

УДК 159.9.072

DOI: 10.26140/anip-2021-1003-0090

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ АГРАРНОГО УНИВЕРСИТЕТА

© Автор(ы) 2021

SPIN: 1318-4346

AuthorID: 779043

ORCID: 0000-0001-7024-0614

МУГИЛЬ Юлия Валентиновна, кандидат социологических наук, доцент кафедры истории и философии

Оренбургский государственный аграрный университет

(460058, Россия, Оренбург, улица Челюсктинцев 18, e-mail: julia.mugil@yandex.ru)

SPIN: 3907-5821

AuthorID: 764792

ORCID: 0000-0001-8487-7018

СПАСЕНКОВА Светлана Владимировна, кандидат социологических наук, доцент кафедры истории и философии

Оренбургский государственный аграрный университет

(460051, Россия, Оренбург, улица Челюсктинцев 18, e-mail: orenspas@mail.ru)

Аннотация. Вызовы, которые бросает современный мир человечеству, носят все более непредсказуемый и малопонятный характер. Наше время предъявляет крайне высокие требования к профессиональным и творческим возможностям человеческой личности, формируя социальную адаптивность и гибкость, психологическую устойчивость и умение быстро ориентироваться в мире проблем. Воспитание подрастающего поколения, способного отвечать таким вызовам, их обучение и образование в крайне неустойчивых и стремительно меняющихся условиях, важнейшая задача современной системы образования. Государство сегодня в первую очередь вынуждено решать проблемы социально уязвимых слоев: стариков, многодетных семей, малоимущих и т.п. Молодые люди, имеющие возможность получать высшее образование часто предоставлены сами себе, обществу что называется, не до них. Сегодня жизненно необходимо воспитывать у молодежи стремление к экономической независимости. Это вопрос нашего общего выживания. Современная политика в отношении молодого поколения должна разрабатывать положения, которые выступали бы как средства, факторы и условия улучшения и повышения качества будущего взрослого населения, формирования стратегического потенциала страны, обуславливая необходимость осмысления и исследования сложных и противоречивых процессов, происходящих в обществе и семье, в среде подростков и молодежи. Склонно ли современное поколение россиян, прежде всего студенчество, как авангард молодых, выбирать предпринимательские ценности? Насколько они им близки? Каково в принципе число молодых людей, желающих и способных (что не одно и то же) воплотить свои планы в бизнес-проектах? Каковы мотивы, заставляющие выбирать бизнес? В каких отраслях и видах экономики молодые желают реализовать свои идеи, и есть ли общественные цели у современной молодежи в деле построения успешного бизнеса? На наш взгляд это крайне важные вопросы, ответы на которые помогут выявлению перспектив общественно-экономического развития страны. Пытаясь ответить на подобные вопросы, мы проводим изучение предпринимательских амбиций студентов на базе Оренбургского ГАУ, поскольку аграрный сектор экономики является основным для нашего края. Важно выяснить не только состояние бизнес-мотивации в настоящее время, но и эволюцию взглядов на молодежное предпринимательство самих молодых за последние годы. Это дает возможность наметить основные тенденции в важном секторе общественной жизни.

Ключевые слова: предпринимательская активность, предпринимательские ценности, бизнес-проекты, современное студенчество, мотивы выбора, успешная карьера, уровень предпринимательской готовности, бизнес-потенциал, аграрный сектор.

