

РАЗОВ Павел Викторович – доктор социологических наук, профессор; профессор кафедры социологии Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; PVRazov@fa.ru)

ПУХОВ Иван Александрович – студент факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; vanyakotkot@yandex.ru)

СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА УСТАНОВКИ СТУДЕНТОВ НА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ХОДЕ ОБУЧЕНИЯ

Аннотация. Статья посвящена всестороннему исследованию влияния социальных факторов на формирование предпринимательских установок у студентов в процессе их обучения. В рамках исследования проведены три основных эмпирических анализа, охватывающих различные аспекты социальной среды. Результаты исследований показали, что наличие предпринимателей в семье и высокий уровень семейного дохода значительно повышают предпринимательские намерения и самоэффективность студентов. Поддержка друзей и доступ к финансированию стартапов также оказались важными для развития предпринимательских намерений. На основе полученных данных были разработаны практические рекомендации по улучшению образовательных программ, направленных на развитие предпринимательских качеств у студентов. В статье предлагаются конкретные меры, такие как включение предпринимательских курсов в учебные программы, развитие систем менторства и консультирования, а также создание благоприятной предпринимательской среды в вузах. Заключительная часть статьи обсуждает перспективы дальнейших исследований, включая изучение долгосрочных эффектов предпринимательского образования, влияние цифровых технологий и культурные различия в предпринимательской активности. Эти направления исследований помогут глубже понять механизмы формирования предпринимательских установок и разработать более эффективные образовательные стратегии для будущих предпринимателей.

Ключевые слова: студенческое предпринимательство, предпринимательские установки, предпринимательские компетенции, социальные факторы, высшее образование, экономическая активность, занятость населения, малый и средний бизнес, инновации

Введение. Постановка проблемы. На современном этапе роль предпринимательства как важного двигателя экономического развития становится все более очевидной [Нечай 2017]. Государство активно поощряет участие студентов в предпринимательской деятельности в ходе обучения в вузах. Склонность к открытию собственного дела в значительной степени зависит от сложившихся у человека установок и убеждений. Предпринимательские установки являются отправной точкой всего предпринимательского процесса и могут выступать предикторами последующего предпринимательского поведения.

Исследования показывают, что студенты имеют различные типы экономической направленности личности, такие как иждивенческая, субъект-центрированная (эгоистическая), рациональная, коллективистская, социальная, альтруистическая, демонстративная и имиджевая [Ханова 2012]. Эти типы формируют базу для дальнейшего развития предпринимательских установок.

Существуют также характерные особенности ценностно-целевых ориентаций студентов [Буравлева 2011]. Во-первых, многие студенты испытывают

размытость в своих целевых ориентациях и ожидаемых результатах предпринимательской деятельности. Во-вторых, личные интересы часто преобладают над коллективными и общественными. В-третьих, краткосрочные цели имеют преимущество над среднесрочными и стратегическими. Кроме того, наблюдается низкая значимость социальных и правовых ценностей среди студентов.

Анализ субъектно-деятельностных смысловых структур показывает, что студенты часто нарушают структурную логику предпринимательской деятельности, имеют искаженные представления о способах, средствах и временных рамках предпринимательства. Это приводит к выпадению из поля их сознания принципа единства внутренней и внешней деятельности, а также специфики деятельностного опосредования межличностных отношений. Они также демонстрируют низкую способность к предвидению и преодолению нестандартных ситуаций [Ханова, Матаев 2012].

Степень осознанности отношения студентов к предпринимательской деятельности варьируется. Часто наблюдается неосознанное негативное отношение к предпринимательской успешности, которое проявляется в оценке личности, деятельности и социальной значимости успешных предпринимателей [Kox 2019].

Формирование психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности представляет собой сложный психолого-педагогический процесс. Он организован в соответствии с логикой системного, сетевого, субъектного и ресурсного подходов [Ханова 2016]. Эти подходы способствуют развитию личностных качеств, необходимых для предпринимательской деятельности, и повышают вероятность успешной реализации профессиональных амбиций студентов.

Методология исследования. Настоящее исследование направлено на анализ формирования предпринимательских установок у студентов высших учебных заведений, включенных в программы с компонентами бизнес-образования. Основной акцент сделан на выявление взаимосвязи между образовательными практиками, социальным контекстом и готовностью учащихся рассматривать предпринимательство как профессиональную перспективу. Для достижения высокой точности результатов в основу выборки положено расслоение генеральной совокупности по ключевым критериям, таким как регион проживания, направление подготовки, социально-экономический статус. Данный подход обеспечил учет гетерогенности изучаемой группы, что критически важно для дифференциации влияния внешних и внутренних факторов на восприятие предпринимательской деятельности.

