

Научная статья
УДК 316.334.23
doi: 10.17586/2713-1874-2024-1-41-54

ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИОННЫХ ФАКТОРОВ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Дарья Михайловна Стажарова^{1✉}, *Мария Вячеславовна Сысоенко*²
Кристина Игоревна Канунникова^{1,3}, *Елена Викторовна Будрина*⁴

^{1,2}Университет ИТМО, Санкт-Петербург, Россия

¹dstazharova@itmo.ru✉, <http://orcid.org/0000-0002-0195-0513>

²msysoenko@itmo.ru, <http://orcid.org/0009-0004-5248-3101>

³СПбГЭТУ «ЛЭТИ», Санкт-Петербург, Россия, kikanunnikova@itmo.ru, <http://orcid.org/0000-0003-0516-3186>

⁴СПбГМТУ, Санкт-Петербург, Россия, boudrina@mail.ru, <http://orcid.org/0000-0001-6719-7264>

Язык статьи – русский

Аннотация: На сегодняшний день в Российской Федерации активно развивается молодое социально-экономическое явление – студенческое предпринимательство, поддерживаемое на федеральном и региональном уровнях. Но поддержки, оказываемой со стороны государственных и региональных органов, недостаточно, и фундаментальной стороной вопроса является раскрытие мотивационных факторов, которые могут стать для студентов основополагающими при выборе данного пути личного развития, донесение до них преимуществ ведения собственного проекта и демонстрация успешных историй. Статья посвящена вопросам мотивационных факторов, движущих студентами при выборе занятия предпринимательской деятельностью. Авторами рассмотрены результаты социологического исследования, проведенного среди обучающихся Университета ИТМО в срезе аналогичного исследования, проведенного в 2022 году. Проведенное исследование вносит вклад в изучение мотивационной составляющей начала предпринимательской деятельности студентов и выявление сдерживающих факторов.

Ключевые слова: внешняя мотивация, внутренняя мотивация, мотивационные факторы, студенческие стартапы, студенческое предпринимательство, университет

Ссылка для цитирования: Стажарова Д. М., Сысоенко М. В., Канунникова К. И., Будрина Е. В. Исследование мотивационных факторов к предпринимательской деятельности студентов // Экономика. Право. Инновации. 2024. № 1. С. 41–54. <http://dx.doi.org/10.17586/2713-1874-2024-1-41-54>.

RESEARCH OF MOTIVATIONAL FACTORS FOR STUDENTS' ENTREPRENEURSHIP ACTIVITIES

Daria M. Stazharova^{1✉}, *Maria V. Sysoenko*², *Kristina I. Kanunnikova*^{1,3}, *Elena V. Budrina*⁴

^{1,2}ITMO University, St. Petersburg, Russia

¹dstazharova@itmo.ru✉, <http://orcid.org/0000-0002-0195-0513>

²msysoenko@itmo.ru, <http://orcid.org/0009-0004-5248-3101>

³St. Petersburg State Electrotechnical University «LETI», St. Petersburg, Russia, kikanunnikova@itmo.ru, <http://orcid.org/0000-0003-0516-3186>

⁴Saint Petersburg State Marine Technical University, St. Petersburg, Russia, boudrina@mail.ru, <http://orcid.org/0000-0001-6719-7264>

Article in Russian

Abstract: In the Russian Federation young social-economic phenomenon of student entrepreneurship is actively developing, supported at the federal and regional levels. However, the support provided by governmental and regional bodies is insufficient, and the fundamental aspect of the issue is the understanding of motivational factors that can be decisive for students when choosing this path of personal development, conveying the advantages of running their own project and demonstrating successful stories. This article addresses the questions of motivational factors that drive students in choosing entrepreneurial activities, and the authors examine the results of a sociological study conducted among students at ITMO University, with a focus on a similar study conducted in 2022. The conducted research contributes to the study of the motivational aspects of student entrepreneurship and identifies inhibiting factors.

Keywords: external motivation, internal motivation, motivational factors, student entrepreneurship, student startups, university

For citation: Stazharova D. M., Sysoenko M. V., Kanunnikova K. I., Budrina E. V. Research of Motivational Factors for Students' Entrepreneurship Activities. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2024. No. 1. pp. 41–54. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.17586/2713-1874-2024-1-41-54>.

Введение. В последние годы к феномену студенческого предпринимательства приковано большое внимание, обусловленное тем, что данное социально-экономическое явление не только способствует интеграции университетских исследований и разработок в сферу бизнеса, но также активно стимулирует инновационные процессы в стране. В Российской Федерации студенческое предпринимательство поддерживается на государственном уровне в рамках реализации Национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» и Федерального проекта «Платформа университетского технологического предпринимательства». Так, доля российской молодежи в предпринимательстве с каждым годом растет: в 2022 году число молодых предпринимателей и самозанятых в возрасте до 35 лет превысило 4,4 млн чел., что на 50% больше аналогичного показателя 2021 года [1].

Несмотря на поддержку со стороны государства и множество возможностей для воплощения своих бизнес-идей, многие студенты все равно не решаются на создание собственного бизнеса. Одним из приоритетных направлений должно стать обучение эффективным методикам самомотивации студентов для развития предпринимательской активности. Мотивация является важным аспектом развития студенческого предпринимательства и представляет собой процесс, побуждающий студентов к достижению личных, коллективных или общественных целей. Поэтому видится очень важным не просто обучить студентов инструментам работы над собственным проектом, а дать понимание того, что успех их собственного дела складывается, в том числе, из различных внутренних факторов самомотивации, на которые они способны повлиять самостоятельно. Для стимулирования студенческого предпринимательства в нашей стране на уровне государства применяются лишь инструменты

административного регулирования. Однако целесообразным видится поиск дополнительных методов мотивации вовлечения студенческой молодежи в национальную экономику.

Актуальность выбранной темы исследования обусловлена тем, что в современном обществе предпринимательская деятельность приобретает все большее значение для экономического развития страны, так как студенты, имеющие предпринимательский потенциал, снижают уровень безработицы, содействуют развитию инноваций и способствуют экономическому росту. Студенческое предпринимательство может стать ключевым элементом инновационной экосистемы университета, а поддержка студенческих стартапов и проектов позволит внедрять новейшие технологии и продукты на отечественный и зарубежный рынок. Мотивация студентов к занятию предпринимательством напрямую связана с развитием личностных качеств, таких как самостоятельность, ответственность, творческое мышление и умение самостоятельно принимать решения. Систематическое исследование мотивации студентов и факторов, влияющих на развитие студенческого предпринимательства, может послужить основой для разработки эффективных программ и политик поддержки студентов-предпринимателей. Благодаря такому исследованию стейкхолдеры смогут более точно определить, какие меры необходимо предпринять, чтобы создать благоприятные условия для развития данной сферы.

Целью настоящего исследования является изучение мотивационных факторов, влияющих на решение студентов заниматься предпринимательской деятельностью. Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи.