THE FEATURES OF AGRICULTURAL UNIVERSITY STUDENTS ECONOMIC ACTIVITY

© Автор(ы) 2021

MUGIL Yulia Valentinovna, candidate of sociology, associate professor of Department of History and Philosophy
Orenburg State Agrarian University

(460058, Russia, Orenburg, Chelyuskintsev st., 18, e-mail: julia.mugil@yandex.ru)

SPASENKOVA Svetlana Vladimirovna, candidate of sociology, associate professor of Department of History and Philosophy
Orenburg State Agrarian University

(460058, Russia, Orenburg, Chelyuskintsev st., 18, e-mail: orenspas@mail.ru)

Abstract. The challenges, which modern world poses to human personality are becoming more and more difficult, unpredictable and obscure. Present time makes high human professionalism and creativity demands, forming social adaptability and flexibility, psychological stability and quick orientation skill in the world of problems. The upbringing of able to meet such requirements rising generation under extremely unstable and rapidly changing conditions is one of the most important aims of modern educational system. Today the government is primarily forced to solve the problems of socially vulnerable people, such as oldsters, large families, poor people and so on. The youngsters, who have the opportunity to get higher education, are often left to their own devices. The public is not up to them. It is vitally necessary to educate young people in the desire to economic independence today. It is a matter of survival for not only youngsters, but for the rest of the society. The modern younger generation policy should develop the regulations, which would act as tools, factors and conditions of the future adult population quality improvement and of the country strategic potential forming, determining the necessity of comprehension and research difficult and contradictory processes, taking place in society and family, among teenagers and young people. Is the modern generation of Russians, first the most progressive student body, prone to choose the business values? How close are these values to them? What is the number of young people, willing and able (which is not the same thing) to implement their plans as business-projects? What are the motives, making them choose business? In what industries and types of economy do young people want to implement their ideas? Does the modern youth have the public goals for building a successful business? In our opinion, these are extremely important questions, the answers to which will help us to identify the prospects of socio-economic development of the country. Trying to answer a lot of questions like those, we are studying students business ambitions on the basis of Orenburg State Agrarian University, because the agricultural sector of the economy is one of the key for our area. It is important to find out not only the status of business motivation today, but also the evolution of youngsters views on youth business in recent years. It gives us the opportunity to outline the main trends in this sector of public life.

Keywords: entrepreneurial activity, business values, business projects, modern student body, motives of choice, successful career, level of entrepreneurial readiness, business potential, agricultural sector.

ВВЕДЕНИЕ

Предпринимательская активность – важнейший элемент выживания экономики. Люди, посвятившие себя предпринимательству – базис любого «экономически живого» общества. Бизнес выживает только в том случае, если он питается новыми идеями, силами, направлениями. Активизация бизнеса происходит тогда, когда он, как жидкость, «протекает» в любые «социальные щели», заполняя собой пустоты экономики и связывая отдельные ее отрасли между собой. В этом случае наиболее адаптивным и продвинутым становится молодежный бизнес. Молодые предприниматели рождают, продвигают, реализуют новаторские идеи, отвечающие запросам реального времени. Проблемам воспитания экономической самостоятельности молодежи сегодня уделяется достаточно много внимания. Социально-культурные условия формирования мотивации к предпринимательской деятельности в России и особенности мотивации достижений у современной молодежи рассматривали такие авторы, как Брижатова С.Б., Богинская Ю.В., Глузман Я.А., Ерина И.А., Лукаш А.В., Сердюк И.И., Шохнех А.В., Барышников В.В. [1-6]. Вопросы сотрудничества вузов и бизнеса изучали Светельников А.И., Зиновьев Ф.В., Бабина Н.В., Биширова С.В., Коба Е.Е. [7-8]. Проблемам экономической активности молодежи посвящены статьи Бобкова В.Н., Бобкова Н.В., Орининой Л.В., Световец М.С. [9-10]. Экономическое поведение и ценностные ориентации молодежи исследовали Сугутина А.А., Федорова К.А., Демчура С.С. и др. [11-14]. Однако, публикаций, посвященных вопросам формирования бизнес-стратегии аграрного сектора студентов сельскохозяйственных специальностей практически нет. А это одна из самых проблемных областей нашей экономики и образования.

