

УДК 334.7

Влияние молодёжных бизнес-клубов на развитие предпринимательства

Панин Игорь Сергеевич

Аспирант,
кафедра предпринимательства и конкуренции,
факультет менеджмента,
Московский финансово-промышленный университет «Синергия»,
125190, Российская Федерация, Москва, Ленинградский просп., 80;
e-mail: panin-i-s@mail.ru

Аннотация

В данной статье представлен краткий обзор влияния бизнес-сообществ на уровень молодёжного предпринимательства в России, акцентируя внимание на их текущем состоянии и потенциале для развития. Исследование выявило, что практика вовлечения молодых предпринимателей в бизнес-сообщества находится на начальном этапе, что обусловлено как недостаточной осведомлённостью молодёжи о возможностях, которые они могут предоставить, так и нехваткой структурированной поддержки со стороны государства и частного сектора. Тем не менее, в статье показано, что бизнес-клубы обладают значительным потенциалом для успешного вовлечения молодежи в ключевые экономические сектора страны. Они могут служить платформой для обмена опытом, получения знаний и навыков, а также для установления деловых связей, которые играют решающую роль в предпринимательской деятельности. Также отмечено, что анализ результатов деятельности бизнес-клубов требует дальнейших исследований, чтобы определить их влияние на развитие молодёжного предпринимательства более детально и разработать стратегии по оптимизации их работы. Это в свою очередь может способствовать формированию благоприятной предпринимательской среды, что будет стимулировать рост молодёжных инициатив и их успешную интеграцию в экономику страны.

Для цитирования в научных исследованиях

Панин И.С. Влияние молодёжных бизнес-клубов на развитие предпринимательства // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2025. Том 15. № 2А. С. 681-689.

Ключевые слова

Бизнес-клубы, предпринимательство, молодёжь, бизнес-сообщество, экономика, инновационные предприятия.

Введение

Целью данной работы является провести краткий анализ состояния бизнес-клубов и их влияния на уровень молодёжного предпринимательства в России, то далее рассмотрим некоторые работы по этой теме. К сожалению, выявить статистические и аналитические, обзорные работы, которые бы исследовали результаты участия предпринимателей в бизнес-клубах в России и то, как это повлияло на их предпринимательскую деятельность, не удалось – это предмет будущих исследований.

В источнике [Карпунина, Савинова, Шубнякова, 2014] анализируется состояние и перспективы развития молодёжного предпринимательства в России. В работе выделяется низкий уровень молодёжного бизнеса - всего 4,3% трудоспособного населения вовлечены в предпринимательство, что значительно уступает показателям стран БРИКС и Европы. Проблемы включают недостаток стартового капитала, ограниченную доступность кредитных ресурсов, административные барьеры и отсутствие практических навыков. Для решения данной проблемы авторы предлагают создать Всероссийскую сеть межвузовских бизнес-клубов, объединяющих студентов и молодых предпринимателей для генерации и реализации инновационных бизнес-идей. Авторы подчеркивают значимость использования опыта зарубежных бизнес-клубов, таких как The Prince's Youth Business International, профинансировавшего более 8,500 стартапов за год. Такая инициатива, по мнению авторов, может увеличить число жизнеспособных проектов, способствовать созданию новых рабочих мест.

Основная часть

В источнике [Мулекаева, Третьяк, 2014] на примере бизнес-клуба Саратовского государственного аграрного университета им. Н.И. Вавилова автор раскрывает особенности работы таких бизнес-сообществ. К основным целям бизнес-клуба автор относит:

- содействие развитию компетенций, необходимых для выживания и роста в конкурентной среде;
- установление и развитие партнерских отношений между предприятиями и внешними стейкхолдерами, включая инвесторов и государственные структуры;
- привлечение внимания к проблемам, с которыми сталкиваются МИП, на уровне региональной и государственной политики;
- вовлечение участников в деятельность, направленную на устойчивое развитие, соблюдение этических норм и создание позитивного имиджа инновационного бизнеса.