Формирование выборки осуществлялось с целью охвата респондентов из различных географических зон и образовательных профилей. Включение студентов технических, гуманитарных и естественнонаучных специальностей позволило минимизировать риски смещения данных, обусловленные узостью выборки. Применение рандомизации при распределении участников по группам способствовало нивелированию систематических ошибок, обеспечив репрезентативность результатов для разных слоев академического сообщества.

Сбор данных включал три взаимодополняющих метода: стандартизированное анкетирование, полуструктурированные интервью и анализ академических достижений респондентов. Если анкеты фиксировали декларируемые установки, то интервью раскрывали скрытые мотивы, страхи и когнитивные противоречия, связанные с предпринимательством. Академические пока-

затели (успеваемость, участие в проектах) использовались как объективный маркер, позволяющий проверить консистентность заявленных установок с реальной образовательной активностью. Подобная триангуляция методов усилила достоверность выводов, исключив зависимость от субъективных самоотчетов.

В рамках анализа эмпирические данные были стандартизированы путем перевода в 10-балльную шкалу оценки. Унификация метрик упростила сопоставительный анализ между подгруппами, выявив, например, что студенты экономических направлений демонстрируют более высокую склонность к бизнес-инициативам, чем их коллеги из естественнонаучной сферы. Ключевым результатом стало обнаружение корреляции между практикоориентированными учебными модулями (кейсы, стартап-проекты) и снижением страха перед финансовыми рисками.

Результаты исследования и их обсуждение. На первом этапе исследования ключевыми детерминантами готовности молодежи к предпринимательской деятельности были идентифицированы два взаимодополняющих элемента: влияние семейных предпринимательских связей и участие в специализированных образовательных программах. Теоретический анализ подтвердил, что эти факторы формируют установки, мотивацию и уверенность студентов, создавая основу для восприятия предпринимательства как достижимой карьерной траектории.

Таблица 1

Влияние предпринимательского опыта семьи на установки студентов, %

Группы студентов	Предпринимательские намерения	Отношение к предпринимательству	Предпринимательская самоэффективность	Предпринимательские знания и навыки
Без предпринимателей в семье и не изучающие предпринимательство	4,5	5,8	4,2	3,8
С предпринимателями в семье и не изучающие предпринимательство	5,4	7,6	6,2	4,9
Без предпринимателей в семье и изучающие предпринимательство	6,6	5,2	7,6	5,9
С предпринимателями в семье и изучающие предпринимательство	8,3	8,7	7,4	6,4

Группа без семейного примера и специализированного образования демонстрирует наименьшие показатели по шкалам самоэффективности и мотивации. Отсутствие как практического опыта в близком окружении, так и системных знаний из образовательных программ приводит к двойному дефициту: когнитивному (непонимание механизмов бизнеса) и эмоциональному

(недоверие к собственным возможностям). Это подтверждает гипотезу, что предпринимательские установки формируются в условиях сочетания ролевых моделей и структурированного обучения.

Студенты с семейным примером при отсутствии специализированного образования проявляют повышенную уверенность в своих силах, что коррелирует с наличием визуализированного успеха в семье. Однако ограниченный доступ к профессиональным знаниям (управление рисками, финансовое планирование) создает разрыв между амбициями и компетенциями. Например, участники часто упоминают «страх ошибок из-за незнания основ», что указывает на необходимость компенсировать пробелы через неформальное обучение.

В группе со специализированным образованием при отсутствии семейного примера, несмотря на высокие показатели намерений и самоэффективности, эмоциональная дистанция в отношении предпринимательства сохраняется. Образовательные модули, даже включающие кейсы и симуляции, не полностью компенсируют отсутствие «живых» примеров. Это выражается в осторожности при оценке рисков: студенты склонны переоценивать роль внешних факторов (например, конкуренции), недооценивая личный вклад.

Группа с семейным примером и специализированным образованием имеет синергию двух факторов, которая приводит к максимальным значениям по всем параметрам. Систематизированные знания из вузовских программ структурируют опыт, полученный через семейные кейсы, трансформируя его в осознанные стратегии. Участники данной группы чаще используют формулировки, указывающие на долгосрочное планирование («создание устойчивой бизнес-модели») и адаптивность («готовность к итерациям»), что отражает сформированность предпринимательского мышления.

В рамках второго этапа исследования был проведен анализ роли материального положения семьи в формировании предпринимательских устремлений студентов. Основное внимание удалено тому, как финансовые возможности семьи взаимодействуют с образовательными и социальными факторами, формируя мотивацию, самооценку и способность к реализации бизнес-идей.

