
built for sample of cartels and random sample. The study is based on data from public procurement Web portal and the information about bid rigging from cases of the Federal Antimonopoly Service. The results showed that the Random forest model most accurately predicts the detection of the cartels on electronic auctions. The accuracy of the prediction is 84%, and the recall and precision of the model are 83 and 87%, respectively. The most significant variables for the classification are the level of price reduction, the difference in the time of application filing of participants and the value of the maximum starting price of contract.

Keywords: detecting cartels, bid rigging, procurement auctions, screening methods, machine learning.

JEL: C12, C38, C63, D22, D44, H57, L40, L41.

Manuscript received 16.08.2019

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СТУДЕНТАМИ ВУЗОВ

Н.А. Винокурова, Н.М. Светлов

DOI: 10.33293/1609-1442-2020-1(88)-127-142

На материалах опросов студенческой молодежи в двух университетах г. Воронежа (680 респондентов) отклонена гипотеза о том, что студенты в согласии с трактовкой предпринимательской деятельности в трудах Й. Шумпетера связывают предпринимательство с инновационной деятельностью. Установлено, что восприятие предпринимательства студентами в российской культурно-лингвистической среде отличается от шумпетерианского. Интерес студенчества к тому, чтобы в будущем заняться предпринимательством, не свидетельствует о его готовности к новаторству. Высокий предпринимательский потенциал учащейся молодежи сочетается с ее низкой готовностью к инновационному предпринимательству.

Выявлено, что у студенческой молодежи отсутствует целостная система взглядов и приоритетов в отношении карьеры. Преобладают личные интересы и мотивации, выражающиеся в их предпочтениях относительно места будущей работы, где главным условием названа возможность сочетать работу и личную жизнь, в их стремлении к финансовой безопасности, к материальному благополучию, к уклонению от трудностей. Работа предпочитается лишь интересная и творческая. Деловые наклонности слабы, они уступают личностным интересам. Трудолюбие как фактор успеха в будущей профессио-

© Винокурова Н.А., Светлов Н.М., 2020 г.

Винокурова Наталья Анатольевна, старший научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт РАН, Москва, Россия; vinokurova@yandex.ru
Светлов Николай Михайлович, ведущий научный сотрудник, Центральный экономико-математический институт РАН, Москва, Россия; ORCID 0000-0001-6906-6129; nikolai.svetlov@gmail.com

нальной карьере получило низкую оценку. Работа воспринимается только как источник доходов.

Одновременно проявился слабый общественный настрой: низкая оценка взаимопомощи и сотрудничества. Студенты не готовы брать на себя социальную ответственность, этот критерий выбора будущей деятельности они оценивают низко. Трудиться много и напряженно, даже если это принесет много пользы людям, студенты тоже не хотят. Превалирование не только личных интересов в противовес общественным, но одновременно личностных интересов в противовес профессиональным противодействует тому, что в ближайшей перспективе студенты окажутся готовы к инновационному предпринимательству, требующему приоритета деловых и профессиональных интересов. Низкий интерес к продолжению семейного дела отражает стремление молодежи к самостоятельности, к индивидуальному выбору пути. Все это косвенно свидетельствует об отходе от традиционных ценностей, которые принято считать характерными для русской культуры в прошлом, – о росте индивидуализма.

Ключевые слова: молодежь, студенты, восприятие предпринимательства, инновационное предпринимательство, карьерные планы, новаторство, Россия, университеты.

JEL: Z13, J24, D01.

1. ВВЕДЕНИЕ

Происходящее ныне масштабное технологическое обновление экономики России, обусловленное стремлением к достижению международной конкурентоспособности в условиях становления шестого технологического уклада (Глазьев, Дементьев, 2009), требует пристального внимания ко всему комплексу факторов, способных влиять на динамику этого процесса. В числе данных факторов – соответствие темпов развития предпринимательства нуждам технологического обновления, необходимость которого подтверждается рядом исследований (Beugelsdijk, Noorderhaven, 2004; Acs et al., 2008). Имеются теоретические (Сорокин, 2010) и эмпирические (Барина и др., 2018) свидетельства того, что уже се-

годня недостаточный уровень развития предпринимательства в России препятствует обновлению экономики. Ввиду перечисленных причин актуально исследование факторов, тормозящих развитие предпринимательства, в перспективе ближайших десятилетий. За выявлением таких факторов должен последовать поиск путей их преодоления.

Из всего разнообразия подобных факторов данное исследование фокусируется на одном – *восприятии предпринимательской деятельности студенческой молодежью, получающей образование в крупных промышленных и культурных центрах страны.*

Дело здесь заключается в том, что известные нам исследования существенно упрощают проблему связи между предпринимательством и развитием, оставляя в стороне структурный аспект проблемы, имеющиеся в социуме различия предпринимателей по их качеству, понимаемому как способность генерировать экономический рост на основе новшеств. В данном исследовании мы показываем на материале опросов в двух университетах г. Воронежа, что существенные аспекты восприятия предпринимательства сегодняшними студентами не позволяют рассчитывать на высокое «качество» предпринимателя спустя одно-два десятилетия. Мы считаем данный результат важным аргументом в пользу острой необходимости исследований, направленных на изучение возможностей влиять на *восприятие предпринимательства*, на управление его формированием при помощи соответствующих образовательных программ и социальной инженерии.

