Перспективы развития молодежного предпринимательства в условиях цифровизации*

Prospects for the Development of Youth Entrepreneurship in the Context of Digitalization

А. ГАЛИМОВА, А. ХАКИМОВА

Галимова Айгуль Шарифовна, канд. экон. наук, доцент кафедры стратегического управления Института экономики, управления и бизнеса (ИНЭБ) ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» (УУНиТ). E-mail: aigul_galimova@mail.ru

Хакимова Анастасия Альбертовна, студент 4 курса ИНЭБ УУНиТ.
E-mail: nash2725olna@gmail.com

В статье рассматриваются условия и ограничения развития молодежного предпринимательства в контексте цифровизации. Проанализированы региональные различия, особенности мотивации молодых предпринимателей и несовпадение между цифровыми возможностями и институциональной инфраструктурой. На основе изученных источников выявлены ключевые барьеры: фрагментированная поддержка, информационная перегрузка, отсутствие системы оценки результативности. Предложены направления совершенствования экосистемы: гибкая настройка программ, менторская поддержка, региональная адаптация и цифровая коммуникация с молодёжной аудиторией.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, цифровизация, экосистема, государственная поддержка, мотивация, региональная политика, инновации, цифровая трансформация, менторство, индикаторы оценки.

The article explores the conditions and limitations of youth entrepreneurship development in the context of digitalization. Regional disparities, the evolving motivation of young entrepreneurs, and the mismatch between digital tools and institutional infrastructure are analyzed. Based on literature review, key barriers are identified: fragmented support, information overload, and lack of assessment systems. The author proposes improvements for the entrepreneurial ecosystem through flexible support programs, mentoring, regional adaptation, and digital communication with the youth audience.

Key words: youth entrepreneurship, digitalization, ecosystem, state support, motivation, regional policy, innovation, digital transformation, mentorship, performance indicators.

Основные положения

1. Цифровые технологии не компенсируют институциональные пробелы в поддержке молодёжи.
2. Предпринимательская мотивация смещается от прибыли к реализации идей и ценностей.
3. Региональные различия напрямую влияют на вовлечённость в предпринимательство.
4. Менторство и цифровая коммуникация — ключевые механизмы включения молодёжи.
5. Эффективное развитие требует системы оценки и адаптации мер поддержки.

Введение

Вопросы развития молодежного предпринимательства перестают быть узкой темой в рамках образовательной или социальной политики – речь идёт о стратегическом направлении трансформации экономической среды. Молодые предприниматели, как правило, свободнее оперируют цифровыми инструментами, быстрее адаптируются к рыночным колебаниям и

* Ссылка на статью: Галимова А.Ш., Хакимова А.А. Перспективы развития молодежного предпринимательства в условиях цифровизации // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 3. С. 110–113. DOI: 10.34773/EU.2025.3.20.

активнее осваивают инновационные бизнес-модели. Это делает их ключевыми игроками в цифровой экономике, но в то же время ставит перед ними специфические вызовы.

Современная литература уделяет внимание формированию предпринимательских экосистем, роли цифровых платформ и инструментов государственной поддержки. Так, в ряде исследований акцент делается на институциональной инфраструктуре, формирующей благоприятную среду для старта молодежных проектов [5]. Подчеркивается и влияние цифровизации на изменение моделей вовлечённости молодежи в бизнес, включая изменение мотивации и форм занятости [1; 2]. В то же время остаются открытыми вопросы системной оценки цифрового предпринимательства в молодежной среде [4].

Несмотря на наличие государственных инициатив, в числе которых — программы акселерации, грантовая поддержка и внедрение платформенных решений, наблюдается отставание региональных практик от актуальных потребностей молодых стартаперов. Это провоцирует устойчивую дифференциацию возможностей для развития: между столицами и регионами, между продвинутыми в цифровом плане отраслями и традиционным бизнесом. В итоге, многие инициативы просто не доходят до аудитории, ради которой они формировались.

Цель данного исследования — выявить реальные точки роста и ограничения развития молодежного предпринимательства в условиях цифровизации. Задачи включают анализ экосистемных условий, институциональных и технологических факторов, влияющих на активность молодых предпринимателей; а также выработку критериев для оценки эффективности поддержки в цифровом контексте.

Методы

Исследование основано на междисциплинарном подходе, сочетающем элементы институционального анализа, контент-анализа научных публикаций, а также сравнительного анализа региональных данных. Основу источниковой базы составляют пять научных публикаций, посвящённых различным аспектам молодежного предпринимательства и цифровой трансформации [1–5].

