*м*олодежь и... инновации

*и*нновационный подход к развитию предпринимательства на основе использования неформальных коммуникаций (уникальный опыт одной из территорий *к*расноярского края)

Сумина Екатерина Владимировна
кандидат экон. наук, доцент кафедры международного бизнеса, Сибирский государственный аэрокосмический университет им. М.Ф. Решетнева

Дергунов Виктор Николаевич
глава администрации Дзержинского района Красноярского края

Толстихин Герман Валерьевич
главный специалист по работе с молодежью, куратор инновационного направления, ДОД ЦДОД «Аэрокосмическая школа»
german-cs63@mail.ru

Аннотация

Рассмотрен инновационный подход к развитию территориального предпринимательства на основе технологий управления социальными коммуникациями, использования неформальных коммуникаций. Актуализированы факторы развития предпринимательства на территориях, влияющих на инновационную восприимчивость региональной экономики. Представлена структура инновационной модульной программы развития предпринимательской и инновационной деятельности на территориях Красноярского края. Продемонстрирован уникальный опыт применения нового подхода и разработки инновационной модульной программы вовлечения молодежи в предпринимательство, в частности, на территории Дзержинского района Красноярского края.

Ключевые слова: инновационный подход, инновационная среда, предпринимательская культура, неформальные коммуникации, территории Красноярского края, малый и средний бизнес, конкурентоспособность

Экономическое развитие территории невозможно без активного участия населения, активизации новых механизмов формирования бизнес-среды, инноваций. Инновационная экономика может существовать только при наличии предпринимательской среды, развития производственного сектора. Инновации открывают дорогу к новым товарам и услугам, методам производства, источникам сырья и технологиям. Развитие предпринимательства на территориях имеет огромней-

ший потенциал, являясь в свою очередь и вектором решения социально-экономических проблем [1].

В чем выражается предпринимательский потенциал?

В результате наших исследований были выделены два основных фактора развития предпринимательства на территориях, влияющих на инновационную восприимчивость региональной экономикой и реализуемость нововведений: *предпринимательская инновационная среда и предпринимательская культура.*

Предпринимательская инновационная среда – необходимые условия, инфраструктура развития предпринимательской активности и воспроизводства изобретений, их практической реализации. Необходимо формирование действенных механизмов вовлечения населения территорий в предпринимательскую деятельность в приоритетных технологических направлениях.

Уровень предпринимательской культуры важно раскрыть, с нашей точки зрения, не только с позиции традиций, принципов, устойчивой системы норм, этических и нравственных правил ведения бизнеса в той или иной стране, а с позиции мотивации и отношения к риску, привлекательности образа предпринимателя для населения территории. В этой связи, с учетом российских реалий, необходимы дополнительные инструменты реализации предпринимательского инновационного потенциала территорий, формирование у населения стратегического мышления, «заряженного» на успех, заинтересованности в результатах работы как коммерческого продукта.

Управленческая культура в бизнес-среде

Управляющие воздействия в любых системах, в том числе и в рамках муниципального управления, невозможны без *связующего коммуникационного ресурса*, приобретающего особое значение в современных условиях.

Важную роль коммуникациям отводили представители школы социальных систем, эмпирической школы управления и других школ (Ч. Барнард, Э. Дэйл, С. Дэвис, Э. Петерсон и др.). Проблематика неформальных коммуникаций связана с новым эта-

необходимо формирование действенных механизмов вовлечения населения территорий в предпринимательскую деятельность в приоритетных технологических направлениях

пом в развитии управленческих подходов, школой человеческих отношений и поведенческих наук (Э. Мэйо, Ф. Ротлисбергер, У. Диксон, Д. МакГрегор, Р. Лайкерт, К. Арджирис, Дж. Вудворд, Г. Саймон).

Социальная коммуникация связывает отдельные части социальных систем друг с другом, это механизм, посредством которого реализуется власть. В процессе социальных коммуникаций формируются определенные социальные стереотипы. Представляя предпринимательскую культуру как фактор, *здесь можно говорить о социальных стереотипах:* образе предпринимателя в сознании населения, определенном опыте предпринимательской деятельности с положительными и отрицательными оценками, предпринимательской инициативе. Актуальность и необходимость изучения данных процессов, использования социальных технологий в системе государственного и муниципального управления подвигли к исследованию возможностей неформальных коммуникаций в реализации задач повышения эффективности программ развития предпринимательства на территориях Красноярского края.

