Министерство образования и науки Хабаровского края

Краевое государственное бюджетное образовательное учреждение

 среднего профессионального образования

 «Дальневосточный государственный межрегиональный

индустриально-экономический колледж»

**Методическое пособие**

«Мотивация предпринимательской деятельности студентов»

Хабаровск

2013 г.

Разработчик:

Костина А.М., зав. НМЦ колледжа, ответственный за КЭП «Развитие предпринимательских способностей студентов»

Рецензент:

Соловьева С.М., научный руководитель КЭП «Развитие предпринимательских способностей студентов», зам. декана заочного отделения факультета «Международные экономические отношения», к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг» ФГБОУ ВПО «Хабаровская государственная академия экономики и права»

**Содержание**

1. Пояснительная записка………………………………………………..4
2. Теоретическая часть: ………………………………………………….6
* мотивы предпринимательской деятельности и их виды;
* методы мотивирования
1. Практическая часть:……………………………………………………11
* Ярмарка предпринимательских способностей
1. Выводы…………………………………………………………………13
2. Литература………………………………………………………………14

**Пояснительная записка**

**Пора подумать о деньгах**

*«Предприниматель – это предприимчивый торговец,
способный к предприятиям, крупным оборотам, смелый,
решительный, отважный на дела этого рода человек».
Владимир Даль*

Предпринимательская деятельность является важнейшим элементом любой рыночной экономики, т. к. она обеспечивает экономический рост, производство возрастающей массы разнообразных товаров, призванных удовлетворить количественно и, что важнее, качественно изменяющиеся потребности общества, различных его слоев и индивидов. Это – движущая сила развития современного рыночного хозяйства.

Основным двигателем развития и обновления экономической жизни на современном этапе являются инициатива и творчество предпринимателей, осуществляющих ту или иную деятельность.

Рыночная система хозяйствования, все более утверждающаяся в России, основывается на предпринимательском типе экономической системы с сохранением в руках государства регулирующих функций. В настоящее время предпринимательский тип экономической системы выдвинул предпринимателя в число наиболее значимых субъектов экономического процесса.

Предпринимательство является главной опорой для рыночной экономики страны.

Предприниматель, по Зомбарту, должен быть триедин, обладая качествами:

• завоевателя (духовная свобода, позволяющая планировать свои действия; воля и энергия; упорство и постоянство);

• организатора (способность правильно оценивать людей, заставлять их работать, координируя их действия);

• торговца (способность вербовать людей без принуждения, возбуждать в них интерес к своей продукции, внушать доверие).

Данное методическое пособие имеет цель показать одну из многочисленных форм мотивации предпринимательской деятельности студентов среднего профессионального образования- Ярмарки, разъясняет мотивы и методы предпринимательской деятельности.

Мероприятие «Ярмарка предпринимательских способностей» рекомендуется для проведения в учреждениях СПО.

**Мотивы предпринимательской деятельности и их виды**

Для успешного вхождения физического лица в образ предпринимателя, последнему необходимо осознать мотивы, побуждающие его открыть свое дело и, тем самым, стать самостоятельным субъектом предпринимательского бизнеса.

Под мотивом следует понимать совокупность побуждений людей к тем или иным действиям. Мотивы к предпринимательскому поведению формируются при наличии потребности быть предприимчивыми. Осознанная, осмысленная, изученная потребность становится поведенческим мотивом. Поэтому предприимчивые действия людей и выбор ими предпринимательской профессии опираются не только на их призвание, но и на их желание.

**Мотив** предпринимательского действия – состояние предрасположенности, готовности, склонности предпринимателя действовать тем или иным образом. Предрасположенность является внутренней позициейпредпринимателя по отношению к различным объектам и ситуациям, включая других людей, касающимся его деловой сферы. Мотивы придают ситуации личностный предпринимательский смысл.

Получение дохода, извлечение прибыли является основным мотивом, но не является самоцелью и не является конечным. Не вся предпринимательская деятельность осуществляется ради личного потребления, так как предпринимательство по своей сути не только стратегическая, но творческая деятельность с высокой степенью автономности в принятии решений. Другими словами, предпринимателя увлекает сам процесс стремления к независимости и самореализации. И, деньги (как доход) – это критерий успеха, который демонстрирует, насколько хорошо реализован изначально задуманный предпринимательский проект. Также эти деньги выступают средством обеспечения социального признания со стороны общества и повышения деловой репутации предпринимателя.

