

Ссылка для цитирования этой статьи:

Новикова Е.А., Пивоварова И.В. Исследование мотивации студенческой молодежи к занятию предпринимательской деятельностью // Human Progress. 2025. Том 11, Вып. 1. С. 12. URL: http://progress-human.com/images/2025/Tom11_1/Novikova.pdf DOI 10.46320/2073-4506-2025-1a-4.

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ЗАНЯТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

Новикова Екатерина Александровна
студент,
Тюменский индустриальный университет
г. Тюмень, Российская Федерация

Пивоварова Ирина Валерьевна
кандидат социологических наук,
доцент кафедры маркетинга и муниципального управления,
Тюменский индустриальный университет
г. Тюмень, Российская Федерация

Аннотация. Статья посвящена изучению мотивационных и демотивационных факторов, влияющих на студентов при выборе занятия предпринимательской деятельностью после окончания высшего учебного заведения, а также рассмотрению средств, которые используются в качестве содействия предпринимательству. Представлены результаты эмпирического исследования, проведенного среди обучающихся Тюменского Индустриального Университета. Сделан вывод о неготовности большинства студентов к созданию собственного бизнеса, обусловленной неопределенностью перед выбором профессиональной деятельности и недостатком мотивационных факторов. Предложены наиболее действенные способы вовлечения студентов в предпринимательскую среду – организация стажировок и проведение тренингов для начинающих предпринимателей – которые могут быть строены в образовательный процесс.

Ключевые слова: студенты, молодежь, вузы, предпринимательство, мотивация, молодежное предпринимательство.

Актуальность темы исследования.

В современных реалиях перед молодыми людьми стоит непростая задача - определиться с деятельностью, которой им придется заниматься в ближайшем будущем. Молодежь - важная ячейка современного общества, поскольку является социально активной

группой и обладает рядом характеристик, начиная от нестандартного, креативного мышления, заканчивая высокими амбициями, которые не менее значимы для организации своего дела. Предпринимательство является той самой сферой деятельности, которая способна раскрыть потенциал студентов, удовлетворить их амбиции за счет возможности работать на себя, развивать свое предприятие и получать прибыль за счет производства продуктов и услуг, пользующихся спросом у общества. Привлечение студенческой молодежи к предпринимательской деятельности - это не только увеличение доли малого бизнеса в стране, но ещё и решение проблемы занятости [4].

Мотивирование молодежного предпринимательства является актуальной темой XXI века. Это можно подтвердить двумя факторами: первый состоит в том, что именно предприниматели играют ключевую роль в процессе формирования и роста российского среднего класса и, как следствие, повышения уровня благосостояния населения, улучшения качества продукции и предоставляемых населению услуг. Второй связан с рассматриваемым субъектом предпринимательства - молодежью. Именно молодые люди способны выполнять целый спектр функций, значимых для экономики и развития общества: воспитание нового менталитета нации, основанного на позитивном отношении к институту частной собственности и предпринимательству, повышение экономической активности молодых людей; организация занятости молодежи; проведение профессиональной ориентации и обучения молодых людей; предоставление возможности реализации достаточно высокого образовательного потенциала молодых людей, их самореализации и самоутверждения; создание активной социальной позиции молодежи; усиление социальной защищенности молодежи [7].

Сейчас молодежное предпринимательство в России активно поддерживается государством через различные программы/инициативы и развитие инфраструктуры [3]. Например, на федеральном уровне работают Государственный антимонопольный комитет РФ, Министерство финансов РФ, Министерство труда и социального развития РФ, Государственный комитет по делам молодежи РФ, Министерство общего и профессионального образования РФ и др. На региональном, городском и университетском уровне поддержку оказывают бизнес-центры, школы предпринимателей, агентства, фонды поддержки и др. Например, в Тюмени функционируют: фонд финансирования предпринимательства Тюменской области, фонд «Инвестиционное агентство Тюменской области», Департамент инвестиционной политики и государственной поддержки предпринимательства Тюменской области, Тюменский технопарк, бизнес-центр Нобель, международная школа предпринимательства ТюмГУ, молодежный бизнес инкубатор ТИУ,

тренинги предпринимательских компетенций в ТИУ, Акселератор «Технохаб» в ТИУ, программа «Стартап как диплом» в рамках национального проекта «Цифровая экономика» и т.д. Благодаря широкому спектру поддержки со стороны государства, статистика показывает положительную динамику развития молодежного предпринимательства в регионе.

