

Шибаршина О.Ю.,
кандидат социологических наук,
заместитель заведующего кафедрой бизнеса и управления,
oшибarshina@mail.ru,
Московский университет имени С.Ю. Витте,
филиал в г. Рязани

ТЕНДЕРНЫЙ МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ БИЗНЕС-ПРОЕКТОВ

Автором дана характеристика основных субъектов инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства в Российской Федерации. Выявлены основные проблемы при продвижении предпринимательских инициатив и проектов молодежи на отраслевых рынках. Для их решения предложено использовать тендерный механизм для реализации молодежных бизнес-проектов. Обосновывается тезис о том, что система тендеров от реальных заказчиков позволит обеспечить поддержку молодежного предпринимательства реальным механизмом сбора заказов на инновации со стороны реального сектора экономики.

Ключевые слова: *молодежное предпринимательство, бизнес-проекты, инновационная среда, предпринимательская инициатива, тендер*

Введение

В России создана и развивается система поддержки молодежного предпринимательства, в которую входят государственные структуры федерального, регионального и местного уровней, а также целый ряд разных ассоциаций и независимых общественных объединений. Все они имеют целью развитие молодежного предпринимательства в Российской Федерации и консолидируют различного рода механизмы поддержки предпринимательской активности молодежи.

В реализации этих целей активно участвуют Федеральное агентство по делам молодежи, Совет Министерства образования и науки РФ по делам молодежи, Комиссия по молодежному предпринимательству, Комитет поддержки и развития малого и среднего предпринимательства департаментов промышленности, инноваций и предпринимательства мэрий различных городов России, группа по поддержке и развитию молодежного

предпринимательства в Государственной думе ФС РФ при Совете по предпринимательству, ГБУ «Малый бизнес Москвы» и др.

Помимо органов государственной и муниципальной власти в Москве и других регионах Российской Федерации, активно действуют такие общественные организации, как: Общероссийская общественная организация «Всероссийский студенческий союз», Межрегиональная общественная организация «Московская ассоциация предпринимателей», Ассоциация агентств поддержки малого и среднего бизнеса «Развитие», фонд содействия развитию молодежного предпринимательства «Свое дело», международный социально-образовательный проект «Академия», некоммерческое партнерство «Клуб содействия молодежному предпринимательству», Московский клуб молодых предпринимателей, Национальный фонд содействия международным молодежным организациям JCI, Центр молодежных и предпринимательских инициатив «Поколение-2025», Ассоциация молодых предпринимателей России и многие другие.

Каждая из перечисленных организаций имеет свои специфические цели и функции в процессе развития предпринимательства в России, но всех их объединяет стремление создать благоприятные условия для формирования инновационной среды и роста деловой активности среди молодежи [1].

Проблема продвижения предпринимательских инициатив и проектов молодежи на отраслевых рынках

Существующая система поддержки молодежного предпринимательства в России позволяет реализовывать ряд важнейших функций, которые направлены на всестороннюю поддержку, как начинающих, так и действующих предпринимателей через сложную инфраструктуру и создание широкого спектра консультационных услуг, поддержку государственных фондов и частных инвесторов [6].

При этом из ключевых проблем по-прежнему остается востребованность предлагаемых молодыми предпринимателями инновационных продуктов и услуг на рынке. Оценка и формирование спроса отчасти является задачей грамотных маркетологов и трендвочеров [4], которые способны не только провести мониторинг конкурентной среды, но и разработать стра-

тегию выхода на рынок с учетом максимального удовлетворения целевой группы потребителей. В то же время услуги маркетинговых агентств являются весьма затратной частью любого бизнес-плана, а самостоятельный анализ рынка не всегда дает достоверные результаты [6].

Совместными усилиями государства и общественности решаются такие задачи, как создание нормативной базы по предпринимательству, информационной и финансовой инфраструктуры для начинающих предпринимателей, оказание разного рода консультационной и юридической поддержки молодежных проектов, помощь в поиске инвесторов, создание и развитие бизнес-инкубаторов при учебных заведениях. Реализация этой активности во многом определяет благоприятный настрой молодежи, ставящей своей целью создание собственного бизнеса [1].

Однако в приведенном перечне организаций и их функций отсутствует важнейшая для любого бизнеса функция – функция формирования спроса или обеспечения востребованности предпринимательских инициатив и проектов на отраслевых рынках. Существующая система рассчитана на то, что начинающий предприниматель не только сможет технически, юридически, организационно решить задачу производства своего товара или услуги, но и организует ее реализацию. В то же время именно этой поддержки не хватает авторам инновационной бизнес-идеи.

Разработка механизма внедрения тендеров на реализацию молодежных бизнес-проектов

Привлекательность инновационных проектов определяется перспективой возврата инвестиций и получения прибыли. А это значит, что для привлечения инвестиций предприниматель должен иметь рынок сбыта и ясные коммерческие перспективы [2].

Опыт, накопленный автором по работе со студенческими бизнес-проектами, показывает, что креативность и изобретательность присущи молодежи и привлекает их как вид деятельности [3]. Но очень редко начинающий стартапер ясно понимает, кому и зачем может понадобиться его идея, даже ориентируясь на рынок Интернет-пользователей, который бурно развивается [5]. Так, например, Фонд развития Интернет-инициатив

(ФРИИ) оказывает поддержку только тем проектам, которые имеют предварительную договоренность с потенциальным потребителем [4].