Предположение об особой склонности молодежи к инновационным устремлениям обосновывается в ряде исследований, в числе которых (Ашмарин, Степанова, 2009; Симхович, 2017; и др.). Оно базируется на том, что психологически молодые люди более пластичны, легче воспринимают и осваивают новшества. Яркий пример этого – легкость, с которой даже младшие школьники обращаются с различными электронными устройствами, в то время как для старшего поколения это

часто становится непреодолимой трудностью. Можно вспомнить о наиболее известных предпринимателях, сделавших карьеру в новых областях в молодом возрасте в США (Билл Гейтс, Марк Цукерберг) или в России (Павел Дуров). Директор специальных программ ВЦИОМ Елена Михайлова определяет *молодежь* как социальную группу, отличающуюся высокой активностью и склонностью к риску, что характерно для инновационной деятельности¹. В работе (Симхович, 2017) утверждается, что молодые люди обладают целеустремленностью, необходимой для новаторского предпринимательства.

Йозеф Шумпетер (Шумпетер, 1982) выделял фигуру предпринимателя как ключевую в экономическом развитии потому, что *предприниматели создают новые комбинации факторов производства в экономике*. Шумпетер говорил и об основных мотивациях предпринимателей. Это стремление к независимости, самореализации, удовлетворение от творческого характера своей деятельности, желание подняться по социальной лестнице. При этом прибыль, согласно Шумпетеру, — это только следствие предпринимательского успеха, а не его главный мотив. Он считал, что предприниматели обладают специфическим характером, для которого характерны готовность к риску, уверенность в своих силах и своих идеях, независимость, самостоятельность. Один из авторов, анализируя представления Шумпетера о предпринимателях, называл шумпетерианских предпринимателей *«революционерами от производства»*, объясняя, что именно они создают новые способы производства и новые продукты (Хайлбронер, 2008). Наше исследование позволяет выявить (на примере двух университетов г. Воронежа), насколько взгляды Шумпетера адекватны современным представлениям российской студенческой молодежи о предпринимательстве.

¹ ВЦИОМ. Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России. М.: ВЦИОМ, 2016. URL: <https://mresearcher.com/2016/05/vtsiom-otnoshenie-rossiyan-k-predprinimatelstvu.html>.

Цель и объект исследования. Из вышесказанного можно заключить, что проблема сегодняшней России — нехватка шумпетерианских предпринимателей, а главный ресурс пополнения их контингента — молодежь. В связи с этим мы хотим выяснить, готовы ли студенты к инновационной деятельности согласно теории Шумпетера. Аналитическое исследование (Tabachnikova, Vinokurova, 2019), результаты которого трудно объяснить в рамках понимания предпринимательства, характерного для устоявшейся теории долгосрочного социально-экономического развития, указывает на вероятную причину: само понятие *«предпринимательство»* российские студенты наделяют иным смыслом, чем тот, который принят в экономических теориях. Эта причина относится к предметной области социолингвистики. Одним из стандартных методов получения социолингвистической информации является проведение анкетных опросов (Аврорин, 1975), и у нас есть возможность использовать для этого материалы опроса, проведенного ранее для другой цели.

Наше исследование сосредоточено на студентах, во-первых, потому, что именно студенческая молодежь является наиболее образованной, активной и, как мы предполагали, приступая к исследованию, наиболее подготовленной к инновационному предпринимательству частью молодежи. Во-вторых, потому, что в общественном мнении предприниматель обычно воспринимается как человек с высшим образованием (Молодежь и предпринимательство..., 2015). Кроме того, молодые люди, как правило, лишены того негативного восприятия предпринимателей как жуликов и воров, которое до сих пор присуще некоторым представителям старшего поколения. Так, согласно данным ВЦИОМ за 2019 г., 94% россиян в возрасте 18–24 года положительно относятся к малому и среднему бизнесу, а среди людей от 60 лет и старше 11% опрошенных относятся отрицательно².

² ВЦИОМ. Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России. М.: ВЦИОМ,

Образовательный и культурный потенциал страны сконцентрирован в ее крупнейших городах. При этом Москву и Санкт-Петербург трудно считать типичными российскими городами, это финансовые и политические центры континентального значения, и восприятие предпринимательства здесь может отличаться от характерного для других образовательных центров России. В связи с этим мы ограничиваем наше исследование Воронежем – одним из типичных крупных городов России с населением около 1 млн человек.

Таким образом, объект нашего исследования – студенчество крупного образовательного центра с населением около 1 млн человек.

Проверяемая гипотеза исследования заключается в том, что восприятие предпринимательства молодежью (конкретно – студентами) в российской культурно-лингвистической среде не отличается от восприятия этого понятия, характерного для Й. Шумпетера и его последователей. Отклонение этой гипотезы в контексте ранее установленной³ высокой склонности российских студентов к предпринимательству означает, что они не связывают предпринимательскую деятельность с достижением целей, значимых для экономики в целом, и не стремятся стать «революционерами от производства». На данном этапе нашего исследования гипотеза проверяется применительно к Воронежу как типичному представителю крупных образовательных центров России.

2. ИНФОРМАЦИОННАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Наше исследование базируется на материалах социологического опроса студен-

тов, проведенного в сентябре–октябре 2017 г. в Воронеже. Первые результаты, полученные на материалах анкет, заполненных в рамках данного опроса студентами воронежских вузов, опубликованы в работах (Винокурова, Гудович и др., 2017; Tabachnikova, Vinokurova, 2019). В последней подробно изложена теоретическая база исследования. При составлении анкеты не ставилась цель ответить на вопрос о том, *какого рода* предпринимательство подразумевают студенты, заявившие о своем желании стать предпринимателями. Тем не менее оказалось возможным провести вторичный анализ материалов опроса, выбрав из анкеты те вопросы, которые непосредственно или косвенно относятся к восприятию предпринимательства студентами. В основу данной статьи положены результаты вторичного анализа, нацеленного на выявление взглядов студентов на предпринимательство, их намерений в отношении выбора карьеры, склонности к инновационному предпринимательству в условиях крупных индустриальных и культурных центров России.