По данным РБК, в России число индивидуальных предпринимателей в возрасте до 25 лет выросло с 2019 по 2023 гг. на 65%: в 2019 г. их насчитывалось 148 тыс., а по итогам 2023 г. - 243,5 тыс. В период пандемии их число упало, а потом стало постепенно расти, основной прирост произошел в 2023 г. - на 7,3% год к году. Такие данные РБК предоставило Минэкономразвития. Однако, несмотря на, казалось бы, оптимальные данные, не стоит забывать о том, что в бизнесе, как и в любой другой сфере жизнедеятельности, есть свои преграды.

Ряд ученых выделяют следующие факторы, демотивирующие молодежь открывать свое дело: риск, вызванный непостоянством экономической сферы жизни (например, ввод санкций, изменения валютного курса); недостаточная проработка законодательной базы; отсутствие опыта и знаний в отрасли управления бизнесом; отсутствие или трудности получения стартового капитала (например, высокие ставки); бюрократия, заставляющая нанимать дополнительный персонал [2], [5]. Э.Л. Боднар, Д.А. Долгих высказываются о том, что при основании бизнеса молодые предприниматели сталкиваются как с определенными административно-правовыми препятствиями, так и с коррупционными барьерами [1]. Обращаясь к зарубежному опыту, стоит выделить У. Шуфа, который определил следующие факторы, влияющие на молодежное предпринимательство в Швейцарии: социальное и культурное отношение молодых людей; недостаточный образовательный уровень в области предпринимательства; отсутствие необходимого финансирования, бизнеспомощи и т.д. [6].

Методы. Для исследования проблем, с которыми «боится столкнуться» студенческая молодежь при создании собственного бизнеса в будущем, было проведено эмпирическое исследование методом анкетирования.

Целью опроса стало определение факторов, мотивирующих студентов к занятию предпринимательством после обучения в вузе.

Объект исследования - студенты; предмет - мотивация профессиональной реализации студентов через предпринимательство.

Нами было проанкетировано 122 студента 4 курса.

Результаты опроса. Ключевой вопрос о готовности начать предпринимательскую деятельность показал, что большая часть опрошенных – 60,7% находятся в состоянии

неопределенности, когда как всего лишь 14,8% с уверенностью готовы открыть свое дело. Остальные студенты (24,5%) предпочли отказаться от создания своего бизнеса (рис. 1).

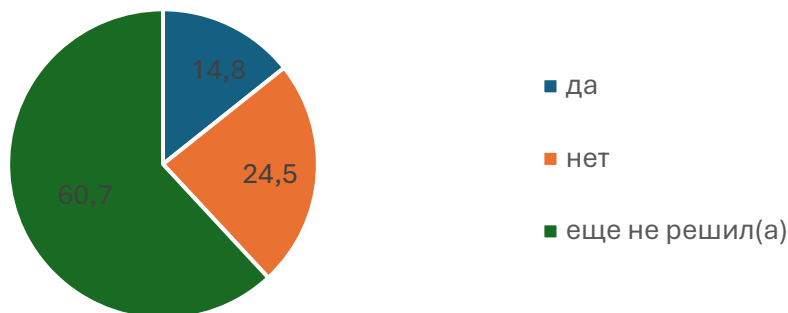


Рисунок 1. Распределение респондентов на категории желающих/нежелающих начать предпринимательскую деятельность после окончания университета, %.

Второй вопрос был направлен на тех респондентов, которые хотят реализовать свои идеи и тех, кто еще взвешивает все «за» и «против». Внимание студентов акцентировалось на выявлении приоритетных факторов для открытия бизнеса: так, для большинства наиболее важными стимулами оказались возможность быть независимым и иметь высокий уровень дохода (рис.2). Самое наименьшее количество по важности набрали позиции – «внесение собственного вклада в экономику России» и «престиж». Такое распределение ответов можно объяснить тенденцией перехода с «рынка работодателя» на «рынок соискателя». Нынешняя молодежь стремится улучшить свое материальное положение и быть более автономными, что «старое» руководство порой дать не может ввиду укоренившейся модели управления. Отсюда, молодым людям становится проще открыть свое дело и быть себе начальником, реализовывая свои проекты так, как хочется, нежели терпеть низкооплачиваемую работу и неуважение от старших коллег.

