Формирование позитивного имиджа предпринимателя в странах ЕАЭС в условиях цифровой экономики

Creating a Positive Image of an Entrepreneur in the EAEU Countries in the Digital Economy

Asst. Prof. Dr. Tatyana Gurunyan (The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Russia)

Abstract

In the EAEU countries, unfortunately, entrepreneurship has not yet become a driver of economic development. Informal institutions can be considered a significant barrier to the development of entrepreneurship. The formation of a positive image of an entrepreneur is a necessary condition for the development of entrepreneurial activity and the strengthening of trust between business, society and government. Objective: to determine the direction of forming a positive image of an entrepreneur in the EAEU countries for the development of the entrepreneurial layer of society. Research methods: An abstract-logical approach is used based on a system analysis of the formation of a positive image of an entrepreneur. The analysis is based on the data of the international project Global Monitoring of Entrepreneurship, and the results of research work in the SIU-branch of the RANEPА. The correlation between the attitude to the image of the entrepreneur and entrepreneurial activity is proved. In higher education institutions, it is necessary to develop entrepreneurial education. At the same time, digital educational technologies should be widely applied, soft skills should be formed. The media have significant potential for impact on society, constitute the main PR tool. Material on promoting entrepreneurship should be presented in new online media forms: forums, blogs, online conferences, Internet messengers integrated into the mobile phone interface. The formation of a stable positive image of an entrepreneur among all sectors of the population will strengthen trust between society and businesses, business and the state to realize the entrepreneurial potential of the EAEU countries.

1 Введение

Расширение предпринимательского слоя общества представляет собой одно из центральных направлений экономической политики технологически развитых и быстроразвивающихся стран. Малое и среднее предпринимательство вносит значительный вклад в формирование ВВП, развитие инноваций, поддержание конкурентной среды. Неопределима роль предпринимательства в обеспечении занятости, особенно во время кризиса и дестабилизации. В эти периоды в малый бизнес вовлекаются широкие слои безработных. Поэтому в Целях устойчивого развития ООН установлена необходимость развития микро, малых и средних предприятий, увеличения числа людей, обладающих навыками для занятий предпринимательством. Среди ключевых направлений Национального проекта РФ «Малый бизнес и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» рассматривается улучшение условий ведения предпринимательской деятельности, расширение доступа субъектов малого и среднего предпринимательства (далее – МСП) к финансовым ресурсам, акселерация субъектов МСП, популяризация предпринимательства, формирование положительного образа предпринимателя.

К сожалению, в странах ЕАЭС за весь период становления рыночной экономики предпринимательство так и не стало основой развития. Предпринимательский потенциал населения раскрывается недостаточно. Это связано с неэффективным функционированием институтов развития, недостатком финансовых и инвестиционных ресурсов, административными барьерами, дефицитом квалифицированных кадров. Но значимым барьером развития предпринимательства можно рассматривать и неформальные институты, как например низкий уровень доверия между государством и бизнесом, бизнесом и населением. Поэтому формирование положительного образа предпринимателя представляет собой необходимое условие развития предпринимательской деятельности и укрепления доверия между бизнесом, обществом и властью.

2 Историческая ретроспектива отношения к предпринимательству в России

В дореволюционный период образ предпринимателя в России был неоднозначен. С одной стороны, вызывали уважение деловые качества российских купцов и промышленников. С другой стороны, в рамках православной религии осуждалось богатство и стремление к материальному благополучию, в отличие от других религий (вспомним работу М. Вебера «Протестантская этика и дух капитализма»). В период соответствий власти слово «предпринимательство», «частная собственность» носило негативную окраску. Так называемые «цеховики» и «фарцовщики» преследовались в уголовном порядке.

В период перестройки общественное мнение связывало с предпринимательством надежды на экономический прогресс, вместе с тем возникал образ «эксплуататора», готового на все ради наживы.

Современный имидж предпринимателя в России можно рассматривать как «неопределенный». Опросы, проведенные в начале двухтысячных годов Фондом общественного мнения показали, что отношение к предпринимательству стало более лояльным. Большинство опрошенных граждан (56%) считали, что основная цель предпринимательства – обогащение, в то время как реализацию творческих способностей отмечало лишь 7%. В то же время общество настораживал усилившийся с развитием предпринимательской деятельности процесс расслоения общества на богатых и бедных. (Верховская и другие, 2019). Современные исследования показывают некоторое улучшение общественного мнения по отношению к предпринимательству. В целом можно констатировать, что положительный имидж предпринимательства пока не сформировался.

