

О МОЛОДЕЖНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ В СТУДЕНЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

Молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений в решении проблем молодежи, связанных с созданием рабочих мест и сокращением уровня безработицы. Определение и расширение возможностей молодежного предпринимательства, создание благоприятных условий, стимулирующих молодёжь заниматься предпринимательской деятельностью, обуславливает необходимость изучения и использования его потенциала [1].

Разработка темы молодежного предпринимательства вполне по силам самим студентам. Для этого необходимо научному руководителю четко сформулировать цель исследования, обозначить объект и единицы наблюдения, наметить программу наблюдения и методы исследования. Но главное - нужно заинтересовать студентов в выполнении исследовательской работы, которая потребует больших затрат свободного времени. Определив тему исследования, студенты самостоятельно составляют программу наблюдения, включающую учет различных количественных и качественных признаков, начиная от общих демографических характеристик и заканчивая специальными вопросами, всесторонне характеризующими объект наблюдения. Выборочная совокупность определяется исходя из численности и особенностей генеральной совокупности, в данном случае студентов, обучающихся в бизнес вузах. Разработка программы наблюдения, составление опросных листов, сбор первичных данных, их обработка, получение обобщающей статистической информации и применение статистических методов анализа сводных данных – все это отдельные этапы исследовательской работы, каждый из которых требует от студентов кропотливого изучения и исполнения. Отдельный вопрос – определиться с тем, какие статистические методы следует применять в данном статистическом наблюдении. Начинается статистическое исследование с применения метода статистического наблюдения, затем последовательно используется метод статистической группировки и строятся, в зависимости от группировочного признака, вариационные и атрибутивные ряды распределения, а также соответствующие им таблицы и графики, далее рассчитываются и анализируются обобщающие статистические показатели в виде абсолютных,

относительных и средних величин. К сожалению, подобные исследования не дают возможности применить метод динамических рядов и индексный метод, тогда как метод корреляционно-регрессионного анализа вполне подходит в данном формате. Сравнительный анализ студенческих работ допускает вероятность расхождения распределений ответов на похожие вопросы, что связано с особенностями выборочных совокупностей для каждого конкретного наблюдения.

Очевидно, что результаты исследования должны быть представлены на студенческих конференциях и опубликованы в специальных сборниках научных студенческих работ. Хотя не всегда возможность публикации научной студенческой статьи является гарантированным мотивом для начала исследования. Нередки случаи, когда студенты, начав исследование, на каком-то этапе теряют интерес и прекращают дальнейшую работу.

В данной статье проанализируем научные работы студентов Международной Академии Бизнеса, в которых исследовались вопросы, связанные с бизнес образованием, местом молодежи в бизнесе, причинами, которые помогают или мешают молодым людям заниматься предпринимательством. Основным методом сбора первичных данных был анкетный опрос. Результаты исследований были доложены в Международной Академии Бизнеса на ежегодной научно-практической студенческой конференции «Молодые акулы бизнеса» в 2012 г. [2-4].

Цель первого исследования, связанного с молодежным предпринимательством и бизнес образованием, - выяснить мнение студентов о роли и качестве бизнес образования в Казахстане [2]. Выборочная совокупность составила 90 респондентов, в которую вошли студенты экономических и бизнес специальностей разных курсов и разных вузов г. Алматы.

Автор исследования установил, что в основном бизнес образование получают представительницы женского пола, студенты, живущие с родителями и не состоящие в браке. Лишь 34% опрошенных студентов - либо иногородние, либо ведущие самостоятельный образ жизни. Некоторые студенты подрабатывают, но их доля не превышает 30%.

Успехи в учебе, по мнению автора, наряду с другими факторами, можно определить тем, сколько времени студенты отводят на выполнение домашних заданий и самообразование. Так, примерно 60% респондентов занимаются выполнением домашних заданий в среднем от 2 до 4 часов в день, а менее 2 часов в день – от 20% до 47% (в разных вузах эта доля колеблется). Легко видеть, что доля студентов, занимающихся самообразованием и выполнением домашних заданий более 4 часов в день, незначительна.