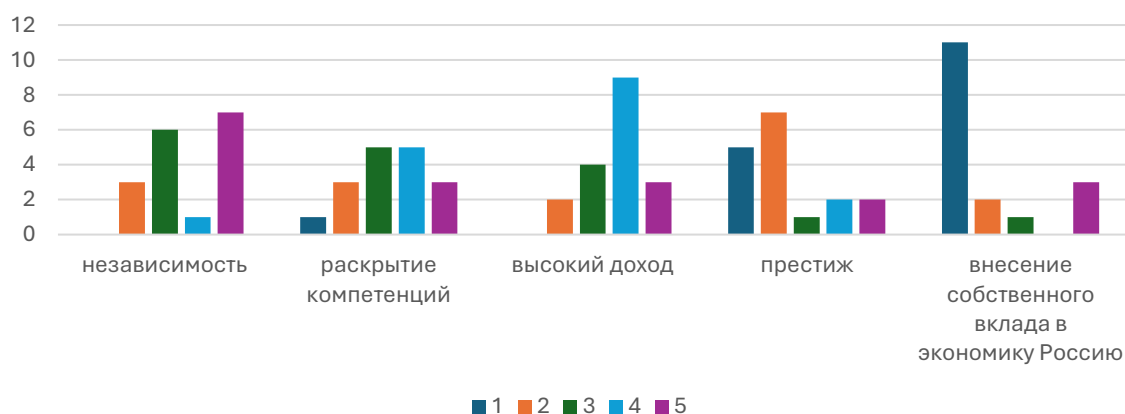


Рисунок 2. Оценка респондентами факторов, влияющих на открытие бизнеса, балл.

Третий вопрос был направлен на определение того, кто в большей степени оказывает влияние на студентов при принятии решений, от которых зависит их будущее. Наибольший процент студентов (34,5%) подчеркивает, что современные общественные деятели в мире бизнеса имеют больше авторитета и влияния, чем семья. Возможно это связано с тем, что такие личности привлекают и вдохновляют молодых людей рассказами о своих успехах на различных оффлайн/онлайн платформах, демонстрируют определенный набор качеств (уверенность в себе, рискованность и т.д.). 23,7% опрошенных выбрали вариант «никто», позволяющий предположить, что они чаще прислушиваются к собственным убеждениям (рис. 3).

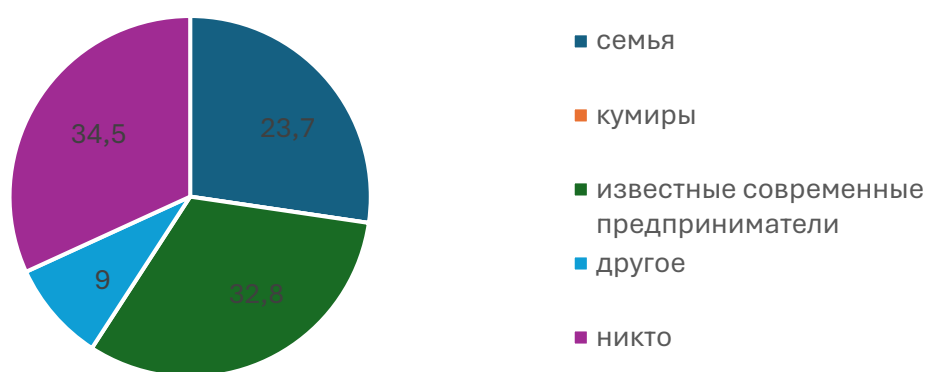


Рисунок 3. Мнения респондентов о влиянии окружающих людей на интерес к теме предпринимательства, %.

Четвертый вопрос выявил осведомленность студентов о поддерживающих предпринимательство мероприятиях. В рамках городской поддержки был создан Тюменский технопарк, являющийся огромным пространством для реализации различных проектов, повышения творческих и профессиональных компетенций и т.д. В ходе опроса, большинство респондентов - 60% указали именно его, а также бизнес-инкубатор (36%), деятельность которого направлена на поддержание и воплощение бизнес идей. Наименее известными оказались акселератор «технохаб» в ТИУ (2%) и фонд (2%) (рис. 4).

