

фактическое ресурсо-обеспечение еще в процессе становления, так как на перманентной основе не проводится.

Библиографические ссылки

1. Флиер А.Я. Культура культуры // Мир культуры и культурология. СПб.: Изд-во РХГА (Русской христианской гуманитарной академии), 2012. Вып. 2. С. 68–73.
2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 29 января 2021 г. № 53 О Государственной программе «Культура Беларуси» на 2021–2025 годы [Электронный ресурс] URL: // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. - Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100053> – Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. (дата обращения: 10.10.2022).
3. КУЛЬТУРА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ (статистический бюллетень) [Электронный ресурс] // Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. URL :<https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/f07/dt9lqdc7o5g2f0f3vtz2xxw2fk8uvezm.pdf> – (дата обращения: 12.10.2022).

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ КАЧЕСТВА СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ ИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ УСПЕШНОСТИ

О.Н. Гаврилик

*Гродненский государственный университет имени Янки Купалы,
Ул. Ожешко, 22, 230023, Гродно, Беларусь
gavrilik.oksana@yandex.ru*

В статье раскрыта актуальность формирования предпринимательских компетенций у учащейся молодежи, представлен опыт Гродненского государственного университета имени Янки Купалы. Осуществлен сравнительный анализ мнения жителей страны и студентов как особой социальной группы, принявших участие в авторском социологическом исследовании. Сделаны выводы о готовности студентов к предпринимательской деятельности, некоторых аспектах их экономической культуры.

Ключевые слова: *предпринимательская деятельность; предпринимательские компетенции; студенты; экономическая культура.*

Инновационное развитие экономики страны зависит от притока молодых квалифицированных кадров, работы предпринимателей, удовлетворяющих потребности личности, общества, государства. Возрастает спрос на инициативных, ответственных, коммуникабельных, предприимчивых сотрудников, которые имеют опыт проектной, командной деятельности. В связи с этим система образования старается отвечать на запросы экономики и модернизировать программы подготовки обучающихся через введение курсов по финансовой грамотности, бизнес-планированию, менеджменту, инновационному предпринимательству, проведение олимпиад и конкурсов, организацию площадок для проектной работы и другие мероприятия, направленные на развитие экономической культуры и предпринимательских компетенций молодежи.

Особое внимание к созданию условий для продвижения студенческих инициатив, бизнес-проектов, коммерциализации научных разработок уделяется в учреждениях высшего образования. Данное направление является одним из приоритетных в модели «Университет 3.0». Современный университет не только осуществляет квалификационную подготовку обучающихся, но и выступает генератором идей, инноваций, которые выходят на рынок и становятся источником дохода. Соответственно, преподаватели, научные сотрудники и студенты должны научиться быть еще и предпринимателями, превратить свою идею в бизнес-проект и успешно воплотить его в жизнь. Это требует дополнительной подготовки и создания необходимой инфраструктуры.

В качестве примера системной работы в данном направлении можно привести Гродненский государственный университет имени Янки Купалы. На базе университета действует Научно-технологический парк, в котором реализуются инновационные способы производства продукции. Примечательно, что резидентами Научно-технологического парка нередко становятся сотрудники, студенты и выпускники университета. В учебные планы подготовки будущих специалистов включены дисциплины по бизнес-планированию, управлению проектами, предпринимательству. Пройти обучающие курсы и получить консультационную помощь по оформлению и коммерческому продвижению своей идеи студенты могут в Студии проектов и стартапов, а представить свои разработки на суд жюри и менторов могут на ежегодном Открытом конкурсе студенческих бизнес-идей инновационных стартапов «ИнНаСтарт». Координационную работу осуществляет Центр трансфера технологий, а в обязанности сотрудников

Центра развития карьеры входит мониторинг карьерной траектории выпускников.

Занятие предпринимательской деятельностью требует от человека не только специализированных знаний, в том числе в бухгалтерии, маркетинге, менеджменте, налогообложении и правовом регулировании, но и личностных качеств – целеустремленности, трудолюбия, ответственности, инициативности, организованности, готовности к риску и неопределенности, решительности, умения работать в команде и быстро адаптироваться к изменяющейся ситуации. Именно такие люди могут стать успешными в бизнесе, создать инновационный продукт, технологию или услугу, востребованные на отечественном рынке, а также за его пределами.

