

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ БЕЛАРУСИ

И. В. ПИНЧУК¹⁾, А. А. ПОХОМОВА¹⁾, Л. В. ФИЛИНСКАЯ¹⁾

¹⁾Белорусский государственный университет, пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь

Аннотация. Представлены результаты социологического исследования предпринимательской активности студенческой молодежи, проведенного в ноябре 2024 г. в десяти учреждениях высшего образования Беларуси учебно-научно-исследовательским кластером «Общественное мнение» Белорусского государственного университета по инициативе Секретариата Наблюдательного совета Парка высоких технологий. Подчеркнута стратегическая важность вовлечения молодых людей в предпринимательскую деятельность для развития экономики страны. Проанализированы ценностные ориентиры и профессиональные устремления респондентов. Особое внимание уделено мотивации создания бизнеса, факторам успеха и барьерам, с которыми сталкиваются молодые люди при ведении собственного дела. Указано, что для студентов наиболее важными ценностями являются семья, здоровье, материальное благополучие, интересная, творческая работа и хорошие отношения с окружающими людьми. Установлено, что ключевыми требованиями к месту работы выступают уровень заработной платы, условия труда, возможности профессионального роста и построения карьеры. Зафиксирован относительно высокий интерес студентов к предпринимательству, которое рассматривается многими обучающимися в качестве профессии. Отмечено, что гендерный стереотип о предпринимательстве уходит в прошлое: девушки стремятся к созданию собственного дела не меньше, чем юноши. Выявлено, что лишь небольшая часть респондентов имеют опыт в ведении бизнеса; они более высоко оценивают такие личностные качества, как ответственность, целеустремленность, коммуникабельность и креативность, а также являются более склонными к риску и обладают предпринимательским складом характера. Определены следующие необходимые, по мнению студентов, аспекты для достижения успеха в качестве предпринимателя: четкий план развития бизнеса, стартовый капитал, предпринимательский склад характера, специальные знания в области управления, маркетинга и финансового планирования, возможность аренды помещения и оборудования. Сделан вывод о том, что университеты в лице стартап-центров играют важную роль в популяризации бизнес-деятельности среди молодежи, способствуют формированию у нее представления о предпринимательстве как о креативной и высокоинтеллектуальной области. Полученные результаты могут быть применены для развития стартап-движения в учреждениях высшего образования Беларуси, а также для планирования учебного процесса, организации воспитательной работы со студентами.

Ключевые слова: студенческая молодежь; предпринимательство; предпринимательские намерения; ценности; предпринимательская активность; карьерные планы; факторы успеха; барьеры; стартап-центры; предпринимательский университет.

Образец цитирования:

Пинчук ИВ, Похомова АА, Филинская ЛВ. Предпринимательская активность студенческой молодежи Беларуси. *Журнал Белорусского государственного университета. Социология*. 2025;1:101–110. EDN: XCFOLL

For citation:

Pinchuk IV, Pokhomova AA, Filinskaya LV. Entrepreneurial activity of student youth of Belarus. *Journal of the Belarusian State University. Sociology*. 2025;1:101–110. Russian. EDN: XCFOLL

Авторы:

Игорь Викторович Пинчук – кандидат социологических наук, доцент; доцент кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук.

Алеся Андреевна Похомова – кандидат социологических наук, доцент; заведующий кафедрой социальной коммуникации факультета философии и социальных наук.

Лариса Владимировна Филинская – кандидат философских наук, доцент; доцент кафедры социологии факультета философии и социальных наук.

Authors:

Igor V. Pinchuk, PhD (sociology), docent; associate professor at the department of social communication, faculty of philosophy and social sciences.

igor_pinchuk87@mail.ru
<https://orcid.org/0000-0003-0544-0729>

Alesya A. Pokhomova, PhD (sociology), docent; head of the department of social communication, faculty of philosophy and social sciences.

pakhom@bsu.by
<https://orcid.org/0000-0001-8627-953X>

Larisa V. Filinskaya, PhD (philosophy), docent; associate professor at the department of sociology, faculty of philosophy and social sciences.

filinskay@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4133-5416>

Благодарность. Авторы выражают благодарность Секретариату Наблюдательного совета Парка высоких технологий в лице Д. И. Микунко, а также коллегам кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук И. А. Лемецу и Е. К. Артёменко-Мельянцовой за помощь в сборе и обработке данных.