Наряду с материалами опроса 2017 г. в работе в целях сопоставления, контроля достоверности результатов и более точной их интерпретации использованы результаты других авторов, основанные на опросах, проведенных общероссийскими социологическими службами, отдельными университетами или общественными организациями.

Выборка данного исследования многоступенчатая. На первом этапе определен город. Для наших целей нужен типичный город-миллионник с высоким потенциалом инновационного предпринимательства. Выбор Воронежа объясняется тем, что он, с одной стороны, является городом типичных жизненных стандартов, характерных для крупных российских промышленных и культурных центров, а с другой – обладает значительным инновационным и творческим потенциалом. Здесь работает множество промышленных предприятий, в том числе высокотехнологичных, научно-исследовательских институтов и конструкторских бюро, имеется

2019. URL: https://wciom.ru/fileadmin/file/reports_conferences/2019/Predprinimatelstvo2019.pdf.

³ Student Entrepreneurship (2016). Insights from 50 Countries. URL: http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf.

много учреждений культуры. Также важно, что Воронеж – студенческий город, характеризующийся высокой образовательной миграцией. Общее число воронежских вузов вместе с филиалами – 30. Воронеж входит в первую десятку городов по развитию высшего образования, а Воронежский государственный университет занял в 2019 г. 32-е место в рейтинге более чем 2000 вузов России⁴. Воронеж также имеет хороший потенциал для развития бизнеса⁵. По указанным критериям Воронеж – типичный индустриальный и образовательный центр России. Внимание привлек и тот факт, что желание стать предпринимателями у студентов Воронежа выше, чем в среднем по общероссийской выборке⁶.

Далее для исследования отобраны вузы Воронежа. В качестве основной базы исследования выбран *Воронежский государственный университет* (ВГУ), поскольку здесь представлено большое число специальностей, а качество университетского образования позволяет надеяться, что студенты смогут стать инициаторами и проводниками новшеств, если придут в предпринимательство.

Отбор специальностей осуществлялся исходя из нашей оценки наиболее перспективных и необходимых для технологического прорыва профессий. В выборку вошли студенты восьми факультетов ВГУ: математического; прикладной математики, информатики и механики; компьютерных наук; физического; экономического; медико-биологического; философии и психологии; филологического. Выпускники факультетов гуманитарного профиля – филологи и психологи – востребованы в разработках по проблематике искусствен-

ного интеллекта, имеющей существенное значение в системе технологий широкого применения формирующегося *шестого технологического уклада*. Поскольку в ВГУ отсутствуют инженерные специальности, которые не менее значимы для целей исследования, опрос проводился также в *Воронежском государственном политехническом университете*. Эти два вуза – наиболее престижные в городе, с самым большим конкурсом для поступающих.

Ограничения возможностей проведения исследования, как финансовые, так и кадровые, не позволили охватить все специальности, по которым в ВГУ и в целом в городе можно получить высшее образование.

Далее отобраны учебные группы с последующим сплошным опросом. По каждой специальности было опрошено не менее двух групп при соблюдении квот по отобранным специальностям. Особенностью опроса является заполнение анкет в присутствии исследователей в течение 20–25 минут. На наш взгляд, такой подход позволяет получить более надежные данные в сравнении с тем, когда анкеты заполняются в спешке и без возможности консультации с исследователем.

Помимо анкетирования, мы взяли несколько фокусированных интервью у студентов, чтобы лучше понять мотивацию некоторых ответов на вопросы анкеты.

Основная часть респондентов – студенты бакалавриата второго и третьего курсов (86%), остальные – учащиеся по программам магистратуры и специалитета (уровень высшего образования в соответствии с действующим ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании»).

Общий объем выборки – 680 респондентов.

Описанная выше процедура формирования выборки не гарантирует безошибочности отражения мнения воронежского студенчества по вопросам, включенным в анкету. Но то же самое относится в той или иной мере ко всем известным нам исследованиям по проблеме молодежного предпринимательства,

⁴ Вузы Воронежа, 2019 – рейтинг. URL: <http://vuzoteka.ru/вузы/Воронеж>.

⁵ Инвестиционный паспорт городского округа город Воронеж. Воронеж, 2018. URL: <http://www.voronezh-city.ru/upload/iblock/d65/invest18.pdf>.

⁶ Student Entrepreneurship (2016). Insights From 50 Countries. URL: http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf

отечественным и зарубежным. В их ряду наше исследование основано на наиболее полной и качественной на сегодняшний день эмпирической базе, при помощи которой можно делать, признавая определенный риск систематической ошибки, выводы относительно расхождений между восприятием предпринимательства студентами типичного российского города-миллионника и умозрительной моделью предпринимателя-новатора, характерной для трудов австрийской экономической школы, в особенности Й. Шумпетера.

