

DOI: 10.17805/trudy.2022.5.4

ПЕДАГОГИКА

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ СУБЪЕКТОВ МИКРОСРЕДЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ СТУДЕНТОВ ВУЗА

Е.В. Алексеева

Московский гуманитарный университет

Аннотация: В статье представлены результаты исследования влияния субъектов микро-среды – родственников, друзей, других людей на формирование предпринимательских намерений студентов.

Ключевые слова: микросреда; факторы; предпринимательские намерения

STUDY OF THE INFLUENCE OF MICROENVIRONMENT SUBJECTS ON THE FORMATION OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS OF UNIVERSITY STUDENTS

E.V. Alekseeva

Moscow University for the Humanities

Abstract: The article presents the results of a study of the influence of subjects of the microenvironment – relatives, friends, other people on the formation of entrepreneurial intentions of students.

Keywords: microenvironment; factors; entrepreneurial intentions

Предпринимательство играет важную роль в развитии экономики страны, являясь одним из источников экономического роста, создания рабочих мест. По результатам социологических исследований среди тех, кто планирует открыть свое дело в ближайшие три года четвертую часть составляет молодёжь в возрасте от 18 до 24 лет. Исследования показывают, что именно в вузе и в первые годы после его окончания начинают формироваться и реализовываться предпринимательские намерения, т.е. желание и готовность прилагать усилия для осуществления предпринимательской деятельности. Предпринимательские намерения представляют собой предпосылки фактического поведения человека и отражают степень, в которой человек проявляет мотивацию и готовность прилагать усилия для осуществления предпринимательской деятельности.

Современные методологические подходы в исследовании предпринимательства вообще и предпринимательских намерений студентов в частности проанализированы В.З. Юсуповым и М.Т. Джумагуловым. Этими авторами выделены такие подходы, как: монофункциональный, полифункциональный, функционально-ролевой, структурно-функциональный, междисциплинарный. Ими обоснована актуальность и потенциал двух последних подходов как методологического основания исследования проблем формирования готовности студентов вуза к предпринимательству (Юсупов, Джумагулов, 2020: 12). В работах В.З. Юсупо-

ва отмечается, что в современных отечественных и зарубежных исследованиях активно обсуждается не только проблема формирования предпринимательских намерений студентов, но и «предпринимательская модель университета» (Юсупов, 2019: 224).

В исследовании предпринимательских намерений значительное внимание уделяется выявлению факторов, влияющих на этот процесс. Наиболее масштабные отечественные исследования, посвящённые этой проблеме проведены Г.В. Широковой, Т.В. Цукановой, К.А. Богатырёвой и др. учёными. Исследователи пришли к выводу, что определяющую роль в формировании предпринимательских намерений студентов играют пять групп факторов: личные мотивы, университетская среда, семейный бизнес, демографические признаки (возраст, пол), социально-культурный контекст развития предпринимательства в целом (Широкова, Цуканова, Богатырёва 2015; Богатырёва, Широкова, 2017).

Цель статьи заключается в проведении эмпирического исследования влияния субъектов микросреды как фактора, влияющего на формирование предпринимательских намерений студентов.

Исследование проводилось в 2020-2021 уч. г. на базе факультета рекламы, журналистики, психологии и искусства Московского гуманитарного университета. Выборку составили 23 студента направления подготовки «Психолого-педагогическое образование» со 2 по 5 курс (группы Пп201_111, Пп201_311, Пп202_311, Пп201_321, Пп202_321, Пп401_311, Пп501_311).

Основным методом исследования являлся метод анкетирования. Использовалась анкета, разработанная Юсуповым В.З., Джумагуловым М.Т. и автором настоящей статьи. Для обработки результатов анкетирования использовались:

– регистрация как метод выявления наличия исследуемых признаков у каждого члена группы и общего их подсчета у всех членов группы; метод среднего значения (среднего арифметического), т.е. оценки среднего значения распределения исследуемого признака, которое является результатом деления всех выявленных числовых величин на их количество;

– метод корреляционного анализа, использование которого позволило с помощью шкалы Чеддока определить тесноту связи между предпринимательским окружением студента и уровнем его предпринимательских намерений использовалась.

Анкета предпринимательских намерений содержала обращение к студентам, разъясняющее замысел исследования предпринимательских намерений, определение этого понятия; перечень вопросов с вариантами ответов и возможностью их дополнения студентами. Обработка ответов на поставленные вопросы позволяла выявить влияние факторов формирования предпринимательских намерений на их уровень.