Необходимо подчеркнуть, что в современной России происходит сокращение доли молодежи, выходящей на рынок труда по сравнению с предыдущими десятилетиями. По данным Всероссийской переписи населения 2010 года, доля молодежи в общем населении страны составила 24%, в 2020 году – 16,5% [15]. Одновременно с этим растет доля тех, кто ищет интересную, творческую, высокооплачиваемую работу, способную отвечать не только материальным, но и экзистенциальным запросам, часто не имея при этом ни малейшего представления о практических путях реализации своих планов. Такое противоречие создает проблемы не только молодым, но и обществу в целом, поскольку многие полезные бизнес-идеи, способные облегчить жизнь всем, так идеями и остаются.

Вместе с тем, многие авторитетные эксперты утверждают, что предпринимательская деятельность, широко разрекламированная в средствах массовой информации по-прежнему не слишком популярна в среде молодежи. Отчасти закрепляя мнение, что прирожденный талант к самостоятельному предпринимательству имеет лишь 5-9% [16], [17]. У нынешней молодежи формально больше возможностей в реализации своих планов, однако ей приходится сталкиваться с гораздо большим количеством проблем, чем их ровесникам 10 лет назад. Многие частные инициативы как отечественные, так и международные сворачиваются из-за пандемии, политического и экономического кризиса. Поэтому часто они ощущают себя ущемленной группой.

Склонно ли современное поколение россиян, прежде всего студенчество, как авангард молодежи, выбирать предпринимательские ценности? Насколько они им близки? Каково в принципе число молодых людей, желающих и способных (что не одно и то же) воплотить свои планы в бизнес-проектах? Каковы мотивы, заставляющие выбирать бизнес? В каких отраслях и видах эко-

номики молодые желают реализовать свои идеи, и есть ли общественные цели у современной молодежи в деле построения успешного бизнеса? На наш взгляд это крайне важные вопросы, ответы на которые помогут выявить перспектив общественно-экономического развития страны.

МЕТОДОЛОГИЯ

Пытаясь ответить на подобные вопросы, мы проводим изучение предпринимательских амбиций студентов на базе Оренбургского ГАУ, поскольку аграрный сектор экономики является основным для нашего края. Важно выяснить не только состояние бизнес-мотивации в настоящее время, но и эволюцию взглядов на молодежное предпринимательство самих молодых за последние годы. Это дает возможность наметить основные тенденции в данном секторе общественной жизни. Основная задача исследования – выяснить состав студентов, желающих заниматься предпринимательством, причины, заставляющие выбрать такой путь, отношение к собственному бизнесу, готовность начать свое дело, знакомство с основными бизнес-стратегиями региона, готовность к конкуренции, предпочтения в направлениях и видах коммерческой деятельности, представления о проблемах, присущих предпринимательству в нашей стране и регионе, и выявить показатели, влияющие на предпринимательскую активность.

Методы сбора первичной информации – опрос студентов выпускного 4 курса ОГАУ, обучающихся по трем основным направлениям (инженерное, биотехнологий и природопользования, ветеринарное) – с помощью анкет, содержащих вопросы, с разных сторон характеризующие отношение респондента к организации предпринимательской деятельности и включенность индивидов в предпринимательский процесс.

В рамках существующих практик границы студенчества определяются возрастом от 18 до 25 лет. Однако наблюдается сильная дифференциация предпочтений от курса к курсу практически по всем социальным показателям. Для наибольшей достоверности выявления уровня предпринимательской готовности студентов представляется целесообразным рассмотреть группу от 22-25 лет, то есть представителей выпускного курса. Возможно, в рамках каждого направления существуют свои специфические проблемы социальных и трудовых одобрений. Поскольку на факультетах, где проходил опрос, учатся в основном молодые люди (девушек лишь 17,95%), мы не стали ставить задачу изучения гендерного аспекта предпринимательских амбиций студентов. По-видимому, это должно стать темой отдельного исследования. Результаты остальных вопросов, связанных с изучаемой темой представлены ниже.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Очень важно выяснить, как понимают студенты термин «предпринимательство», поэтому первый вопрос был открытым и предлагал самим респондентам сформулировать это понятие, опираясь не на учебники, а исключительно на собственные представления. Наиболее характерные высказывания звучат примерно так: «дело, которое тебе по душе и приносит доход», «осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на получение прибыли, «процесс создания новых рабочих мест, увеличение ВВП страны» и т.п. Через характерные формулировки проступает не только понимание студентами сути предпринимательской деятельности, осознание ее рискованности, непредсказуемости, но и отношение к процессу. Многие видят в бизнесе не только возможность обогащения, но и достижение социальных целей, а также возможность реализовать свои желания и вкусы: «дело по душе». Эти выводы отчасти подтверждает следующий вопрос, связанный с бизнес-мотивацией моло-