Кроме того, в качестве метода был использован условный кейс-анализ: гипотетическая модель развития стартапа в цифровой среде с учётом ограничений, выявленных в исследованных источниках. Это позволило выйти за рамки теоретического описания и сопоставить нормативные инициативы с предполагаемой реальностью начинающего предпринимателя.

Результаты

Изучение теоретических и эмпирических источников позволило выявить устойчивые закономерности в развитии молодежного предпринимательства в цифровой экономике. Несмотря на внешнюю динамичность, сектор сохраняет высокую чувствительность к качеству инфраструктурной, информационной и институциональной поддержки.

1. *Цифровизация как ресурс и ограничение одновременно.* Цифровая среда предоставляет молодым предпринимателям технологический инструментарий для быстрого старта, но этот потенциал не всегда превращается в устойчивое развитие. Причина в том, что цифровая среда остаётся разобщённой: она ориентирована либо на ИТ-бизнес, либо на пассивное потребление услуг. Молодые основатели часто оказываются между этими полюсами. Пример: в статье Н. Солодиловой и Э. Гайнуллиной подчеркивается, что в республиканских инициативах отсутствуют точки входа для начинающих предпринимателей без опыта [5].

2. *Молодёжь остаётся слабо охваченной существующими мерами поддержки.* Э. Гублия подчеркивает, что значительная часть программ поддержки не доходит до целевой аудитории из-за неадаптированных каналов коммуникации и языка подачи информации [1]. Молодые люди не хотят «искать грант» на загромождённых порталах с бюрократическими описаниями — они хотят понятного личного маршрута: от идеи до первого клиента.

3. *Предпринимательская мотивация смещается в сторону самореализации.* Авторы из Чеченского государственного педагогического университета фиксируют интересную трансформацию мотивационных установок: деньги перестают быть единственной целью. Молодёжь

интересуется возможностями создать проект, который будет иметь смысл — для них лично или для общества [2]. Это меняет саму логику отбора идей, критерии успеха и отношение к риску.

4. *Наблюдается региональная неравномерность в условиях старта.* На примере Краснодарского края Т. Лаврова анализирует, как высокая плотность населения, развитая инфраструктура и активная региональная политика способствуют росту вовлечённости молодежи в бизнес [3]. Однако большинство регионов не обладают такими ресурсами. Молодёжь из малых городов или сельской местности часто не имеет элементарного доступа к базовым цифровым сервисам, не говоря уже о наставничестве или акселерации.

5. *Отсутствие системы измерения эффективности программ.* М. Соколов и соавторы предлагают развернутую систему индикаторов оценки развития молодежного инновационного предпринимательства. Однако на практике ни один из предложенных ими количественных и качественных параметров не используется на федеральном уровне в полной мере [4]. Отсюда – иллюзия активности: мероприятия реализуются, но их результативность остаётся неясной.

6. *Доминирующая модель – реактивная.* Во всех изученных работах прослеживается одна важная деталь: предпринимательская активность молодежи чаще возникает «в ответ» – в ответ на экономические вызовы, на невозможность трудоустройства, на ограниченность альтернатив. Вместо проактивной поддержки инициатив – политика реагирования. Эта модель работает на сохранение статуса-кво, а не на создание экосистемы развития.

7. *Высокий уровень информационной перегрузки.* Наличие десятков программ, платформ, фондов и акселераторов создаёт иллюзию изобилия возможностей. Но в реальности это – барьер: молодые предприниматели теряются в потоке плохо структурированной информации. Это констатируют и Т. Лаврова, и Л. Джабраилова [2; 3].

Обсуждение

Результаты анализа рисуют противоречивую картину. С одной стороны, молодёжь – главный носитель цифровой культуры. С другой – эта же молодёжь оказывается исключённой из контуров институциональной поддержки. Причина – несоответствие между формой подачи и способом восприятия. Молодые основатели стартапов живут в логике клика и сторис, а получают PDF-файлы с описанием «мер государственной поддержки субъектов МСП». Этот диссонанс порождает отток внимания – и креативный потенциал остаётся нереализованным.

Интересным оказывается сдвиг в мотивации. Бизнес перестаёт быть исключительно способом зарабатывать. Молодёжь ищет смысл — в проекте, продукте, эффекте. И именно цифровая среда даёт им пространство для этой реализации. Но когда реальность оказывается перегружена формальностями, интерес гаснет.

