

Сравнение факторов мотивации к занятиям предпринимательской деятельностью у студентов университетов и колледжей

Назарова Е.А. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – преподаватель Стажарова Д.М. (Университет ИТМО)

Введение. По результатам социологического исследования «Предприниматели России: исследовательский мониторинг», 30% респондентов планируют открыть своё дело в ближайшие три года. Наибольший интерес к предпринимательству проявляет молодежь – о таких планах сообщили 53% студентов и 41% людей в возрасте 18-35 лет. 38% опрошенных ответили, что хотят открыть свое дело из-за необходимости заработать на обеспечения себя и семьи, а 35% — чтобы самореализоваться. При этом о самореализации чаще говорят жители городов-миллионников, а необходимость заработать больше мотивирует жителей небольших городов и людей со средним образованием и ниже [1].

За последние годы внимание социологов к проблемам предпринимательства сместилось с социокультурных и личностных аспектов на институциональные [2]. Возник значительный пробел в изучении факторов, обуславливающих будущее предпринимательской культуры, в том числе среди молодежи. По мнению авторов статьи, проблемой развития студенческого предпринимательства является несформированная мотивация молодежи к открытию собственного бизнеса.

Целью данной работы выступает исследование различий во внутренней и внешней мотивации к предпринимательству у студентов университетов и колледжей России. Основными задачами являются анализ литературы по проблеме исследования, раскрытие понятия мотивации, проведение опроса студентов университета ИТМО и Новоуренгойского многопрофильного колледжа и выявление значимых различий в мотивационных факторах, оказывающих влияние на желание студентов запускать собственный бизнес.

Основная часть. Мотивация связана с потребностями и мотивами человека. Она играет значимую роль в системе современного предпринимательства. Мотивацию можно определить как процесс, направленный на побуждение человека к деятельности, результатом которой является достижение личной, коллективной или общественной цели [3].

Такое побуждение к деятельности может исходить от самого человека (внутренняя мотивация) или извне (внешняя мотивация). Внутренние факторы характеризуют личные устремления, переживания, особенности характера человека. Среди внешних факторов, влияющих на желание запускать бизнес, можно выделить ожидания окружения, материальную базу, финансы. Не стоит упускать из внимания также стратегические внешние факторы: экономическую политику, общественно-политический строй, правовую систему государства.

Основными мотивами предпринимательства являются материальный интерес, экономическая власть и самореализация, чувство удовлетворения от запуска своего дела [4].

Вероятно, низкая мотивация становится скрытым фактором, который приводит к недостаточной осведомленности о возможностях для развития планируемого бизнеса, вызывает проблемы с доступом к финансовым ресурсам, развитию предпринимательских навыков и так далее. С целью поиска ответов на этот вопрос, авторами было проведено социологическое исследование. В 2023 и 2024 годах был запущен онлайн-опрос среди студентов университета ИТМО и Новоуренгойского

многопрофильного колледжа. Результаты опроса репрезентативны, максимальный размер ошибки не превышает 5% с вероятностью 90%. Всего было опрошено 631 респондент из ИТМО и 50 студентов старших курсов НУРМК.

По результатам проведенного исследования, были выявлены различия в основных факторах мотивации к предпринимательству у студентов двух разных групп, что подтверждает актуальность более подробного рассмотрения данного вопроса.

С целью выявления и раскрытия факторов, влияющих на мотивацию студентов к открытию собственного дела, студентам было предложено ответить на несколько вопросов о том, кто и что побуждает их задумываться о запуске бизнеса, насколько это желание связано с внешними и внутренними побуждениями. Респондентами были продемонстрированы различные внутренние и внешние мотивы к предпринимательской деятельности – студенты колледжа в наибольшей степени опираются на желание повысить уровень жизни и дохода, студенты университета – на возможность самореализации и занятия любимым делом. Кроме того, были выявлены отличия в факторах, сдерживающих желание студентов открывать собственное дело.

Выводы. Проведенное исследование способствует изучению влияния мотивации на предпринимательскую активность студентов. Выявленные в работе факторы, определяющие желание обучающихся вузов и ссузов запускать собственные бизнес-проекты, позволят повысить эффективность планирования, организации программ и курсов стимулирования предпринимательства, удовлетворяющих основным запросам студентов.

Список использованных источников:

1. Novgorod.ru. Результаты опроса: каждый третий житель нашей страны хотел бы открыть свой бизнес. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://news.novgorod.ru/news/rezultaty-oprosa-kazhdyy-tretiy-zhitel-nashey-strany-khotel-by-otkryt-svoy-biznes--196277.html> – 22.01.2024.
2. Попов А.А. Социологический анализ условий формирования и развития культуры российских предпринимателей. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/20712/1/urgu1257s.pdf> – 22.01.2024
3. Базылев И.В., Вороненко В.В. Проблемы мотивации современного предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-motivatsii-sovremennogo-predprinimatelstva/viewer> – 22.01.2024
4. Бильчак Е.В., Пурьжкова Л.В. Развитие мотивационных принципов предпринимательства. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-motivatsionnyh-printsipov-predprinimatelstva/viewer> – 22.01.2024