Для реализации этих целей бизнес-клубы:

- помогают в поиске новых клиентов и партнеров;
- консультативно поддерживают при заключении контрактов, участии в грантовых конкурсах и тендерах;
- организуют информационную поддержку по вопросам рынка, технологий и законодательных изменений;
- формируют имидж МИП через участие в публичных мероприятиях;
- налаживают связи с финансовыми и инвестиционными структурами, включая венчурные фонды и банки;
- вовлекают студентов и молодых специалистов в научно-исследовательскую работу и

многое другое.

В качестве форматов взаимодействия членов клубов можно выделить бизнес-встречи для обмена опытом между участниками и экспертами, круглые столы с участием представителей власти и бизнеса, собрания и заседания, где обсуждаются текущие проекты и стратегии, презентации инновационных идей и продуктов для потенциальных инвесторов и пресс-конференции, бизнес-конкурсы, семинары и тренинги по развитию управленческих навыков и знанию рынка. Автор подчеркивает, что такие клубы могут стать центрами интеграции молодых новаторов, повышая их шансы на успех через образовательные и консультационные программы, а также через привлечение инвестиций.

В историчке [Гураш, 2020] проводится анализ бизнес-клубов и предпринимательских сообществ в контексте их роли в развитии малого и среднего бизнеса в России. В дополнение к вышеперечисленным, Гураш выделяет также то, что такие сообщества способствуют обмену знаниями между участниками, получению доступа к уникальному опыту других предпринимателей, помогают выстраивать профессиональные связи и формируют бизнес-сети, получить моральную и профессиональную поддержку. К примерам таких сообществ в России можно отнести: Московский столичный клуб, Атланты, Клуб 500, Клуб Первых, Опора России, Деловая Россия, Ассоциация молодых предпринимателей, Росмолодёжь.Бизнес и другие. На 2024 год в России существует более 108 клубов. Анализ параметров некоторых клубов, показывает, что из 50 клубов 37 являются закрытыми сообществами. Остальные 13 клубов открыты для всех желающих. 22 клуба проводят только офлайн-мероприятия, два встречаются исключительно онлайн, а 26 успешно совмещают оба формата. География клубного движения разнообразна: 37 клубов находятся в Москве, 2 в Санкт-Петербурге, 2 в Казани, 5 в других городах России, а некоторые имеют представительства за рубежом. Стоимость членства варьируется: в 24 клубах информация о ежегодных платежах или вступительном взносе закрыта, в остальных минимальная ежегодная стоимость составляет 200–300 тыс. рублей, а максимальная — 3 млн рублей в год. Количество участников в сообществах колеблется от 75 до 50 тысяч человек, чаще всего в клубе состоит от 200 до 500 человек. Разнообразие форматов и условий членства позволяет молодым предпринимателям выбирать сообщества, наиболее соответствующие их целям и потребностям.

В западных странах клубы являются неотъемлемой частью жизни предпринимателей, предоставляя пространство для общения, обмена опытом и совместного времяпрепровождения с семьями и друзьями. В России культура клубов только формируется, и многие предприниматели вступают в них с целью поиска партнёров, клиентов или инвесторов, а не для следования идеологии клуба. Одной из ключевых особенностей зарубежных сообществ является наличие комьюнити-менеджеров, которые помогают участникам решать запросы и устанавливать полезные контакты. Такая практика способствует более эффективному взаимодействию внутри сообщества. Кроме того, западные клубы часто обладают собственной инфраструктурой — клубными домами или даже целыми районами, где проводятся встречи, мероприятия и обеспечивается комфортное пространство для членов клуба.

Молодёжные бизнес-клубы представляют собой динамичное пространство, где каждый участник получает возможность вникнуть в тонкости предпринимательского мира и сформировать собственное представление о том, как эффективно вести бизнес. Они не только создают сеть полезных контактов, но и служат платформой, которая позволяет молодым людям проверять идеи на практике, обмениваясь опытом с теми, кто уже прошёл определённый путь. Важной особенностью таких клубов становится ориентация на формирование у начинающих

предпринимателей целого ряда компетенций, включающих лидерство, стратегическое мышление и умение анализировать быстро меняющиеся рыночные условия. В результате молодёжные бизнес-клубы существенно влияют на становление предпринимательской среды, способствуют развитию инноваций, а также формируют особую культуру созидательного отношения к делу, что в дальнейшем отражается на уровне экономической активности в регионе.