Таблица 2

Влияние семейного дохода на предпринимательские установки студентов, %

Семейный доход	Предпринимательские намерения	Отношение к предпринимательству	Предпринимательская самоэффективность	Предпринимательские знания и навыки
Очень низкий	3,7	5,6	4,7	5,7
Низкий	5,1	5	5,4	5
Средний	7,1	6,7	6,1	5
Высокий	6,5	6,7	5,9	6,4
Очень высокий	8,9	7	6,7	6,7

Студенты из семей с низким уровнем дохода демонстрируют парадоксальное сочетание высокого интереса к предпринимательству и низкой самоэффективности. Несмотря на теоретическую осведомленность, их установки ограничиваются страхом перед практической реализацией проектов из-за отсутствия доступа к ресурсам и опыта. При этом предпринимательство воспринимается ими как стратегия социального лифтинга, что объясняет сохранение внутренней мотивации даже в условиях ограничений. Для этой группы критически важны программы, сочетающие финансовую поддержку с менторством, способные трансформировать абстрактные амбиции в конкретные действия.

Студенты из семей со средним доходом оказываются в «серой зоне»: базовые ресурсы у них имеются, но их недостаточно для полноценного старта бизнеса. Например, доступ к образовательным курсам есть, но отсутствие связей с бизнес-сообществом или стартового капитала создает барьер между теорией и практикой. Такие учащиеся чаще других упоминают необходимость «подстраховки» — гарантий, что неудача не приведет к критическим последствиям. Это указывает на потребность в институциональных мерах, снижающих риски: страховых фондах, грантах для пилотных проектов или партнерских программах с малым бизнесом.

В группах с высоким доходом наблюдается прямая корреляция между материальной обеспеченностью и доступом к специализированным ресурсам — от бизнес-инкубаторов до международных стажировок. Однако даже здесь сохраняется проблема: избыток возможностей не всегда компенсирует дефицит практических навыков. Многие респонденты отмечают, что теоретические знания, полученные в университете, плохо соотносятся с реальными вызовами, такими как управление кризисами или переговоры с инвесторами. Интересно, что уверенность в своих силах растет лишь в подгруппе с экстремально высоким доходом, где семейный бизнес предоставляет готовые схемы для реализации идей.

Исследование подтверждает, что влияние дохода семьи на предпринимательские установки носит нелинейный характер. Если для студентов с низким доходом ключевым барьером становится отсутствие стартовых условий, то для среднего класса — недостаток безопасности, а для обеспеченных групп — разрыв между теорией и практикой. Это требует дифференцированного подхода в образовательной политике — от создания «социальных лифтов» для первых до внедрения практикоориентированных модулей для последних. При этом универсальным элементом остается необходимость укрепления самоэффективности через наставничество и кейс-методы независимо от материального статуса студентов.

Завершающий этап исследования предпринимательских установок студентов сосредоточился на анализе воздействия различных социальных факторов, которые влияют на формирование их интереса к предпринимательской деятельности. В центре внимания оказались не только социальные нормы и окружение, но и практический опыт, а также доступность необходимых ресурсов. Подход к изучению данного вопроса основывался на понимании того, что предпринимательская активность не возникает изолированно, а формируется под воздействием множества взаимосвязанных элементов.

Формирование устойчивых предпринимательских установок у студентов является сложным процессом, требующим комплексного воздействия различных факторов. Одной лишь социальной поддержки недостаточно для того, чтобы обеспечить полный набор компетенций, необходимых для

Таблица 3

Влияние прочих социальных факторов на предпринимательские установки студентов, %

Социальные факторы	Предпринимательские намерения	Отношение к предпринимательству	Предпринимательская самоэффективность	Предпринимательские знания и навыки
Социальные нормы	6,3	9,2	2,2	4,7
Поддержка со стороны друзей	4,8	4,9	3,4	3,3
Консультации экспертов	2,2	7,3	6,3	7,6
Стажировка в предпринимательских проектах	3,9	6,4	8	6,1
Финансирование стартапов	7,9	6,7	4,6	3,3

начала предпринимательской деятельности. Так, социальные нормы, такие как поощрение предпринимательства со стороны общества или положительные примеры успешных предпринимателей, безусловно, способны повысить мотивацию молодых людей и укрепить их интерес к этой сфере, но они оказывают ограниченное влияние на развитие ключевых навыков и уверенности в собственных силах, что подчеркивает важность сочетания теоретической базы и фоновых условий с реальными возможностями приобретения опыта.