ENTREPRENEURIAL ACTIVITY OF STUDENT YOUTH OF BELARUS

I. V. PINCHUK^a, A. A. POKHOMOVA^a, L. V. FILINSKAYA^a

^aBelarusian State University, 4 Niezaliezhnasci Avenue, Minsk 220030, Belarus

Corresponding author: A. A. Pokhomova (pakhom@bsu.by)

Abstract. The article presents the results of the sociological research of entrepreneurial activity of student youth, conducted in November 2024 in ten institutions of higher education in Belarus by the educational and research cluster «Public opinion» of the Belarusian State University on the initiative of the Secretariat of Hi-Tech Park Supervisory Board. The strategic importance of involving young people in entrepreneurial activity for the development of the country's economy was emphasised. The value orientations and professional aspirations of the respondents were analysed. Special attention is paid to the motivation for starting a business, success factors and barriers faced by young people when running their own business. It is indicated that the most important values for students are family, health, material well-being, interesting, creative work and good relations with people around them. It is established that the key requirements to the place of work are the level of salary, working conditions, opportunities for professional growth and career building. There is a relatively high interest of students in entrepreneurship, which is considered by many students as a profession. It is noted that the gender stereotype of entrepreneurship is a thing of the past: girls are no less eager to create their own business than boys. It is revealed that only a small part of the respondents have experience in running a business; they value such personal qualities as responsibility, purposefulness, communication and creativity more highly, as well as being more prone to risk and possessing an entrepreneurial character. The following aspects are identified as necessary for success as an entrepreneur according to the students: a clear business development plan, start-up capital, an entrepreneurial mindset, specialised knowledge in management, marketing and financial planning, and the ability to rent premises and equipment. It is concluded that universities represented by startup centres play an important role in popularising business activities among young people, helping them to form an idea of entrepreneurship as a creative and highly intellectual field. The results obtained can be applied to the development of startup movement in higher education institutions of Belarus, as well as to the planning of the educational process and the organisation of educational work with students.

Keywords: student youth; entrepreneurship; entrepreneurial intentions; values; entrepreneurial activity; career plans; success factors; barriers; startup centres; entrepreneurial university.

Acknowledgements. The authors express gratitude to the Secretariat of Hi-Tech Park Supervisory Board represented by D. I. Mikulko, as well as to colleagues of the department of social communication, faculty of philosophy and social sciences I. A. Lemets and A. K. Artsiomenka-Melyantsova for their assistance in data collection and processing.

Введение

Включение студенческой молодежи в предпринимательскую деятельность является стратегически важным аспектом развития сферы экономики в Беларуси. Молодые люди более открыты новым идеям и технологиям, они способны создавать инновационные проекты, которые могут привлечь инвестиции и содействовать экономическому росту. Предпринимательство дает представителям студенчества возможность реализовать свой потенциал, подняться по социальной лестнице и достичь финансовой независимости.

Для повышения конкурентных преимуществ университеты трансформируются под воздействием внутренних и внешних вызовов и рисков. Деятельность учреждений высшего образования расширилась: университеты, направленные на профессио-

нальную подготовку специалистов в разных секторах экономики (модель «университет 1.0»), сменились предпринимательскими университетами (модель «университет 3.0»). Идея предпринимательского университета появилась в конце XX в. и включала в себя представление о единстве образования, науки и предпринимательского духа, позволяющего, с одной стороны, монетизировать научные разработки преподавателей и студентов, а с другой – стимулировать предпринимательскую активность выпускаемых кадров. В этих целях в рамках учреждения высшего образования создаются специальные структурные подразделения, задачами которых являются развитие его инновационного потенциала посредством повышения предпринимательской активности прежде всего студенческой молодежи и фор-