В некоторых случаях подобные объединения возникают стихийно, когда инициативные студенты или выпускники университетов решают совместными усилиями организовать пространство для самореализации. Они могут арендовать небольшое помещение или договариваться с образовательными учреждениями о предоставлении места для встреч. Важную роль играет взаимопонимание между участниками, поддерживаемое энтузиазмом руководителей, которые не боятся брать на себя ответственность за организационные процессы и мотивировать других. Формат деятельности таких бизнес-клубов весьма разнообразен: от регулярных дискуссионных встреч и круглых столов до проведения мастер-классов и хакатонов, где зарождаются идеи будущих стартапов. Отличительной чертой становится открытость ко всем желающим, что позволяет охватывать максимально широкий круг молодых людей и формировать сильную команду единомышленников.

Молодёжные бизнес-клубы также служат площадкой для поиска единомышленников, потенциальных партнёров и инвесторов. Активное взаимодействие внутри клуба позволяет его участникам испытывать свои идеи на практике, получать обратную связь не только из теоретической плоскости, но и из реальных кейсов, уже существующих в предпринимательском сообществе. Когда у участника появляется идея, он может представить её на встрече клуба, обсудить с коллегами, подвергнуть критическому анализу и выявить слабые места. Всё это даёт шанс вовремя скорректировать стратегию, сэкономить ресурсы и время, а также найти тех, кто готов внести свой вклад в проект — как экспертизу, так и финансовую поддержку. Подобные сценарии способствуют росту доверия внутри предпринимательской среды, так как люди начинают видеть реальные результаты совместных усилий и учатся координировать действия в условиях взаимовыгодного партнёрства.

Дополнительным преимуществом является привлечение экспертов из различных областей, готовых делиться своим опытом. Иногда это успешные предприниматели, которые самостоятельно прошли путь от идеи до крупного бизнеса и хотят помочь новому поколению добиться успеха. Встречаясь с молодыми людьми, такие эксперты рассказывают о подводных камнях и особенностях управления персоналом, финансами и процессами в компании. Живой обмен знаниями быстро формирует профессиональные навыки у участников бизнес-клубов, которые, имея возможность прикоснуться к реальной практике, получают более широкие перспективы. Важную роль играет и консультирование по юридическим вопросам, вопросам налогообложения, регистрации и защиты интеллектуальной собственности. Часто начинающие предприниматели не уделяют должного внимания формальным процедурам, что может негативно сказаться на развитии их проектов, и именно наставники из числа экспертов помогают избежать подобных ошибок.

В то же время молодёжные бизнес-клубы не ограничиваются исключительно обменом знаниями или проведением мастер-классов. Они формируют особую культуру взаимопомощи и коллективного творчества. Клубы поощряют командную работу, стимулируют поиск креативных решений и создают благоприятную атмосферу для экспериментов. Здесь приветствуется адаптивность к быстро меняющимся рыночным условиям и готовность

рисковать. В этом смысле бизнес-клуб становится своеобразной «лабораторией предпринимательства», где зарождаются новаторские стратегии и подходы к ведению дела. Нередки случаи, когда из подобных клубов выходят проекты, впоследствии привлекающие крупные инвестиции и выходящие на международный рынок. Для молодёжи, которая только начинает осваивать сферу бизнеса, крайне важно почувствовать, что у неё есть пространство, где можно ошибаться и пробовать снова, не испытывая серьёзных финансовых потерь и не подвергаясь давлению уже устоявшихся норм классического бизнеса.