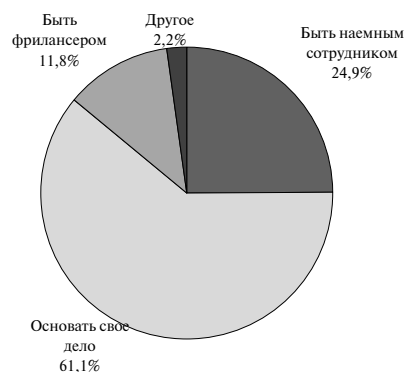


Рис. 1. Распределение ответов на вопрос: «Вы предпочли бы работать...?», % числа ответивших

3. РЕЗУЛЬТАТЫ

3.1. Склонность респондентов к предпринимательской деятельности

Как показал наш опрос, более половины воронежских студентов хотели бы после окончания вуза основать свое дело, а не работать наемным сотрудником (рис. 1). Эти результаты очень близки к данным аналогичного исследования в Словакии. Стать наемными работниками там были готовы стать 24% студентов, а предпринимателями – 61% (Papulova, Papula, 2015). О склонности студенчества к предпринимательству свидетельствуют и данные других исследований. По материалам Глобального исследования предпринимательского духа студентов (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS), участие в котором в 2016 г. приняли 25 стран, в среднем по России 11% студентов собирались работать на себя и стать предпринимателями сразу после окончания вуза, а 51% студентов предполагали, что смогут стать предпринимателями через 5 лет⁷. При этом выявилось, что склон-

ность к предпринимательству у российских студентов выше, чем у зарубежных. Студентов спрашивали, согласны ли они с утверждением: «Среди возможных вариантов я предпочел бы стать предпринимателем». Согласие оценивалось по семибалльной шкале, где 1 – совсем не согласен, а 7 – согласен полностью. Средняя оценка для российских студентов составила 4,67 балла, а для зарубежных – 4,36. Однако доля студентов, желающих стать предпринимателями, сильно различается по городам, вузам и специальностям (Винокурова, Гудович и др., 2017). Так, в Хабаровске хотели бы начать свой бизнес более 30% опрошенных студентов, в Комсомольске-на-Амуре – всего 17% (Ларченко, 2017). В Екатеринбурге хотели бы основать свое дело 70% студентов Уральского федерального университета (Нечай, 2017). В Пензе заняться предпринимательством изъявили желание 69% студентов (Черницов, Артамонова и др., 2017).

Планы заняться предпринимательской деятельностью студенты часто откладывают на будущее. Это видно не только по данным GUESSS, но и по материалам НИУ «Высшая школа экономики»: после окончания вуза хотели бы стать предпринимателями 21% студентов, а через 5 лет – 49% (Типичная Вышка, 2017).

⁷ Следует отметить, что как (Student Entrepreneurship (2016). Insights From 50 Countries. URL: http://www.guesssurvey.org/resources/PDF_InterReports/GUESSS_2016_INT_Report_final5.pdf), так и другие социологические опросы, на которые мы ссы-

лаемся в данной статье, имеют общий недостаток – отсутствие концепции формирования выборки.



Рис. 2. Распределение ответов на вопрос: «Как Вы считаете, что важно, чтобы добиться успеха в работе после окончания вуза? (отметить не более 3 факторов)», % числа ответивших

Большинство респондентов не хотят становиться наемными работниками, что свидетельствует о стремлении студентов к свободе и независимости. Это же показывали и предшествующие исследования (Винокурова, 2016). Такая мотивация характерна даже для респондентов, не планирующих становиться предпринимателями: об этом говорит значительная доля студентов, намеревающихся стать самозанятыми (фрилансерами), что иллюстрирует рис. 1.

Рассмотрим далее распределение ответов на вопрос, нацеленный на выяснение взглядов студентов на критерии успеха в работе (рис. 2). С большим отрывом здесь лидируют личностные характеристики, востребованные в предпринимательстве. Студенты довольно низко ценят приобретение глубоких знаний в вузе как фактор успеха. При этом на рынке труда (где предлагается работа по найму) ощущается недостаток профессионалов высокого уровня, несмотря на то, что работодатели устанавливают им высокие заработные платы, иногда даже несоразмерно высокие (Романова, Носырев, 2018). В этом проявляет себя определенная незрелость взглядов молодежи.

Если говорить о культурном контексте, то обычно предполагается, что российский склад характера отличается от западного меньшим индивидуализмом. Это рассматривалось

как важная черта национального характера еще в XIX в., и до сих пор тема не потеряла своей актуальности, хотя сомнений в коллективистских взглядах молодежи появляется все больше (Сикорский, 1993; Гоголев, 2006; и др.). Поэтому мы обращаем внимание на то, как высоко студенты оценивают такие качества, как взаимопомощь и сотрудничество, при планировании своего будущего. Оказалось, что немногие молодые люди (13,7% ответов) считают, что эти качества способствуют успеху в профессиональной карьере. Наличие связей (блат) представляется им гораздо более важным фактором (32,8% ответов).

3.2. Особенности понимания предпринимательства и его социальных функций российскими студентами

Данные, представленные на рис. 3, отклоняют применительно к студентам двух воронежских вузов проверяемую в нашем исследовании гипотезу о том, что восприятие предпринимательства студенческой молодежью не отличается от шумпетерианского. Эти данные свидетельствуют: студенты, как правило, не воспринимают предпринимателей как главную движущую силу технологических и социальных перемен.