мирование связи между университетом и бизнес-сообществом. В качестве таких подразделений в университетах Беларуси выступают стартап-центры. Реализация модели «университет 3.0»¹ началась с 2018 г., когда экспериментальные проекты были рассмотрены и внедрены на период с 2018 по 2023 г.² в деятельность ряда учреждений высшего образования страны, среди которых Белорусский государственный университет, Белорусский государственный

экономический университет, Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники, Белорусский государственный технологический университет, Гродненский государственный университет имени Янки Купалы и Белорусско-Российский университет. В БГУ стартап-центр был создан в 2019 г. Опыт работы данного подразделения оказался не только успешным, но и возможным к распространению.

Материалы и методы исследования

Для изучения и оценки предпринимательских намерений и предпринимательской активности студенческой молодежи учреждений высшего образования Беларуси в период с 11 по 20 ноября 2024 г. специалисты учебно-научно-исследовательского кластера «Общественное мнение» БГУ провели социологическое исследование. Сбор эмпирических данных осуществлялся методом онлайн-опроса.

В исследовании были задействованы десять учреждений высшего образования, находящиеся в Мин-

ске и разных областях Беларуси. Объем выборки – 2764 респондента. Так как в отдельных университетах количество опрошенных превышало норму, в ходе обработки полученной информации была применена процедура перевзвешивания данных. Выборочную совокупность составили студенты мужского и женского пола (44,4 и 55,6 % соответственно), бюджетной и платной форм обучения (64,9 и 35,1 % соответственно), 1-го курса (26,2 %), 2-го курса (21,7 %), 3-го курса (25,3 %), 4-го и 5-го курсов (26,8 %).

Результаты и их обсуждение

Выбор и планирование карьеры – важные решения человека, существенно влияющие на качество его жизни, уровень удовлетворенности ею и общее благополучие. Изучение ценностей студентов позволяет понять мотивацию их выбора профессии, места работы. Результаты проведенного исследования (рис. 1) свидетельствуют о том, что молодые люди считают наиболее важными следующие ценности:

- семью, являющуюся надежной опорой и источником поддержки;
- здоровье, которое выступает основой для достижения целей;
- материальное благополучие, состоящее в финансовой стабильности и обеспечивающее комфортную жизнь;
- интересную, творческую работу, которая позволяет выражать индивидуальность, раскрывать потенциал, получать удовлетворение и чувствовать свою значимость;
- хорошие отношения с окружающими людьми.

Вполне естественно, что значимой для опрошенных ценностью является досуг. В свободное от учебы время молодые люди могут заниматься различными видами деятельности, которые содействуют их личностному росту, а также общаться со своими друзьями и заводить знакомства с новыми людьми.

Кроме того, представители студенчества считают ценным личностное развитие, состоящее в проявлении самостоятельности, наличии желания получить хорошее образование и реализовать свои способности.

Были зафиксированы некоторые различия в ответах среди респондентов разного пола. Интересная, творческая работа является более важной ценностью для девушек (52,1 %), чем для юношей (39,2 %), в то время как для вторых ценности досуга (43,7 %) и экономической независимости (38,1 %) оказываются более значимыми, чем для первых (25,9 %).

Анализ распределения ответов студентов разных курсов показал, что с увеличением срока обучения повышается ценность материального благополучия (этот аспект важен для первокурсников (56,2 %), второкурсников (66,3 %), третьекурсников (67,3 %), четверокурсников и пятикурсников (73,1 %)). Противоположная тенденция наблюдается в плане таких ценностей, как хорошие отношения с окружающими людьми (указанный аспект значим для студентов 1-го курса (47,0 %), 2-го курса (48,0 %), 3-го курса (43,0 %), 4-го и 5-го курсов (39,4 %)) и образование, знание (данный аспект является существенным для опрошенных 1-го курса (41,6 %), 2-го курса (40,3 %), 3-го курса (38,5 %), 4-го и 5-го курсов (30,5 %)).

