

Паламарчук Ольга Николаевна

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВИРОВАННОСТИ МОЛОДЕЖИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье раскрыты основные подходы привлечения молодежи к развитию предпринимательской деятельности. Определены наиболее существенные условия эффективного ведения предпринимательской деятельности. Особое внимание акцентировано на актуальности экологических вызовов современности и необходимости немедленного ответа на них с помощью предпринимательской среды.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2013/11/34.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2013. № 11 (78). С. 122-126. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2013/11/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

EXERCISES SYSTEM FOR TEACHING PROFESSIONALLY-ORIENTED AUDING IN NON-LINGUISTIC INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION

Novogradskaya-Morskaya Ninel' Antonovna
Donetsk State University of Management, Ukraine
nnovogradskaya@mail.ru

The article considers the basic problems of exercises system creation for teaching professionally-oriented auding to the students of non-linguistic specialities. Teaching material selection principles are formulated. The requirements to exercises system for the organization of teaching auding to the students of economic specialities in class are determined.

Key words and phrases: exercises system; professionally-oriented auding; selection principles; teaching material; students of economic specialities.

УДК 159.922.3

Психологические науки

В статье раскрыты основные подходы привлечения молодежи к развитию предпринимательской деятельности. Определены наиболее существенные условия эффективного ведения предпринимательской деятельности. Особое внимание акцентировано на актуальности экологических вызовов современности и необходимости немедленного ответа на них с помощью предпринимательской среды.

Ключевые слова и фразы: предпринимательская деятельность; мотивация; молодежь; экологическая ориентация; жизненная стратегия.

Паламарчук Ольга Николаевна, к. психол. н.

Винницкий государственный педагогический университет им. М. Коцюбинского, Украина
palamarchuk_42@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВИРОВАННОСТИ МОЛОДЕЖИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ[©]

Один из наиболее важных приоритетов развития современного общества связан с социально-экономическими проблемами, которые становятся все более актуальными со времен научной революции. Хищническое умонастроение человечества породило жизненную стратегию, основанную на одностороннем контроле, силе и соперничестве. Сейчас становится понятным, что социально-политическое и экономическое развитие любого государства обязательно должно сопровождаться сохранением и восстановлением окружающей среды, развитием психологической и соматической целостности человека (которая воспринимается как цель и высшая ценность, а не как средство), иначе под угрозу ставится жизнедеятельность общества в целом и каждой человеческой личности в частности.

Ключевым принципом взаимодействия человеческого общества и природы должны быть не потребительство и насилие, а гармоничное общение [3, с. 8-10]. И исторический опыт, и анализ модельных экспериментов показывают, что гармоничное общение невозможно без формирования сообщества инициативных, инновационно мыслящих предпринимателей, которое должно стать одним из важнейших элементов фундамента новой эколого-экономической стратегии развития страны. В связи с этим, увеличивается потребность в формировании нового поколения молодых предпринимателей, способных играть более активную роль в экономике и обществе в целом. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе должно способствовать не только подготовке квалифицированных кадров, но и скорейшему переходу страны на инновационно-безопасный путь развития. Исходя из системных представлений, целесообразно рассмотреть задачу привлечения молодежи к предпринимательской деятельности на нескольких уровнях (анализа): личность субъекта деятельности; мотивация субъекта деятельности; среда, в которой ему нужно действовать.

Таким образом, для ведения предпринимательской деятельности необходимо совпадение, по крайней мере, трех условий: наличие у субъекта определенных индивидуально-психологических свойств, личностных особенностей, способностей и т.д.; мотивация субъекта (последняя может быть внутренней и/или внешней); наличие среды, которая характеризует определенный набор свойств, показателей и характеристик. Именно свойства и особенности среды использует предприниматель как инновационные возможности для решения своих задач, в том числе и для «изобретения» нового в сфере предпринимательства.

Наличие мотивации к занятию собственной предпринимательской деятельностью среди молодежи должно стать одним из основных факторов инновационного развития общества [4], ведь именно молодое поколение вписывается в быстро меняющуюся динамику социальной, экологической и экономической сфер.