Автор поставил вопрос относительно учебных дисциплин, необходимых для бизнес образования, и оказалось, что большинство студентов КИМЭП отметили предметы «Mathematics», «Statistics» и «Economics». Студенты МАБ назвали в числе важных для бизнеса предметов такие как «Макроэкономика», «Микроэкономика» и «Финансы». Студенты УМБ - «Менеджмент», «Маркетинг» и «Бухгалтерский учет». Для студентов КАУ, КазНУ, КазЭУ самыми важными для бизнеса дисциплинами являются «Менеджмент», «Маркетинг» и «Макроэкономика».

Большинство студентов (63%) качество бизнес образования в Казахстане оценили неудовлетворительно. Неудовлетворительную оценку качеству бизнес образования в Казахстане поставили лишь 3% опрошенных студентов.

Автор отмечает, что распределение ответов респондентов по степени уверенности в трудоустройстве показывает, что большинство студентов уверены, что найдут работу после окончания вуза (38%). Свой бизнес собираются открыть 12%, а остальные студенты остались в неопределенности по отношению к своему будущему.

Цель второго исследования – определить мнение молодежи относительно того, есть ли разница между бизнесменами, которые имеют бизнес-образование, и бизнесменами, которые не обучались ведению бизнеса, а также выявить отношение современной молодежи к малому бизнесу [3]. Выборка исследования составила 30 респондентов – это молодежь в возрасте 18-30 лет.

Исследование показало, что большинство опрошенных молодых людей (73%) на момент опроса не были заняты в бизнесе, а остальные (27%) ответили, что занимаются бизнесом во время каникул или совмещают учебу и бизнес. Вместе с тем больше половины респондентов (53%) планируют заниматься бизнесом в будущем, а остальные (47%) дали неопределенный ответ. Автор делает вывод о том, что большая часть опрошенных молодых людей планируют заняться бизнесом, но все же значительная часть молодежи еще не уверена в этом.

Распределение респондентов по вопросу, связанному с бизнес образованием и необходимостью его получения, показывает, что 77% респондентов подтверждают необходимость в бизнес образовании, то есть, по мнению автора, молодежь осознанно стремится получить необходимые знания для ведения бизнеса. Однако, на вопрос «От чего, по Вашему мнению, зависит успех бизнеса?», респонденты дали ответ, который явно противоречит предыдущему результату, так как только 7% молодежи увидели связь между успехом в бизнесе и образованием. Исходя из этого, автор делает вывод, что вариант «Личные качества», который составил 77%, по мнению молодежи, влияет на успех бизнеса намного больше, чем бизнес образование.

Для дополнительной оценки необходимости бизнес образования для будущих бизнесменов автор исследования предложила вопрос: «Существует ли разница между бизнесменами, которые обучались ведению бизнеса и бизнесменами, которые этому не обучались?». В результате выяснилось, что 63% респондентов дали положительный ответ. Вместе с тем из них 40% отметило, что, по их мнению, разница несущественная. Остальные ответы распределились следующим образом: 10% респондентов считают, что абсолютно нет никакой разницы между бизнесменами, получившими и не получившими бизнес образование, и 27% не смогли ответить на этот вопрос. Таким образом, подчеркивает исследователь, большинство молодых людей не связывают успех в бизнесе непосредственно с наличием бизнес образования.

Проведенное студенткой исследование выявило, что для молодежи большую роль в успешном бизнесе играют коммуникабельность, лидерские качества и хваткость. 48% респондентов считают, что секрет успешного бизнеса – это коммуникабельность, то есть, по мнению автора, способность бизнесмена устанавливать связи. Лидерские качества автор определила, как способность успешно управлять бизнесом. И в этой связи она считает, что для молодежи бизнесмены – это успешные управленцы. Хваткость в бизнесе – как умение быстро реагировать на изменения как макро-, так и микроэкономических показателей. По мнению исследователя, сегодня молодые предприниматели – это люди, быстро адаптирующиеся в мире бизнеса, не боящиеся идти на риск.

Автор предложила студентам непростой вопрос «Почему человек занимается бизнесом?» и распределение ответов респондентов показало, что больше половины опрошенных студентов (63%) считают, что это зависит от желания самого человека, 17% говорят, что быть бизнесменом – это призвание. На этом основании исследователь делает вывод, что молодые люди смогут внести вклад в развитие малого бизнеса и предпринимательства страны только в том случае, если у них есть желание заниматься бизнесом.