дых людей. Поскольку мотивы, заставляющие выбирать людей предпринимательскую деятельность, могут быть самыми разными, мы предложили несколько вариантов ответов, ограничив выбор тремя позициями.

Почти треть респондентов рассматривает вполне реалистичные мотивы: заработать на жизнь, реализовать творческие идеи, не слишком идеализируя возможности бизнеса как средства заработать большие деньги – 9,71% и удовлетворить властные амбиции. Последнюю позицию не выбрал никто. С одной стороны, это положительно характеризует современную молодежь, как чуждую жажды власти, с другой стороны, подобное распределение ответов косвенно говорит об отсутствии у большинства молодых людей высоких жизненных перспектив, присущих юношескому периоду, позволяющих, однако, добиться многого в жизни. То есть уже в таком юном возрасте наши студенты не питают никаких иллюзий относительно своего будущего и предпочитают по образному выражению одного из них: «сидеть на месте ровно».

Ответы на следующий вопрос позволяют выяснить мечтают ли молодые люди сегодня об успешной карьере в бизнесе и какова степень их готовности к данной деятельности.

Подавляющее большинство ответов (более трети) расценивают занятие бизнесом, как крайнюю меру, в случае отсутствия других карьерных возможностей. Эти оценки можно охарактеризовать скорее как негативное отношение к подобной жизненной перспективе. Однако высокий процент других вариантов ответов: «очень хочу, но не знаю с чего начать» и «очень хочу, но боюсь прогореть» – раскрывает причины такого отношения к предпринимательской деятельности. Эти выводы подтверждает и количество других выбранных вариантов ответов. Никто из опрошенных не занимается самостоятельной предпринимательской деятельностью и лишь 5,13% помогают своим родителям заниматься бизнесом. При сопоставлении анкет выяснилось, что именно эти студенты собираются заняться предпринимательством самостоятельно, после окончания вуза и именно они уверены в успехе (по 5,13%). Вывод напрашивается сам собой: на выбор жизненной стратегии современных молодых людей в первую очередь влияет пример и мнение родителей. Ни государство, ни вуз, ни общество не являются в этом вопросе определяющими.

Почти четверть опрошенных считает важным наличие связей во властных структурах. Это, на наш взгляд, подтверждает выводы, сделанные выше. Молодые люди не хотят заниматься бизнесом, потому что не верят в успех, не имея связи с властью, косвенно демонстрируя недоверие к региональным органам управления. Однако наряду с этим, достаточно большое количество студентов все же положительно оценивает возможности удачной бизнес-стратегии. Многие из опрошенных полагают критериями успешности ведения бизнеса трудолюбие и настойчивость, наличие новых оригинальных идей. Причем вариант 18 коррелирует с вариантом 20. Именно те молодые люди, которые верят в успех при наличии оригинальных бизнес-идей, считают определяющим также трудолюбие и настойчивость.

Сегодня принято считать, что молодежь не видит перспектив жизни в провинции и так или иначе связывает свое будущее хотя бы в мечтах с переездом в столицу. Насколько такая точка зрения правдива? Ответ на этот вопрос мы получим, если выясним где по мнению студентов выпускного курса лучше заниматься бизнесом.

