

Бизнес-фестиваль студенческой и учащейся молодёжи

По материалам МЦТЗМ «Перспектива»

Московским центром труда и занятости молодёжи (МЦТЗМ) «Перспектива» совместно с Министерством образования РФ, Московским комитетом образования, Комитетом труда и занятости Правительства Москвы и Некоммерческим фондом «Подросток — право на будущее» на базе государственного оздоровительно-образовательного центра «Рабочая смена» (п. Сукко, Анапский район, Краснодарский край) с 20 июля по 6 августа 2001 года проведён VI бизнес-фестиваль предпринимательских проектов учащейся и студенческой молодёжи России.

Цели и задачи бизнес-фестиваля

— активное содействие в реализации федеральных и региональных Программ по развитию предпринимательской инициативы среди населения и, в особенности, среди учащейся и безработной молодёжи;

— выявление и адресная организационно-правовая и психологическая поддержка молодёжи, склонной к предпринимательской деятельности в приоритетных сферах хозяйствования;

— повышение квалификации работников учебных заведений и служб занятости, занимающихся экономической и предпринимательской подготовкой молодёжи, созданием рабочих мест для молодых безработных;

— выявление, отбор и адресная поддержка (информационная, организационно-правовая, психологическая) участников фестиваля в наращивании личностного предпринимательского потенциала, в выборе, разработке (доработке, оформлении) социально и экономически значимых для конкретных субъектов хозяйствования бизнес-проектов и коммерческих предложений;

— выявление перспективных для возвратного кредитования и финансовой поддержки на льготных условиях (на конкурсной основе) предпринимательских проектов;

— содействие разработке в профессиональных учебных заведениях реальных дипломных и курсовых проектов, направленных на развитие малого и среднего бизнеса, сохранение и создание дополнительных рабочих мест;

— привлечение внимания органов федерального, регионального и местного управления образованием, трудом и занятостью населения к устранению препятствий в организации системы подготовки детей, подростков и молодёжи к предпринимательской деятельности;

— трансляция педагогам-организаторам предпринимательской подготовки молодёжи методологических средств организации и управления проектно-практической деятельностью обучающихся бизнесу.

Содержание работы бизнес-фестиваля

В организации учебно-делового процесса фестиваля были частично использованы технологии организационно-деятельностных игр (организация собственной деятельности) и консультационное сопровождение проектов.

Оргдеятельностный режим строился по следующей схеме:

— индивидуальное или групповое самоопределение в процессе деятельности;

— наращивание ресурсов (способностей, знаний, умений, навыков);

— развитие предпринимательской идеи: замысел — проектирование — программирование — бизнес-планирование — деятельность.

В соответствии с программой фестиваля работа велась по четырём основным направлениям:

1. Консультационно-учебное:

- «экономика»;
- «маркетинг»;
- «проектирование»;
- «менеджмент»;
- «психолого-профорориентационное».

2. Уровни проектирования:

- «творчество»;
- «жизнь»;
- «мыследеятельность»;
- «деятельность».

На сборах указанных групп отрабатывалась способность удержания участниками выбранных позиций в проектах, велась подготовка к пленарным заседаниям.

3. Пленарные заседания.

Они проводились с использованием элементов оргдеятельностной игры, позволяли участникам осмыслить тему дня в деятельности.

На пленарных заседаниях подводились итоги промежуточных конкурсов по номинациям: «Лучшая идея проекта», «Лучший маркетинг проекта», «Лучший менеджмент проекта», «Лучший бизнес-план проекта».

4. Самостоятельная практическая деятельность (реализация проектов).