- 1) Сформировать анкету для проведения онлайн-опроса и провести его.
- 2) Оценить качество данных и репрезентативность полученных результатов, учиты-

вая их соответствие выбранной целевой аудитории и размеру выборки.

3) Проанализировать ответы, полученные в результате опроса студентов Университета ИТМО, проведенного в 2023 году.

4) Сравнить результаты, полученные в 2023 году, с результатами пилотного опроса, проведенного в 2022 году для выявления возможных изменений в мотивации студентов к предпринимательской деятельности в течение года.

5) На основе проведенного исследования сделать выводы о мотивации студентов к предпринимательской деятельности, выявить тенденции и особенности.

Материалы и методы. Для проведения исследования были проанализированы данные опроса среди студентов бакалавриата и магистратуры различных вузов страны. Для обработки полученных результатов использовались методы сравнительного анализа, обобщения и систематизации.

На первом этапе исследования было оценено желание студентов запустить собственный стартап с целью определения их уровня интереса к предпринимательству и мотивации к созданию собственного бизнеса. Далее были изучены идеи студентов для создания собственного проекта, чтобы выявить их творческий потенциал и понимание потребностей рынка. Третий этап исследования был посвящен анализу внутренних факторов, побуждающих студенческую молодежь к созданию стартапа, чтобы определить их мотивирующие ценности. Четвертый и пятый этапы исследования были направлены на изучение внешних факторов, влияющих на желания студентов начать свой бизнес, а также определение субъектов, которые оказали наибольшее влияние на их мотивацию. Последующие этапы исследования были направлены на изучение участия респондентов в различных предпринимательских активностях, а также на определение наиболее эффективных методов их вовлечения в предпринимательскую деятельность. На завершающем этапе были сделаны выводы о значимости опыта участия респондентов в студенческих стартапах для развития их будущих проектов и расширения возможностей в сфере предпринимательства.

Литературный обзор. Степень научной разработанности темы исследования можно

охарактеризовать как высокую, что позволяет провести анализ мнений различных исследователей по данному вопросу [2–9]. Исследование, проведенное Волковой А. С. и Кудяевой М. М., выявило, что на студентов, находящихся на этапе профессионального становления, значительное влияние оказывает образовательная среда, в которой они обучаются. Согласно авторам, среди ключевых профессиональных мотивационных факторов можно выделить профессиональное бизнес-образование, участие в бизнес-форумах и конференциях для предпринимателей, систему стажировок и прочие аспекты [2]. Однако Muntean A. и Ionela G. P. [3] определили, что студентов к занятию предпринимательством, в первую очередь, мотивирует желание повысить свой уровень жизни, изучить новые возможности и достичь высокого социального статуса. В то же время, Ku Naraini Che Ku Yusof и др. [4] ключевыми мотивационными факторами студентов называют реализацию личных амбиций и содержание семьи. Однако ими также были выявлены препятствия, сдерживающие создание собственного бизнеса, такие как нехватка сбережений и опыта в ведении бизнеса. В работе Kurniawan M. E. и др. [5] подчеркивается значение личностного роста и применение навыков для достижения большой цели – стать основателем стартапа. Lynch M. P. и др. [6] добавляют, что внутренними факторами мотивации могут выступать как сложность создания бизнеса, так и развитие различных навыков. В то же время исследователи считают, что студенты могут иметь отрицательное восприятие собственных навыков и компетенций. Все вышеизложенное в комплексе указывает на сложное взаимодействие личных, социальных и экономических мотивов, побуждающих студентов к занятию предпринимательством.

Репрезентативность выборки. Для изучения факторов, влияющих на мотивацию студентов к предпринимательской деятельности, в 2023 году было проведено социологическое исследование. Сравнение результатов пилотного исследования мотивации студентов Университета ИТМО к занятию предпринимательской деятельностью, проведенного в 2022 году, с текущим исследованием 2023 года будет проводиться на основании опубликованной ранее научной работы авторов

Назаровой Е. А., Стерховой А. А. и Стажаровой Д. М [6]. В опросе в 2022 году приняли участие 131 студент, из которых 15% – бакалавры 1 курса, 37% – бакалавры 2 курса, 6% – бакалавры 4 курса, 39% – магистранты 1 курса, 2% – магистранты 2 курса [6]. Следует отметить, что бакалавры 3 курса в исследовании участия не принимали.

При проведении опроса 2023 года использовался метод простой случайной выборки, позволяющий каждому субъекту исследования иметь равные шансы на включение в неё. Опрос 2023 года был доступен для всех желающих и распространялся с использованием электронных каналов связи: в информационной системе университета, на официальных страницах в

социальной сети VK, а также во внутренних каналах и чатах в мессенджере Telegram, что позволило достичь максимального охвата студентов: согласно полученным результатам, анкету прошли 340 обучающихся, из них 51% мужчины и 49% женщины. Наибольшие проценты опрошенных распределяются среди студентов 1 и 2 курса бакалавриата – 23% и 47% соответственно, затем следуют обучающиеся 1 курса магистратуры – 11%, 4 курса бакалавриата – 7%, 2 курса магистратуры – 7% и 3 курса бакалавриата – 5%.

Для определения точности результатов опроса был проведён расчёт минимального размера выборки с учётом желаемого уровня доверия 90% и погрешности 5%:

$$SS = \frac{\frac{z^2 \times p \times (1-p)}{e^2}}{1 + \frac{z^2 \times p \times (1-p)}{e^2 \times N}} = \frac{\frac{1,65^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,05^2}}{1 + \frac{1,65^2 \times 0,5 \times (1-0,5)}{0,05^2 \times 16000}} = 268 \quad (1)$$

где Z – показатель отклонений происходит от среднего значения, ед.; p – процент интересующих респондентов или ответов, в десятичной форме (0,5 по умолчанию); e – погрешность (проценты в виде десятичной дроби); N – объем целевой группы, ед.

На основании расчётов, представленных в формуле (1), можно заключить, что полученное количество ответов является статистически значимым и на 90% точно отражает взгляды и мнения целевой группы для получения максимально полной картины, отражающей мотивационные факторы студентов к занятию предпринимательской деятельностью.

Полученные результаты. В первом вопросе респонденты выбирали, есть ли у них в целом желание запустить собственный стартап. Результаты представлены на рисунке 1.

Согласно полученным данным, можно сделать вывод о наличии различий в желании создания стартапов среди студентов разных курсов. Так, студенты 1 и 2 курса бакалавриата проявляют наибольшее желание создать собственный стартап, в сравнении со студентами 3 и 4 курса бакалавриата. Студенты магистратуры также в меньшей степени заинтересованы в создании стартапов, что может

быть объяснено возрастным фактором, наличием более осознанного понимания уровня сложности и требовательности создания и управления стартапом. Кроме того, студенты магистратуры в большинстве своем уже имеют более серьезные обязательства и загруженность на основной работе, что может влиять на их желание заниматься предпринимательской деятельностью в свободное от работы время, в то время как студенты бакалавриата более гибкие для воплощения собственных идей в жизнь и выделения этому процессу дополнительного времени от учебы.