Ответы респондентов частично развеивают миф о поголовном желании молодежи уехать в столицу. Хотя процент считающих, что бизнес может быть успешным только в столице, достаточно высок (25,64%), все же больше половины опрошенных (51,28%) видят наиболее успешные перспективы занятия бизнесом именно в областном центре. Здесь, по мнению молодежи, можно удачно сочетать большое количество потенциальных

клиентов, существование эффективных каналов коммуникации, привлечение инвестиций, характерных для большого города и поддержку родных и друзей, меньший уровень конкуренции и мошенничества по сравнению со столицей. Кроме того, отрядным является факт выбора в качестве возможного места ведения бизнеса маленького городка или сельской местности, около четверти опрошенных (23,08%) – 17,95% и 5,13% соответственно. Следовательно, большинство молодых людей хотели бы связать свое будущее с малой родиной. Местным властям следует прислушаться к желаниям молодежи и постараться приложить усилия к развитию экономики своего края, к перспективе оптимизации малого и среднего предпринимательства.

Нам также важно узнать, что, по мнению молодежи, может помешать им добиться успеха на предпринимательском рынке в России. Поскольку таких факторов может быть множество, мы предложили выбрать несколько позиций. Как выяснилось, ни один фактор не получил абсолютного большинства голосов. В какой-то степени это доказывает, что однозначных, ярко выраженных причин, мешающих ведению бизнеса в России нет, либо они респондентам неизвестны. Большинство отвечающих (пятая часть) считают, что нестабильность экономической ситуации, сложность прогнозирования рыночных процессов, отсутствие возможности планировать спрос и предложение в современном мире, прежде всего, мешают современным бизнесменам добиваться успеха. Однако, эти причины носят скорее общемировой характер и не являются исключительно российскими. А вот на втором месте по количеству выбранных вариантов выделяется традиционно российская проблема. Почти 19% респондентов указывают в качестве негативного фактора, снижающего бизнес-активность населения, высокий уровень коррупции. Подобные ответы сопоставимы с результатами социологических опросов среди студенчества, проведенных ранее [18, С. 12, 34, 41, 48, 73, 91]. К сожалению, в оценке негативных явлений нашей страны, мешающих нормальному развитию, в том числе в бизнесе, за десятилетие ничего не изменилось. Кроме того, более 15% опрошенных указали на отсутствие поддержки государства в развитии малого бизнеса и почти 14% на высокие налоги от предпринимательской деятельности, причем респонденты настаивали, что налоги следует снижать именно тогда, когда речь идет о малом бизнесе. В дополнительной беседе после опроса многие студенты указывали на необходимость скорейшего принятия прогрессивной шкалы налогообложения государством, как одной из важнейших мер активизации отечественного предпринимательства. О том, что никаких препятствий для успешного предпринимательства в нашей стране не существует, указал только один человек! Как говорится, «комментарии излишни».

Важно было также выяснить, какую сферу предпринимательской деятельности молодежь сегодня считает наиболее перспективной.

К сожалению, здесь мы не увидели почти ничего нового. Выбор ответов носил традиционный характер. Более четверти респондентов назвали торговлю (25,64%), информационные технологии (20,51%), сферу услуг (17,95%). Вызывает полное разочарование ответы на 38 позицию. Сельскохозяйственную деятельность в качестве перспективной сферы предпринимательства не назвал никто. И это в сельскохозяйственном вузе, где студенты приобретают специальности, необходимые для работы на селе. Однако, некоторый оптимизм вызывает количество ответивших на 41 позицию. Почти четверть студентов (23,08%) считают, что добиться успеха сегодня в предпринимательской деятельности можно в любой сфере, было бы желание и трудолюбие. При сравнении анкет выяснилось, что данный вариант ответа выбирают именно те студенты, которые при ответе на вопрос о качествах, помогающих добиться успеха в

бизнесе, выделяли трудолюбие, настойчивость и наличие новых оригинальных идей. Очевидно, что для молодых людей, которые считают определяющими в бизнесе личные таланты, не существует никаких других препятствий и неперспективных направлений на пути к успеху. Правда, насколько реалистичны эти представления и не изменятся ли они при столкновении с действительностью, вопрос открытый.