¹О совершенствовании деятельности учреждений высшего образования на основе модели «университет 3.0» [Электронный ресурс] : приказ министра образования от 1 дек. 2017 г. № 757 // КонсультантПлюс. Беларусь / ЮрСпектр, Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь. Минск, 2017.

²Об экспериментальной и инновационной деятельности в 2018/2019 учебном году : приказ М-ва образования Респ. Беларусь от 26 июля 2018 г. № 615 // Минский городской методический портал. URL: <http://mp.minsk.edu.by/main.aspx?guid=88941> (дата обращения: 14.02.2025).



Рис. 1. Распределение ответов всех респондентов на вопрос «Какие ценности являются для Вас наиболее важными?», %.
Студенты могли выбрать несколько вариантов ответа

Fig. 1. Distribution of all respondents' answers to the question «Which values are most important for you?», %.
Students could choose more than one answer

У студентов разных профилей обучения первые пять мест рейтинга ценностей совпадают. Что касается остальных позиций ценностей, то выявлены некоторые отличия. Следует отметить, что поддержание хороших отношений с окружающими людьми более важно для представителей социогуманитарного профиля (47,1 %), чем для представителей естественно-научного направления (39,8 %); возможность приносить пользу людям – для студентов естественно-научного профиля (31,3 %), чем для студентов экономического направления (19,5 %); экономическая независимость – для опрошенных экономического профиля (32,5 %), чем для опрошенных естественно-научного направления (25,9 %).

Молодежь, обучающаяся в учреждениях высшего образования Беларуси, имеет широкий спектр предпочтений относительно своей будущей профессиональной деятельности (рис. 2). Большинство студентов стремятся к быстрому применению полученных знаний на практике и достижению конкретных результатов. Значительная часть респондентов выразили желание создать собственный бизнес, что свидетельствует о растущей популярности предпринимательства среди молодых людей. Несмотря на то что государственная служба, а также работа в сферах образования и науки не являются самы-

ми популярными видами деятельности, они пользуются спросом у молодежи: 15,6 % опрошенных планируют работать в органах государственного управления, 9,7 % респондентов хотели бы преподавать, 9,7 % студентов собираются заниматься научно-исследовательской работой. То, что 22,1 % молодых людей не определились с планами на будущее, может быть связано с недостатком информации о рынке труда, неуверенностью в отношении своих способностей, неготовностью к принятию решения и т. д.

В данном вопросе различия в ответах респондентов разного пола традиционны: девушки чаще, чем юноши, выбирают работу в сферах образования (12,0 и 6,7 % соответственно), науки (11,0 и 8,1 % соответственно), государственного управления (16,8 и 14,2 % соответственно). В то же время юноши, по сравнению с девушками, чаще занимаются практической деятельностью по специальности (54,1 и 44,9 % соответственно). Все более популярным выбором как юношей, так и девушек становится предпринимательство. Представители обоих полов (48,4 % юношей и 43,4 % девушек) одинаково стремятся к созданию собственного бизнеса. Таким образом, стереотип о предпринимательстве как мужской деятельности уходит в прошлое.



Рис. 2. Распределение ответов всех респондентов на вопрос «Какому виду деятельности Вы хотели бы посвятить себя после окончания университета?», %. Студенты могли выбрать несколько вариантов ответа

Fig. 2. Distribution of all respondents' answers to the question «What kind of activity you would like to devote yourself to after graduation?», %. Students could choose more than one answer

Выбор профессионального пути во многом зависит от профиля обучения (см. таблицу). Будущие специалисты естественно-научного направления чаще других ориентированы на научную деятельность и преподавание, что свидетельствует о глубокой вовлеченности в изучаемую область. Представители социогуманитарного профиля имеют более широкий спектр интересов: они видят себя в сферах предпринимательства, государственного управления, практической деятельности по специальности, преподавания (им планирует заниматься почти каждый

пятый гуманитарий). Студенты технического направления, по сравнению с обучающимися других профилей, имеют большее желание работать по специальности; среди них велика доля людей, которые хотят уйти в бизнес. Будущие выпускники экономического профиля планируют заниматься предпринимательством и деятельностью по специальности; примерно каждый седьмой студент видит себя в органах государственного управления. Значительная часть респондентов всех профилей обучения еще не определились с будущей профессией или не имеют четких планов.