Важной составляющей успеха молодёжных бизнес-клубов становится активное сотрудничество с университетами и другими образовательными учреждениями. Часто клубы основываются при бизнес-инкубаторах или технопарках, действующих на базе вузов, что обеспечивает доступ к материально-технической базе, помещениям и лабораториям. Кроме того, молодые предприниматели могут пользоваться менторской поддержкой профессорско-преподавательского состава, получая советы по исследовательским методам, патентованию и продвижению. Университеты, в свою очередь, заинтересованы в повышении уровня трудоустройства своих выпускников и развитии инновационной деятельности в образовательных структурах. Это создаёт благоприятные условия для тесной кооперации, в результате которой студенты получают не только знания, но и конкретные навыки, позволяющие им практически сразу после выпуска приступать к реализации собственных бизнес-идей.

Вместе с тем на развитие молодёжных бизнес-клубов влияет и поддержка со стороны государства. Во многих странах действуют программы, направленные на стимулирование молодёжного предпринимательства, предоставляются гранты, субсидии и льготы. Такая материальная поддержка помогает клубам покрывать инфраструктурные расходы, оплачивать труд специалистов, приглашённых для чтения лекций и консультаций, а также организовывать масштабные мероприятия, способствующие популяризации предпринимательской деятельности среди молодёжи. Однако не все регионы могут похвастаться достаточным уровнем финансирования. Вследствие этого часть бизнес-клубов существует преимущественно на волонтерских началах или скромном энтузиазме организаторов. Тем не менее именно этот энтузиазм и стремление к взаимному развитию часто становятся краеугольным камнем, обеспечивающим выживание и рост таких сообществ даже без значительной финансовой подпитки.

Есть и другая сторона вопроса, связанная с тем, что не все участники молодёжных бизнес-клубов способны довести свои проекты до реального бизнеса, приносящего ощутимую прибыль. Подобные неудачи могут приводить к разочарованию части молодёжи в идеях предпринимательства, что, однако, является естественным фильтром на пути становления крепкого бизнес-сообщества. Клубы же, в свою очередь, предоставляют возможности для переоценки стратегий, повторного анализа рынка и поиска новых подходов к развитию проектов. Нередко после неудачного опыта практиканты продолжают оставаться в бизнес-клубе, помогать новичкам и делиться уроками, полученными из собственных ошибок. В результате формируется практика коллективного роста, где каждый участник выигрывает за счёт суммарного интеллектуального потенциала и опыта всей группы.

Одним из ключевых элементов, влияющих на эффективность молодёжных бизнес-клубов, является методика наставничества. Наставники, обладающие значительным опытом, помогают участникам в выборе оптимального пути развития и формировании адекватной дорожной карты проекта. Они могут выступать в роли модераторов при конфликтах внутри команды, давать

рекомендации по повышению личной эффективности и развитию лидерских качеств. Это взаимодействие ведёт к тому, что у молодых предпринимателей формируется более осознанное отношение к рискам и ответственности за собственный бизнес. Кроме того, наставники часто подключают своих протеже к деловым контактам, помогая им выйти на более широкий уровень взаимодействия с рынком и привлекая потенциальных партнёров. Таким образом, грамотное наставничество способно значительно повысить шансы начинающих предпринимателей на успех, а активное участие менторов в жизни клуба способствует общему укреплению сообщества.

Следует отметить, что многие молодёжные бизнес-клубы используют цифровые технологии и интернет-платформы для оптимизации своей работы. Онлайн-форумы, группы в социальных сетях и мессенджеры нередко становятся дополнительными площадками, где идёт оживлённая дискуссия по вопросам маркетинга, финансового планирования и распределения ролей в будущих стартапах. Это позволяет поддерживать постоянный контакт между членами клуба и расширяет аудиторию за счёт привлечения новых участников из других городов и даже стран. Модернизация коммуникаций естественным образом влияет на скорость обмена информацией и успех проектов. Однако при всём многообразии виртуальных форматов важно не забывать о значимости живого общения, которое позволяет устанавливать прочные личные связи, дающие фундамент для долгосрочного сотрудничества.