Насколько экономически самостоятельными являются современные студенты. Ответы на этот вопрос косвенно выявляют потенциальных активистов предпринимательской сферы. Очевидно, что те из них, кто на выпускном курсе уже пытается заработать собственные средства, внутренне готовы в случае необходимости организовать свое дело, даже если сейчас они не имеют предпринимательских амбиций (таблица 1).

Таблица 1–экономическая самостоятельность

Основные средства, на которые вы сейчас живете?		
42-деньги родителей	22	56,41%
43-временные подработки	8	20,51%
44-постоянная работа по найму	7	17,95%
45-свое дело	2	5,13%

Ответы на этот вопрос не так однозначны. На первый взгляд картина выглядит удручающе. Более половины опрошенных (56,41%) утверждают, что живут на деньги родителей, демонстрируя экономический инфантилизм. Однако при сопоставлении суммарного количества оставшихся ответов (20,51%, 17,95%, 5,13%) выходит, что достаточно большое количество молодых людей (43,59%) так или иначе зарабатывают себе на жизнь, а значит проявляют в разной степени экономическую активность и потенциальную готовность к полной финансовой независимости.

Интересным является процентное соотношение молодежи, склонной к экономической активности уже в студенческие годы в наши дни и десятилетие назад. Тогда количество респондентов, ответивших на подобные вопросы положительно, достигало (36,45%) (таблица 2). Если сравнение считать корректным, можно сделать малоутешительный вывод, что за десятилетие построения рыночной экономики предпринимательская активность молодежи продвинулась лишь на 7,14%. Хотя все мы надеялись, что к моменту взросления поколений, рожденных в свободной России при новых рыночных условиях, большинство из них будут ориентированы на создание самостоятельного рыночного продукта.

Таблица 2–Какие средства выживания вы используете в новой для вас экономической среде? [19. С.87, 99]

- экономлю на продуктах и вещах	117	21,01%
- ишу дополнительные заработки	135	24,24%
- осваиваю дополнительную специальность	42	7,54%
- занимаюсь предпринимательством	26	4,67%
- ограничиваю себя в развлечениях	257	46,14%
- другое (что именно, напишите)	47	8,44%

Насколько эффективным является сегодня высшее образование. Ответ на этот вопрос предполагает исследование множества критериев эффективности и бесспорно одним из них является способность вуза и системы образования в целом помочь студенту развить в себе предпринимательские навыки через теоретические знания. Сначала мы спросили у студентов напрямую, помогает ли учеба в вузе открыть свое дело.

Ответы демонстрируют довольно индифферентное отношение современных студентов к учебе как к способу приобретения знаний, помогающих в будущей бизнес-деятельности. Больше половины из них считают, что учеба не помогает и не мешает. Кроме того, почти 18% утверждают, что учеба не только не помогает, а скорее мешает заниматься бизнесом, поскольку отнимает время и силы, которые необходимы для занятий своим делом. Если прибавить сюда тех, кто не знает, насколько

учеба в вузе оказывается полезной для будущей карьеры предпринимателя, почти 13%, то картина вырисовывается удручающая. Подавляющее большинство не видит в учебе дополнительных стартовых возможностей для успеха в бизнес-карьере. Можно сделать однозначный вывод, что современное вузовское образование не учит молодежь проявлять независимость и творчество на рынке труда.