Например:

— команда проекта «Почта» (Бизнес-клуб «Ренессанс») организовала передвижную продажу газет и подписку на рассылку периодики по лагерным адресам участников фестиваля, а также продажу карт для телефона-автомата;

— участники проектов «Информационно-консультативный пункт» (Московская геолого-геодезическая академия) и «Центр досуга» (Зеленоградский центр профессионального образования) выпускали газеты, что привело к острой конкуренции за читателей;

— команда проекта «Автосервис «Фальдэ» (профессиональное училище № 36) организовала в ходе фестиваля временную автомойку;

— команда проекта «Данила-мастер» выполнила ряд заказов на изготовление деревянных конструкций, в том числе для нужд бизнес-фестиваля;

— участники проекта «Московский центр «Бабушкинский» (средняя школа № 203) предоставляли услуги парикмахеров и визажистов.

На фестивале все проекты проходили обязательную регистрацию, велась книга бухгалтерского учёта, в которой фиксировалась финансовая деятельность участников, по окончании фестиваля за каждый проект был заплачен налог на прибыль в размере 10%.

В течение работы бизнес-фестиваля читался курс повышения квалификации для организаторов предпринимательской деятельности молодёжи — «Основы предпринимательской деятельности» (участников — 25 человек). Проведён учебно-методический семинар для руководителей делегаций и менеджеров проектов — «Технология и методика проведения конкурсов предпринимательских проектов в регионе» (участников — 40 человек). Проведены учебные занятия по основам организационно-деятельностных игр, а также специальные практико-ориентированные тренинги по обучению подростков и молодёжи работе в команде и взаимодействию между проектами.

Результаты работы бизнес-фестиваля

Лауреатами фестиваля стали:

— проект «Почта» — Бизнес-клуб «Ренессанс», г. Самара;

— проект «Информационно-консультативный пункт» — МГГА, г. Москва;

- проект «Исток-ПК» — колледж № 57, г. Новокузнецк;
- проект «Спорт-клуб «Альтис» — колледж № 337, г. Москва;
- проект «Берендеи — Рекламная кампания 850-летия Костромы», г. Кострома.

Кроме того, 16 проектов московских команд были рекомендованы для участия в городском конкурсе (см. Приложение 1).

Итоги VI бизнес-фестиваля

Поскольку бизнес-фестиваль является составной частью конкурса на лучший предпринимательский проект молодёжи города Москвы, призванной формировать интерес к конкурсу и побуждать его потенциальных участников к творческой инициативе, особое внимание уделялось работе московской делегации. Численно состав делегации почти не изменился (имеется в виду количество представленных учебных заведений). В то же время члены московской делегации по сравнению с прошлым годом достигли заметно более скромных результатов (всего два московских проекта вошли в число лауреатов). Не было представлено оригинальных проектов, делегаты от различных учебных заведений слабо взаимодействовали друг с другом. Что во многом объясняется незаинтересованностью большинства руководителей московских команд, в отличие от руководителей из регионов, благодаря которым многие предпринимательские проекты, в разное время представленные на бизнес-фестивале, реализованы в Самаре, Костроме, Мурманске, Тольятти и др.

Надо отметить, что идеи и проекты, разработанные на бизнес-фестивалях, успешно реализуются на базе ГООЦ «Рабочая смена». Администрацией центра и местными предпринимателями организованы:

- торговля прохладительными напитками и мороженым на пляже (проект г. Москвы, 1997 г.);
- работа двух кафе (проект г. Москвы, 1998 г.);
- работа парикмахерской (проект г. Самары, 1998 г.);
- услуги информационной сети Интернет (проект г. Мурманска, 2000 г.);
- конные туристические прогулки (проект г. Москвы, 1999 г.) и т.д.

В этом году частично реализован проект улучшения зоны отдыха на территории ГООЦ «Рабочая смена» (г. Москва, 2000 г.): часть временного жилья для отдыхающих заменена на стационарные домики, создана инфраструктура для строительства детского кафе, салона бытового обслуживания и культурно-оздоровительного комплекса.