Для того чтобы определить, действительно ли студенты ориентированы на предпринимательскую деятельность и обладают необходимыми качествами, обратимся к результатам авторского социологического исследования, проведенного в 2017 году. Был осуществлен анкетный опрос жителей всех областей Республики Беларусь и города Минска по комбинированной выборке, которая составила 1000 человек [1]. Ранее не были опубликованы результаты анализа ответов студентов как отдельной группы респондентов, поэтому представленные в статье данные являются новыми. Одной из задач исследования было выявление ориентации населения на определенный тип экономического поведения. В качестве «идеальных» типов при интерпретации данных были использованы выделенные белорусским социологом Г.Н. Соколовой дорыночный, рыночный и псевдорыночный типы экономического поведения [2, с. 270-273]. Ответы студентов отличаются от средних значений по стране. Так, в целом для 45,2 % жителей Беларуси характерна ориентация на рыночный тип экономического поведения (стремление к максимизации дохода с приложением максимума усилий), каждый пятый (20,5 %) предпочитает иметь гарантированный доход ценой минимума затрат (дорыночный тип экономического поведения), 13,2 % опрошенных хотели бы иметь высокий доход ценой минимума затрат (псевдорыночный тип экономического поведения). 21,1 % населения затруднились ответить. Среди студентов, принявших участие в анкетировании, 53,3 % готовы больше работать, чтобы больше зарабатывать, что отвечает требованиям рыночной экономики. Для 19,6 % студентов характерна ориентация на псевдорыночный тип экономического поведения, что также выше среднего показателя по стране. В меньшей степени выражено стремление иметь гарантированный доход

ценой минимума затрат (13,1 %). Затруднились дать ответ 14 % опрошенных студентов. Таким образом, более половины студенческой молодежи выражает готовность к трудовой деятельности, которая потребует значительных усилий, но и позволит получить высокое материальное вознаграждение. Однако в данной социальной группе и больше доля тех, кто не прочь получать доход легким способом.

Представляет интерес и сравнение ответов респондентов на вопрос о важности различных характеристик работы (можно было выбрать несколько вариантов ответа). Студенты выше оценивают значимость таких характеристик, как высокая заработная плата (77,8 % против 72,8 % опрошенных жителей страны), возможность достичь успеха на работе (43,9 % и 32,8 % соответственно), возможность проявить инициативу (27,1 % и 22,7 % соответственно), право голоса при принятии важных решений (17,8 % и 15,8 % соответственно), отсутствие жесткого контроля (16,8 % и 13,9 % соответственно). Вместе с тем студенты ниже оценивают значимость хорошего коллектива на работе (58,9 %) по сравнению с ответами общего числа респондентов (69,3 %). Возможно, это объясняется отсутствием большого опыта трудовой деятельности, а также индивидуализмом и ориентацией на личные достижения. Менее важной является полезная работа для общества (11,2 % и 18 % соответственно) и ответственная работа (8,4 % и 13,1 % соответственно).

В ходе опроса жителям предлагалось оценить, в какой степени важны различные факторы для того, чтобы «делать» деньги. В контексте данной статьи были выбраны для анализа следующие факторы: трудолюбие, усердие (важными считают 94,7 % участников исследования против 94,4 % ответов студентов), терпение, бережливость (85,7 % и 84,1 % соответственно), риск, авантюра (61 % и 72,9 % соответственно). Как показывают данные, студенты в большей степени рассматривают риск как важное условие повышения уровня дохода. Их представления существенно отличаются от мнения старшей возрастной категории респондентов, которые считают трудолюбие (97,2 %) и бережливость (90 %), а не рискованную деятельность (55 %) залогом приращения капитала.

Как же студенческая молодежь оценивает собственную готовность к предпринимательской деятельности? Как было отмечено выше, неотъемлемыми качествами успешного предпринимателя являются инициативность, инновационность, целеустремленность, предприимчивость. 91,6 % опрошенных студентов отметили наличие у себя

стремления к самореализации, 76,6 % считают себя предприимчивыми и 72 % – инновационными. Последние два показателя у студентов выше почти на 10 п.п. по сравнению со средними значениями. Что касается готовности к предпринимательским рискам, то жители страны в целом оценили ее на 4,8 балла (по 10-балльной шкале), студенты – на 5,9 баллов, самое высокое значение у предпринимателей – 6,7 баллов. Результаты исследования свидетельствуют о том, что молодые люди обладают не только востребованными знаниями, но и необходимыми личностными качествами, чтобы реализоваться в бизнес-сфере. Многие из них ценят материальный достаток, свободу действий, успех, возможность самореализации, они предприимчивы, инициативны и готовы рисковать. Однако не всегда их привлекает ответственная работа, требующая большого усердия и терпения, а склонность к индивидуальной деятельности может препятствовать налаживанию коммуникации с другими людьми. Поэтому приобретение навыков командной работы, кооперации является важным на пути достижения профессиональных успехов современной молодежью.

Библиографические ссылки

1. Гаврилик О. Н. Монетарное мышление населения Республики Беларусь // Журнал Белорусского государственного университета. Социология. 2017. № 2. С. 95–102.
2. Соколова Г. Н. Экономическая социология. Минск: Выш. шк., 2013. 384 с.

ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССА РАЗВИТИЯ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ В ВИТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ НА БЛАГОПОЛУЧИЕ НАСЕЛЕНИЯ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ

М.А. Лавыгина, Л.А. Гуринович

*Иркутский государственный университет,
Ул. Ленина, 3, 664003, Иркутск, России
priem@socio.isu.ru*

В статье осуществляется исследование развития такого социального феномена как благотворительность и ее представленность в Иркутской области в настоящее время. Автор представил анализ социальных и коммуникационных факторов, повлиявших на перенос благотворительности в виде социального явления в цифровой формат. Помимо