Молодежь является наиболее креативной и динамичной частью современного общества, и то, насколько она мотивирована к предпринимательству, влияет на динамичность эколого-экономического развития общества. Поэтому на плечи генерации молодых предпринимателей в ближайшем будущем ляжет задача количественного и качественного роста эколого-экономического предпринимательства. Именно этот факт определяет закономерный исследовательский интерес к проблеме мотивированности молодежи к будущей предпринимательской деятельности.

Цель нашего исследования заключалась в выявлении ведущих мотивов, побуждающих потенциальных предпринимателей к будущему активному участию в предпринимательской деятельности; выяснении наличия или отсутствия в мотивации экологической составляющей; определении основных причин, которые, по мнению респондентов, способствуют успешному развитию предпринимательства в Украине.

Организуя данное исследование, мы задались целью получить не количественные, а качественные показатели по данной проблеме, т.е. определить те слова, параметры, которые респонденты употребляют по отношению к предпринимательству, какие основные проблемы в предпринимательской деятельности выделяют, насколько сами мотивированы к ней, и делают ли они акцент на эколого-экономической ориентации. Именно поэтому метод фокус-групп был определен как самый продуктивный для достижения поставленной цели. Групповое глубинное интервью относится к числу так называемых «гибких» или качественных методов исследования. Его задачей является формирование списка так называемых «гипотез существования», то есть списка мнений, оценок или высказываний, которые существуют в обществе и имеют ненулевую степень распространения [1].

Наше исследование представляло собой тщательно спланированную акцию, которая предусматривала цикл последовательных дискуссий. Цель фокус-группы заключалась в том, чтобы помочь раскрыться ее участникам и выяснить, что молодежь чувствует и думает по поводу предпринимательства в Украине. Для этого было проведено 5 фокус-групп. Участниками данных фокус-групп стали лица юношеского возраста, которые учатся в высших учебных заведениях Винницкой области преимущественно на экономических специальностях. Остановимся подробнее на полученных нами результатах фокус-группового исследования.

Данные исследования показали, что предпринимательская деятельность допускается (или, как минимум, не исключается) молодыми людьми с горизонта собственных жизненных планов. На стремление реципиентов к занятию собственной предпринимательской деятельностью влияет их отношение к данной сфере профессиональной деятельности. 81% молодых людей соглашается с тем, что создание собственной предпринимательской деятельности заслуживает глубокого уважения и не исключают возможности в будущем ею заниматься. Однако лишь 28% реципиентов четко связывают ближайшие жизненные и профессиональные планы с предпринимательской деятельностью. Среди них 19% составляют дети ныне действующих предпринимателей – молодые люди, которые стремятся продолжить дело своих родителей и имеют возможность использовать родительский капитал в качестве первоначального для своего дела; 9% составляют инициативные молодые люди из среднего класса, которые нацелены на предпринимательскую деятельность «как призвание и профессию». 51% опрошенных хотя и высказывают позитивное отношение к предпринимательской деятельности, но не связывают ее напрямую с реальными жизненными планами. Как видно из результатов исследования, конкретизация вопроса относительно открытия собственного дела уменьшает количество желающих заниматься предпринимательской деятельностью. Среди жизненных проблем открытие собственного предпринимательского дела находится лишь на четвертом месте. На первом месте находится трудоустройство, на втором – обеспеченность собственным жильем, на третьем – брак. На вопрос «Насколько велика вероятность того, что Вы в ближайшем будущем станете предпринимателем?» лишь 26% респондентов отметили, что высокая, 36% – средняя и 38% – низкая. Полученные результаты отражают реальную готовность молодежи заниматься собственной предпринимательской деятельностью. В целом полученные результаты позволяют выделить три группы молодых людей по степени востребованности предпринимательства как жизненной перспективы. Первая группа – «посторонние». К ним относится часть молодежи (38%), которая продемонстрировала низкую актуальность для них перспективы предпринимательства. С большой долей уверенности можно утверждать, что эти люди не станут предпринимателями. Ко второй группе относятся «четко не определенные», то есть эта категория (36%) включает в себя молодежь, которая в принципе не исключает вероятность заниматься предпринимательской деятельностью. Можно предположить, что эти респонденты, не имея безальтернативной внутренней интенции, готовы включиться в предпринимательскую деятельность при благоприятных социально-экономических условиях.