3 Отношение к образу предпринимателя и предпринимательская активность

По данным Глобального мониторинга предпринимательства, в 2018 г. лишь 5% россиян имеют предпринимательские намерения. Под предпринимательскими намерениями понимается готовность индивида создать свой бизнес в ближайшем будущем. Сравним этот показатель с несколькими странами со средним уровнем дохода: в Китае – 18%, в Бразилии – 27%, в Турции – 35%. Благоприятными условия для ведения бизнеса в своем регионе проживания считают 42,1% предпринимателей и только 20,1% непредпринимателей. «При этом приходится констатировать, что большинство из тех, кто вовлечен в создание и управление собственной компанией, считают внешние условия неблагоприятными для предпринимательской деятельности» (Верховская, 2019). К сожалению, предпринимательские возможности в нашей стране оцениваются населением как недостаточные, связанные со слишком значительными рисками. Это ведет к снижению предпринимательской инициативы.

В ходе НИР «Политика поддержки инновационной деятельности малого и среднего предпринимательства в условиях цифровой экономики», проводимого в 2019-2018 году с СИУ-филиале РАНХиГС, 70 % представителей бизнеса, с которыми проводилось интервьюирование, не согласны с высказываниями «В моей стране запуск собственного бизнеса рассматривается как желательный выбор карьеры», и «В моей стране позитивное отношение к предпринимательству со стороны общества».

Тревожной тенденцией выступает снижение предпринимательской активности среди молодежи в России и других странах ЕАЭС, стремление строить карьеру, прежде всего в крупных корпорациях, на государственной службе. Во многом это связано с институциональными проблемами национальных экономик стран ЕАЭС. Исследовательский проект Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey показывает, что в России каждый второй студент собирается стать предпринимателем через пять лет после окончания вуза, но лишь около десяти процентов из них готовы начать собственный бизнес (GUESSS, 2019). Предпринимательские компетенции недостаточно формируются в российских вузах: «К сожалению, российские вузы, за редким исключением, пока участвуют в обучении предпринимательству очень слабо, да и регулярного обмена опытом и лучшими практиками почти нет» (Чепуренко, 2017). Во всем мире университеты выполняют роль координатора предпринимательского поведения студентов. Участие в программах обучения предпринимательству положительно коррелирует с общей предпринимательской активностью и экономическим эффектом от создаваемых фирм. Исследование данных по студентам 28-ми стран мира показывает, что обучение предпринимательству в университете положительно связано с предпринимательскими намерениями студентов на статистически значимом уровне (Беляева и другие, 2017).

Поэтому крайне важно формировать устойчивый положительный образ предпринимателя у всех слоев населения, укреплять доверие между обществом и бизнесом, бизнесом и государством. для реализации предпринимательского потенциала страны..

4 Формирования положительного образа предпринимателя в процессе обучения в вузе

Формирование положительного образа предпринимателя должно начинаться, в соответствии с мировым опытом, во время обучения экономических знаний в средней школе. В высших учебных заведениях необходимо развивать обучения предпринимательству. Это обучение может быть в форме предпринимательского трека, для студентов различных направлений подготовки разработана модульная программа обучения предпринимательству (например, в Томский государственный исследовательском университете), или в форме образовательных программ, связанных с предпринимательством (например, в СИУ-филиале РАНХиГС) (Гурунян, Рождественская, 2019). В обучении предпринимательству необходимо формировать soft skills, для потенциального предпринимателя. Это умение принимать решения в условиях неопределенности, правильно переживать временные неудачи и падения, гибко менять алгоритм действий, навыки формирования команд, успешного ведения переговоров. Т.е умения и навыки, которые в корне

отличают предпринимателя от наемного работника. По результатам исследований, российская модель предпринимательского образования включает недостаточное количество курсов и других форм обучения, формирующих soft skills.

Кроме того, обучение предпринимательству должно быть максимально практикоориентированным, проводится в тесной кооперации с бизнес-сообществом. Обучение предпринимательству должно быть дополнено новыми формами. В качестве примера таких форм приведем пример практикоориентированного обучения предпринимательству на кафедре экономики и инвестиций СИУ-филиала РАНХиГС. Основная цель кафедры – подготовка бакалавров профиля «Инвестиционный анализ». Профессиональная деятельность выпускников профиля связана с многочисленными аспектами управления инвестициями и предпринимательством. Организован Инвестиционный Клуб для формирования профессиональных и предпринимательских компетенций, лидерских качеств студентов. Цель деятельности Клуба – создание образовательной, научной, инновационной и организационно-методической среды для формирования компетенций студентов профиля «Инвестиционный анализ» в сфере предпринимательства и инвестирования, и содействия предпринимателям в сфере технологий, реального сектора экономики. Партнеры Инвестиционного Клуба – органы власти, другие вузы, объединения предпринимателей, некоммерческие организации: Управление предпринимательства и инвестиционной политики мэрии города Новосибирска, МАУ «Городской центр развития предпринимательства мэрии города Новосибирска», АНО «Агентство по привлечению инвестиций в Сибирь», и другие.