Указанную проблему, на наш взгляд, можно решить за счет внедрения системы тендеров от непосредственных заказчиков на разработку бизнес-проекта или инновационного продукта. Предоставление такого вида услуг возможно организовать через систему Торгово-промышленных палат (ТПП) РФ, а также организаций, поддерживающих предпринимателей в их профессиональной деятельности. Подобного рода «пул» непосредственных клиентов может быть собран посредством подачи централизованных заявок на разработку конкретных решений, как от частных потребителей, так и крупных компаний, которые, например, не представляют, какой именно продукт нужен для удовлетворения спроса или решения проблемы, но готовы эту проблему описать и представить в виде кейса.

Создание подобной системы тендеров на инновацию, с одной стороны, позволит молодым предпринимателям при разработке своей бизнес-модели идти от весьма конкретных потребностей потенциального клиента, что позволит избежать ошибок, связанных с неточной оценкой потребностей потенциальных клиентов и емкости рыночной ниши.

С другой стороны, система тендеров от реальных заказчиков позволит сформировать новую, отвечающую современным потребностям рынка функцию ТПП, которая бы дополнила существующую систему поддержки молодежного предпринимательства реальным механизмом сбора заказов на инновации со стороны реального сектора экономики. Таким образом, предпринимательская среда, консолидированная в системе торгово-промышленных палат, особенно в регионах, может сформировать спрос на изобретения и инновации.

Согласно предлагаемому подходу:

- на первом этапе осуществляется активный сбор заявок от потенциальных потребителей (частных компаний, организаций, фондов и т. п.) на разработку конкретного решения для удовлетворения нужд этой организации и решения ее проблем посредством конкретного продукта или услуги;

- на втором этапе ТПП проводит работу по формированию на основе заявок, поступивших от потребителей, тендеров в виде конкретного технического задания;

- на третьем этапе данные кейсы предлагаются в виде тендеров молодым предпринимателям (например, являющимися членами ТПП или резидентами бизнес-инкубаторов), которые на конкурсной основе могут предложить заказчику свои инновационные разработки товаров или услуг для решения заявленной им проблемы;

- на четвертом этапе тендер выигрывает та заявка, чьи условия и характеристики соответствуют требованиям заказчика, которые финансируют их реализацию.

Заключение

Научная и практическая значимость данного исследования заключается в том, что предложенный механизм позволит:

– молодым предпринимателям направить свои усилия на решение практических задач с гарантией востребованности их бизнес-проектов в реальном секторе, находить инвестора, быстрее развивать свой бизнес и удовлетворять потребности отечественной экономики в инновациях;

– компании-клиенту, которая проводит модернизацию или расширение через систему формирования тендеров, получить решение в виде продукта/услуги от молодого предпринимателя, чья бизнес-идея окажется самой эффективной для заказчика;

– предпринимательскому сообществу, объединяемому в системе торгово-промышленных палат, консолидировать молодежную аудиторию для решения актуальных народно-хозяйственных задач и повышения экономической безопасности страны.

Литература

1. Кострова, Ю.Б. Место и роль технопарков в решении проблем экологии [Текст] / Ю.Б. Кострова, Туарменский В.В., Шибаршина О.Ю., Лящук Ю.О. // Материалы XIV международной научной конференции «Актуальные проблемы современного общества и пути их решения в условиях перехода к цифровой экономике». – М.: МУ им. С.Ю. Витте, 2018. – С. 111-118.

2. Кострова, Ю.Б. Специфика венчурного финансирования инновационных проектов [Текст] / Ю.Б. Кострова, О.Ю. Шибаршина // Конкурен-

тоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 8-4 (55). – С. 57-59.

3. Кострова Ю.Б. Опыт формирования предпринимательских компетенций в вузе: акцент на практико-ориентированный [Текст] / Ю.Б. Кострова, О.Ю. Шибаршина // Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции «Финансовая политика государства: современные тенденции и перспективы». – Рязань: АПУ ФСИН России, 2018. С. 84-87.

4. Лящук, Ю.О. Информационное пространство как фактор повышения качества жизни [Текст] / Ю.О. Лящук // Материалы Международной научно-практической конференции «Информатизация населения как фактор повышения качества жизни» – Рязань: ООО «НП-Принт», 2013. – С. 157-161.

5. Туарменский, В.В. Сравнительный анализ мотивов профессионального выбора студентов государственного вуза [Текст] / В.В. Туарменский, Е.С. Иванов, А.В. Барановский // Человеческий капитал, 2017. № 6 (102). – С. 49-51.

6. Шибаршина, О.Ю. Современные проблемы трудоустройства российской молодежи [Текст] / О.Ю. Шибаршина // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Серия 1: Экономика и управление. – 2019. – № 2 (29). – С. 101-105.

Shibarshina O.Yu.

TENDER MECHANISM FOR YOUTH BUSINESS PROJECTS

The author gave a description of the main subjects of the infrastructure for supporting youth entrepreneurship in the Russian Federation. The main problems in promoting entrepreneurial initiatives and projects of young people in sectoral markets have been identified. To solve them, it is proposed to use a tender mechanism for the implementation of youth business projects. The thesis that the system of tenders from real customers will allow to provide support to youth entrepreneurship with a real mechanism of collecting orders for innovations from the real sector of the economy is justified.

Keywords: *youth entrepreneurship, business projects, innovation environment, entrepreneurship initiative, tender*