Внимание к развитию предпринимательства в молодёжной среде растёт. Если в 1996 г. только в Москве велась целенаправленная работа в этом направлении, то в 2001 г. конкурсы предпринимательских проектов молодёжи по примеру столицы проводятся в Московской области, Мурманске, Самаре, Костроме, Ярославле и др. Готовится первый межрегиональный бизнес-фестиваль (г. Кострома). На VI бизнес-фестиваль по собственной инициативе приехали представители различных учреждений и организаций из Новороссийска, Магнитогорска, Краснодара, Саратова, что несомненно подтверждает повышенный интерес к опыту г. Москвы.

Новизна в работе бизнес-фестиваля

В рамках VI бизнес-фестиваля впервые были опробованы на практике следующие приёмы и методы работы:

- введение групп уровней проектирования — «крыльев»;
- введение книг бухгалтерского учёта, позволивших объективно оценить практическую деятельность участников проектов на бизнес-фестивале;
- введение налоговых сборов, призванных исключить искажение реальных результатов деятельности в бухгалтерских книгах;
- создание страхового фонда, формируемого из обязательных взносов каждого заяв-

ленного проекта;

— широкое привлечение СМИ (как общероссийского, так и регионального уровня).

Выводы

1. Технология построения образовательного процесса в ходе фестиваля позволяет молодёжи получать знания в области экономики, менеджмента и права, развивает коммуникативные, аналитические, предпринимательские способности, умение ориентироваться в окружающей действительности.

2. В рамках фестиваля молодёжь приобретает навыки по переходу от проектной деятельности к практической, что способствует развитию самоорганизации и повышает эффективность обучения.

3. Включение педагогов-организаторов учреждений профессионального образования в проектную деятельность и трансляция им методологических средств организации и управления проектно-практической деятельностью в условиях фестиваля позволяют перенести опыт Москвы по подготовке молодёжи к предпринимательской деятельности в региональные учебные заведения.

4. Финансовая поддержка перспективных предпринимательских проектов возможна только после определения источников финансовых средств. В частности, такими источниками могут служить федеральные и региональные программы развития предпринимательской инициативы среди населения.

Предложения

Учитывая шестилетний опыт проведения бизнес-фестивалей и конкурсов проектов, считали бы целесообразным:

1. Внести комплексную программу поддержки и развития предпринимательства в молодёжной среде на рассмотрение Министерства образования РФ.

2. Успешный опыт организации конкурсов на лучший предпринимательский проект молодёжи в регионах позволяет рассмотреть вопрос об объединении их в единую систему нового — Всероссийского конкурса на лучший предпринимательский проект молодёжи. Предложения об организации такого конкурса целесообразно направить в Министерство образования РФ.

3. Провести VII бизнес-фестиваль как фестиваль учебно-производственных предприятий и предприятий, основанных на труде молодёжи.

Изучение деловой активности участников VI бизнес-фестиваля

В период с 20 июля по 4 августа 2001 года в ходе VI бизнес-фестиваля предпринимательских проектов молодёжи было проведено анкетирование его участников. Цель анкетирования — изучение мотивации деловой активности молодёжи. Кроме того, посредством «входного» и «выходного» опроса проявлялись содержательные результаты работы с молодёжью на бизнес-фестивале.

Выборка анкетированных носила произвольный характер и составила 150 человек (71% от общего количества участников) из учреждений общего среднего, дополнительного и профессионального образования Москвы, Ярославля, Костромы, Самары, Тольятти, Ростова, Волгограда, Нижегородской и Саратовской областей.

В анкетировании приняли участие 86 девушек (57%) и 64 юноши (43%).

Количественное и процентное распределение респондентов по регионам составило: Москва — 78 чел. (52%), другие регионы — 72 чел. (48%)

Наибольшее число респондентов составили учащиеся учреждений начального профес-

синального образования — 51 чел. (34,0%). Представителей учреждений среднего профессионального образования опрошено 47 чел. (31,3%), дополнительного образования — 36 чел. (24,0%), общеобразовательных учреждений — 11 чел. (7,3%), высших учебных заведений — 5 чел. (3,4%).

В содержательной части анкеты были вопросы, требующие самостоятельного ответа анкетированного, и вопросы с предлагаемыми вариантами ответов.