Можно выделить следующие группы мотивов, побуждающие людей к предпринимательской деятельности:

* *экономические мотивы;*
* *социальные мотивы;*
* *психологические мотивы;*
* *физические мотивы;*
* *гуманистические мотивы.*

*Экономические мотивы*: стремление извлечь экономическую выгоду посредством достижения успеха победы, либо успеха выживания, либо того и другого одновременно. Экономическая выгода состоит в обеспечении себя и своих близких средствами существования, достаточными, как минимум, для поддержания жизни и воспроизведения своей рабочей силы, как максимум – для укрепления личного конкурентного потенциала и обеспечения личных конкурентных преимуществ над другими предпринимателями.

К экономическим мотивам предпринимательской деятельности можно отнести: имущественные мотивы, побуждающие людей к сохранению либо расширению перечня объектов владения, распоряжения, пользования, к поддержанию, укреплению вертикали предпринимательской власти и росту их административного ресурса; трудовые мотивы, побуждающие людей к достижению успехов в профессиональном труде, росту личной профессиональной конкурентоспособности, усилению личных конкурентных преимуществ и преодолению личных конкурентных недостатков; финансовые мотивы, побуждающие людей к получению финансовой выручки, либо к ее увеличению в результате успешного проведения сделок.

К предпринимательской деятельности людей подталкивают не только экономические мотивы, но и другие.

В число *социальных мотивов* предпринимательского поведения входят: инициирование форм социального общения (социальных коммуникаций) как способ реализации, поддержания и усиления собственной социальной энергетики; достижение успеха в обществе на законных основаниях, поддержание правовой адекватности, подчинение «дела» применяемым нормам права в сочетании с инициированием улучшения этих норм; публичная презентация личных конкурентных преимуществ и достижений; формирование и укрепление положительной репутации в глазах окружения; приобретение социальных знаний, умений, навыков, в том числе использование чужого опыта в собственной деятельности и обучение на чужих ошибках; обретение социального, в том числе правового комфорта.

Социальные мотивы предпринимательского поведения отражают социальное начало в природе людей, потребности в социальных коммуникациях, стремление к социальной адекватности, общественному признанию. Социальное общение всегда инициируется определенными людьми, которые самостоятельно предпринимают шаги для создания необходимых форм такого общения. Поэтому социальная мотивация предпринимательского поведения содержится в постоянной эволюции социальных коммуникаций.

*Психологические мотивы* предпринимательской деятельности отражают потребность многих людей в эффективной самореализации, развитии личностных качеств, осознании собственной личности, самоутверждении в деловых отношениях, оптимизации межличностных контактов и формировании психологической устойчивости. Посредством предприимчивого поведения люди формируют механизмы эмоционального взаимодействия с другими людьми, развивают в себе такие качества, как настойчивость, уверенность в себе, внимание, воля, аккуратность, открытость, терпение, последовательность в действиях и др.

В основе *гуманистической мотивации* людей к предпринимательской деятельности лежат их потребности, имеющие этический, эстетический, идейный (концептуальный, общефилософский) характер. Гуманистические мотивы предприимчивости состоят в стремлении людей к этической, эстетической, идейной самореализации, обретению соответствующих форм адекватности на базе следования сложившимся представлениям и установленным порядкам, инициирования изменений для установления новых порядков и формирования новых представлений.

**Методы мотивирования**

Существуют следующие методы эффективного мотивирования трудового поведения:

## материальное поощрение;

## организационные методы;

## морально-психологические.

Для мотивации предпринимательской деятельности студентов колледжа были использованы данные методы. Организационным комитетом выбрана форма ярмарки. Мероприятие носит название «Ярмарка предпринимательских способностей».

**Ярмарка** (нем. — ежегодный рынок, регулярные торжища широкого значения) — это кратковременный и периодически действующий оптовый рынок, т.е. рынок, собирающийся регулярно в одном и том же месте в определенное время года и на установленный срок с последующим совершением актов купли - продажи.

При организации ярмарок выделяют три важных этапа проведения: *предварительный, организационный, заключительный*.

На***предварительном этапе*** принимается решение о подготовке к проведению ярмарки. В качестве организаторов ярмарки выступает Организационный комитет во главе с ответственным за КЭП.

Организационный комитет разрабатывает рекламный материал, составляет Положение о проведении «Ярмарки предпринимательских способностей» (см. Приложение 1). В Положении оговариваются цель, срок проведения Ярмарки, порядок, условия участия, предложены формы заявки и отчетности по итогам участия.

В этот период проводится сбор активов учебных групп, объясняются условия проведения, цель Ярмарки, предлагаются разнообразные виды продукции для продажи. Члены Организационного комитета проводят разъяснительную работу среди студентов учебных групп колледжа о важности проводимого мероприятия и цели 10% сбора заработанных денежных средств (призовой фонд), встречаются с классными руководителями.