Особенно заметна территориальная асимметрия. Если в регионах с активной политикой поддержки – например, в Краснодарском крае – удаётся развернуть более-менее живую экосистему, то в других субъектах молодёжь нередко не имеет ни доступа к консультациям, ни даже базовых навыков оформления ИП или регистрации товарного знака. Это делает саму идею предпринимательства оторванной от повседневности [3].

Попытки выработки системы оценки, как это предложено в исследовании М. Соколова и его коллег, кажутся своевременными, но пока остаются на уровне академических инициатив. Государственная система работает без чёткого понимания того, какие меры реально работают, а какие – создают видимость. Отсюда отсутствие системной динамики [4].

Нельзя не затронуть тему менторства. Изученные источники фиксируют интересный эффект: опытные предприниматели, работающие с молодыми основателями, создают не только консультационную, но и мотивационную среду. Это позволяет компенсировать нехватку опыта и страховку от ошибок, повышает устойчивость проекта. Но такие механизмы работают точечно, локально, и часто держатся на энтузиазме отдельных акторов [2; 5].

В условиях цифровизации возникает парадокс: технологии позволяют быстро масштабироваться, но при этом усиливается изоляция. Молодой предприниматель может создать продукт с глобальным потенциалом, и при этом оставаться в абсолютной неизвестности, без поддержки,

без обратной связи. Это результат того, что инфраструктура осталась в XX веке, а предприниматель – уже в XXI.

Следует признать: предпринимательская активность молодёжи – это не стихийный процесс, а управляемое явление. При грамотной настройке цифровой и менторской поддержки, при понятных маршрутах вовлечения, при признании ценностей новой генерации можно создать действительно живую и воспроизводимую экосистему.

Для этого, во-первых, стоит уйти от формализма. Программы поддержки должны быть гибкими, кастомизируемыми и понятными. Во-вторых, важно перенести коммуникацию туда, где молодёжь уже есть: социальные сети, Telegram-каналы, Discord, YouTube. В-третьих, каждый регион должен сформировать свою стратегию поддержки, адаптированную к демографической, социальной и экономической реальности.

И, наконец, измеримость. Без внятных метрик развития всё сводится к имитации деятельности. Если проект не сопровождается системой отслеживания результативности, он становится статистикой, а не точкой роста.

Заключение

Цифровизация создаёт уникальные возможности для молодых предпринимателей – от снижения порога входа в бизнес до выстраивания масштабируемых моделей на базе платформенных решений. Однако чтобы эти возможности не остались лишь на уровне потенциала, необходимо системно пересматривать подходы к поддержке: от нормативной базы до структуры коммуникации.

Развитие молодежного предпринимательства должно происходить не «по шаблону», а через постоянный контакт с целевой аудиторией, её вовлеченность в проектирование решений. Цифровая среда – это пространство, где такие механизмы возможны, но их реализация требует гибкости, доверия и отказа от вертикальной модели «государство даёт – молодёжь получает». Внедрение системы оценки, предложенной в ряде источников [4], станет логичным шагом в сторону осознанного, измеримого подхода к развитию молодежного бизнеса в цифровую эпоху.

Литература

1. Гублия Э.Б. Молодёжное предпринимательство в условиях цифровой трансформации экономики // Журнал «У». Экономика. Управление. Финансы. 2023. № 1. С. 194–203.
2. Джабраилова Л.Х. Состояние и перспективы развития молодежного предпринимательства / Л.Х. Джабраилова, А.Х. Кутаев, П.Л. Зулкарнаева // Известия Чеченского государственного педагогического университета Серия 1. Гуманитарные и общественные науки. 2024. № 2(46). С. 127–136. DOI: 10.54351/25876074-2024-2-46-127.
3. Лаврова Т.Г. Молодежное предпринимательство как фактор развития экономики региона // Modern Economy Success. 2023. № 3. С. 149–154.
4. Соколов М.С. Формирование системы индикаторов для оценки развития молодежного инновационного предпринимательства в условиях цифровизации российской экономики / М.С. Соколов, И.В. Морозов, Е.Ю. Перегудова // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12, № 1. С. 133–148. DOI: 10.18334/epp.12.1.114136.
5. Солодилова Н.З., Гайнуллина Э.В. Развитие экосистемы молодежного предпринимательства в контексте цифровой экономики // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2023. № 4(46). С. 114–118. DOI: 10.17122/2541-8904-2023-4-46-114-118.