В результате на вопрос *«Ваша цель участия в бизнес-фестивале?»* ответы распределились так:

Вариант ответа	На «входе» (%)		На «выходе» (%)	
	Москва	Регионы	Москва	Регионы
Участие	7%	6%	6%	6%
Победа	14%	16%	20%	39%
Получить знания	26%	20%	10%	8%
Не знаю	0%	0%	0%	0%
Весело провести время	5%	1%	6%	1%
Другое	2%	3%	2%	2%
	100%		100%	

Из полученных ответов видно, что к концу фестиваля процент участников с мотивацией к победе вырос почти в два раза (с 30 до 59%), что говорит о включении участников фестиваля в самостоятельную, конкретную практическую деятельность. С другой стороны, увеличение данного показателя произошло за счёт уменьшения количества участников (с 46 до 18%), «желающих узнать что-либо новое», ибо технология проведения бизнес-фестиваля позволила создать между командами реальную ситуацию конкуренции между проектами.

Оставшиеся (вариант «другое») определили цель своего участия в фестивале как: заработать деньги, попробовать себя в роли бизнесмена, показать и проявить свои способности, испытать себя в условиях бизнес-фестиваля.

Обозначились определённые расхождения в позициях у представителей московских и региональных участников бизнес-фестиваля: так, личное целеполагание к победе на фестивале у региональных участников выше (39% — регионы; 20% — Москва).

На вопрос *«Что для себя лично ты хочешь на бизнес-фестивале?»* ответы анкетированных распределились следующим образом:

74% — реализовывать свой проект;

10% — не знаю;

5% — учиться и приобретать опыт.

Остальные 7% хотят проверить свои способности, заработать деньги, заняться развитием отдельных направлений в своём проекте, отдохнуть на бизнес-фестивале, провести рекламную кампанию или реализовать чужую идею.

У участников бизнес-фестиваля довольно широкий разброс вариантов ответов при определении понятия **«предприниматель»**: 38% считают, что это деятельность, направленная на зарабатывание денег; 15% — умение организовать своё дело; 11% — физическое лицо, занимающееся хозяйственной деятельностью; 5% — бизнес, основанный на реализации новой идеи с целью удовлетворения потребностей общества; 4% — особый вид интеллектуальной деятельности, направленной на зарабатывание денег и получение материальной прибыли; 4% — деятельность, связанная с разработкой бизнес-плана проекта; 4% — определённое внутреннее качество.

Оставшиеся 19% считают, что это — личное удовлетворение, смысл жизни и состояние души, работа, в которой надо всё просчитывать, способ самовыражения и достижение определённой цели, вложение способностей и денег в новые сферы деятельности, умение принять быстрое и правильное решение, разработка идей, купля-продажа и предоставление своих услуг, совокупность идей и поступков, направленных на достижение выгоды, умение зарабатывать деньги на всём.

Основные *различия между предпринимателем и бизнесменом* в представлениях

участников бизнес-фестиваля:

47% — считают, что предприниматель — это человек, занимающийся разработкой и продвижением новых идей и проектов, в результате необязательно приносящих материальную прибыль, а бизнесмен — человек, занимающийся реализацией идей и проектов с целью получения финансовой прибыли;

21% — считают, что между предпринимателем и бизнесменом различий нет;

12% — уверены, что предприниматель — это начинающий бизнесмен;

7% — бизнесмен — это будущий предприниматель;

6% — считают, что различие заключается в масштабах их деятельности;

1% — в стиле поведения;

6% — объединяют такие ответы, как: пока предприниматель разрабатывает проект, бизнесмен руководит персоналом; предприниматель сам участвует в своих проектах, а бизнесмен только руководит; предпринимательство — это умственный труд, а бизнес — физический.

На вопрос *«Какими качествами должен обладать преуспевающий предприниматель?»* были получены следующие ответы: 24% — считают, что это порядочность; 18% — коммуникабельность; 15% — настойчивость; 10% — ум; 9% — уверенность в себе; 7% — целеустремлённость; 6% — умение управлять людьми; 6% — высокий уровень образования; 3% — трудолюбие; 2% — компетентность в деловых вопросах.