Если сравнивать результаты 2022 и 2023 годов, можно констатировать, что у обучающихся всех уровней, кроме магистратуры первого курса, желание создавать стартапы возросло, что можно связать с увеличением количества мер поддержки молодых проектов со стороны элементов национальной инновационной системы на всех уровнях. Вероятным объяснением снижения желания создавать стартапы у магистрантов первого курса является запуск новой образовательной программы с увеличенной академической нагрузкой, смещающей фокус именно на учебный процесс. На этом этапе студенты сосредоточены на изучении новой программы

обучения и адаптации к учебному процессу в магистратуре.

В следующем вопросе респонденты должны были ответить на вопрос, есть ли у

них идея для собственного бизнеса и в случае положительного ответа отмечали, какая именно. Результаты данного вопроса представлены на рисунке 2.

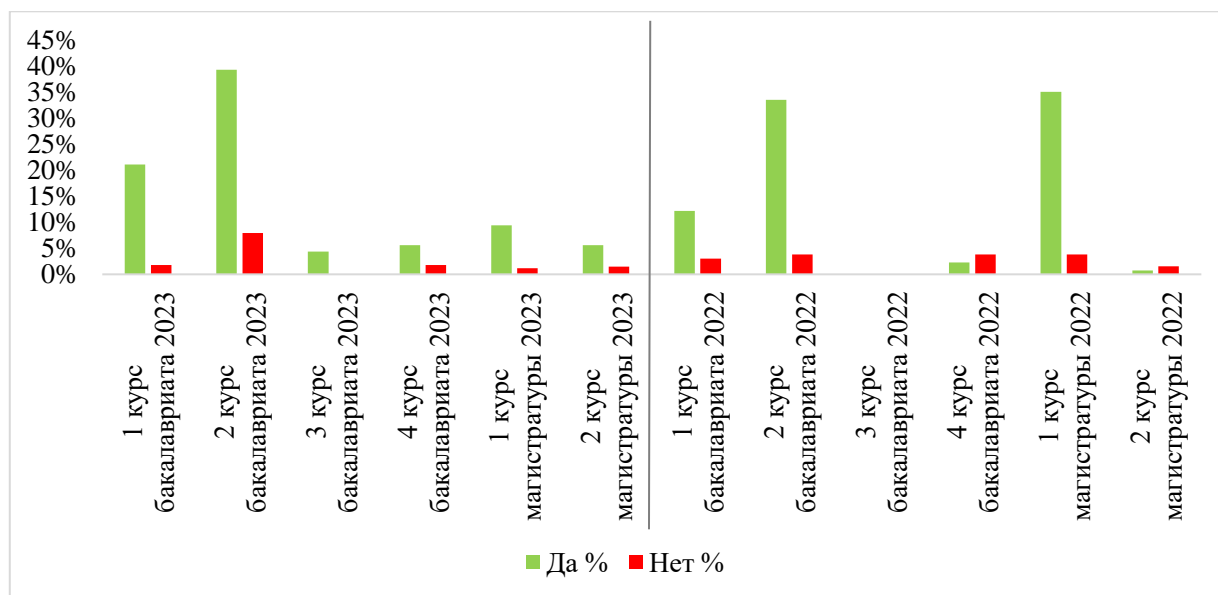


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у тебя желание запустить собственный стартап?»

Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

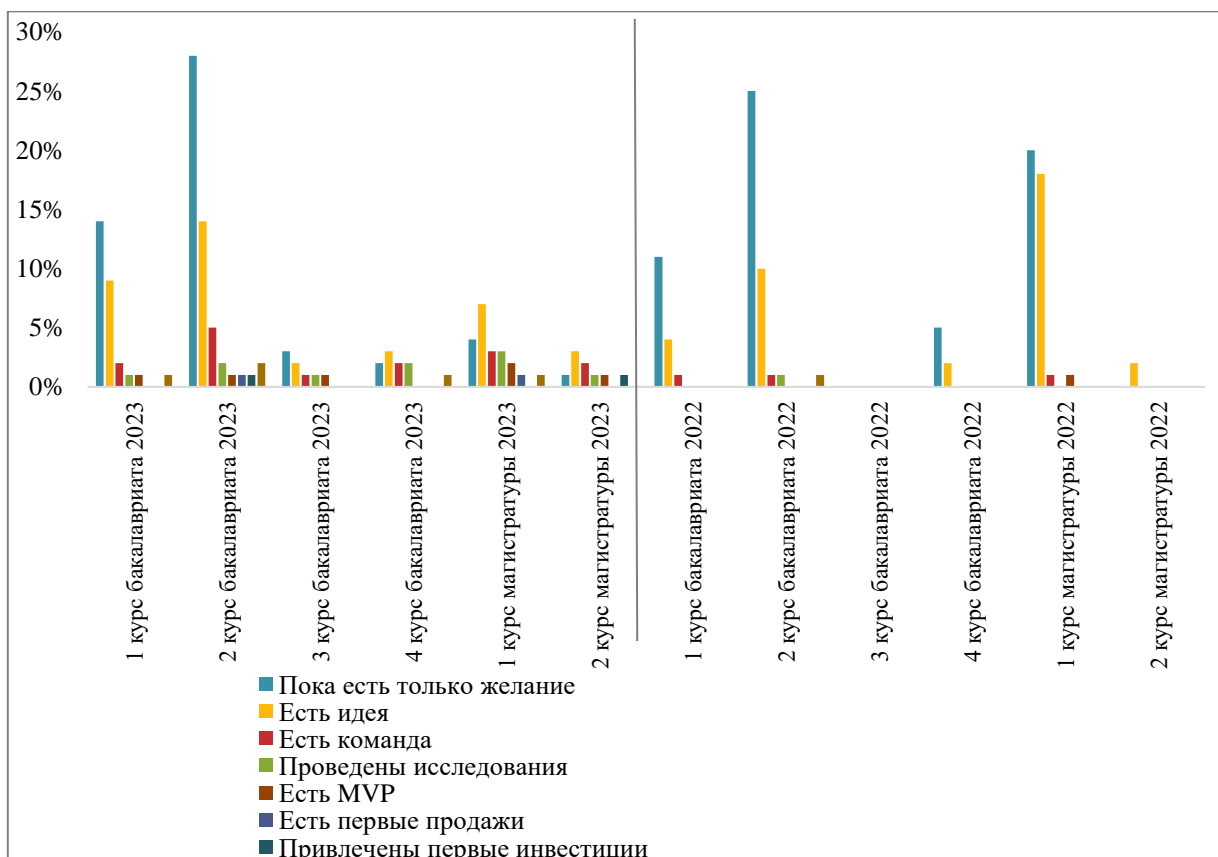


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у тебя идея для стартапа (собственного дела)?»

Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

Из представленных результатов исследования видно, что у большинства студентов первого и второго курсов бакалавриата преобладает желание заниматься собственным бизнесом, в то время как у большего процента магистрантов первого и второго курсов уже есть конкретная идея для будущего стартапа. Это может указывать на то, что студенты магистратуры получают более глубокие и практические знания в своей профессиональной области, что позволяет им активнее генерировать идеи инноваций. Несмотря на это, идея стартапа также имеется у 14% студентов бакалавриата второго курса, что указывает на влияние образовательной программы на развитие предпринимательского мышления среди студентов на начальном этапе обучения. Несмотря на наличие идеи, только 5% студентов бакалавриата второго курса имеют команду для реализации своего проекта, так как сбор заинтересованных и готовых к работе людей, а также распределение ролей и

структурирование работ требуют подготовки и сотрудничества студентов между собой, что на втором курсе может быть сложной задачей. Проценты выбора вариантов, касающихся фактически проведенных действий по реализации проекта, распределяются примерно одинаково между рассматриваемыми уровнями образования. В сравнении с результатами прошлого года, когда в основном студенты всех уровней подготовки выбирали или только наличие желания к запуску стартапа, или наличие идеи, в 2023 году респонденты продвинулись дальше в реализации собственных проектов, создавая команду, проводя исследования, разрабатывая MVP и привлекая первые инвестиции.

На первом этапе исследования были проанализированы внутренние факторы, побуждающие студентов к запуску собственных стартапов, выявление которых позволит лучше понять мотивирующие респондентов ценности. Ответы представлены на рисунке 3.

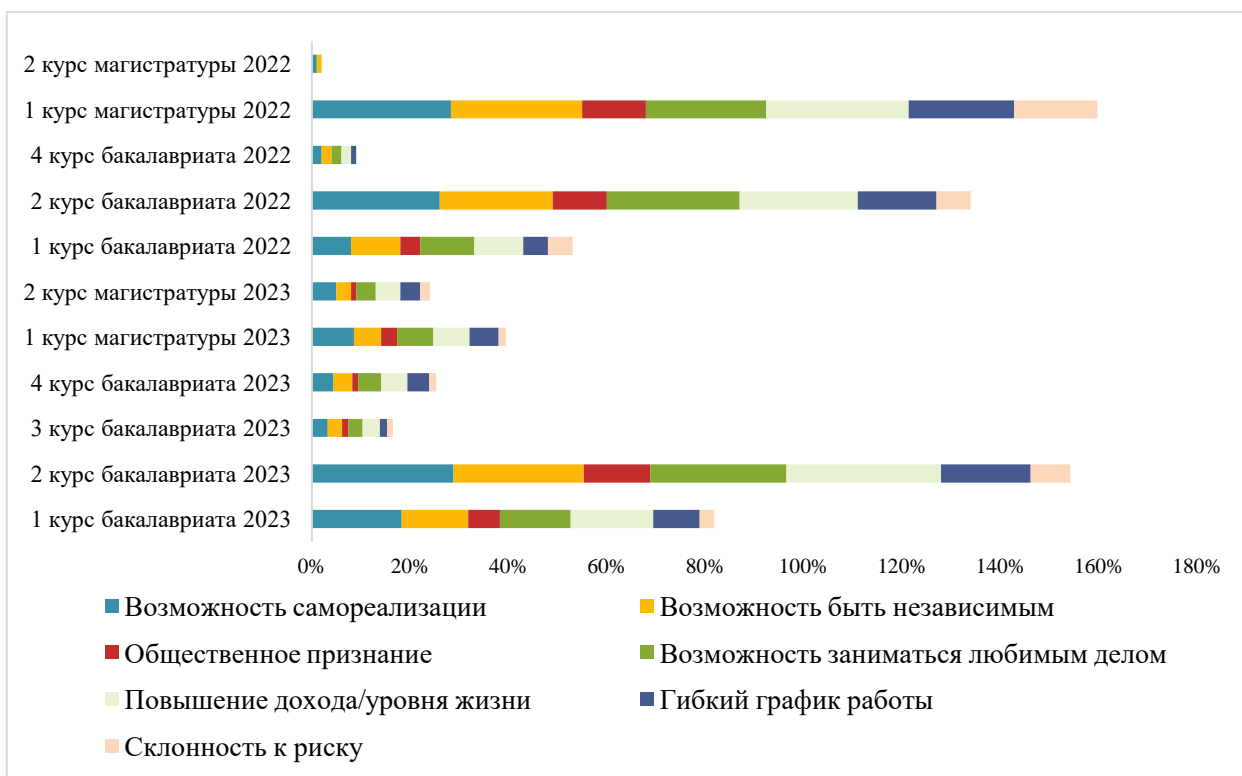


Рисунок 3 – Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие внутренние факторы побуждают тебя запустить собственный стартап?»

Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

Наиболее важными факторами, побуждающими студентов первого и второго курсов бакалавриата и магистратуры к запуску собственного стартапа, являются возможность

самореализации и повышение дохода. Эти студенты видят в стартапе возможность осуществить свои идеи и достичь успеха, а также заработать больше денег, чем при

традиционной занятости. Студенты третьего и четвертого курсов бакалавриата отмечают, что им не только важен высокий уровень жизни, но и подчеркивают значимость занятия любимым делом, что говорит о стремлении найти баланс между комфортными условиями жизненной и рабочей сфер. Важным фактором для всех студентов является желание стать независимыми, что говорит об их стремлении к самореализации и желании иметь контроль над собственной жизнью и карьерой. Наряду с этим, студенты второго курса бакалавриата оказались наиболее склонными к риску среди обучающихся, что может быть обусловлено осознанием сложностей и наличием опыта, связанных с открытием собственного дела. Следует отметить, что студенты первого и второго курсов бакалавриата проявляют больший интерес к гибкому графику работы и общественному признанию среди преимуществ занятием предпринимательской деятельностью. Это может быть обусловлено тем, что студенты старших курсов осознают, что работа с гибким

графиком не всегда доступна, особенно в самом начале создания и реализации стартапа, когда требуется особенно много времени и усилий, а также понимают, что общественное признание может прийти намного позднее, чем хотелось бы. Если сравнивать полученные результаты опросов с ответами 2022 года, магистранты первого курса стали менее подвержены внутренним факторам мотивации, когда для второго курса магистратуры и бакалавров они, наоборот, стали более побудительными.

Наряду с анализом внутренних факторов, важно изучить внешние, так как это позволит лучше осознать окружающую студентов предпринимательскую среду, включая экономические, социокультурные и технологические факторы, оказывающие заметное влияние на принятие студентами решения о запуске собственных стартапов и в целом развитие предпринимательских стремлений. На рисунке 4 представлены ответы респондентов на вопрос, какие внешние факторы влияют на твое желание запустить стартап.