**Распределение ответов респондентов на вопрос:
«Какому виду деятельности Вы хотели бы посвятить себя после
окончания университета?» – в зависимости от профиля обучения, %**

**Distribution of respondents' answers to the question:
«What kind of activity you would like to devote yourself to after
graduation» – depending on the profile of study, %**

Варианты ответа	Профиль обучения			
	Естественно-научный	Социогуманитарный	Технический	Экономический
Преподавательская работа (в школе, лицее, колледже, университете)	27,0	18,0	4,6	5,0
Научно-исследовательская работа (в исследовательских отделах, институтах, лабораториях)	41,3	9,3	6,6	3,6
Работа в органах государственного управления, в том числе государственная служба	12,2	30,4	9,6	14,7
Практическая деятельность по специальности (инженер, переводчик, экономист и т. д.)	27,4	25,3	64,6	51,4
Предпринимательство, собственный бизнес	28,2	39,7	43,9	57,9
Забота о семье, воспитание детей	6,4	5,9	4,3	2,9

Окончание таблицы
Ending of the table

Варианты ответа	Профиль обучения			
	Естественно-научный	Социогуманитарный	Технический	Экономический
Пока рано думать об этом	8,9	5,2	6,4	5,6
Четких планов пока нет	19,8	23,1	22,2	22,0
Другое	2,0	3,4	3,1	1,2

Примечание. Респонденты могли выбрать несколько вариантов ответа.

Важно отметить, что 78,8 % человек из тех опрошенных, которые уже занимаются предпринимательством, нацелены продолжить вести бизнес. Чаще других к данному виду деятельности склоняются студенты, у которых ближайшие родственники связаны с бизнес-средой (56,9 %).

В ходе исследования респонденты должны были выразить степень согласия или несогласия с вопросами о личностных качествах человека (рис. 3). Для анализа полученных данных варианты ответа «да» и «скорее да» были объединены в позицию «да». Результаты опроса свидетельствуют о том, что оценка обучающимися личностных качеств высока. Так, 93,5 % молодых людей готовы брать на себя ответственность, 93,1 % представителей студенчества ориентированы на результат, 89,9 % опрошенных умеют работать в команде, 89,1 % респондентов являются настойчивыми в достижении своих целей, 84,0 % будущих специалистов уверены в себе, 74,4 % участников опроса согласились с утверждением о своей креативности и склонности к использованию инноваций. Склонность к риску зафиксировали у себя немного больше половины студентов (57,3 %), что указывает на предпочтение значительного числа респондентов избегать неопределенности.

Настоящее исследование позволяет составить четкое представление о значимых для современной студенческой молодежи аспектах, влияющих на

их выбор места работы (рис. 4). Большинство опрошенных хотят, чтобы она приносила высокий доход и была комфортной. В рейтинге требований к будущему рабочему месту профессиональный рост, перспектива построения карьеры, общение с интересными людьми и хороший коллектив, а также возможность работать по выбранной специальности занимают высокие позиции. Так, молодые люди стремятся к развитию профессиональных навыков, карьерному росту и имеют желание находиться в комфортной и интересной социальной среде, поскольку она играет одну из главных ролей в формировании удовлетворенности работой. В то же время менее важными критериями при выборе места работы студенты считают возможность проявления способностей, инициативы и творческого подхода, престиж работы, полный социальный пакет, возможность приносить пользу обществу, длинный отпуск.

Следует отметить, что девушки чаще, чем юноши, называли в качестве требований к месту работы условия труда (84,1 и 77,8 % соответственно) и возможность проявления способностей, инициативы, творческого подхода (33,9 и 24,4 % соответственно).

На работу, которая приносит пользу обществу, в большей мере ориентируются представители естественно-научного (25,3 %) и социогуманитарного (21,1 %) профилей, чем студенты технического (14,6 %) и экономического (10,6 %) направлений.