К третьей группе следует отнести «перспективных». В нее входят те молодые люди (28%), которые связывают ближайшие жизненные и профессиональные планы с предпринимательской деятельностью. Можно с большой вероятностью утверждать, что это число наиболее точно отражает действительное состояние дел. В ходе исследования доля респондентов, готовых начать собственную предпринимательскую деятельность, была подвергнута анализу в контексте различных социальных характеристик. Для начала необходимо отметить, что в ходе анализа готовности заниматься предпринимательской деятельностью в контексте факторов семейного положения и уровня образованности респондентов значимых особенностей, влияющих на вероятность выбора предпринимательской деятельности в качестве ближайшей жизненной перспективы, обнаружено не было. В то же время было выявлено, что гендерные различия влияют на готовность молодежи заниматься предпринимательской деятельностью. Результаты демонстрируют, что мужчины более склонны

к предпринимательству. Это можно объяснить влиянием распространенных в обществе гендерных ожиданий. Роль «кормильца» стимулирует мужчин к предпринимательству. Также было выявлено, что сам по себе факт проживания в городе или в сельской местности не влияет на наличие или отсутствие у респондентов готовности к предпринимательству. Однако наличие предпринимателей в ближайшем окружении (среди родных и знакомых) выступает в качестве серьезного дополнительного фактора мотивации к предпринимательской деятельности. Более того, если наличие предпринимателей среди друзей или родственников играет роль положительного примера, то наличие собственного предприятия у родителей предусматривает прямую трансляцию собственного дела от поколения к поколению.

Определив уровень и степень готовности молодых людей к занятию собственным предпринимательским делом, следует перейти к конкретизации содержания предпринимательской деятельности, которой готовы заниматься опрошиваемые. Результаты фокус-групп свидетельствуют о том, что наиболее доступными нишами малого и среднего предпринимательства являются торговля (35%), ремонтные услуги (27%) и риэлторство (21%). Последние позиции занимают организация развлечений (9%), охрана здоровья (5%) и промышленное производство (3%). Респонденты вполне реалистично отмечают те виды предпринимательства, где можно неплохо и быстро заработать, а главное, дают возможность вхождения в предпринимательство без больших первоначальных капиталовложений. Важно отметить, что потенциальные молодые предприниматели предлагают достаточно традиционный перечень желаемых видов предпринимательской деятельности. За этим перечнем не просматривается молодежная специфика предпринимательства, вызванная инновационным потенциалом респондентов и эколого-экономической ситуацией в стране.

В результате анализа было выявлено, что потенциально привлекательные стороны предпринимательской деятельности молодежь связывает с качествами, которые не являются имманентно присущими только предпринимательству. Так, первые места, хотя и с небольшим перевесом, заняли позиции, не связанные непосредственно со спецификой предпринимательства как особого вида деятельности и образа жизни. Ведь «стабильный доход» (35%) и «возможность самореализации» (20%) можно получить и в других профессиональных нишах. Главной привлекательной стороной, свойственной собственно предпринимательской деятельности, большинство называют «работу на себя, отсутствие зависимости от хозяина» (19%). Фактор профессионально-трудовой свободы и независимости далеко опережает другие «плюсы» предпринимательства. К тому же предпринимательская деятельность не связывается большинством респондентов с возможностью быстрого обогащения (только 9%). Достаточно низкий рейтинг (10%) получила позиция «социальное признание (престиж работы, уважение окружающих)». Следует отметить, что только 7% участников опроса отметили в качестве привлекательного фактора предпринимательства «полезность обществу». Этот факт указывает на необходимость целенаправленной и комплексной работы над резким повышением общественного престижа предпринимательства как ключевого ресурса инновационного эколого-экономического развития общества. Это означает невысокий социальный престиж малого и среднего предпринимательства. То есть при общем почтительном отношении к предпринимательству для большинства молодежи заниматься им не так уж и престижно, особенно в сравнении, например, с топ-менеджером крупной компании.