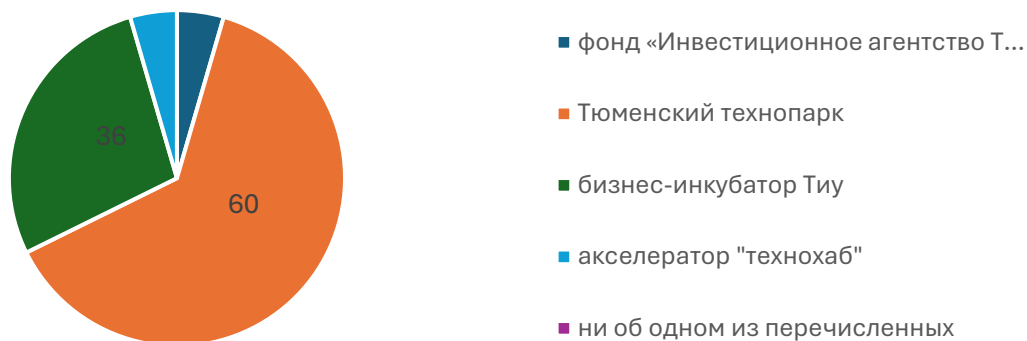


Рисунок 4. Знания респондентов о мерах по поддержке со стороны региона/вуза, %.

Пятый и шестой вопросы раскрыли инициативность, заинтересованность студентов в ознакомлении с предпринимательской деятельностью. Результаты опроса продемонстрировали достаточно низкий уровень внимания молодых студентов к проводимым мероприятиям (68,2%), несмотря на различные программы, предоставляемые университетом, городом. Однако, стоит отметить, что среди опрошенных треть участвовала в подобного рода мероприятиях (31,8%). Основной предпринимательской встречей, которую они посещали, стала бизнес-игра (22,7%) (рис. 5,6).

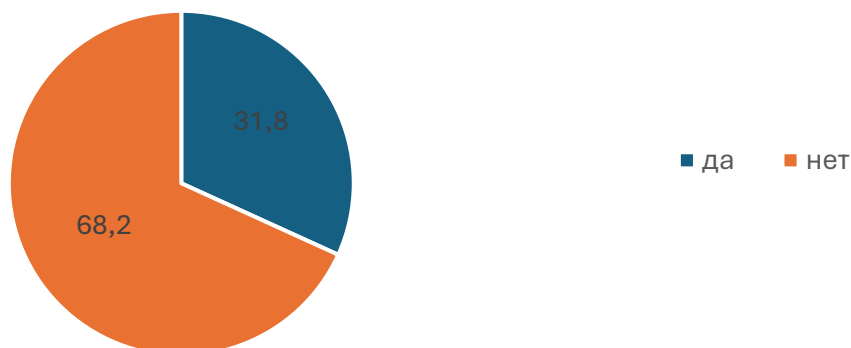


Рисунок 5. Распределение мнений студентов на вопрос «Посещали ли Вы какие-либо тренинги/курсы по молодежному предпринимательству», %.

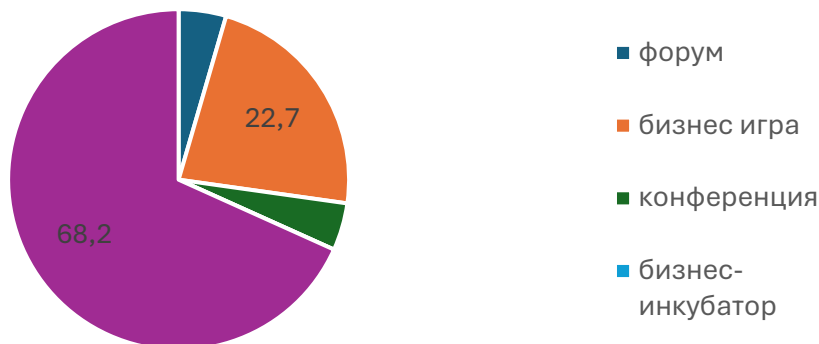


Рисунок 6. Мероприятия, в которых участвовали студенты для развития предпринимательских навыков, %.

Ответы на седьмой вопрос продемонстрировали демотивационные критерии, препятствующие старту студенческой предпринимательской деятельности. Самыми популярными ответами оказались «высокие риски» (54,5%) и «высокая конкуренция» (20,5%) (рис. 7). Представленные страхи вполне обоснованы, однако стоит понимать, что риски и конкуренция – неотъемлемые части сферы бизнеса, поэтому, если человек не обладает уверенностью в себе, азартом, смелостью, лишен амбиций, силы воли, готовности «идти по головам», то предпринимательство не станет его стезей, наоборот, он не сможет поддерживать жизненный цикл своей компании, развивать ее.