В исследовании были определены независимые и зависимые переменные. В качестве независимой переменной использовался уровень предпринимательских намерений студентов, измеряемый с помощью методики Линьяна и Чен (Liñán,

2009). С этой целью в анкете предпринимательских намерений студенты отмечали в табл. 1 свой уровень согласия от 1 (полное несогласие) до 7 (полное согласие) с предлагаемыми шестью утверждениями.

Т а б л и ц а 1

Определение студентами уровня согласия с утверждениями о предпринимательских намерениях (пример)

№ утв.	Утверждения	Уровень согласия						
		1	2	3	4	5	6	7
1.	Я готов(а) сделать все что угодно, чтобы стать предпринимателем	+						
2.	Моя профессиональная цель — стать предпринимателем		+					
3.	Я готов(а) приложить все необходимые усилия для начала своего дела и управления собственной фирмой				+			
4.	Я решительно настроен(а) на создание своей фирмы в будущем					+		
5.	Я серьезно обдумываю возможность начала своего бизнеса	+						
6.	У меня есть серьезное намерение однажды начать свое дело							+

Исходя из полученных ответов рассчитывалось среднее значение уровня предпринимательских намерений каждого студента. Например, у студента n общая сумма баллов 23 делилась на 7 и получалось среднее арифметическое 3,29 балла.

На основании полученных данных определялся уровень сформированности предпринимательских намерений с учётом следующих границ:

- от 1 балла до 4 баллов – низкий уровень (6 студентов);
- более 4 баллов до 7 баллов – средний уровень (9 студентов);
- более 8 баллов до 10 баллов – высокий уровень (8 студентов).

Под микросредой чаще всего понимается сформировавшееся пространство активной социальной деятельности человека, в котором он непосредственно взаимодействует с окружающими его людьми в различных сферах своей жизнедеятельности. В этой связи вполне обоснованным является представление о микросреде формирования предпринимательских намерений, которая представляет собой близкий круг людей (родители, родственники, друзья, другие люди), которые занимаются предпринимательском и /или могут оказать помощь в предпринимательской деятельности студента.

С целью выявления влияния этого фактора в анкету изучения предпринимательских намерений были включены два вопроса:

7. Есть ли среди близкого вам круга людей предприниматели?
- да
 - родители
 - братья / сёстры

- другие родственники
- друзья
- другие люди (укажите кто) _____
- нет

8. Если вы решите стать предпринимателем, то можете рассчитывать на помощь:

- родителей
- братьев / сестёр
- других родственников
- друзей
- других людей (укажите кого) _____
- только на себя

Обработка данных анкеты позволила получить результаты, представленные в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Влияние субъектов микросреды на формирование предпринимательских намерений студентов

Субъекты предпринимательского окружения	Субъекты микросреды студентов с различным уровнем предпринимательских намерений			Субъекты микросреды, которые помогут студентам с различным уровнем ПН		
	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень
Родители			1			
Братья/ Сёстры		1				
Другие родственники		2	3		1	2
Друзья	1	4	1	1	4	2
Другие люди			3			3
Нет предпринимателей	5	4				
Надежда только на себя	5	4		5	4	1
Итого	6	9	8	6	9	8

Наглядное представление зависимости уровня предпринимательских намерений от субъектов предпринимательского окружения даёт составленная с помощью Microsoft Excel диаграмма 1. Диаграмма 1 показывает, что чем больше в окружении студента предпринимателей и чем ближе они к студенту по уровню родства, тем выше уровень предпринимательских намерений.

Диаграмма 2 (см. с. 26) иллюстрирует прямую зависимость уровня развития предпринимательских намерений от надежды студентов на помощь, которую они ожидают от субъектов среды своего окружения. Теснота связи между двумя названными высока.