Другим немаловажным фактором, оказывающим влияние на развитие молодёжных бизнес-клубов, является их интеграция в международное предпринимательское сообщество. Некоторые клубы налаживают контакты с зарубежными организациями, обмениваются студентами и проводят совместные мероприятия. Подобные инициативы способствуют распространению передовых практик и стимулируют появление молодёжных стартапов, настроенных на глобальные рынки. Кроме того, международная кооперация расширяет возможности для привлечения инвестиций и партнёров, так как участие в глобальных сетях повышает уровень доверия к начинающим проектам. При этом молодые предприниматели учатся работать в условиях межкультурной коммуникации, что положительно сказывается на их профессиональном кругозоре и гибкости мышления.

Нередко молодёжные бизнес-клубы фокусируются на развитии социального предпринимательства, что отражает ценности молодого поколения, устремлённого к устойчивому развитию и благотворному воздействию на общество. Они рассматривают бизнес не только как способ получения прибыли, но и как инструмент решения острых проблем, будь то экология, здравоохранение или социальная поддержка уязвимых групп населения. В таких клубах проводятся специальные обучающие программы и тренинги, направленные на формирование навыков реализации социально значимых проектов. Это позволяет молодым людям расти не только в бизнес-компетенциях, но и в человеческой осознанности, которая в дальнейшем задаёт новый вектор развития экономики, ориентированный на корпоративную ответственность и долговременный эффект. Так формируется новое поколение предпринимателей, рассматривающих ценность бизнеса в более широком контексте, выходящем за рамки стандартного подхода к выгоде.

Важным моментом остаётся необходимость постоянного саморазвития членов бизнес-клубов. Многие клубы организуют собственные библиотеки, обмениваются материалами и создают рекомендательные списки литературы, которые позволяют оставаться в курсе последних тенденций и методик ведения бизнеса. Такое сообщество, где каждый стремится

поделиться знаниями, формирует мотивирующую атмосферу, где новичкам легче преодолевать страхи и начинать действовать.

Примечательно, что рост популярности молодёжных бизнес-клубов отражает и общее изменение социальной парадигмы, когда молодое поколение всё активнее отказывается от традиционных схем карьерного роста. Вместо того чтобы искать стабильную работу в крупных компаниях, многие предпочитают пробовать себя в собственном деле, надеясь на большую свободу и потенциал для самореализации. Бизнес-клубы в этом контексте становятся своего рода катализатором такого выбора, поддерживая амбициозную молодёжь и создавая условия, в которых формируются товарищеские связи, не свойственные обычным корпоративным структурам. В результате предпринимательство приобретает не только экономический, но и социокультурный аспект, оказывая влияние на формирование новой идентичности молодого поколения.

Одновременно с этим важно учитывать, что эффективность деятельности молодёжных бизнес-клубов во многом зависит от их управленческой структуры и системы мотивации. Нередко клубы сталкиваются с нехваткой организованных процедур, отсутствием чётко прописанных целей и планов, а также несбалансированной нагрузкой на координаторов. Если руководство клуба не уделяет достаточно внимания распределению обязанностей и планированию, то в сообществе воцаряется хаос, и интерес новых участников быстро угасает. Однако при грамотном управлении, когда каждый член команды понимает свою роль, сроки выполнения задач и ожидаемые результаты, клуб получает устойчивую основу для развития. Возникает среда, где даже при ограниченном бюджете участники могут достигать значительного прогресса, действуя синхронно и вдохновляя друг друга на новые свершения.

Не следует забывать о том, что молодёжные бизнес-клубы оказывают и косвенное влияние на региональное развитие. Успешные проекты, родившиеся в клубах, зачастую приносят пользу экономике конкретного региона за счёт создания новых рабочих мест, увеличения налоговых поступлений и продвижения местных товаров и услуг на внешних рынках. Более того, активная молодёжь, участвующая в работе таких клубов, формирует особый культурный пласт, поддерживающий инновации и открытость к диалогу с внешними игроками. Это способствует повышению инвестиционной привлекательности территории, так как потенциальные бизнес-партнёры видят наличие в регионе растущего сообщества инициативных людей. В конечном итоге такой процесс становится точкой роста для всей местной экономики, поддерживает консультационные и сервисные услуги, а также стимулирует развитие инфраструктуры.