Рисунок 7. Мнения респондентов о сдерживающих факторах от предпринимательской деятельности, %.

Восьмой вопрос был направлен на выявление мнения студентов по поводу способов повышения мотивации, об эффективных для этого средствах. Так, большинство студентов (59%) подчеркнули, что для них ключевыми стимулами к занятию предпринимательской деятельностью являются: организация стажировок для молодых начинающих

предпринимателей и тренинги, направленные на развитие предпринимательских навыков. Такой выбор может быть объяснен следующим фактором: стажировки и бизнес-тренинги дают возможность студентам непосредственно получить практический опыт работы в предпринимательской среде, прокачивая знания и навыки, необходимые для успешного воплощения своих идей, проектов, что также дает возможность узнать о трудностях и преимуществах, связанных с выбором данного пути. Непопулярной мерой по привлечению студентов к созданию бизнеса оказалась пропаганда через СМИ, поскольку за нее никто не проголосовал. Вероятно, это говорит о том, что современные студенты не особо любят смотреть новостной контент, не видят смысла получать информацию без дополнительной практики (рис.8).

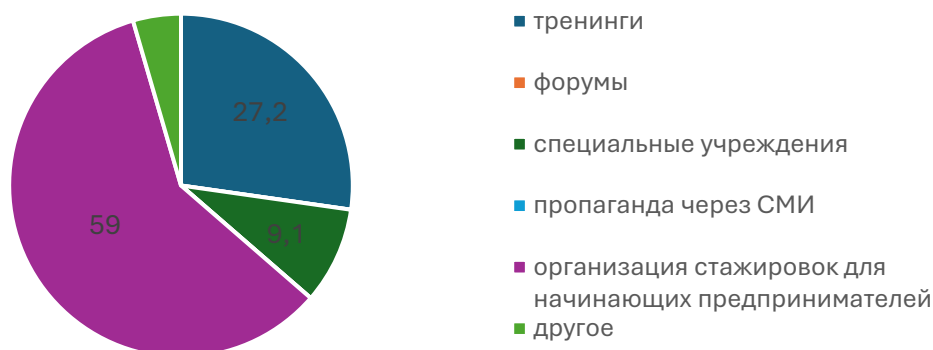


Рисунок 8. Мнение респондентов о мерах повышения мотивации к занятию бизнесом, %.

Заключение

Таким образом, можно сделать несколько выводов:

1. Опрошенные студенты ТИУ в большинстве своем находятся с стадии неопределенности перед выбором профессиональной деятельности, что демонстрирует недостаток мотивационных факторов. Однако они проявляют заинтересованность в предпринимательстве, поскольку имеют стремление быть независимыми и достигать высокого уровня доходов, что возможно реализовать через бизнес.

2. Позитивное воздействие на интерес студентов к созданию бизнеса оказывают современные предприниматели, проводящие различные встречи/тренинги, честно демонстрирующие плюсы и минусы данной сферы деятельности.

3. Несмотря на знание о поддержке со стороны государства и самого университета, молодежь, тем не менее, испытывает страх перед запуском своего бизнеса, выделяя особенно остро стоящие факторы, которые сдерживают ее от занятия предпринимательством:

возможные риски по ходу реализации проектов и конкуренция с другими предпринимателями. Студенты выбрали наиболее действенные, по их мнению, способы вовлечения в открытие своего дела – организацию стажировок и проведение тренингов для начинающих предпринимателей. И, действительно, перед тем как встать на путь предпринимательства, у студентов нет четких представлений как оформить свою идею в целостный проект, как его продвигать, как просчитывать и преодолевать риски и т.д. Поэтому стажировка в полной мере сможет продемонстрировать все стороны предпринимательства, давая практическую возможность студентам осознать – смогут ли они работать в таких условиях или нет. Получившиеся результаты вполне могут послужить основой для разработки соответствующих программ и мероприятий, направленных на поддержку и мотивирование студентов к предпринимательской деятельности.