На уровне муниципалитетов содействие развитию малого предпринимательства, занятости населения, включая вопросы переподготовки кадров, закрепление молодежи на территориях и прочее требует тщательной программной проработки.

Например, на территории Дзержинского района Красноярского края Администрация района, заинтересованная в развитии молодежного предпринимательства, определяет следующие проблемы. Низкий процент участия молодых людей в создании предприятий малого и среднего бизнеса, а именно всего 12% предпринимателей в возрасте 18–35 лет, 80% предпринимателей – это категория от 36 до 50 лет, и 8% составляют руководители бизнеса в возрасте от 51 года и старше; низкий уровень бизнес-образования у начинающих предпринимателей на территории. Существует и информационный вакуум, в котором находятся многие молодые люди на территории, несмотря на большое количество программ информационной и консультационной поддержки предпринимательства в крае, что связано с их большей ориентированностью и доступностью для городского населения. Развитие молодежного пред-

молодежь и... инновации

принимательства для территорий Красноярского края – наиболее актуальный вопрос, ибо они обладают огромным неосвоенными человеческими ресурсами, и открытие своего дела является решением проблемы трудоустройства молодежи.
Финансирование отдельных мероприятий поддержки предпринимательства в Красноярском крае актуализировалось в 2004 году. С 2006 года действуют краевые целевые программы поддержки малого и среднего предпринимательства, объем выделенных средств постоянно растет, темпы роста численности субъектов предпринимательства в целом нормальные, но могут и ускориться [2].

Программа познается в эффективности

Администрация Дзержинского района, занимающаяся поиском новых механизмов вовлечения населения в активную экономическую деятельность района, инновационных подходов к развитию предпринимательства на территории муниципалитета вместе с группой авторов и разработчиков начала свою работу над проектом инновационной модульной программы развития предпринимательства на территориях Красноярского края, представляющей собой ежегодный цикл мероприятий (*рис. 1*). Программа направлена на решение основных проблем, влияющих на эффективность развития Дзержинского района, которые характерны и для остальных районов края.
В реализации механизма вовлечения населения территорий в предпринимательскую деятельность, являющегося основой нового подхода, в системе муниципального и регионального управления осуществляются следующие основные процессы (*рис. 2*):
- определение основных мотивов населения к занятию предпринимательской деятельностью, социально-экономическая проблематика развития территории;
• анализ существующих и формирование желаемых социальных стереотипов;
• определение дефицитов компетенций в области предпринимательской деятельности населения территории;
• разработка мероприятий по вовлечению населения территории в предпринимательскую деятель-

развитие молодежного предпринимательства для территорий Красноярского края – наиболее актуальный вопрос



Рис. 1. Инновационная модульная программа развития предпринимательства на территориях Красноярского края

молодежь и... инновации

ность на основе неформальных коммуникаций и неформальных лидеров.

Основные механизмы модуля основаны на использовании неформальных коммуникаций в формировании мотивации и позитивного отношения населения территории к предпринимательской деятельности.

основные механизмы модуля основаны на использовании неформальных коммуникаций в формировании мотивации и позитивного отношения населения территории к предпринимательской деятельности

Начинается реализации механизма с выявления неформальных лидеров, социально активных жителей среди населения на территории муниципального образования, действующих предпринимателей как потенциальных участников мероприятий в рамках программы. Возможно проведение социально-политического значимого события (встреча с представителями местной и краевой власти с тематикой, посвященной социально значимым вопросам, качеству жизни на территории), активизация мотива «быть услышанным». Далее реализуются основные мероприятия по вовлечению выявленных социально-активных жителей территории в предпринимательскую деятельность, включая

такой инновационный в данной проблематике инструментарий, как сторителлинг, с целью формирования общественного мнения и определенных социальных стереотипов (актуализируется мотив «следуй за лидером»).

В данных мероприятиях используются примеры успешных предпринимательских историй, проводятся встречи с неформальными лидерами с целью их подготовки к работе с населением, глубинные интервью, фокус группы, тренинги с основными участниками проекта – будущими предпринимателями. Работа неформального лидера на территории включает неформальное общение, распространение «слухов» как элемента неформальных коммуникаций, формирование позитивного социального стереотипа.