Анализ ответов респондентов дал возможность выделить две группы факторов, способствующих успешному началу собственной предпринимательской деятельности:

- факторы окружающей среды. К ним относятся те позиции, которые имеют по отношению к субъекту характер внешней детерминации. В данном случае это «реальные перспективы развития страны» (31%), «поддержка со стороны власти» (28%);

- факторы личностного потенциала. Это все, что входит в сферу возможностей и ресурсов самого человека: «открытие перспективной ниши развития предпринимательства» (23%), «помощь со стороны родственников, друзей» (18%).

Исследование выявило существенное отличие мнений «четко не определившихся» и «перспективных» респондентов относительно базисных условий первых шагов в предпринимательстве. Для группы «четко не определившихся» респондентов, то есть потенциально готовых начать собственное предпринимательское дело, актуальной является проблема «старта». Они в первую очередь указывают на необходимость поддержки со стороны окружения (власти, родственников, банков и т.д.). Для «перспективных», то есть тех, кто однозначно определился с желанием заняться предпринимательством, важно наличие «открытия перспективной ниши ведения предпринимательства» и «реальных перспектив развития страны». По мнению респондентов, основной причиной, которая может негативно повлиять на их решение заниматься собственной предпринимательской деятельностью, является недостаточное количество финансов для «старта». Как отмечают опрошенные, недостаточное количество финансов в предпринимательстве является системным фактором сдерживания, тогда как другие не выходят за рамки внешних ограничений и «биографической ситуации». В результате проблема стартового капитала является ведущей в ограничении контингента молодых предпринимателей. Молодые люди, которые имеют способности и желание заниматься предпринимательской деятельностью, сталкиваются с непреодолимостью финансовых барьеров.

Серьезными препятствиями «вхождения» в предпринимательство респонденты называют кризисные явления в экономике, конкуренцию, неразвитость системы предпринимательского образования, негативное влияние административных барьеров. В ценностном аспекте предпринимательство не рассматривается молодежью как способ быстрого обогащения, так же как и достижения социального престижа. Главной

привлекательной стороной предпринимательской деятельности молодежь называет свободу – возможность самостоятельности в принятии решений, творчества и отсутствие зависимости от владельца.

В целом все вышесказанное свидетельствует о том, что у современной молодежи есть определенная тяга к предпринимательству, к созданию собственного дела. С помощью собственной предпринимательской деятельности молодежь планирует обеспечить достойное материальное положение и реализовать имеющиеся идеи и амбиции. Большинство молодых людей четко выделяют те отрасли знания, которые необходимы им в будущей предпринимательской деятельности. В одном из вопросов, предложенных участникам фокус-групп, необходимо было отметить те личностные качества, которыми должен обладать успешный предприниматель. Наиболее значимыми, по мнению респондентов, оказались: системный характер мышления; высокая креативность; наличие управленческих способностей и лидерских качеств; высокая степень работоспособности; наличие положительных социальных установок; положительная мотивация; сочетание социальных ролей; адекватная самооценка; высокая степень саморегуляции, организации деятельности и контроля; отсутствие конфликтных и агрессивных тенденций в поведении; высокая стрессоустойчивость.