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос: «По Вашему мнению, кто в наибольшей степени определяет будущее?», % числа ответивших

Поэтому желание стать предпринимателями вполне органично сочетается в их восприятии с низкой ориентацией на такие факторы успеха современного предпринимателя, как широкая эрудиция, готовность к сотрудничеству, неутомимая работоспособность (см. рис. 1 и 2). Это означает, что, хотя немецко-русские словари переводят понятие «*der Unternehmer*», использовавшееся Шумпетером, как «*предприниматель*», на деле эти два понятия означают существенно различные виды деятельности. *Der Unternehmer* – прежде всего новатор, готовый к риску, мотивированный желанием изменить окружающий его мир и, условно говоря, способный получить кредит доверия общества под залог этого желания. Результаты опросов приводят к выводу, что в понимании современной учащейся молодежи предприниматель – это практически синоним устаревшего ныне понятия «*купец*» (*der Kaufmann*) или современного «*коммерсант*». В русском языке подлинный смысл существительного *der Unternehmer*, по-видимому, более точно передается также устаревшим словом «*промышленник*» (современного аналога нам подобрать не удалось), а в шумпетерианском смысле – «революционер от производства». Тем не менее далее в статье, интерпретируя ответы студентов, мы продолжим использовать термин «предприниматель» в том его шумпетерианском понимании, которое подразумевалось при составлении программы опроса.

Судя по ответам, студенты не понимают важности роли инновационного предпринимательства в экономическом развитии. Дополнительные доводы в пользу этого тезиса дают ответы на прямой вопрос: «В какой сфере Вы предпочли бы работать?»⁸, распределение ответов на который представлено на рис. 4. Налицо противоречие: при том, что больше половины респондентов выразили желание стать предпринимателями, а также

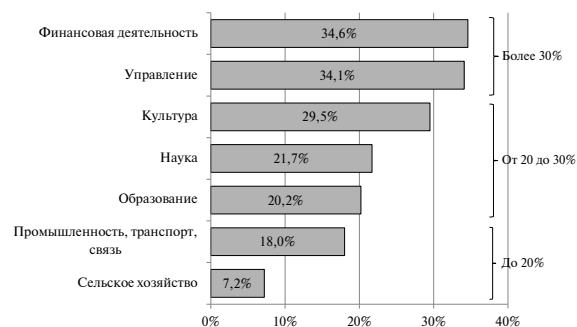


Рис. 4. Распределение ответов на вопрос: «В какой сфере Вы бы предпочли работать?», % числа ответивших

вопреки технической направленности вузов, где обучаются респонденты, их предпочтения в выборе сферы работы по найму относятся преимущественно к финансовой деятельности и управлению, где возможности для создания и внедрения технологических производственных инноваций отходят на второй план.

Здесь уместно заметить, что сам Шумпетер включал в число функций предпринимателя не только технические инновации, но не в меньшей мере – новшества в организации и коммерции (Шумпетер, 1982, с. 282–283). Однако концентрация именно на сферах финансовой деятельности и управления предпочтений тех студентов, которые обучаются по техническим направлениям подготовки, свидетельствует о приспособленческих установках учащейся молодежи, не свойственных шумпетерианскому предпринимателю.

Стремление молодежи в сферу управления – характерная черта последнего времени. Об этом свидетельствуют результаты самых разных исследований. Например, в опросе, проведенном Фондом общественного мнения (ФОМ), самым привлекательным местом работы для молодежи от 16 до 26 лет были названы государственные структуры (Каллиома, 2009); 23% пользователей социальных медиа тоже хотели бы работать на государство. Для сравнения: сферу «промышленность, произ-

⁸ Этот вопрос относится не к выбору направления в предпринимательстве, а к возможностям работы по найму.

водство товаров» выбрали всего 2%⁹. В исследовании одной из консалтинговых фирм «Ориентации молодежи в сфере труда и занятости» профессия государственных служащего заняла второе место «по престижности» среди молодых людей в возрасте от 14 до 30 лет¹⁰. Это побудило нас спросить в интервью о причинах такого выбора. Коротко можно свести объяснения студентов к трем факторам: высокая заработная плата, стабильность и власть. Акцент, сделанный на надежность будущего места работы, вполне согласуется с выводами из данных, приведенных ниже в п. 3.3. О конкретной работе чиновников молодые люди знают только понаслышке. Что касается таких государственных компаний, как «Газпром», респонденты уверены, что заработные платы там очень высокие. Финансовая сфера привлекает молодых людей также из-за предполагаемых больших заработных плат, по формулировке одной из студенток: из-за «близости к деньгам». Сфера культуры оказалась тоже довольно привлекательным местом работы для студентов. Это согласуется с их желанием иметь интересную, творческую работу. Такой поворот к культуре и искусству связан с глобальной тенденцией появления и роста креативного класса (так — у автора указанной работы) (Флорида, 2005).

Желание молодежи стать чиновниками распространено почти вдвое шире, чем желание работать в производственной сфере, и более чем в полтора — в сфере науки.

Предпочтения респондентов в сфере занятости приводят к выводу, что предпринимательскую деятельность молодежь вос-

принимает так же, как работу в управлении, т.е. как *хороший источник доходов*, позволяющий вести комфортную, безопасную жизнь. Отсюда отсутствие интереса к инновационному бизнесу. Действительно, как показывает опыт, молодежь предпочитает в предпринимательстве сферу торговли и услуг. Им это кажется более понятным, простым и легким. Если даже молодежь решается заняться более технологичным бизнесом, то в сфере информационных технологий, наиболее близкой молодежи. Но это не разработка каких-то новых идей, а, скорее, такие виды деятельности, как создание сайтов для компаний или частных клиентов (Оя, 2018).

Интересно, что у московских студентов¹¹ оценка важности предпринимательской деятельности для будущего немного выше, чем у воронежских (6,6 против 3,9%).