Инвестиционный Клуб вносит вклад в решение важной институциональной задачи: содействие предпринимателям региона. Малому бизнесу необходима консалтинговая поддержка при разработке бизнес-планов, заявок на получение субсидии. Это установлено многочисленными международными и российскими исследованиями. Исследования, проводимые в СИУ-филиале РАНХиГС, также подтверждают дефицит доступной консалтинговой поддержки, необходимость дополнительной инфраструктуры акселерации бизнеса.

Логика деятельности Инвестиционного Клуба заключается в том, что учебные курсы в сфере предпринимательства и инвестирования дополняются образовательными мероприятиями различной направленности и сложности. Студентов младших курсов вовлекают в тренинги, научные мероприятия, мастер-классы экспертов, менторов из бизнеса. Студенты со 2-го курса начинают участвовать в качестве волонтеров в бизнес-форумах, венчурных ярмарках. Студенты 3-го и 4-го курсов активно разрабатывают бизнес-планы начинающим предпринимателям, заявки на гранты Фонда Содействия инновациям, собственные предпринимательские проекты. Опыт деятельности Инвестиционного Клуба отражается в научных статьях преподавателей и студентов, разработке новых учебных курсов, программ ДПО. В результате меняется направление обучения, которое становится более практикоориентированным. Представим более подробно основные направления деятельности Инвестиционного Клуба.

Важное направление деятельности Инвестиционного Клуба – консультирование предпринимателей региона и разработка заявок для получения государственной и муниципальной поддержки, венчурных инвестиций, грантов Фонда содействия инновациям, которое осуществляется силами студентов под руководством преподавателей. Разрабатывая заявки, студенты получают умения и навыки в сфере привлечения ресурсов для финансирования проектов. Студенты учатся вести переговоры, делегировать полномочия в командной работе. Проводятся дискуссионные площадки с представителями органов власти. Студенты профиля «Инвестиционный анализ» приняли участие в организации и проведении мероприятий V Юбилейного Сибирского экономического форума малого и среднего предпринимательства (СЭФ-2018) «Делаем бизнес с Азией», Предпринимательского Форума «Инвестируй в Новосибирск» в декабре 2019 года. У студентов сформировались знания о предпринимательской деятельности в сфере ВЭД. Студенты узнали о практических аспектах ведения бизнеса. Студенты должны были проявить ответственность, навыки формирования команд, способность вести переговоры.

Студенты СИУ-филиала РАНХиГС участвовали в кейс-чемпионате между несколькими вузами по разработке бизнес-плана инвестиционного проекта «АГРОИНДУСТРИАЛЬНЫЙ ПАРК «КОЛЫВАНЬ» («Предприниматель нас рассудит»). Кейс-чемпионат стал площадкой коммуникации студентов и бизнес-сообщества. В основе кейс-чемпионата лежала задача разработки бизнес-плана Индустриального парка для представления на соискание поддержки в Инвестиционный совет Новосибирской области. Студенты участвовали в разработке проекта, который станет драйвером развития территории.

В 2019 году 8 выпускников профиля «Инвестиционный анализ» открыли собственное дело. Это двадцать восемь процентов выпускников. По данным исследования исследовательского проекта GUESSS, в среднем только 10 процентов студентов планируют начать свое дело сразу после окончания вуза. Опрос студентов показал, что около 65% видят себя в предпринимательстве через пять лет после вуза (график 1).

График 1. Карьерные планы студентов после окончания вуза *Составлено по: национальный отчет GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey – Глобальное исследование предпринимательского духа студентов), 2018, опрос студентов СИУ-филиала РАНХиГС, 2019*

Выпускники, участвовавшие в Инвестиционном Клубе, работают в организациях разных форм собственности, в качестве коммерческих и финансовых специалистов и управленцев; в органах государственного и муниципального управления, ответственных за поддержку предпринимательства и формирование бизнес-климата. И конечно, выпускники успешно управляют собственным бизнесом, в том числе в сфере технологического предпринимательства, организуют стартапы.

Поэтому опыт Инвестиционного клуба обладает значительным потенциалом тиражирования. Руководителем проекта получены письма о тиражировании из Липецкого и Алтайского филиала РАНХиГС. Коллеги из Алтайского филиала планируют «...использовать лучшие практики Инвестиционного Клуба в своей деятельности. Речь идет об участии студентов в качестве волонтеров в региональных экономических форумах. Особенно важно для усиления практикоориентированности учебного процесса оказание студентами консалтинговой поддержки начинающим предпринимателям».

Тиражирование проекта осуществляется по следующим направлениям:

1. Освещение деятельности Инвестиционного Клуба при выступлениях на форумах, конференциях, круглых столах различного уровня. Руководитель и участники Клуба знакомят научную общественность с лучшими практиками обучения в сфере предпринимательства и инвестирования.