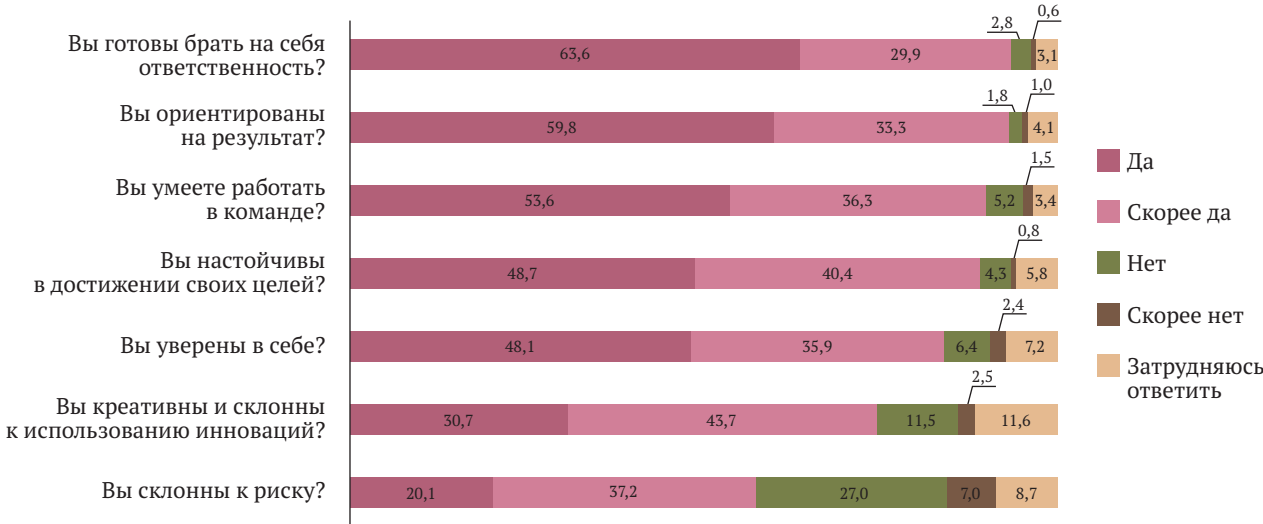


Рис. 3. Распределение ответов всех респондентов на вопросы о наличии у них определенных личностных качеств, %

Fig. 3. Distribution of all respondents' answers to questions about the presence of certain personal qualities, %



Рис. 4. Распределение ответов всех респондентов на вопрос «Какие критерии являются для Вас важными при выборе места работы?», %.
Студенты могли выбрать несколько вариантов ответа

Fig. 4. Distribution of all respondents' answers to the question «What criteria are important for you when choosing a place of work?», %.
Students could choose more than one answer

Рейтинг требований к работе у не занимающихся предпринимательством респондентов в целом совпадает с данным рейтингом, относящимся ко всем опрошенным. Однако первые реже, чем вторые, указывали на значимость возможности работать по выбранной специальности (24,8 %), профессионального роста (56,8 %) и общения с интересными людьми (41,2 %), при этом они чаще отмечали, что будущая работа должна позволять проявлять способности, инициативу, творческий подход (39,0 %).

Для изучения представлений студентов о предпринимательской деятельности был задан вопрос о необходимых для старта в качестве предпринимателя аспектах (рис. 5). Опрошенные указали, что для достижения хорошего результата в бизнесе в первую очередь требуются четкий план его развития, стартовый капитал, предпринимательский склад характера, специальные знания в областях управления, маркетинга и финансового планирования, а также возможность аренды помещения и оборудования. В меньшей степени успешное начало предпринимательской деятельности респонденты связывают с наличием профильного образования в данной сфере. Таким образом, для оценки предпринимательского потенциала важна точка входа в бизнес, в том числе те ресурсы, которые необходимы для реализации идеи. Из названных выше ключевых факторов успешного начала бизнеса два фактора касаются материальных аспектов (стартовый капитал и возможность аренды помещения и оборудования) и три фактора – личностных

аспектов (четкий план развития бизнеса, предпринимательский склад характера, специальные знания в областях управления, маркетинга и финансового планирования), что свидетельствует о взвешенной оценке молодыми людьми рисков и возможностей в части реализации предпринимательского потенциала.