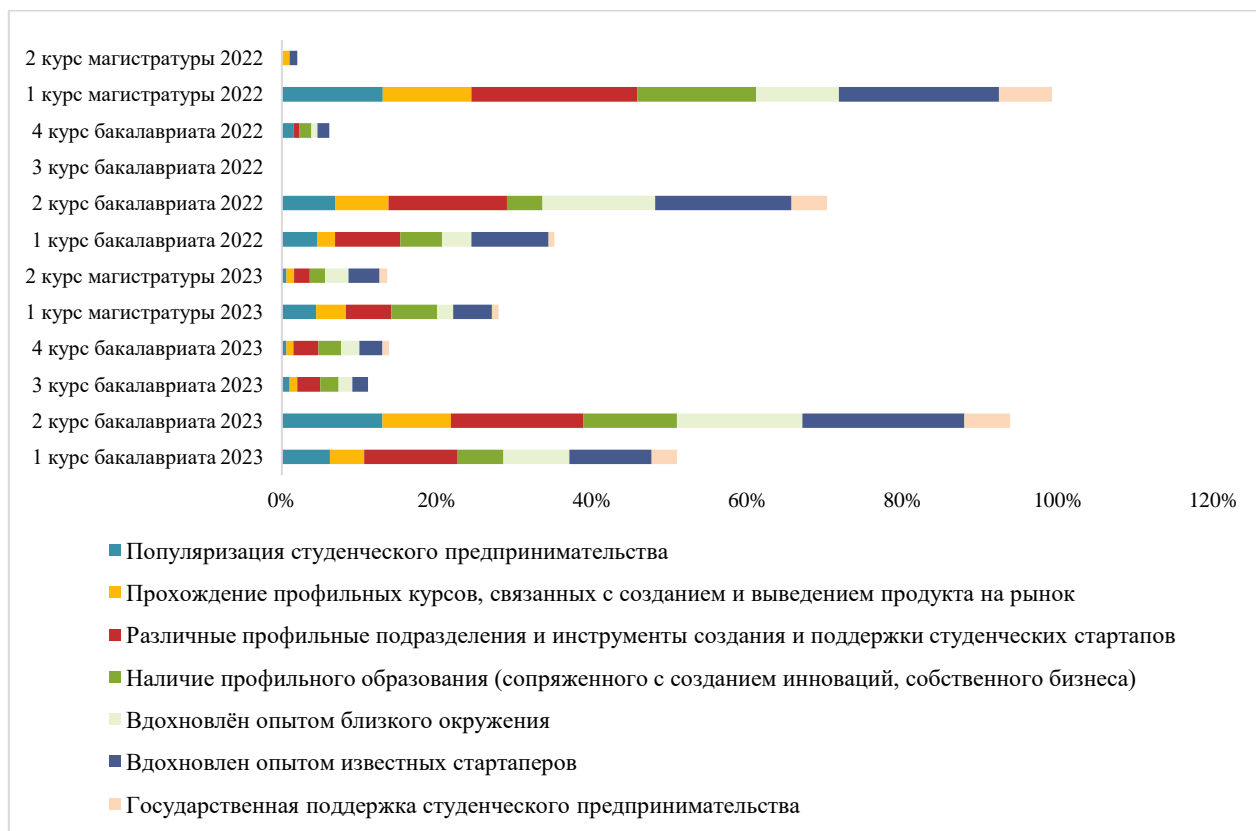


Рисунок 4 – Распределение ответов на вопрос «Какие внешние факторы влияют на твое желание запустить собственный стартап?»

Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

Для всех уровней обучения наиболее важными внешними факторами, побуждающими к запуску собственных проектов, являются вдохновение опытом известных предпринимателей (Илон Маск, Марк Цукерберг, Стив Джобс, Павел Дуров и другие) и наличие в университете различных профильных подразделений (инкубаторы, акселераторы, точки кипения, технологические парки, стартап-студии, лаборатории прототипирования и другие) с инструментами для создания, развития и поддержки студенческого предпринимательства. Ряд студентов бакалавриата и магистратуры отмечают важность наличия профильного образования, связанного с созданием инноваций и собственного бизнеса, что указывает на осознание студентами важности наличия образовательных программ такого профиля и подтверждает их интерес к изучению предпринимательской специфики. Можно предположить, что профильные образовательные программы, дисциплины, факультативы и курсы, возможность защиты выпускной квалификационной работы в форме стартапа, реализуемые в университете ИТМО, способствуют высокому уровню осведомленности студентов о предпринимательских возможностях во время обучения. Наряду с этим, прохождение профильных курсов, связанных с созданием и выводением продукта на рынок, а также популяризация

студенческого предпринимательства среди молодежи, являются в средней степени важными для студентов первого и второго курсов бакалавриата и первого курса магистратуры. Это указывает на существование интереса к получению специализированных знаний и умений в рамках дополнительного образования, но не является основным фактором создания стартапа. Государственная поддержка студенческого предпринимательства, такая как конкурсы и гранты, оказалась наименее важным фактором для всех опрошенных респондентов. По мнению авторов, это указывает на то, что студенты полагаются на другие источники финансирования и поддержки либо не осознают доступность подобных программ поддержки предпринимательства. В сравнении с результатами 2022 года, магистранты стали больше внимания обращать на внутренние факторы в качестве мотивации к занятию предпринимательской деятельностью, чем на внешние. У студентов бакалавриата, наоборот, отмечается рост выбора внешних факторов.

Так как наибольший процент респондентов отметил важность изучения опыта известных стартаперов, для полноты исследования необходимо узнать, кто может повлиять на желание студентов создать собственный стартап. Результаты ответа на данный вопрос можно увидеть на рисунке 5.

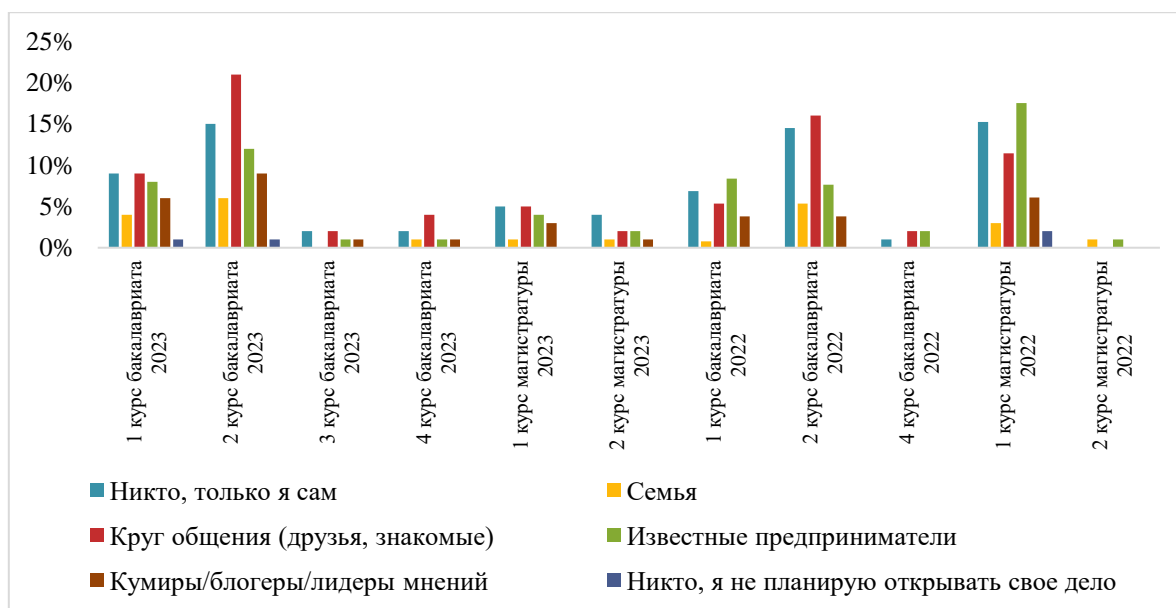


Рисунок 5 – Распределение ответов на вопрос «Кто повлиял на твоё желание запустить собственный стартап?»

Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

Наибольший процент опрошенных студентов подчеркивает, что мнение близкого круга общения и собственное желание заниматься предпринимательством являются наиболее важными в желании запустить стартап. Это указывает на то, что респонденты чаще прислушиваются к собственным убеждениям и доверяют знаниям и мнению своих друзей и знакомых, чем следуют популярному мнению влиятельных общественных деятелей в мире стартапов. Однако студенты все же придают высокое значение их опыту и идеям, поскольку такие личности привлекают и вдохновляют их больше, чем мнение и советы семьи. Один из возможных факторов подобного выбора может быть связан с тем, что известные предприниматели часто рассказывают о своих успехах, являются источником вдохновения и учат студентов полезным навыкам для будущей предпринимательской карьеры, что в дальнейшем может приводить респондентов к ощущению повышенной авторитетности таких лиц и важности их мнения для достижения собственного успеха.

С другой стороны, подобное недоверие к мнению семьи, вероятно, обуславливается акцентированием внимания в медиа-пространстве на успешных предпринимателях и историях их успеха, тем самым создавая идеализированное представление о предпринимательской деятельности, влияя на восприятие студентами значимости мнения известных личностей. В сравнении с результатами 2022 года, у бакалавров и магистрантов второго курса отмечается рост всех вариантов ответов, особенно круга общения и кумиров. У магистрантов первого курса, наоборот, произошло снижение влияния отдельных личностей на мотивацию. Подобные результаты можно объяснить тем, что у бакалавров и магистрантов второго курса обычно появляется больше возможностей для общения с профессионалами отрасли и участия в мероприятиях, связанных со стартапами, когда магистранты 1 курса еще только знакомятся с новым образовательным уровнем, формируют свои цели и интересы и более сфокусированы на самостоятельном изучении материала и приспособлении к новой среде.

В современном мире студенческого предпринимательства проводится ряд мероприятий, способствующих тому, чтобы молодые

стартаперы могли заявить о своём проекте, попробовать свои силы в различных мероприятиях, завести полезные знакомства и получить финансирование. В рамках исследования респондентам было предложено выбрать события, в которых они принимали участие со своими проектами, чтобы определить наиболее популярные мероприятия. Общая информация представлена на рисунке 6.

Из представленных данных можно сделать вывод, что большинство студентов первого и второго курсов бакалавриата не принимали участие в предпринимательских мероприятиях. Однако среди тех, кто все же участвовал, основные мероприятия, которые они посещали, включали встречи с предпринимателями, конференции, форумы, бизнес-игры и хакатоны. Магистранты первого курса также выбрали данные события в качестве наиболее посещаемых. Студенты третьих и четвертых курсов бакалавриата, а также магистранты второго курса отметили участие во встречах с предпринимателями, бизнес-играх и конференциях, а магистранты отдельно выделили хакатоны. Подобные различия в разбивке посещаемых мероприятий указывает на то, что студенты первых курсов обучения бакалавриата и магистратуры проявляют больший энтузиазм и интерес к участию в разнообразных предпринимательских мероприятиях, а с увеличением курса образования обучающиеся становятся более осведомленными и более осознанно выбирают мероприятия, которые они считают наиболее полезными для своего профессионального роста и развития. Возможно, это объясняется тем, что Университет ИТМО, на базе которого проводилось исследование, активно поддерживает развитие предпринимательства среди студентов. Стремление создать благоприятную среду для предпринимательского мышления и предоставление стимулов на ранних стадиях обучения могут быть факторами, которые способствуют большему интересу студентов к участию в предпринимательских мероприятиях. Проводя аналогию с результатами прошлогоднего опроса, студенты бакалавриата и магистранты второго курса стали больше участвовать в профильных мероприятиях, в то время как магистранты первого курса стали меньше обращать на них внимание.

