2021). On measures of state support for small entrepreneurship during the pandemic period COVID-19 in Russia, *Economics, entrepreneurship and law*, no. 2, pp. 285–298. DOI: [10.18334/epp.11.2.111588](https://doi.org/10.18334/epp.11.2.111588).
- [9] Ustinova K.A., Baymurzina G.R. (2021). A tendency to individual entrepreneurship and self-employment: the role of socio-economic factors, *Economics, entrepreneurship and law*, no. 9, pp. 2225–2242. DOI: [10.18334/epp.11.9.113481](https://doi.org/10.18334/epp.11.9.113481).
- [10] Tsygankova I.V., Potudanskaya V.F., Ziwei Ya. (2019). Factors of the motivation of young people when choosing a profession, *Economy of Labor*, no. 4, pp. 1545–1554. DOI: [10.18334/et.6.4.41349](https://doi.org/10.18334/et.6.4.41349).
- [11] Strelnik M.M. (2020). Entrepreneurial activity: aspects, trends and prospects for the development of entrepreneurship, *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*, no. 7-1, pp. 181–192.
- [12] Ponyavina M.B. (2018). Training of schoolchildren to entrepreneurship within the framework of state educational policy, *News of the Tula State University. Humanitarian sciences*, no. 2, pp. 11–18.
- [13] Maslennikova A.Yu. (2011). The development of entrepreneurship in Russia in the XVII – early XXI centuries (on the example of the Sverdlovsk region). Ph. D. thesis. Plekhanov Russian University of Economics. Moscow.
- [14] Ivanova A.V. (2014). Typology of factors of the development of youth entrepreneurship in a university environment. In: Proceedings of the International Scientific and Practical Conference “Regional Development: Strategies and Human Capital” (in 2 vols.). Ekaterinburg: Ural Federal University named after the first president of Russia B. N. Yeltsin.
- [15] Federal State Statistics Service. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/13223> (accessed 02.26.2022).