Из результатов исследования видно, что только немногим больше половины респондентов (57%) готовы заниматься бизнесом и, прежде всего, в сфере услуг (57%), затем в сфере производства (13%) и в посреднической сфере (13%), а остальные ответы относятся к варианту «Другое» в случае выбора иной сферы деятельности.

Интересным, с нашей точки зрения, оказалось полученное распределение ответов респондентов на вопрос, связанный со временем, необходимым для адаптации молодежи в бизнесе. Большинство опрошенных молодых людей (77%) рассматривают развитие предпринимательства и укрепление своих позиций в бизнесе в интервале от 5 до 10 лет,

13% респондентов полагают, что для этого оптимальный интервал может быть меньше 5 лет, а 3% молодежи отводят на развитие и успех в бизнесе от 10 до 15 лет.

Целью третьего исследования стало определение основных причин, затрудняющих молодым людям начать и вести свой бизнес [4]. Выборка исследования составила 30 респондентов – это студенты Международной Академии Бизнеса.

Основными вопросами анкеты в данном исследовании были:

- Пол, возраст, специальность студентов
- Считают ли студенты себя организованными и ответственными людьми?
- Чем занимаются студенты помимо учебы?
- Могут ли студенты самостоятельно принимать решения?
- Планируют ли студенты заняться бизнесом в будущем?
- Собираются ли студенты заняться бизнесом в студенческом возрасте?
- Принимают ли студенты участие в научных проектах и конференциях, связанных с бизнесом?
- Посещают ли студенты тренинги и семинары по бизнесу?
- Считают ли студенты, что они хорошо учатся?
- Есть ли возможность для студентов учиться и заниматься бизнесом одновременно?
- В какой сфере студенты хотели бы открыть свой бизнес?
- Есть ли у студентов опыт в бизнесе, а если есть, то в какой сфере?
- Что мешает студентам заниматься бизнесом?
- Что может помочь студентам заняться бизнесом?
- Каким образом студенты могли бы начать свой собственный бизнес?

Анализируя ответы респондентов относительно наличия таких качеств, как организованность и ответственность, авторы исследования делают вывод, что большинство студентов Международной Академии Бизнеса (87%) считают себя организованными и ответственными людьми. Они знают как управлять своим временем, умеют правильно определить приоритеты в работе, точно знают, сколько времени требуется для решения конкретного вопроса, они надежны, эффективны, точны и осторожны. Вывод исследователей: такие студенты могут сделать во много раз больше и эффективнее, чем неорганизованный человек, это касается как его личной, так и общественной жизни. Вместе с тем ни один из респондентов не считает себя неорганизованным и безответственным человеком, так как оставшиеся 13% опрошенных студентов признались, что они затрудняются ответить на этот вопрос.

Согласно результатов данного исследования, абсолютно все 100% респондентов подтвердили, что способны принимать решения самостоятельно без чьей-либо помощи и совета. Очевидно, что это качество одно из основных среди многих качеств, необходимых предпринимателю. При этом 60% студентов в данной выборке планируют заняться бизнесом в будущем. В связи с этим авторы исследования делают логический вывод о том, что планирование – это первый и самый важный шаг к достижению цели. Вместе с тем 27% студентов дали отрицательный ответ, остальные студенты не смогли определенно ответить на этот вопрос. Точно такое же распределение ответов получено на вопрос, хотели бы студенты заняться бизнесом в студенческие годы.

Удачный, на наш взгляд, вопрос предложили авторы исследования относительно участия студентов в различных исследовательских проектах и конференциях, связанных с бизнесом. С сожалением исследователи констатируют, что только 30% респондентов дали положительный ответ об участии их в данных мероприятиях, а 57% - никогда не принимали в них участия, несмотря на то, что бизнес конференции и научные проекты помогают молодежи интегрироваться в бизнес пространство и активизировать свою деятельность. Ответы на вопрос относительно посещения студентами семинаров и тренингов по бизнесу показали аналогичное распределение ответов. Авторы акцентируют необходимость для студентов участвовать в подобных формах обучения для развития навыков общения, компетенций, расширения кругозора, понимания других людей и различного рода ситуаций.