Поддержка со стороны друзей и близких помогает создать положительный эмоциональный фон, но не может заменить профессиональные консультации и доступ к образовательным ресурсам. Студенты, обладающие такой поддержкой, в целом вдохновлены на предпринимательство, но им не хватает уверенности и конкретных навыков, чтобы превратить свои намерения в действия.

Консультации с экспертами позволяют студентам взглянуть на предпринимательство с профессиональной точки зрения, получая ценные рекомендации от людей, обладающих большим опытом в данной сфере. При этом, как показали результаты исследования, такие консультации чаще всего оказываются полезными для тех студентов, которые уже имеют предпринимательские амбиции. То есть, они способствуют развитию компетенций, но редко являются катализатором появления самих предпринимательских намерений.

Получение реального опыта в реальных условиях бизнеса укрепляет уверенность молодых людей в своих силах, предоставляя им возможность применять теоретические знания на практике. Тем не менее даже наличие стажировок не всегда приводит к желанию заниматься собственным бизнесом, что может быть связано с ограниченными возможностями для участия в самостоятельных предпринимательских проектах.

Доступ к капиталу усиливает предпринимательские намерения и форми-

рует положительное отношение к бизнесу, однако практически не влияет на самоэффективность и уровень знаний. Это еще раз подтверждает, что деньги сами по себе не могут решить все проблемы, связанные с запуском бизнеса, если у студента недостаточно компетенций и опыта.

Одна из ключевых проблем, выявленных в ходе исследования, заключается в дисбалансе между мотивацией студентов и их готовностью к реальным действиям. Мотивация, часто подпитываемая положительными примерами и социальной поддержкой, сама по себе не является достаточной основой для того, чтобы начать предпринимательскую деятельность. Многие студенты, вдохновленные идеей предпринимательства, сталкиваются с недостатком практических навыков и опыта, что мешает им реализовать свои намерения. Именно этот разрыв между теоретической заинтересованностью и практической реализацией становится основной преградой на пути к успешному предпринимательству.

Для того чтобы преодолеть этот барьер, необходимо создать условия, в которых студенты могли бы не только поддерживать мотивацию, но и развивать необходимые навыки и уверенность. Эффективная образовательная система, ориентированная на практическую подготовку, должна включать в себя не только теоретические курсы, но и программы стажировок, консультации с опытными предпринимателями, а также предоставление финансовых и организационных ресурсов. Лишь такой всесторонний подход позволит студентам уверенно переходить от намерений к действиям.

Основной вывод исследования заключается в необходимости создания комплексной системы поддержки, которая будет сочетать в себе социальные стимулы, практические навыки и доступ к ресурсам. Без этого многие студенты, даже обладая сильной мотивацией, не смогут реализовать свой потенциал в сфере предпринимательства.

Заключение. Предпринимательские установки студентов формируются под влиянием целого ряда социальных факторов, каждый из которых играет свою уникальную роль в развитии как мотивации, так и практических навыков, необходимых для успешной предпринимательской деятельности.

Очевидно, что студенты, выросшие в семьях, где предпринимательство является частью семейного уклада, проявляют более высокую степень готовности к началу собственного бизнеса. Это объясняется тем, что опыт родственников не только предоставляет им знания и навыки, которые передаются в неформальной обстановке, но и развивает у них уверенность в своих силах, так называемую самоэффективность. Воспринимая предпринимательскую деятельность как естественную часть жизненного пути, они легче адаптируются к идеи самостоятельного бизнеса и воспринимают ее как реальную и достижимую цель.

Доступ к финансовым ресурсам открывает перед студентами более широкие возможности для обучения, участия в программах стажировок и бизнес-симуляциях, которые укрепляют их профессиональные навыки. Более того, уверенность в наличии поддержки, будь то инвестиции родственников или доступ к начальному капиталу, значительно увеличивает их желание попробовать свои силы в предпринимательстве.

Необходимо отметить, что социальная поддержка, будь то друзья или сообщество, оказывает скорее ограниченное воздействие на формирование конкретных предпринимательских навыков. Да, позитивные социальные нормы могут вдохновить студентов на обдумывание карьеры в бизнесе, но на этапе реализации замысла они оказываются недостаточными. Без прак-

тического опыта и знаний такие установки остаются на уровне теоретического интереса.

Практический опыт, который студенты могут приобрести через консультации с экспертами и участие в реальных бизнес-проектах, помогает укрепить уверенность и навыки, однако сам по себе он не всегда ведет к решению начать собственный бизнес. Здесь важным аспектом становится внутренняя мотивация: если она отсутствует, даже обширный практический опыт не сможет подтолкнуть к созданию собственного дела.