Низкий интерес к промышленности в качестве места трудоустройства внушает опасения, что молодые предприниматели тоже не захотят обратить свое внимание на эту сферу. В анкете, опрос по которой мы используем в качестве информационной базы, есть вопрос о том, какие направления науки и технологий нужно развивать в России в первую очередь. На предпоследнем месте, обойдя лишь «способы борьбы с потеплением климата», оказалась робототехника, а доля студентов, проголосовавших за «создание новой техники для промышленности», в три раза меньше доли тех, кто назвал приоритетными «медицинские разработки»¹². Мы предполагали, что разворот к западным ценностям повлиял на взгляды студентов и в том, что касается технологического развития России, но это не подтвердилось. Оказалось, что 46,9% наших респондентов полагают, что на Западе создание новой техники для промышленности развито лучше всего, но лишь 27,9% считают, что

⁹ Где хочет работать современная молодежь: Социологический опрос. Research & Trends, 2013. URL: https://www.r-trends.ru/investigations/investigations_911.html.

¹⁰ Ориентации молодежи в сфере труда и занятости. Социологический опрос. Многофункциональный молодежный центр «Шанс», 2018. URL: <http://dmoshans.ru/shans-press/sociologicheskie-issledovaniya/sociologicheskoe-issledovanie-orientacii-molodezhi-v-sfere-truda-i-zanyatosti--/>.

¹¹ По данным опроса ЦЭМИ РАН 2018 г. (198 респондентов, студенты ГАУГН и РГАУ-МСХА им. К.А.Тимирязева).

¹² Подробнее см. (Винокурова, Гудович и др., 2017).

это направление нужно развивать в первую очередь и в России.

3.3. Причины потребительских представлений студентов о предпринимательстве

Как следует из данных рис. 2, опрошенные студенты не считают, что готовность много трудиться будет способствовать успеху на работе¹³. Возникает вопрос, в каком случае они все-таки готовы трудиться много и напряженно. Ответ дают данные, представленные на рис. 5. Главная мотивация для молодежи в этой ситуации, как мы видим, – это «интересная, творческая»¹⁴ работа. И почти так же важной отмечена возможность «хорошо заработать». Согласно Шумпетеру, предприниматели в первую очередь стремятся реализоваться в творчестве. Деньги, как он считал, являются следствием предпринимательского успеха, а не его сутью. И хотя творчество и деньги для студентов почти равнозначны, по результатам интервьюирования выяснилось, что для опрошенных студентов хороший за-

¹³ Характерно, что в анкете GUESSS, имеющего аналогичную направленность, подобный вопрос отсутствует.

¹⁴ В кавычках дается точная формулировка ответов из анкеты.

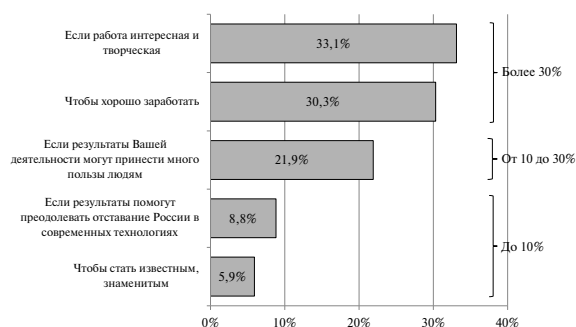


Рис. 5. Распределение ответов на вопрос: «В каком случае Вы лично готовы бы были работать очень много и напряженно?», % числа ответивших

работок имеет приоритетное значение сам по себе, независимо от типа работы.

Мы предполагали, что хорошей мотивацией для молодых людей работать «много и напряженно» может стать ситуация, когда «результаты их работы помогут преодолеть отставание России в современных технологиях». Это соответствовало бы шумпетерианскому представлению о настрое предпринимателей на инновации. В данном вопросе это не нашло подтверждения: всего 8,8% респондентов выбрали этот ответ. Не выявилось и особого «общественного настроения». Лишь около 22% студентов готовы были бы трудиться «много и напряженно», «если результаты их деятельности могут принести много пользы людям». Таким образом, у студентов преобладают мотивации личного характера.

Чем же собираются руководствоваться студенты при выборе работы после окончания вуза?

Наиболее важный вывод, очевидный по результатам ответов на данный вопрос, – это опять-таки преобладание личностного подхода к своему будущему (рис. 6). Студенты в первую очередь думают о возможности совмещать работу с личной жизнью¹⁵ и об обеспечении своей финансовой безопасности. Слово «безопасность», на наш взгляд, играет тут ключевую роль. Даже желание получить большой доход отошло на третье место. Все это предполагает спокойную, комфортную, безопасную жизнь. Можно сказать, что молодые люди хотели бы получать хорошую заработную плату, но не в ущерб личной жизни. В 2007 г. только 13% молодежи считали глав-

¹⁵ Частично это можно объяснить преобладанием в выборке девушек, которых больше, чем юношей, и в целом в высших учебных заведениях. Девушки 17–22 лет, обучающиеся в вузах России по программам ба-калавриата, специалитета и магистратуры, составляют 55,6%, юноши – 44,4%. Проценты рассчитаны по табл. 5.3.14 из: Индикаторы образования: 2018: стат. сб. М.: НИУ ВШЭ, 2018. С. 162. При этом различия в гендерном составе по специальностям оказались весьма существенными.



Рис. 6. Средний балл ответов на вопрос: «Чем Вы будете руководствоваться при выборе работы после окончания вуза? Оцените в баллах, где 7 – самый важный для Вас мотив выбора, а 1 – совсем не важен»

ным, чтобы работа оставляла время для личных дел (Молодежь новой России..., 2007). Создается впечатление, что студенты не намерены проявлять особой активности на месте их будущей работы. Мы уже видели, что они не считают напряженную работу фактором успеха, не склонны преодолевать трудности. Например, когда мы спрашивали их о желании заниматься наукой, 21% посчитали, что это слишком трудно, а 42% решили, что у них для этого недостаточно способностей.