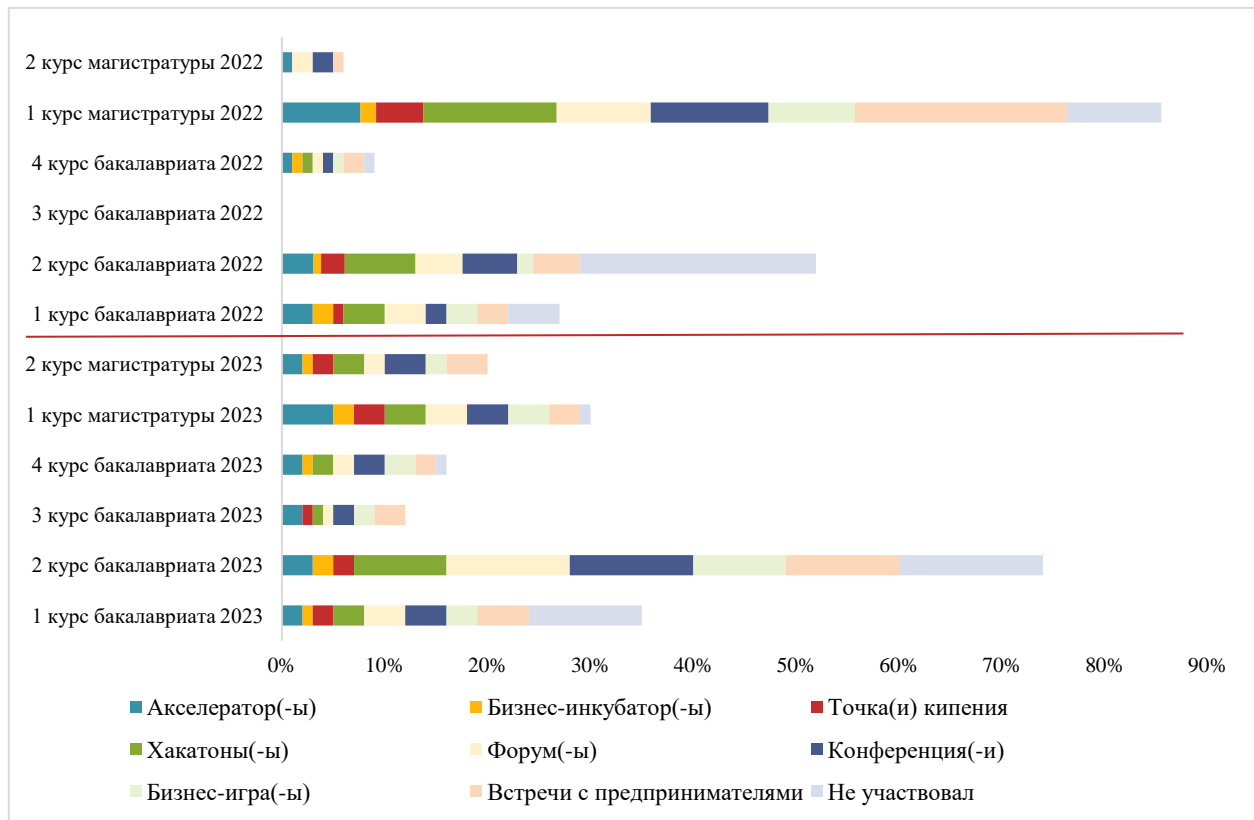


Рисунок 6 – Распределение ответов на вопрос «В каких предпринимательских событиях или мероприятиях ты участвовал?»
 Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

Завершающим этапом исследования стало определение способов, являющихся наиболее эффективными для привлечения студентов Университета ИТМО к предпринимательской деятельности (результаты представлены на рисунке 7). В дальнейшем это позволит разработать соответствующие стратегии и программы для стимулирования предпринимательского мышления и активности среди студентов.

Согласно проведенному исследованию, большинство студентов всех уровней обучения подчеркнули, что для них ключевыми стимулами к занятию предпринимательской деятельностью являются стажировки для начинающих предпринимателей и профильные мероприятия. Тренинги, направленные на развитие предпринимательских навыков, и передача опыта предпринимателей также играют важную роль для опрошенных респондентов. Подобные предпочтения студентов могут быть объяснены несколькими факторами. Во-первых, стажировки для

начинающих предпринимателей предоставляют студентам практический опыт работы в предпринимательской среде, позволяя им получить уникальные знания и навыки, необходимые для успешного воплощения своего предпринимательского проекта, что также дает возможность сделать первые шаги в предпринимательской карьере и узнать о трудностях и преимуществах, связанных с выбором данного пути. Вторым способом привлечения студентов к предпринимательской деятельности, по мнению респондентов, является эффективность метода передачи знаний и опыта от предпринимателей через специальные тренинги и мероприятия, позволяющие студентам овладеть практическими навыками в области бизнеса, разработки бизнес-планов, финансового планирования и маркетинга.

При этом магистранты второго курса отмечают, что для них эффективным способом привлечения к предпринимательской деятельности являются студенческие

предпринимательские форумы, что может быть обусловлено осознанием данной возрастной группой студентов важности создания связей и сетей контактов, которые могут быть полезными для будущей предпринимательской карьеры.

Наименее важным способом привлечения к предпринимательской деятельности для всех респондентов является ее популяризация через СМИ. Это может свидетельствовать о том, что студенты уделяют больше внимания практическому опыту и конкретным возможностям, предоставляемым в рамках предпринимательских мероприятий и образовательных программ, чем просто информации, передаваемой и транслируемой через СМИ.

В целом, полученные результаты указывают на то, что студенты придают большее значение практическим мероприятиям и образовательным программам, которые помогают в развитии и стимулировании их пред-

принимательских умений. Подобные ответы демонстрируют склонность студентов активно участвовать в предпринимательской среде, основываясь не только на информации извне, но и на опыте и знаниях, полученных лично. В этом вопросе по сравнению с прошлогодними результатами также отмечается снижение показателей у магистрантов 1 курса и рост у остальных уровней обучения.

Помимо факторов и критериев, побуждающих студентов заниматься предпринимательством, необходимо определить трудности, с которыми сталкиваются респонденты, отметившие отсутствие желания создавать собственные стартапы. В первую очередь, студенты интересуются, как начать работу над собственным проектом, если есть желание, но нет конкретной идеи. В данном случае они не знают, к кому обратиться за консультативной поддержкой и необходимыми ресурсами.



Рисунок 7 – Распределение ответов на вопрос «Какие способы являются наиболее эффективными по привлечению студентов к предпринимательской деятельности по твоему мнению?»

Источник: составлено авторами на основе проведенного опроса

Общая сложность в начале работы над стартапом, отмечаемая рядом респондентов, связана с недостатком финансирования и экспертизы в области венчурного финансирования, а также непониманием основных юридических вопросов и организационных аспектов открытия бизнеса. Некоторые студенты указывают на страх и недоверие к себе в отношении открытия собственного дела и отмечают важность наличия бизнес-комьюнити в университетской среде, которое позволит не только найти единомышленников и создать команду, но и побороть страхи, связанные с запуском собственного проекта. Наряду с этим, у части респондентов нет чёткого понимания, как превратить идею в оформленный проект для участия в акселераторах или подобных программах поддержки, что указывает на «узкое место» и даёт стимул для его преодоления.

Выводы, направления дальнейших исследований. Таким образом, на основании проведённого авторского исследования можно сделать вывод о том, что участие в студенческом стартапе предоставляет ценный опыт для будущего развития проектов респондентов, позволяя делать что-то новое, не ограничиваясь традиционными подходами и инструментами бизнеса. Студенты отмечают, что эффективным способом их мотивации к занятиям предпринимательством являются рассказы об успешных стартапах и их основателях, которые демонстрируют возможность достижения успеха и подчеркивают важность понимания психологии предпринимательства и умения учиться на чужих ошибках. Некоторым студентам важно начать зарабатывать уже со второго курса обучения, поэтому оплачиваемая стажировка или работа в стартап-компании является для них большим стимулом. Студенты считают, что помимо проведения профильных мероприятий полезно предоставить студенческим стартапам опытных менторов, которые помогут устранить страхи и неопределенность, структурировать базовую информацию о запуске собственного дела и начать осуществление своих идей. Также студенты выражают желание присоединиться к командам студентов старших курсов, чтобы лучше понимать, как работает стартап, и получить опыт преимущественности от более опытных коллег.

В сравнении с результатами исследования мотивации студентов Университета ИТМО к занятию предпринимательской деятельностью, проведённого в 2022 году, можно сделать вывод о том, что студенты всех уровней обучения, кроме магистрантов первого курса начали проявлять большее желание создавать и реализовывать собственные стартапы. Это можно объяснить несколькими факторами.

1) В Университете ИТМО выстроена экосистема поддержки студенческого предпринимательства, охватывающая профильные образовательные программы и курсы, специализированные инфраструктурные подразделения и предпринимательское комьюнити студентов и выпускников. Все это способствует большему вовлечению студентов и их желанию не только придумывать, но и запускать собственные стартапы. Так, в 2023 году запустилась пилотная образовательная программа по управлению высокотехнологичным бизнесом, на сегодняшний день являющаяся самой крупной на территории РФ.