На вопрос *«Как в будущем ты планируешь использовать полученный опыт на бизнес-фестивале?»* были получены следующие результаты. К концу бизнес-фестиваля увеличилось количество участников (с 60 до 71%), планирующих реализовать свой проект и открыть собственное дело. Незначительно вырос процент участников (с 6 до 7%), считающих, что опыт бизнес-фестиваля повлияет на их будущую работу.

Сократился процент (с 8 до 3%) считавших, что опыт бизнес-фестиваля пригодится в учебных целях для написания диплома, курсовой работы. в сторону уменьшения изменился процент «неопределившихся» (с 11 до 5%), не знающих, для чего им приобретённый опыт.

Разница мотивации московских и региональных участников бизнес-фестиваля показала, что желание реализовать свой проект и открыть своё дело, используя опыт бизнес-фестиваля, у регионов выше, чем у Москвы (соответственно 38 и 33%).

Результаты «выходного» анкетирования показали, что у подростков и молодёжи:

- повысилась мотивация к собственной (проектной) деятельности (с 51 до 64%);
- закрепилось устойчивое желание к открытию собственного дела, практического воплощения замысла в жизнь (с 60 до 72%);
- повысилась активность участников по предъявлению своей позиции, связанной с планированием будущей карьеры, выработке и постановке профессиональных целей (с 68 до 81%);
- увеличилось количество участников, проявивших высокую деловую активность в реализации предпринимательских инициатив в условиях бизнес-фестиваля (с 30 до 59%).

Приложение 1

Список проектов VI бизнес-фестиваля

№ п/п	Наименование проекта	Делегация
1	«Организация центра досуга»	ЗРНЦПО, г. Зеленоград
2	«Резьба по дереву, швейное производство»	ПУ № 49, г. Москва
3	«Автосервис «Автознайка»	ПУ № 6, г. Москва
4	«Организация обслуживания досуговых мероприятий»	Колледж № 312, г. Москва
5	«Спортклуб «Альтис»	Колледж № 337, г. Москва
6	«Сеньорита» — бельевой трикотаж»	ПЛТД № 325, г. Москва
7	«Ярославна» — сбыт и реализация тортов	Лицей № 36, г. Ярославль

8	«Хозяйственные услуги»	Проф. лицей № 36, г. Тольятти
9	«Информационно-консультативный пункт»	Моск. геолого-разведовательная академия, г. Москва
10	«Хоттабыч» — организация общественных работ	ПУ № 34, г. Дзержинск (Нижегородская обл.)
11	«Сберегательный банк»	Колледж № 57, г. Новокузнецк
12	«Салон «Красотка»	Колледж № 57, г. Новокузнецк
13	«Исток-ПК» — офисные услуги	Колледж № 57, г. Новокузнецк
14	«Почта»	Бизнес-клуб «Ренессанс», г. Самара
15	«Школа танцев «Перспектива»	ПУ № 77, посёлок Степное (Саратовская обл.)
16	«Молодёжное кафе «Модерн»	Лицей моды № 341, г. Москва
17	«Досугово-производственный комплекс»	Московский колледж архитектуры и строительных искусств, г. Москва
18	«Детский клуб «Малыш и карлсон»	Лицей № 339, г. Москва
19	«Николь» — швейная фурнитура из дерева	ПЛТД № 325, г. Москва
20	«Берендеи» — рекламная кампания 850-летия г. Костромы	Костромская палата предпринимательства и ремёсел
21	«Деловые экономические игры»	Лицей № 7, г. Волгоград
22	«МЦ «Бабушкинский»	Вечерняя школа № 203, г. Москва
23	«Автосервис «Фальдэ»	ПУ № 36, г. Москва
24	«Эксклюзив» — трикотажный дизайн	ПЛТД № 325, г. Москва