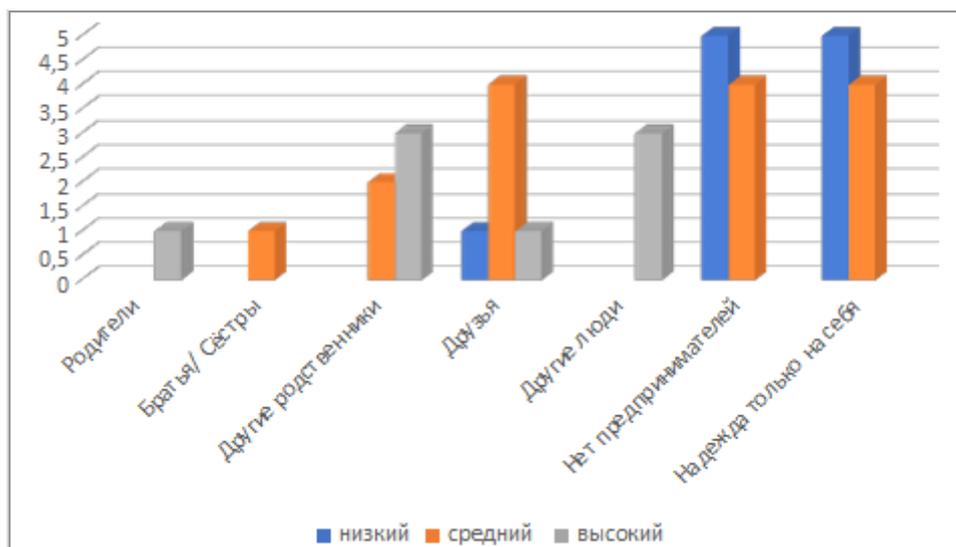


Диаграмма 1. Субъекты предпринимательского окружения

Учёными установлено, что на формирование предпринимательских намерений студентов оказывают влияние пять групп факторов, в число которых входит семейный бизнес. Проведённое нами исследование показывает, что бизнес семьи студента является важным, но не единственным субъективным фактором микро-среды социальной деятельности личности, связанной с формированием предпринимательских намерений.

Нами установлена важность исследования более широкого круга субъектов микросреды студента, влияющих на формирование предпринимательских намерений студентов. К ним относятся не только близкие, но и другие родственники и друзья. В результате проведённого исследования выявлена сила (теснота) взаимосвязи между уровнем предпринимательских намерений студентов и двумя факторами, влияющими на него:

- число и близость степени родства субъектов предпринимательского окружения,
- возможности, с точки зрения студента, оказания субъектами и предпринимательского окружения помощи в реализации предпринимательских намерений.

По шкале Чеддока у студентов с низким уровнем предпринимательских намерений исследуемая взаимосвязь является заметной (количественный показатель 0,65), а у студентов с высоким и средним уровнем предпринимательских намерений проявляется высокая степень взаимосвязи между исследуемыми переменными (количественный показатель 0,76).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Богатырёва К.А., Широкова Г.В. (2017) От предпринимательских намерений – к созданию бизнеса: опыт российских студентов. Форсайт. Т. 11. № 3. С. 25–36.

Широкова Г.В., Цуканова Т.В., Богатырёва К.А. (2015) Факторы формирования предпринимательских намерений студентов // Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент. Вып.3. С. 21–31.

Юсупов В.З., Джумагулов М.Т. (2020) Функциональный и междисциплинарный подходы в исследовании предпринимательства // Научные труды Московского гуманитарного университета. №4. С. 12–18. DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2020.4>.

Юсупов В.З. (2019) Профессиональное воспитание студентов вуза: понятие, структура, генезис развития // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 216–231. DOI: [10.17805/zpu.2019.2.20](https://doi.org/10.17805/zpu.2019.2.20).

Алексеева Елена Вячеславовна – обучающаяся 5 курса бакалавриата направления подготовки «Психолого-педагогическое образование» Московского гуманитарного университета. Научный руководитель: Юсупов В.З., доктор педагогических наук, профессор. Адрес: 111395, Россия г. Москва, ул. Юности, д.5. Тел.: +7(499) 374-74-59. Эл. адрес: elenaalekseeva138@mail.ru.

Alekseeva Elena Vyacheslavovna, a student of the 5th year of bachelor's degree in the direction of training "Psychological and pedagogical education" of the Moscow University for the Humanities. Scientific supervisor: Yusupov V. Z., Doctor of Pedagogical Sciences, Professor. Address: 5 Yunosti str., Moscow, 111395, Russia. Tel.: +7(499) 374-74-59. Email: elenaalekseeva138@mail.ru

Для цитирования:

Алексеева Е.В. Исследование влияния субъектов микросреды на формирование предпринимательских намерений студентов вуза. 2022. № 5. С. 22–27. DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2022.5.4>