2) Студенты первого курса магистратуры могут испытывать больше сомнений и неуверенности в своих способностях и опыте по сравнению с магистрантами старших курсов или выпускниками бакалавриата, что может снижать их мотивацию к предпринимательству и участию в предпринимательских мероприятиях. Они могут еще не иметь достаточного опыта и знаний в предпринимательской сфере, чтобы чувствовать себя комфортно в роли предпринимателя.

3) Изменения в социальной и экономической среде, такие как экономические кризисы или изменение государственной поддержки студентов-предпринимателей, могут негативно повлиять на мотивацию студентов первого курса магистратуры.

Следует отметить, что данные выводы являются предварительными и требуют дальнейшего исследования для подтверждения и более точного определения факторов, приводящих к снижению мотивации магистрантов первого курса. Полученные результаты могут послужить основой для разработки соответствующих программ и мероприятий, направленных на поддержку и стимулирование студентов-магистрантов в предпринимательской деятельности.

Список источников

1. В России число молодых предпринимателей в 2022 году превысило 4,4 млн человек // Мой бизнес РФ. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/novosti/news/chislo-molodykh-predprini-mateley-v-rossii-v-2022-godu-prevysilo-4-4-mln-ch-elovek/>
2. Волкова А. С., Кудяева М. М. Мотивация молодежного предпринимательства и стимулирование ее формирования // Экономика труда. 2021. № 8 (11). С. 1331–1342.
3. Muntean A., Ionela G. P. Why Would Young Students Choose Entrepreneurship? // Annals of the «Constantin Brâncuși» University of Târgu Jiu, Economy Series. 2012. № 4. С. 180–186. (In Eng.).
4. Ku Naraini Che Ku Yusof, Rosmaria Jaffar Harun, Mohd Jaffri Abu Bakar, Izah Mohd Tahir. Motivational Factors and Obstacles to Entrepreneurial Intention Among Business Students // Australian Journal of Basic and Applied Sciences. 2014. № 8 (5). С. 41–50. (In Eng.).
5. Kurniawan M. E., Yudoko G., Basri M. H., Umbara A. N. Do Entrepreneurship Students Have an Intention to Become an Entrepreneur? // Journal of Entrepreneurship Education. 2019. № 22 (2) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.abacademies.org/articles/do-entrepreneurship-students-have-an-intention-to-become-an-entrepreneur-7969.html> (In Eng.).
6. Lynch M. P., Slåttsveen K., Lozano F., Steinert M., Andersson G. Examining Entrepreneurial Motivations in an Education Context // Proceedings of the 21st International Conference on Engineering Design (ICED17). 2017. Т. 9 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.designsociety.org/download-publication/39889/Examining+entrepreneurial+motivations+in+an+education+context> (In Eng.).
7. Назарова Е. А., Стерхова А. А., Стажарова Д. М. Исследование мотивации к занятию предпринимательством у студентов // Альманах научных работ молодых ученых Университета ИТМО. 2023. Т. 3. № 1. С. 188–193.
8. Rivero C., Ubierna F. The Development of the Entrepreneurial Motivation from the University // International Entrepreneurship and Management Journal. 2021. Т. 17. С. 1313–1334. (In Eng.).
DOI: 10.1007/s11365-020-00723-5.

References

1. In Russia the Number of Young Entrepreneurs in 2022 Exceeded 4.4 Million People. *My Business of the Russian Federation. Official website.* Available at: <https://xn--90aifddrld7a.xn--p1ai/novosti/news/chislo-molodykh-predprini-mateley-v-rossii-v-2022-godu-prevysilo-4-4-mln-chelovek> (In Russ.).
2. Volkova A. S., Kudaeva M. M. Youth Entrepreneurship Motivation and Stimulation. *Ekonomika truda*. 2021. No. 8 (11). pp. 1331–1342. (In Russ.).
3. Muntean A., Ionela G. P. Why Would Young Students Choose Entrepreneurship? *Annals of the «Constantin Brâncuși» University of Târgu Jiu, Economy Series*. 2012. No. 4. pp. 180–186.
4. Ku Naraini Che Ku Yusof, Rosmaria Jaffar Harun, Mohd Jaffri Abu Bakar, Izah Mohd Tahir. Motivational Factors and Obstacles to Entrepreneurial Intention Among Business Students. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 2014. No. 8 (5). pp. 41–50.
5. Kurniawan M. E., Yudoko G., Basri M. H., Umbara A. N. Do Entrepreneurship Students Have an Intention to Become an Entrepreneur? *Journal of Entrepreneurship Education*. 2019. No. 22 (2). Available at: <https://www.abacademies.org/articles/do-entrepreneurship-students-have-an-intention-to-become-an-entrepreneur-7969.html>
6. Lynch M. P., Slåttsveen K., Lozano F., Steinert M., Andersson G. Examining Entrepreneurial Motivations in an Education Context. *Proceedings of the 21st International Conference on Engineering Design (ICED17)*. 2017. Vol. 9. Available at: <https://www.designsociety.org/download-publication/39889/Examining+entrepreneurial+motivations+in+an+education+context>
7. Nazarova E. A., Sterkhova A. A., Stazharova D. M. Study of Students' Motivation to Engage in Entrepreneurship. *Almanah nauchnyh robot molodyh uchenych Universiteta ITMO*. 2023. Vol. 3. No. 1. pp. 188–193. (In Russ.).
8. Rivero C., Ubierna F. The Development of the Entrepreneurial Motivation from the University. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2021. Vol. 17. pp. 1313–1334.
DOI: 10.1007/s11365-020-00723-5.

9. Миронова Д. Ю. Инновационная инфраструктура вуза как элемент формирования и развития экосистемы промышленного симбиоза и стимулирования проектной деятельности // Экономика. Право. Инновации. 2023. № 2. С. 38–46.
DOI: 10.17586/2713-1874-2023-2-38-46.

9. Mironova D. Yu. Innovative Infrastructure of the University as an Element of Formation and Development of Industrial Symbiosis Ecosystem and Project Activity Stimulation. *Ekonomika. Pravo. Innovacii*. 2023. No. 2. pp. 38–46. (In Russ.).
DOI: 10.17586/2713-1874-2023-2-38-46.

*Статья поступила в редакцию 18.02.2024; одобрена после рецензирования 01.03.2024; принята к публикации 12.03.2024.
The article was submitted 18.02.2024; approved after reviewing 01.03.2024; accepted for publication 12.03.2024.*

Вклад авторов в исследование:

Д. М. Стажарова – концепция исследования, постановка цели и задач; систематизация полученных результатов, классификация и группировка данных; выводы; проведение опроса на онлайн платформах и в социальных сетях.

К. И. Канунникова – введение, литературный обзор, методология исследования; проведение опроса на онлайн платформах и в социальных сетях.

М. В. Сысоенко – анализ данных, выявление закономерностей; проведение опроса на онлайн платформах и в социальных сетях.

Е. В. Бударина – разработка идеи и плана исследования, формулировка результатов исследования, научное редактирование текста.