Развивая идею о необходимости теоретических знаний в будущей профессиональной карьере, мы задали студентам открытый вопрос о том, какие учебные дисциплины, по их мнению, важно изучать для успешной ориентации на рынке. Среди наиболее популярных ответов экономика, маркетинг, психология, право, математика. Ответы достаточно ожидаемые, но хотелось бы выделить два принципиальных момента. Во-первых, никто из них не назвал ни одного профессионального предмета, связанного непосредственно с получаемой специальностью. Все перечисленные выше дисциплины носят общеобразовательный характер. Здесь может быть два предположения. Либо студенты не видят возможности применения профессиональных знаний в будущем, потому что направления, связанные с получаемой профессией, не считают перспективными для предпринимательской деятельности. Это подтверждают ответы на вопросы, заданные выше. Либо преподавание специальных дисциплин нуждается в совершенствовании и дальнейшем приближении к жизни, что позволило бы приобретать реальные навыки, необходимые в будущей профессии. Во-вторых, четверть студентов либо вообще проигнорировала этот вопрос, не вписав никакой предмет, либо ответила «не знаю», или «никакие» что также подтверждает наши выводы. Знания, получаемые в современных вузах, в лучшем случае не мешают молодым людям приобретать предпринимательские знания и уж тем более, никак им в этом не помогают.

Соотношение вариантов ответов на вопросы и принадлежность к одному из четырех представленных факультетов принципиальной разницы в цифрах не дало. Студенты разных направлений отвечали примерно одинаково. Эти данные дополнительно доказывают, что в массе своей молодежь не связывает сегодня финансовое благополучие с получаемой в вузе профессией.

И наконец, мы хотели выяснить, существует ли связь между выбранной специальностью, экономическими амбициями и семейными традициями молодых людей.

Цифры показательны и в социальном плане, и в экономическом. Большинство студентов провинциального сельскохозяйственного вуза имеют, что называется, рабоче-крестьянское происхождение. Это иллюстрирует, на наш взгляд, довольно тревожную картину, характерную для всей страны. В провинциальные сельскохозяйственные вузы поступают в основном только те, кто не имеет возможности, прежде всего материальной, уехать в столицу или город-миллионник. Второй вывод более позитивный. При сопоставлении анкет выяснилось, что несмотря на то что детей предпринимателей у нас учиться немного, именно в таких семьях дети хотят повторить путь родителей. То есть можно говорить о появлении семейной преемственности в предпринимательской среде, что является поводом для осторожного оптимизма.

ВЫВОДЫ

Анализ экономического сознания студенческой молодежи на примере одного из региональных вузов показывает, что ее мировоззрение и социально-экономические ориентиры носят довольно туманный характер. Молодежь в основном демонстрирует экономический и профессиональный инфантилизм и невысокую социальную ответственность. Однако обвинять в этом только молодежь было бы несправедливо. По данным ВЦИОМ на 2019 год, 42% молодых людей поступают в университет, веря, что высшее образование поможет найти хорошую работу [20]. Но этого не происходит. Причем такая картина сложилась не только в провинции, но и многие

ведущих вузов страны. Дочь моих друзей, обучаясь на выпускном курсе ВШЭ в Москве, заметила, что не представляет, где бы она могла в будущей работе применить полученные в одном из самых престижных вузов столицы знания.