Список литературы

1. Боднар Э.Л., Долгих Д.А. Молодежное предпринимательство: определение, трудности и перспективы развития // Психологическая теория и практика - управлению: сб. науч. трудов. Екатеринбург: Уральский ин-т управления, филиал РАНХиГС, 2015. С. 138-144.
2. Вернигора С.О., Соловьева Е.В. Основные проблемы молодежного предпринимательства в современной России. Текст: непосредственный // Российский научный журнал «Телескоп». 2023. № 2 (10). С. 161-169.
3. Никитина Н.Ю., Корунов С.М., Яшин А.А., Опарин И.Д. Предпринимательство: учебное пособие / Министерство науки и высшего образования Российской Федерации. Уральский федеральный университет. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. 256 с. Текст: непосредственный.
4. Романцова Д.В., Денисевич Е.И. Проблемы развития молодежного предпринимательства. Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2015. № 8 (88). С. 614-618.
5. Филиппова И.А. Возможности применения зарубежного опыта государственного регулирования и поддержки малого и среднего предпринимательства в России. Текст: непосредственный / В сб.: Вузовская наука: проблемы подготовки специалистов: материалы Международной научно-практической конференции. / Отв. ред. М. Л. Белоножко. Тюмень, 2022. С. 201-204.
6. Schoof U. Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise startups by young people. Series on Youth and Entrepreneurship. URL: <https://www.researchgate.net>

[net/publication/242476699_Stimulating_Youth_Entrepreneurship_Barriers_and_incentives_to_entrepreneur_startups_by_young_people](https://doi.org/10.26907/2424-76699-Stimulating_Youth_Entrepreneurship_Barriers_and_incentives_to_entrepreneur_startups_by_young_people).

7. Tolmacheva S.V., Skok N.I., Fomichev I.Yu. Intercultural communication and values-based orientations of youth: social mobility and problems of self-realisation // International Journal of Criminology and Sociology. 2020. T. 9. C. 1499-1506.

A STUDY OF THE MOTIVATION OF STUDENTS TO ENGAGE IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Novikova Ekaterina Alexandrovna

Student of Industrial University of Tyumen
Tyumen, Russian Federation

Pivovarova Irina Valeryevna

PhD in Sociology, Associate Professor of the
Department of Marketing and Municipal Management,
Industrial University of Tyumen
Tyumen, Russian Federation

Abstract. The article is devoted to the study of motivational and demotivational factors affecting students when choosing to engage in entrepreneurial activity after graduation from a higher educational institution, as well as the consideration of funds that are used to promote entrepreneurship. The results of an empirical study conducted among students of Tyumen Industrial University are presented. The conclusion is made about the unwillingness of the majority of students to create their own business, due to uncertainty before choosing a professional activity and a lack of motivational factors. The most effective ways of involving students in the entrepreneurial environment are proposed – the organization of internships and training for aspiring entrepreneurs – which can be integrated into the educational process.

Key words: students, youth, universities, entrepreneurship, motivation, youth entrepreneurship.

References

1. Bodnar E. L., Dolgikh D. A. Youth entrepreneurship: definition, difficulties and prospects of development // Psychological theory and practice of management: collection of scientific papers. Yekaterinburg: Ural Institute of Management, RANHiGS Branch, 2015. P. 138-144.
2. Vernigora S.O., Solovyova E. V. The main problems of young entrepreneurship in modern Russia. Text: direct // The Russian scientific journal «Telescope». 2023. № 2 (10). P. 161-169.
3. Nikitina N.Y., Korunov S.M., Yashin A.A., Oparin I.D. Entrepreneurship: a textbook / Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation. Ural Federal University. Yekaterinburg: Ural Publishing House. University, 2020. 256 p. Text: direct.
4. Romantsova D.V., Denisevich E.I. Problems of youth entrepreneurship development. Text: direct // Young scientist. 2015. № 8 (88). P. 614-618.
5. Filippova I.A. The possibilities of applying foreign experience in state regulation and support of small and medium-sized businesses in Russia. Text: direct / In: University Science: problems of specialist training: proceedings of the International Scientific and Practical Conference. / Ed. by M. L. Belonozhko. Tyumen, 2022. P. 201-204.
6. Schoof U. Stimulating Youth Entrepreneurship: Barriers and incentives to entrepreneurship startups by young people. Series on Youth and Entrepreneurship. URL: https://www.researchgate.net/publication/242476699-Stimulating_Youth_Entrepreneurship_Barriers_and_incentives_to_entrepreneur_startups_by_young_people.

net/publication/242476699_Stimulating_Youth_Entrepreneurship_Barriers_and_incentives_to_entrepreneur_startups_by_young_people.

7. Tolmacheva S.V., Skok N.I., Fomichev I.Y. Intercultural communication and value orientations of youth: social mobility and problems of self-realization // International Journal of Criminology and Sociology. 2020. Vol. 9. P. 1499-1506.