На вопрос о том, возможно ли студенту хорошо учиться и заниматься бизнесом одновременно, 63% респондентов ответили положительно, однако 27% - дали отрицательный ответ. Авторы пришли к выводу о необходимости дальнейшего исследования возможности для студентов успешного сочетания учебы в вузе и занятия бизнесом. Причем 56% респондентов считают, что они хорошо учатся, тогда как 27% из их числа дали своим результатам в учебе низкую оценку, остальные студенты не смогли ответить на этот вопрос. Часть респондентов уже определились с выбором будущей сферы предпринимательства – это торговый (27%) и ресторанный бизнес (23%), а остальные студенты еще не выбрали направление развития своих практических интересов. Вместе с тем уже сегодня студентам необходимо накапливать практический опыт. Проведенное исследование определило, что 63% опрошенных подтвердили наличие практического опыта, из которых 36% имели опыт в сфере маркетинга, 26% - в сфере финансов, остальные 38% - в других сферах.

Анализ ответов студентов на вопрос о том, что мешает студентам заниматься бизнесом, показал, что 38% респондентов назвали главной причиной - отсутствие

первоначального капитала, а 26% - отсутствие знаний и лишь 3% - отсутствие уверенности в себе. Делая вывод по данному вопросу, авторы отмечают, что открыть свой бизнес без вложений вполне реально, но на начальном этапе нужны идеи – вот тема еще одного исследования. Кроме того, студентам нужны наставники от бизнеса, и это отметили 19% опрошенных респондентов.

Подводя итог своего исследования, авторы рисуют среднестатистический портрет студента Международной Академии Бизнеса с точки зрения его предпринимательской позиции. Они определяют его как организованного и ответственного человека, стремящегося совмещать работу и учебу, и уже в студенческие годы имеющего опыт работы; строящего свои планы, связанные с бизнесом, и готового начать свой бизнес уже сейчас; однако не принимающего участие в бизнес конференциях и тренингах, и полагающего, что первоначальный капитал, хорошая идея и помощь инструктора от бизнеса – главные условия начала его предпринимательской деятельности. В своих выводах авторы отмечают, что многие из рассмотренных аспектов важны для начала собственного бизнеса, но все они не так существенны, а успех в молодежном предпринимательстве зависит от каждого отдельного человека.

Анализируя студенческие исследования, посвященные молодежному предпринимательству, отметим, что во всех работах были построены, главным образом, атрибутивные, а не вариационные ряды распределения, то есть в работах оказалось недостаточно количественных показателей, и, как следствие, не были рассчитаны средние показатели и не применялся метод корреляции и регрессии, необходимые для более глубокого статистического анализа. Вместе с тем следует подчеркнуть, что студентами-исследователями был проведен достаточный охват респондентов, необходимый для статистического обобщения и выводов. Авторы уверенно выполнили сравнительный анализ, широко применяли табличный и графический методы. В ходе исследований были вскрыты проблемные вопросы, требующие дальнейшего и всестороннего исследования. Авторы умело использовали научные термины и формулировки, показали хороший стиль изложения. В целом студенты-исследователи продемонстрировали способность самостоятельно анализировать, делать обобщения, выводы, и конструктивные предложения.

Источники:

1. <http://pcrp.ru/guide/potential/for-young/>

2. Жумабаев М. К. Международная Академия Бизнеса, 2 курс, специальность «Финансы». Бизнес образование в Казахстане глазами студентов основных бизнес вузов города Алматы.- XX лет независимости Казахстана: наука и образование глазами будущих бизнес-лидеров.- Материалы V международной научно-практической студенческой конференции «Молодые акулы бизнеса» (10 февраля 2012 г.) в двух частях.- Алматы, 2012.- Ч.1.-С.20-27.

3. Ибраимова А. И. Международная Академия Бизнеса, 2 курс, специальность «Финансы». Статистическое исследование на тему «Молодежь и бизнес». - XX лет независимости Казахстана: наука и образование глазами будущих бизнес-лидеров.- Материалы V международной научно-практической студенческой конференции «Молодые акулы бизнеса» (10 февраля 2012 г.) в двух частях.- Алматы, 2012.- Ч.1.- С.199-205.

4. Goncharova I., IAB, course 2, “Finance” and Maxut G., IAB, course 2, “Management”, English Department. What helps and prevents students to engage in business. - XX лет независимости Казахстана: наука и образование глазами будущих бизнес-лидеров.- Материалы V международной научно-практической студенческой конференции «Молодые акулы бизнеса» (10 февраля 2012 г.) в двух частях.- Алматы, 2012.- Ч.1.- С.186-190.