Личностный подход ярко продемонстрирован и в ответах на другие вопросы. Так, 73,8% респондентов полагают, что России нужно в первую очередь догонять другие страны по уровню жизни, и только 26,2% считают необходимым догонять Запад в области развития науки и новых технологий. Доля респондентов, которые среди достижений США ценят качество жизни (29,8%), выше доли тех, кто ценит созданные в этой стране высокие технологии (25,3%).

Наоборот, деловой подход к будущему выражен слабо. Желание построить свой бизнес занимает лишь девятое место среди 14 стимулов, упомянутых в вопросе, статистика ответов на который представлена на рис. 6. При этом большинство опрошенных студентов выразили желание заняться предпринимательством (см. рис. 1). Еще меньше

желание напрягаться, «бросить себе вызов». И совсем нет предпринимательских амбиций в отношении инновационной деятельности: практически нет намерений «разработать новый продукт», заниматься передовыми технологиями. Обращение на себя не способствует интересу к инновационным задачам ни в своей собственной профессиональной карьере, ни в отношении общества в целом.

Из предпринимательских качеств у студентов ярче всего выражено желание независимости, желание «быть собственным начальником». Можно предположить, что это и является главным мотивом для «основания своего дела». К проявлению предпринимательских качеств условно можно также отнести желания «развиваться как личность» (5,68 балла из 7) и «приобрести более высокое положение в обществе» (5,11 балла).

Что касается общественного настроения, считающегося традиционным для России, то слабое желание молодежи «следовать важной социальной миссии» не соответствует этим представлениям. Отсутствие желания «продолжить семейную традицию» не подтверждает важность для студентов семейных ценностей в отношении работы. Возможно, это связано с общей тенденцией изменения ценностей. В аналитическом докладе Института социологии РАН еще в 2007 г. отмечалось, что 73% молодежи «мало интересуются нашей историей, культурой, ориентированы на западные ценности» (Молодежь новой России..., 2007).

4. ВЫВОДЫ

1. Установлено, что опрошенные студенты двух воронежских вузов, проявляя высокую заинтересованность в предпринимательской деятельности, склонны воспринимать ее как деятельность скорее купца, чем промышленника. Это отклоняет гипотезу о том, что студенты связывают предприни-

мательство с инновационной деятельностью в согласии с трактовкой предпринимательства в трудах Й. Шумпетера. Как следствие *интерес студенчества к тому, чтобы в будущем заняться предпринимательством, не свидетельствует о его готовности создавать и внедрять инновации.* Преобладание такого отношения к предпринимательству среди студенчества может оказаться долгосрочным фактором, сдерживающим экономический рост России. Вывод получен на материалах опроса, проведенного в двух университетах Воронежа, однако по основаниям, указанным в статье, мы ожидаем, что результаты опросов и в других городах окажутся аналогичными.

Идея Шумпетера о предпринимателе как о человеке, которым движет стремление к успеху дела ради самого успеха, который реализует свою мечту, для которого деньги вторичны, не соответствует представлениям о предпринимательстве, характерным для учащейся молодежи города с населением около 1 млн человек. Шумпетер считал основной функцией предпринимателя создание чего-то нового, новшества любого рода. Для опрошенных студентов не характерна заинтересованность в новшествах. Они, как правило, не понимают роли предпринимателей в экономическом развитии, их влияния на будущее. Поэтому, если по мере накопления жизненного опыта их установки не изменятся, трудно ожидать от них вклада в технологический прорыв страны. Разумеется, это касается среднестатистического студента. Всегда находятся исключительные личности, готовые к инновациям и борьбе за свои идеи.

2. Суть особенностей восприятия предпринимательства воронежскими студентами заключается в следующем. Выявлено, что у студентов в их представлениях о своем будущем преобладают личностные интересы и мотивации. Они выражаются, во-первых, в их предпочтениях будущей карьеры, где главным условием названа возможность сочетать работу и личную жизнь; во-вторых, в стремлении к финансовой безопасности,

материальному благополучию, уклонению от трудностей. Работу предпочитают только интересную и творческую.

3. Одновременно проявился слабый общественный настрой: низкая оценка взаимопомощи и сотрудничества. Студенты не готовы работать ради важной социальной цели, этот фактор построения карьеры получил низкую оценку. Трудиться много и напряженно, даже если это принесет много пользы людям, они тоже не хотят. Низкий интерес к продолжению семейного дела отражает стремление молодежи к самостоятельности, индивидуальному выбору пути. Все это косвенно свидетельствует об отходе от традиционных ценностей, которые принято считать характерными для русской культуры в прошлом, о росте индивидуализма. Деловые наклонности также оказались слабыми, они уступают личным наклонностям. Трудолюбие как фактор успеха в профессиональной карьере оценивается низко.

4. Желание заняться предпринимательством – в том понимании предпринимательства, которое характерно для респондентов, – широко распространено среди студентов воронежских университетов, охваченных исследованием. Доля желающих основать свой бизнес оказалась высокой, даже на фоне зарубежного уровня. Наши молодые респонденты, как показало исследование, ценят некоторые качества, необходимые предпринимателям, например целеустремленность, свободу и независимость, уверенность в своих силах, творческий характер работы. Мы выяснили, что основным мотивом занятий предпринимательством является стремление к независимости, желание быть начальником самому себе. Все это может служить предпосылкой для развития молодежного бизнеса. Однако даже при наличии этих предпринимательских качеств настрой молодежи на комфорт, безопасность, отсутствие «большой мечты», которая в предпринимательстве может играть ведущую роль, готовность трудиться много, прежде всего ради денег – все это не способствует инновационной деятельности.