2. Организация международной конференции «Вклад образования в предпринимательскую экосистему» на базе СИУ-филиала РАНХиГС в 2020 году. В конференции примут участие представители филиалов вузов России и стран ЕАЭС (Казахстана и Киргизии).

3. Представление опыта практикоориентированного обучения предпринимательству в рецензируемых научных журналах списка ВАК: «Российское предпринимательство», «Экономика предпринимательства», «Высшее образование в России», «ЭКО», в других изданиях.

4. Организация онлайн-батла проектов по формированию бизнес-планов для получения гранта начинающему предпринимателю в межвузовской сети. Онлайн-батл может выступить в качестве инструмента тиражирования деятельности Инвестиционного Клуба.

6. Разработка онлайн-курса «Экономика предпринимательства и политика поддержки предпринимательской деятельности» (учебник и сборник кейсов). Онлайн-курс представляет лучшие практики деятельности Инвестиционного Клуба. В материалы курса включены самые востребованные и апробированные бизнес-кейсы, мастер-классы авторитетных экспертов. При размещении на Национальной платформе открытого образования онлайн-курс будет доступен другим вузам.

В конечном итоге тиражирование деятельности Инвестиционного клуба позволит подготовить вузам выпускников, обладающих предпринимательскими компетенциями и глобальной конкурентоспособностью, и обогатит предпринимательскую экосистему регионов. У выпускников будет сформирован положительный образ предпринимателя.

5 Формирования положительного образа предпринимателя в средствах массовой информации

Средства массовой информации (СМИ) обладают значительным потенциалом воздействия на общество, представляют собой основной инструмент PR. СМИ принадлежит ведущая роль в формировании общественного мнения. Это относится в полной мере и к формированию положительного образа предпринимательства. Необходимо освещать истории успеха предпринимателей, примеры социально ответственного поведения, роль предпринимательства в социально-экономическом развитии. Материал по приведенной тематике, формирующий положительный образ предпринимательства в России, должен быть представлен в традиционных СМИ (на телевидении, по радио, в прессе); и в новых сетевых формах СМИ (форумы, чаты, блоги, ленты комментариев, онлайн-конференции, интернет-мессенджеры, интегрированные в интерфейс мобильных телефонов).

Особую роль здесь играют деловые СМИ. Газеты, которые освещают вопросы экономики и бизнеса «Коммерсантъ», «Ведомости». «Экономическая газета», «Российская бизнес-газета». Текущим проблемам экономической жизни посвящены журналы «Эксперт», «Деньги», «Экономист», «Деловые связи», «Бизнес-журнал», российские версии «Forbes», «BusinessWeek», «StartMoney». и др. Вопросы, связанные с предпринимательством, обсуждаются на телевизионных каналах «РБК-ТВ», «Коммерсантъ- ТВ», «Эксперт-ТВ».

Проанализировав содержание и характер статей и новостных лент о предпринимательстве в СМИ можно сделать вывод, что многое из них носят негативный характер. Статьи посвящены громким банкротствам, недобросовестной конкуренции, «серой» заработной плате, нанесению урона экологии.

Необходимо переориентировать СМИ на формировании положительного образа предпринимателя. Обращает на себя внимание, что если крупный бизнес обладает ресурсами для заказа материалов о своей деятельности для создания положительного имиджа, то у малого и среднего бизнеса практически отсутствует возможность влиять на массмедиа.

Поэтому в качестве меры поддержки может быть использован государственный заказ на создание фильмов, социальной рекламы, подготовку статей, popularизирующих предпринимательство в России.

6 Заключение

Для формирования положительного образа предпринимателя в России необходимо расширение практикоориентированного обучения предпринимательству учащейся молодежи в кооперации с бизнес-сообществом. И воздействие на общественное мнение посредством СМИ, в том числе организация госзаказа на материалы по популяризации бизнеса.

Литература

- Беляева Т.В., Ласковая А.К., Широкова Г.В., 2016. «Обучение предпринимательству и формирование предпринимательских намерений студентов: роль национальной культуры», *Российский журнал менеджмента*, Т.41, 1, С.77.
- Верховская О.Р. Богатырева К.А. Кнатько Д.М. Дорохина М.В. Шмелева Э.В., 2019. «Национальный отчет ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА Россия 2018/2019», https://gsom.spbu.ru/files/folder_17/otchet_fin_rgb.pdf
- GUESSS Глобальное исследование предпринимательского духа студентов, национальный отчет. Россия 2019, https://gsom.spbu.ru/files/folder_11/guesss_2019_rus_final_v1.pdf
- Гурунян Т.В., Рождественская Е.М., 2019. «Предпринимательство как динамическая компетенция: модели обучения», *Креативная экономика*, Т. 13, 9, С. 1732.
- Чепуренко А. Ю., 2017. «Как и зачем обучать предпринимательству: полемические заметки», *Вопросы образования*, 3, С. 252.