По мнению респондентов, далеко не каждый молодой человек, который планирует в перспективе заниматься предпринимательской деятельностью, имеет полный набор этих свойств и качеств. Именно поэтому, для достижения эффекта вовлечения молодежи в предпринимательскую деятельность, целесообразно в рамках образовательной среды обеспечить процесс их формирования и развития. Среди факторов, которые побуждают, по мнению опрошенных, стать предпринимателем, были отмечены: примеры успешной предпринимательской деятельности (31%); целенаправленное развитие предпринимательского мышления (25%); производственная практика (22%); нацеленность учебных курсов на практическое применение (17%); другие факторы (5%), среди которых участники опроса отметили: мотивирование преподавателей на практическую ориентацию их курсов, проведение бесед с «опытными и умными предпринимателями» и др. Следовательно, респонденты подтверждают важность и необходимость включения в учебный процесс всех этапов формирования предпринимательского поведения. Однако абсолютное большинство респондентов (92%) считает уровень предпринимательского образования в учебных заведениях низким, что не соответствует современным требованиям развития рыночных отношений, особенно это относится к практическому обучению, которое носит зачастую формальный характер. При этом потребность в этих знаниях большая (52% опрошенных). Поэтому одной из главных задач на нынешнем этапе развития общества является воспитание деятельного человека, способного в будущем к цивилизованным подходам в ведении собственной предпринимательской деятельности, в частности к экологическому стилю жизни в сфере предпринимательства. Из исследования следует, что экологический стиль жизни чаще всего ассоциируется у респондентов с заботой о здоровье, с последствиями деятельности человека, а также с ограничениями в использовании окружающей среды.

Ограничения относительно использования окружающей среды опрошиваемые, прежде всего, понимают как экономию электроэнергии и воды. Среди мероприятий, связанных с ориентировкой на мир природы, респонденты называли, прежде всего, заботу об окружающей среде и предотвращение глобальной экологической катастрофы. Чаще всего респонденты понимали экологический стиль жизни в единичном выражении (здоровье, поступки/действия), и лишь затем – в общественном (предотвращение глобальной экологической катастрофы). 98% респондентов отметили, что в основе включения в предпринимательскую деятельность экологической составляющей в первую очередь лежат знания. Студенты должны быть на высоком уровне информированы о проблеме необходимости использования экологических знаний в будущей профессиональной деятельности. Большинство опрошенных (95%) утверждает, что их знаний недостаточно для перестройки образа жизни на экологический лад. Им нужны практические знания и навыки. Главными препятствиями, однако, были названы недостаток собственной инициативы (68%) и недостаточная поддержка со стороны государства (27%). Лишь около 30% указали, что у них «отсутствуют условия для реализации собственных желаний на практике». При этом три четверти опрошенных выразили желание изменить свой образ жизни в сторону дружелюбности по отношению к окружающей среде. Как свидетельствуют эти данные, молодежь видит препятствия на пути к экологизации своего образа жизни не только в объективных условиях, но и в недостатке личных усилий для реализации экологических знаний на практике. Очевидным является и патерналистское настроение респондентов: почти половине опрошенных необходимы «руководящие указания» и стимулы государства, чтобы изменить свой образ жизни.

Слабая личностная мотивация, обнаруженная в опросе, заставляет задуматься, насколько глубоко знания молодежи по проблемам экологии, и каковы их источники. Как правило, научные знания лежат в основе формирования убеждений, а поверхностные создают лишь видимость информированности, не меняя структуры знаний в целом. Опрос показал, что молодежь пользуется различными источниками: 61% молодежи получает основные знания в институтах образования (школы, вузы) и через СМИ. Вероятно, в этом кроется одна из причин, почему большинство молодежи оценивает свои знания как недостаточные для переориентации на экологический образ жизни: почерпнутые таким пассивным образом знания не переросли в уверенность. Можно предположить, что наличие глубоких экологических знаний и убеждений не оставило бы пассивной молодежь. Видимо, традиции потребительского по отношению к природе образа жизни у реципиентов очень сильные, а наличных стимулов к мотивации недостаточно. Ведь это требует дополнительных усилий, материальных и временных затрат и не обещает никаких материальных выгод. Индикатором и стимулом

мотивированности на реальные изменения в образе жизни будущих предпринимателей является уровень осознания ими актуальности экологических проблем. В целом этот уровень не очень высокий, что может означать или адаптацию молодых людей к существующим проблемам, «привыкание» к ним, или просто их недостаточное знание. В иерархии экологических проблем, которые волнуют молодежь, на первом месте находятся проблемы изменения климата и распространения ГМО. Как видим, молодежь волнуют проблемы, связанные не с конкретными реалиями украинской жизни, а с «модными» тенденциями, которые популярны на Западе и тиражируются в электронных СМИ.