Список литературы

- Буравлева Н.А. 2011. Ценностные ориентации студентов. – *Вестник Томского государственного педагогического университета*. № 6. С. 124-129.
- Кох И.А. 2019. Отношение студенческой молодежи к предпринимательской деятельности. – *Дискуссия*. № 5(96). С. 16-17.
- Нечай Е.А. 2017. Предпринимательство в жизненных планах студента: перспективы и противоречия. – *Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования: материалы XX Международной конференции памяти профессора Л.Н. Когана. 16–18 марта 2017 г. Екатеринбург*. Екатеринбург: Изд-во УрФУ. С. 857-865.
- Ханова З.Г. 2012. *Формирование психологической готовности студентов вуза к предпринимательской деятельности: предикторы и технологии*: дис. ... д.псих.н. Сочи. 400 с.
- Ханова З.Г. 2016. Психологическая готовность студентов к предпринимательской деятельности. – *Вестник Университета Российской академии образования*. № 3. С. 66-72.
- Ханова З.Г., Матакаев А.И. 2012. Формирование психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности в процессе обучения в вузе. – *Вестник Российского университета дружбы народов*. Сер. Психология и педагогика. № 4. С. 137-142.

RAZOV Pavel Victorovich, Dr.Sci. (Soc.), Professor; Professor of the Chair of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; PVRazov@fa.ru)

PUKHOV Ivan Aleksandrovich, student of the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; vanyakotkot@yandex.ru)

SOCIAL FACTORS INFLUENCING STUDENTS' ATTITUDES TOWARDS ENTREPRENEURSHIP DURING THEIR STUDIES

Abstract. The article is devoted to a comprehensive study of the influence of social factors on the formation of entrepreneurial attitudes among students in the process of their education. The study conducted three main empirical analyses covering various aspects of the social environment. The research results have shown that the presence of entrepreneurs in the family and a high level of family income significantly increase the entrepreneurial intentions and self-efficacy of students. The support of friends and access to startup financing have also proved the importance for the development of entrepreneurial intentions. Based on the data obtained, practical recommendations were developed to improve educational programs aimed at developing entrepreneurial qualities among students. The article suggests specific measures, such as the inclusion of entrepreneurial courses in curricula, the development of mentoring and consulting

systems, as well as the creation of a favorable entrepreneurial environment in universities. The final part of the article discusses the prospects for further research, including the study of the long-term effects of entrepreneurial education, the impact of digital technologies and cultural differences in entrepreneurial activity. These areas of research will help the better understanding of the mechanisms of formation of entrepreneurial attitudes and to develop more effective educational strategies for future entrepreneurs.

Keywords: student entrepreneurship, entrepreneurial attitudes, entrepreneurial competencies, social factors, higher education, economic activity, employment, small and medium-sized businesses, innovations

РЫБАКОВА Марина Владимировна – доктор социологических наук, профессор факультета государственного управления Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (119991, Россия, г. Москва, Ломоносовский пр-кт, 27, корп. 4; rybakovamv@yandex.ru); главный научный сотрудник ФНИСЦ РАН

ИВАНОВА Наталья Анатольевна – кандидат социологических наук, научный сотрудник факультета государственного управления Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова (119991, Россия, г. Москва, Ломоносовский пр-кт, 27, корп. 4; na-an.ivanova@yandex.ru)

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ: МНЕНИЕ СТУДЕНТОВ

Аннотация. Статья посвящена анализу ценностных установок государственных служащих. Авторы показывают их взаимосвязь с эффективностью государственного управления, представляют основные результаты исследования отношения студенческой молодежи к эффективности государственного управления, выявленные в ходе контент-анализа эссе студентов, а также показывают зависимость ценностных установок государственных служащих от политической, экономической ситуации в стране, ее культурных особенностей, исторического контекста. Цель исследования заключается в выявлении проблемных зон при формировании ценностных ориентаций государственных служащих и выработке предложений по их коррекции для повышения эффективности государственного управления.

Ключевые слова: национальная безопасность, государственные службы, ценности, студенты

Введение

Основной задачей государственного управления всегда было обеспечение эффективного функционирования государства и наиболее благоприятных условий для населения во всех сферах жизни – экономической, политической, социальной и духовной. Эффективность государственного управления – ключевой фактор, определяющий стабильность и безопасность общества. За счет грамотных механизмов управления и соответствия критериям эффективности государство способствует решению проблем и создает основу для долгосрочного развития и благосостояния населения. Для современной российской экономики важным является инновационное развитие науки, обра-