Девушки значительно чаще, чем юноши, отмечали важность наличия стартап-центров в университетах (61,6 и 45,2 % соответственно), возможности получать консультации в бизнес-инкубаторах (60,0 и 42,1 % соответственно) и специальных знаний в областях управления, маркетинга и финансового планирования (87,2 и 75,7 % соответственно).

С точки зрения профиля обучения обозначим, что личные связи имеют большее значение для студентов социогуманитарного направления (83,1 %), а наличие стартап-центров в университетах – для студентов естественно-научного направления (64,0 %).

Одной из гипотез настоящего исследования было предположение о том, что наличие предпринимателей в окружении представителей студенчества будет способствовать их активности в сфере бизнеса. Имеют предпринимателей среди друзей и знакомых 55,7 % опрошенных, среди дальних родственников 48,3 % респондентов и среди ближайших родственников (родителей, братьев и сестер) 30,4 % обучающихся. В то же время люди, ведущие бизнес, есть в числе друзей и знакомых, дальних родственников, а также ближайших родственников у 79,7, 64,4 и 50,3 % студентов-предпринимателей соответственно.



Рис. 5. Распределение ответов всех респондентов на вопрос «Что, по Вашему мнению, необходимо для успешного начала предпринимательской деятельности?», %.
Студенты могли выбрать несколько вариантов ответа

Fig. 5. Distribution of all respondents' answers to the question «What, in your opinion, is necessary for a successful start of entrepreneurial activity?», %.
Students could choose more than one answer

В рамках исследования респондентам без опыта в предпринимательской деятельности был задан вопрос об их желании связать свою профессиональную деятельность с бизнес-сферой. Результаты отражены на рис. 6. Большее стремление завести бизнес выявлено у обучающихся 1-го курса (58,9 %), респондентов экономического профиля (60,9 %), а также у студентов, имеющих близких родственников с опытом в предпринимательстве (64,1 %).

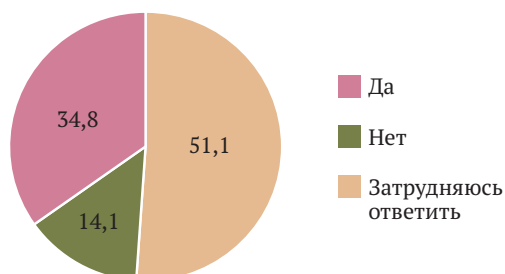


Рис. 6. Распределение ответов респондентов, не имеющих опыта в предпринимательстве, на вопрос «Хотели бы Вы в будущем заняться бизнесом?», %

Fig. 6. Distribution of answers of respondents without entrepreneurial experience to the question «Would you like to go into business in the future?», %

Опрошенные, которые не планируют заниматься предпринимательством либо затруднились с ответом, в качестве главных барьеров (рис. 7) указали недостаток стартового капитала, нехватку знаний в областях управления, маркетинга и финансового планирования, а также незнание специфики рынка и неуверенность в своих силах. Важно обозначить, что студенты естественно-научного профиля обучения (53,2%) чаще, чем другие, в качестве причины не уча-

ствовать в бизнес-деятельности называют нехватку знаний в областях управления, маркетинга и финансового планирования.

Остановимся на характеристике тех респондентов, которые уже имеют опыт предпринимательства (17,0 %). Из них юноши (24,5 %) чаще, чем девушки (11,0 %), пробовали вести бизнес. Также данной деятельности посвящало себя большее количество тех опрошенных, у которых есть предприниматели среди близких родственников (28,4 %). Кроме того, студенты технического (20,1 %) и экономического (17,4 %) профилей имеют больше опыта в участии в бизнес-деятельности, чем респонденты естественно-научного (9,9 %) и социогуманитарного (13,9 %) направлений.