В то же время 75% респондентов отметили, что за последние годы им хотя бы раз удалось включить в свой образ жизни экологическую ориентацию. Это объясняется тем, что молодежь является мобильной и открытой к изменениям, которые даются ей проще, чем старшему поколению, чьи жизненные позиции устоялись, а образ жизни давно сложился. В результате анализа была выявлена статистическая взаимосвязь между экологическим поведением и уровнем знаний по проблемам окружающей среды: чем выше уровень знаний респондента, тем более экологичным является его поведение.

Изучение экологического поведения реципиентов предусматривало также выбор между защитой окружающей среды и развитием экономики. Выбирая экологически ориентированный образ жизни, молодежь готова сознательно жертвовать какими-то привычными благами, удобствами ради более дружественного отношения к окружающей среде. Две трети респондентов выразили готовность жертвовать развитием экономики, чтобы защитить окружающую среду. В то же время почти четверть респондентов не видит взаимосвязи между экономикой и состоянием экологии, а восьмая часть ставит развитие экономики над качеством окружающей среды.

Оценивая, кто на сегодняшний день реально заботится о решении экологических проблем, респонденты отметили, что наибольшую активность проявляют международные организации (46,3%), а меньше всего принимают участие в этом процессе корпорации и предприятия (7,5%). В оценке основных препятствий на пути переориентации образа жизни на экологический лад опрашиваемые отметили недостаток научных знаний и недостаточную эффективность государственного вмешательства в решение экологических проблем. На вопрос о том, от чего зависят изменения в образе жизни самих респондентов, наиболее популярными стали варианты ответов «от моей инициативы» (37%) и «от государства» (37%).

Итак, исследование информированности опрошенных о проблемах экологии, осознания ими актуальности экологических проблем выявило недостаточно высокий уровень знаний и понимания важности этих проблем в современном мире. Вместе с тем, реципиенты выразили желание сделать свой образ жизни более экологичным. Эти результаты свидетельствуют о том, что респонденты до конца еще не осознали всей актуальности экологических вызовов современности и необходимости немедленного ответа на них. Выявленное противоречие между желаемым (экологизация образа жизни) и действительным (пассивность в реализации такого образа жизни) является важным результатом нашего исследования. Преодоление этого противоречия возможно с помощью формирования мотивации и установок будущих специалистов на более бережное отношение к окружающей среде. Важную роль в этом процессе, очевидно, должны сыграть все без исключения общественные институты. От экологической культуры выпускников в значительной степени зависит не только состояние окружающей природы, здоровья людей, уровень развития экономики страны, но и будущее нашей планеты.

Список литературы

1. Белановский С. А. Метод фокус-групп. М.: Магистр, 1996. 272 с.
2. Урсул А. Д. О понятии «экологическая деятельность» // Философские науки. 1986. № 1. С. 73-86.
3. Ходаковский Е. И., Богоявленская Ю. В., Грабарь Т. П. Психология управления: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. К.: Центр учебной литературы, 2011. 664 с.
4. Экономический форум в Красноярске. Речь Дмитрия Медведева [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kp.md/daily/24050/103139/> (дата обращения: 03.11.2013).

DETECTION OF YOUTH'S MOTIVATION FOR ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

Palamarchuk Ol'ga Nikolaevna, Ph. D. in Psychology
Vinnitsia State Pedagogical University named after Mykhailo Kotsiubynsky, Ukraine
palamarchuk_42@mail.ru

In the article the main approaches to youth attraction to entrepreneurial activity development are shown. The important conditions of efficient entrepreneurial activity are defined. Special attention is given to the topicality of modernity ecological challenges and the necessity of the immediate response to them with the help of entrepreneurial sector.

Key words and phrases: entrepreneurial activity; motivation; youth; ecological orientation; life strategy.