Для повышения эффективности молодёжных бизнес-клубов важно отлаживать сотрудничество не только внутри клуба, но и налаживать связи с местными органами власти [Рэнкинг российских деловых сообществ-2023, www]. Государственные или муниципальные структуры могут содействовать в решении бюрократических вопросов, предоставлять налоговые льготы или помогать в поиске помещений для совместной деятельности. Если обе стороны заинтересованы в результатах, то бизнес-клуб получает больше возможностей для расширения влияния и воплощения масштабных проектов. Однако многое зависит от стратегии взаимодействия, умения договариваться и позиционировать себя не как просителя, а как партнёра, способного внести вклад в решение социальных и экономических задач региона. Когда же между бизнес-клубом и администрацией складываются доверительные отношения, выгода становится взаимной: государство видит рост предпринимательской активности и занятости молодёжи, а начинающие бизнесмены обретают ресурсную поддержку.

Заключение

В заключение, можно сказать, что проведенный анализ рассмотренных работ показал, что бизнес-клубы и молодежные ассоциации могут играть ключевую роль в формировании нового поколения предприятий, способствовать благоприятному и эффективному развитию бизнеса и профессиональных навыков членов этих сообществ, и в целом оказать позитивный эффект на экономику страны. Следует учесть специфику существующей инфраструктуры в России, предполагающую взаимодействие и государства, и образовательных учреждений, и частного сектора, что отличает российские сообщества от западных известных клубов.

Библиография

1. Карпунина, М. А. Формирование молодежного предпринимательского сообщества как инструмент повышения предпринимательской активности в России / М. А. Карпунина, С. Ю. Савинова, Н. Г. Шубнякова // *Современные проблемы науки и образования*. – 2014. – № 2. – С. 406. – EDN SBW1HX.
2. Мулкаева А. Ф., Третьяк Л. А. БИЗНЕС-КЛУБ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЗДАНИЯ БЛАГОПРИЯТНОЙ БИЗНЕС-СРЕДЫ ДЛЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ // *Научные труды Вольного экономического общества России*. 2014. №. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-klub-kak-instrument-sozdaniya-blagopriyatnoy-biznes-sredy-dlya-malyh-innovatsionnyh-predpriyatiy> (дата обращения: 24.11.2024).
3. Гураш С.В. Анализ предпринимательских сообществ в РФ // *Экономика: вчера, сегодня, завтра*. 2022. Том 12. № 11А. С. 25-33. DOI: 10.34670/AR.2022.50.78.003
4. Рэнкинг российских деловых сообществ-2023 // *Forbes Club* URL: https://club.forbes.ru/part_news/renking-grossijskih-delovyh-soobshhestv-2023 (дата обращения: 23.11.2024).
5. Зарубежные бизнес-клубы: в чем отличия от российских и какие фишки стоит перенять? // *RB.RU* URL: <https://rb.ru/opinion/business-clubs-abroad/?ysclid=m3vph2uwmm411460915> (дата обращения: 24.11.2024).
6. Boris O., Parakhina V. Youth entrepreneurship support model and youth business associations // *WSEAS transactions on business and economics*. – 2022. – Т. 19. – С. 1649-1660.
7. Irungu J., Kamau R. Effect of Youth Enterprise Development Fund on growth of new enterprises in Kenya: A survey of selected Youth Enterprises in Mathiyo District // *European Journal of Business and Management*. – 2015. – Т. 7. – №. 17. – С. 55-64.
8. Kasim R. S. R. et al. Regenerating youth development through entrepreneurship // *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. – 2014. – Т. 129. – С. 322-327.
9. Pittaway L. et al. Entrepreneurship clubs and societies: Learning benefits in practice // *Extracurricular Enterprise and Entrepreneurship Activity: A Global and Holistic Perspective*. – Emerald Publishing Limited, 2024. – Т. 19. – С. 1-14.
10. Pittaway L. et al. The role of entrepreneurship clubs and societies in entrepreneurial learning // *International Small Business Journal*. – 2011. – Т. 29. – №. 1. – С. 37-57.