В ценностной иерархии студентов-предпринимателей ведущие позиции занимают такие аспекты, как материальное благополучие (70,4 %), семья (62,9 %), здоровье (57,8 %), интересная, творческая работа (46,0 %), самостоятельность (43,6 %) и экономическая независимость (42,9 %) (данные всей выборки респондентов представлены на рис. 1). Следует отметить, что для опрошенных, которые включены в бизнес-деятельность, важны возможность приносить пользу людям (25,6 %) и образование, знание (29,5 %).

Оценка молодыми предпринимателями личностных качеств высока. Абсолютное большинство таких студентов заявили о наличии у себя следующих качеств: готовности брать на себя ответственность (97,4 %), ориентированности на результат (96,9 %), уверенности в себе (95,8 %), настойчивости в достижении своих целей (95,5 %), умения работать в команде (94,2 %), креативности и склонности к использованию инноваций (91,0 %), рискованности (80,6 %).



Рис. 7. Распределение ответов респондентов, не имеющих опыта в предпринимательстве, на вопрос «Что удерживает Вас от участия в бизнес-деятельности?», %.
Студенты могли выбрать несколько вариантов ответа

Fig. 7. Distribution of answers of respondents without entrepreneurial experience to the question «What keeps you from engaging in business activities?», %.
Students could choose more than one answer

К наиболее ориентированной на предпринимательскую деятельность студенческой молодежи относятся те опрошенные, которые после окончания университета видят себя только предпринимателями (10,3 %). Такие обучающиеся несколько отличаются от иных студентов по ценностным установкам. Для них более значимы семья (75,5 %), материальное благополучие (70,9 %), самостоятельность (49,1 %) и экономическая независимость (39,3 %). Также респонденты, ориентированные исключительно на открытие собственного дела, в основном выбирают будущее

место работы по таким критериям, как перспектива построения карьеры (60,9 %), престиж работы (26,0 %) и возможность проявить способности, инициативу, творческий потенциал (35,0 %). Для них по сравнению с иными обучающимися меньшее значение имеют возможность работать по выбранной специальности (19,3 %) и профессиональный рост (59,0 %). Следует указать, что среди данной группы студентов больше представителей экономического (43,2 %) и технического (32,6 %) профилей, чем естественно-научного (5,0 %) и социогуманитарного (19,1%) направлений.

Заключение

Студенческая молодежь имеет широкий спектр предпочтений относительно своей будущей профессиональной деятельности. Проведенное исследование позволяет составить четкое представление о требованиях современных обучающихся к месту работы. Ключевыми факторами, определяющими их выбор, являются уровень заработной платы и условия труда. Кроме того, возможность профессионального роста и перспективу построения карьеры респонденты считают значимыми критериями, а полный социальный пакет и длинный отпуск – неважными аспектами.

Результаты опроса указывают на большой интерес студентов к предпринимательству. Многие из них вне зависимости от пола рассматривают данную деятельность в качестве профессии. Формированию

таких гендерно нейтральных установок способствуют как социальное окружение, так и положительный имидж современного предпринимателя. Следует указать, что только один опрошенный из десяти активно пробует реализоваться в бизнес-деятельности, однако после окончания университета на ведение собственного дела настроена практически половина респондентов. Несмотря на то что девушки реже, чем юноши, пробуют себя в предпринимательстве, они имеют больший запрос на обучение и консультирование в части развития навыков предпринимательской деятельности. Студенты анализируют возможности и риски. Для многих молодых людей стресс-факторами становятся отсутствие специальных знаний и стартового капитала, а также неуверенность в своих силах.

Важно отметить, что популяризации в молодежной среде предпринимательства как креативной и высокоинтеллектуальной сферы деятельности могут содействовать университеты. В свою очередь, на формирование плана развития бизнеса – основ-

ного фактора его успеха – ориентирована деятельность стартап-центров учреждений высшего образования. Интерес к данному движению у студенческой молодежи, как и потенциал для развития стартап-центров в университетах, присутствует.

*Статья поступила в редколлегию 17.02.2025.
Received by editorial board 17.02.2025.*