***Организационный этап*** включает индивидуальную работу со студентами – казначеями, составляется программа Ярмарки (см. Приложение 2), обрабатываются заявки участников.

***Заключительный этап*** включает в себя подведение итогов и выделение как положительных, так и отрицательных сторон в работе Ярмарки. Организационная группа обобщает результаты, проводит анализ заработанных средств, обозначает номинации. Это дает возможность принять решение по награждению студентов и классных руководителей групп, участвовавших в Ярмарке, дальнейшие перспективы.

**Ярмарка предпринимательских способностей**

Ярмарка проводится в масленичную неделю.

Оформляется холл колледжа, звучит специально подобранная стильная музыка.

В холле выставляются столы – прилавки с соблюдением санитарных норм. Мероприятие проводится в течение 1 часа, казначеи подсчитывают заработанные средства, оформляют отчет по реализации продукции.

Организационный комитет выявляет номинации: «Самые творческие», «Самые дружные», «Самые изобретательные»**,** «Самые самостоятельные», «Самые креативные», «Самые находчивые», «Самые удивительные», «Самые прибыльные». Участники Ярмарки проявили коммуникативные способности, смекалку, умение работать в команде, умение презентовать себя и товар, а также качества - честность, трудолюбие.

Средства, заработанные в ходе Ярмарки, студенты могут потратить на свое усмотрение - разделить между участниками торговли, потратить на благотворительность и т.д. Выявилась группа, в которой студенты приняли решение потратить средства на следующую Ярмарку, т.е. «вложить деньги в производство». Эти студенты стали инициаторами следующей Ярмарки, которая проходила в рамках Недели Добра. Организационный комитет не ограничивает студенческие группы в том, куда будут потрачены заработанные средства, но при проведении анализа педагогический коллектив для себя отметил рациональность использования вырученных средств.

Анализируя проведенное мероприятие, Оргкомитет пришел к выводу, что только грамотно проведенная подготовительная работа способствует успешному результату. Однако, выявлены недостатки - проведена слабая работа среди студентов старших курсов в плане оказания шефской помощи первокурсникам в изготовлении продукции.

В период подведения итогов Ярмарки, психолог колледжа проводит тестирование участников мотивационного мероприятия на выявление предпринимательских способностей.

После подведения итогов, проводится запланированная встреча со студентами - участниками «Ярмарки предпринимательских способностей»: студенты и классные руководители награждаются памятными призами (ручками) и грамотами. Доводятся до сведения студентов результаты тестирования.

Преподаватель специальных экономических дисциплин совместно с казначеями групп провел анализ рентабельности: студенты разделились на три группы: 1 группа заработала на продаже, 2 группа не заработала ничего (продали по цене вложенных средств), 3 группа сработала «в минус» (потратили на сырье больше, чем заработали).

В некоторых группах студенты высказались, что для них не заработок главное, а творческое участие, сплоченность команды. При таком положительном настрое студентов организаторы отметили, что это расходится с целью Ярмарки. Студентам было предложено проанализировать маркетинг своей продукции, особенности реализации, использованное сырье и материал и сделать выводы как можно экономить и уменьшать стоимость товара. Учащиеся, оказавшиеся в убытке увидели, что их творческий подход преобладал над экономическими показателями. Сделали вывод какую именно продукцию было выгоднее реализовывать: не всегда дорого и красиво оформленный товар хорошо покупается.

Принимается решение провести благотворительную Ярмарку в рамках Недели Добра.

**Выводы**

В ходе проведенного мотивационного мероприятия педагогами использованы методы материального поощрения, морально - психологические и организационные.

Организаторы выявили студентов с предпринимательскими способностями. Студенты вовлечены в интересную для них деятельность, которая способствовала формированию активности, творческого отношения к порученному делу, умения работать в команде, интеллектуальных способностей.

Учащиеся проявили живой интерес к предпринимательской деятельности.

**Литература:**

1. Адамчук В.В., Кокин Ю.Л., Яковлев Р.А. Экономика труда. – М.: Финстатинформ, 1999. – 270 с.
2. Волгин Н.А. Мотивационный механизм предпринимательской деятельности // Экономика предпринимательства. – М.: ВЛАДОС, 1999. – 307 с.
3. Гущина И. Трудовая мотивация как фактор повышения эффективности труда/ И. Гущина// Общество и экономика.- 2000г.
4. Малый бизнес / под ред. В.Я Горкфинкеля. – М.: КРОНУС, 2009. – 336 с.
5. Нагорнов В.И., Есаулов В.Н., Соловенко И.С. Мотивация предпринимательской деятельности // Российское предпринимательство. — 2011. — № 7 Вып. 1 (187). — c. 140-144. — http://www.creativeconomy.ru/articles/13029/