Очевидно, что одной из первостепенных задач вузовской среды является сегодня скорейшее внедрение новых образовательных платформ для овладения реальными современными навыками предпринимательской деятельности. Было бы неверным утверждать, что в России нет практики успешного предпринимательства. Поэтому на наш взгляд, очень важно активно привлекать к преподаванию в вузе профессиональных дисциплин не просто практиков, но и успешных бизнесменов, которые бы личным примером опровергали пассивные установки современной молодежи. Очевидно, что силами вузов ситуацию не переломить. Только сотрудничество с властью и самим предпринимательским сообществом через механизмы совершенствования финансовой, правовой, информационной, образовательной поддержки молодых возможны позитивные изменения, от которых однозначно выиграет общество в целом. Опыт других стран (Китай, Сингапур, Мексики) нам это доказывает. Государственные чиновники должны помочь научно-образовательному сообществу разработать и внедрить образовательные программы, причем не только для вузов, но и для образовательных учреждений всех ступеней: школ, колледжей и т.д. Кроме того, важно создать в обществе позитивный образ предпринимателя, анонсируя их производственную и благотворительную деятельность и необходимость ее для страны.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Брижатова С.Б. Социально-культурные условия формирования мотивации молодежи к предпринимательской деятельности в России: состояние и перспективы // Теория и практика современной науки. 2016. № 12-2. С. 639-642.
2. Бозинская Ю.В., Глузман Я.А. Формирование мотивации достижений у современной молодежи // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2016. № 1-4. С. 15-17.
3. Ерина И.А. К вопросу о мотивации студенческой молодежи к учебной и внеучебной деятельности // Проблемы современного и педагогического образования. 2016. № 53-2. С. 310-319.
4. Лукаш А.В. Культурные трансформации и динамика трудовых мотиваций современной российской молодежи // Вопросы культурологии. 2016. № 5. С. 16-21.
5. Сердюк И.И. Особенности мотивации к успешному бизнесу // Современные научные исследования и разработки. 2017. № 2. С. 406-407.
6. Шохнех А.В., Барышникова В.В. Механизмы мотивации предпринимательской активности молодежи в системе обеспечения экономической безопасности России // Инновационное развитие экономики. 2019. № 4-2. С. 190-193.
7. Светельников А.И. Преимущества сотрудничества вузов и бизнеса при подготовке специалистов экономического профиля для участников интеграции: государства, вуза, бизнеса // Теория и практика современной науки. 2016. № 9. С. 328-332.
8. Зиновьев Ф.В., Бабина Н.В., Биширова С.В., Коба Е.Е. Мотивация к взаимодействию молодежи, вуза и бизнеса: проблемы и пути их решения // Экономика и предпринимательство. 2016. № 3-2. С. 504-511.
9. Бобкова В.Н., Бобкова Н.В. Экономическая активность российской молодежи и проблемные зоны ее реализации // Уровень жизни населения регионов России. 2016. № 2. С. 8-29.
10. Оринина Л.В., Световец М.С. Экономическая активность учащейся молодежи как фактор повышения ее адаптивности к меняющимся социально-экономическим условиям России // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2016. № 3. С. 73-77.
11. Сузгутина А.А., Федорова К.А., Демчура С.С. Экономическое поведение и особенности экономических ценностных ориентаций молодежи // Интеграция наук. 2017. № 6. С. 113-116.
12. Рзаева У.Д. Духовно-нравственные основы современного экономического поведения // Научный вектор Балкан. 2019. Т. 3. № 4 (6). С. 91-94.
13. Тишков Д.С. Измерение экономической ценности при обучении по специальности «Стоматология» // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2020. Т. 9. № 3 (32). С. 361-363.
14. Иванова Т.Н., Элекин И.П. Особенности формирования жизненных стратегий современной молодежи // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. № 4 (29). С. 196-198.
15. Сообщение оргкомитета Всероссийской переписи населения 2020 года [Электронный ресурс]. «Рамблер»/новости. Режим доступа: <https://news.rambler.ru/community> – дата обращения: 10.02.2021
16. Леус Д. Независимое информационное издание MEDIAVEKTOR [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://mediavektor.org> – дата

обращения: 12.02.2021

17. Сколько людей на земле являются предпринимателями [Электронный ресурс]. Foykes: маркетинг, инфографика, дизайн. Режим доступа: <http://foykes.com> – дата обращения: 12.02.2021

18. Молодежь в полиэтничных регионах Приволжского Федерального округа. Экспертный доклад / Под ред. В.А. Тишкова, В.В. Степанова В.А. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013. – 115 с.

19. Мугиль Ю.В., Спасенкова С.В. Адаптация сельской молодежи в городской студенческой среде. – Оренбург: Издательский центр ОГАУ, 2008. – 138 с.

20. Высшее образование: социальный лифт или потерянное время? ВЦИОМ новости. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor> – дата обращения: 13.02.2021

Статья поступила в редакцию 11.03.2021

Статья принята к публикации 27.08.2021