Обучающие мероприятия в рамках проекта включают выявление пробелов в области предпринимательской грамотности, устранение стереотипов о невозможности начать свое дело. Реализуется мотив «я знаю, что мне нужно». Общим итогом модуля является этап выбора комплекса обучающих программ. Данный этап позволяет участникам проекта из обучающих модулей сформировать свой курс

обучающие мероприятия в рамках проекта включают выявление пробелов в области предпринимательской грамотности, устранение стереотипов о невозможности начать свое дело



Рис. 2. Механизм вовлечения населения территории в предпринимательскую деятельность

Организационные вопросы			Знания в области бизнес-планирования		
Как найти источники финансирования (инвестор, кредит, грант)	Как зарегистрировать свое дело	Какие разрешительные документы необходимы для открытия	Выбор и обоснование бизнес-идеи	Методы исследования рынка	Количественные и качественные методы оценки рынка
Какие законодательные акты регулируют сферу вашей деятельности	Как организовать бухгалтерский и налоговый учет	Какие требования и разрешительные документы необходимы	Оценка конкурентоспособности продукции (услуг) и деятельности конкурентов	Навыки по предстратегическому анализу факторов внешней среды	Анализ (сегментирование) рынка и выявление потребителя
Выбор организационно-правовой формы	Выбор режима налогообложения	Вопросы по формированию команды и подбора кадров	Определение основных финансовых показателей проекта	Определение конкурентных преимуществ и позиционирование бизнес-проекта	Определение рыночного потенциала и инвестиционной привлекательности проекта

Рис. 3. Основные направления компетенций участников обучающих программ по развитию предпринимательства

подготовки с недостающими знаниями и умениями по организации и ведению собственного бизнеса (*рис. 3*).

Выводы

Результатом мероприятий предварительного обучения являются разработанные компетентностные «паспорта» участников проекта, определяющие круг сформированных компетенций, возможные компетентностные пробелы в предпринимательской грамотности и умение их выявлять, строить траекторию собственного развития и становления как предпринимателя. Также итогом является сформированный набор бизнес-идей для каждого участника и его стратегия развития в области предпринимательской деятельности.

Реализация данного подхода позволяет снизить отток трудоспособного населения с территории муниципального образования, увеличить количество зарегистрированных хозяйствующих субъектов на территориях Красноярского края, создать дополнительные рабочие места, повысить уровень моло-

дежного предпринимательства и эффективность существующих программ поддержки малого и среднего бизнеса.

также итогом является сформированный набор бизнес-идей для каждого участника и его стратегия развития в области предпринимательской деятельности

Литература

1. Капустин С.Н., Сенин А.С. Региональный вектор развития предпринимательства // Российское предпринимательство, 2012, № 8.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / Пер. с англ. под научной редакцией О.И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
3. Материалы IV региональной конференции представителей малого и среднего бизнеса «Бизнес и Власть: направления движения» [Текст]. – Красноярск, 2011 г.

КЭ

Ekaterina V. Sumina
Cand. of Economic Sci., Associate Professor of the Academic Department of International Business,
Siberian State Aerospace University named after M.F.Reshetnev
Viktor N. Dergunov
Head of the Administration of Dzerzhinsky District of Krasnoyarsk Region (krai)
German V. Tolstikhin
Senior Youth Outreach Specialist, Coordinator of Innovative Activities,
Center for Additional Education of Children «School of Aerospace»

Innovative Approach to Business Development by Means of Informal Communications
(Unique Experience of One of the Areas of the Krasnoyarsk Region)

Abstract

The article examines an innovative approach to the territorial entrepreneurship development on the basis of social communication management techniques, the use of informal communications. The factors of entrepreneurship development in the areas that affect the susceptibility of innovative regional economy are actualized. The structure of the innovative modular program of entrepreneurship and innovation in the areas of the Krasnoyarsk region is presented. A unique experience of application of the new approach and development of innovative modular program involving young people in entrepreneurship, particularly in the Dzerzhinsky district of Krasnoyarsk region, is demonstrated.

Keywords: innovative approach, innovative environment, entrepreneurial culture, informal communication, the areas of the Krasnoyarsk region (krai), small and medium-sized business, competitiveness