The Impact of Youth Business Clubs on Entrepreneurship Development

Igor' S. Panin

Postgraduate Student,
Department of Entrepreneurship and Competition, Faculty of Management,
Moscow University of Industry and Finance "Synergy",
125190, 80, Leningradsky ave., Moscow, Russian Federation;
e-mail: panin-i-s@mail.ru

Abstract

This article provides a brief overview of the influence of business communities on youth entrepreneurship in Russia, focusing on their current state and development potential. The study

reveals that the practice of engaging young entrepreneurs in business communities is still in its early stages, which is attributed to both a lack of awareness among young people about the opportunities these communities offer and insufficient structured support from the state and private sector. However, the article demonstrates that business clubs have significant potential to successfully involve youth in key economic sectors. They can serve as platforms for knowledge sharing, skill development, and networking, all of which play a crucial role in entrepreneurial activities. Additionally, the analysis highlights that further research is needed to assess the impact of business clubs on youth entrepreneurship more comprehensively and to develop strategies for optimizing their operations. Such efforts could contribute to creating a favorable entrepreneurial environment, stimulating youth initiatives and their successful integration into the national economy.

For citation

Panin I.S. (2025) Vliyaniye molodyozhnykh biznes-klubov na razvitiye predprinimatel'stva [The Impact of Youth Business Clubs on Entrepreneurship Development]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 15 (2A), pp. 681-689.

Keywords

Business clubs, entrepreneurship, youth, business community, economy, innovative enterprises.

References

1. Karpunina, M. A. Formation of the youth entrepreneurial community as a tool for increasing entrepreneurial activity in Russia / M. A. Karpunina, D. Y. Savinova, N. G. Shubnyakova // Modern problems of science and education. - 2014. – No. 2. - P. 406. - ED. SBVIHX.
2. Molekaeva A. F., Tretyak L. A. Business club as a tool for creating a FAVORABLE business environment for SMALL INNOVATIVE ENTERPRISES // Scientific papers of the Free Economic Community of Russia. 2014. no. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/biznes-klub-kak-instrument-sozdaniya-blagopriyatnoy-biznes-sredy-dlya-malyh-innovatsionnyh-predpriyatiy> (11/24/2024).
3. Gurash S.V. Analysis of business relations in the Russian Federation // Economics: yesterday, today, tomorrow. 2022. Volume 12. No. 11a. pp. 25-33. DOI: 10.34670 /AR.2022.50.78.003
4. Forbes club URL: https://club.forbes.ru/part_news/renking-rossijskih-delovyh-soobshhestv-2023 (11/23/2024).
5. Foreign business club: what is the difference between horses and Russian ones and which fish are more expensive? // RB.RU URL: <https://rb.ru/opinion/business-clubs-abroad/?ysclid=m3vph2uwwm411460915> (11/24/2024).
6. Boris O., Parashin V. Model of youth entrepreneurship support and youth business associations // Business and Economics. – 2022. - Vol. 19. - pp. 1649-1660.
7. Irungu J., Kamau R. The impact of the Youth Entrepreneurship Development Fund on the growth of new enterprises in Kenya: a study of individual youth enterprises in the Matioya district // European Journal of Business and Management. – 2015. - Vol. 7. – No. 17. - pp. 55-64.
8. Kasim R. S. R. et al. Restoring youth development through entrepreneurship // Procedia-Social and Behavioral Sciences. - 2014. - Vol. 129. - pp. 322-327.
9. Pittaway L. et al. Entrepreneurial clubs and societies: the benefits of learning in practice // Extracurricular entrepreneurship and entrepreneurial activity: a global and holistic perspective. - Emerald Publishing Limited, 2024. - Vol. 19. - pp. 1-14.
10. Pittaway L. et al. The role of entrepreneurial clubs and societies in the study of entrepreneurship // International Journal of Small Business. – 2011. - Vol. 29. – No. 1. - pp. 37-57.