В перспективе предполагается провести опрос студентов по более обширной выборке и по новой анкете. Эта работа уже начата. Намечается: 1) проверить предположение, что полученные по Воронежу результаты аналогичны ситуации в других городах РФ с населением около 1 млн человек; 2) увеличить в выборке число студентов старших возрастов, чтобы выявить особенности их восприятия предпринимательства; 3) прояснить, влияют ли на склонность студентов к инновационному предпринимательству ситуации, связанные с поддержкой предпринимательства в вузах.

На следующем этапе актуальным и важным представляется изучение причинной взаимосвязи инновационной паузы (Полтерович, 2009) и «инновационного пессимизма» студенчества: является ли этот пессимизм одним из факторов инновационной паузы, или одним из ее феноменов, или не имеет с ней связи.

Список литературы / References

- Аврорин В.А. Проблемы изучения функциональной стороны языка (К вопросу о предмете социолингвистики) / АН СССР, Ин-т языкознания. Ленинград: Наука. Ленингр. отделение, 1975. 276 с. [Avrorin V.A. (1975). Problems of studying the functional side of language (On the question of the subject of sociolinguistics). Leningrad: Nauka, 276 p. (in Russian).]
- Ашмарин И., Степанова Г. Студенческая молодежь на пороге инновационной деятельности // Человек вчера и сегодня: междисциплинарные исследования / отв. ред. М.С. Киселева. М.: Институт философии РАН, 2009. С. 89–109. [Ashmarin I., Stepanova G. (2009). The student youth at the threshold of innovation activity // Chelovek vchera i segodnya: mezhdistsiplinarnye issledovaniya [A human yesterday and today: cross-disciplinary studies]. M.S. Kiseleva, ed. Moscow, Institut filosofii RAN [Institute of Philosophy RAS], pp. 89–109 (in Russian).]
- Барина В.А., Земцов С.П., Царева Ю.В. Предпринимательство и институты: есть ли связь на региональном уровне в России? // Вопросы экономики. 2018. № 6. С. 92–116. [Barinova V.A., Zemtsov S.P., Tsareva Yu.V. (2018). Entrepreneurship and institutions: Does the relationship exist at the regional level in Russia? *Voprosy Ekonomiki*, no. 6, pp. 92–116 (in Russian).]
- Винокурова Н. Молодежь в науке: мотивации, взгляды, жизненные стратегии // Народонаселение. 2016. № 4. С. 113–123. [Vinokurova N. (2016). Youth in science: motivations, views, life strategies. *Narodonaselenie*, no. 4, pp. 113–123 (in Russian).]
- Винокурова Н.А., Гудович И.С., Баклыков А.С. Молодежь как стратегический ресурс будущего развития: ценностные ориентации, планы, мечты // Современная экономика: проблемы и решения. 2017. № 9. С. 14–31. [Vinokurova N.A., Gudovich I.S., Baklykov A.S. (2017). Young people as a strategic resource of future development: value orientations, plans, dreams. *Sovremennaya Ekonomika: Problemy i Resheniya*, no. 9, pp. 14–31 (in Russian).]
- Глазьев С.Ю., Дементьев В.Е. Становление нового технологического уклада в российской экономике // Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике / под ред. С.Ю. Глазьева и В.В. Харитонов. М.: Тривант, 2009. [Glaz'ev S. Yu., Dement'ev V.E. (2009). The formation of a new technological paradigm in the Russian economy. Nanotechnology as a Key Factor of a New Technological Paradigm in the Economy. S.Yu. Glaz'ev, V.V. Kharitonov, eds. Moscow, Trovant (in Russian).]. URL: <http://www.cemi.rssi.ru/publication/e-publishing/dementiev/NanoCh5-2009.pdf>.
- Гоголев М. Русский коллективизм? // Литературная Россия. 2006. № 19. [Gogolev M. (2006). Russian collectivism? *Literaturnaya Rossiya*, no. 19 (in Russian).]
- Каллиома Л. Молодежь предпочитает госслужбу // Российская бизнес-газета. 2009. № 696. [Kallioma L. (2009). Youth prefers state service. *Rossiyskaya biznes-gazeta* [Russian Business

- Newspaper], no. 696 (in Russian).] URL: <https://rg.ru/2009/04/07/molodezh-rabota.html>.
- Ларченко В. Предпринимательский потенциал молодежи Хабаровского края. Социологическое измерение // Вестник ТОГУ. 2017. № 1 (44). С. 171–178. [Larchenko V. (2017). The entrepreneurial potential of the youth in Khabarovskiy kraj. Sociological dimension. *Vestnik TOGU*, no. 1 (44), pp. 171–178 (in Russian).]
- Молодёжь и предпринимательство: проблемы теории и практики. Материалы III Межвузовской научно-практической студенческой конференции. Нижний Новгород: Институт экономики и предпринимательства, 2015. [Youth and entrepreneurship (2015): problems of theory and practice. Proceedings of the 3rd International scientific and practical students' conference. Nizhniy Novgorod, Institute of economy and entrepreneurship (in Russian).]. URL: <http://www.iee.unn.ru/wp-content/uploads/sites/9/2014/11/111.pdf>.
- Молодёжь новой России: образ жизни и ценностные приоритеты: аналитический доклад. М.: Институт социологии РАН, 2007. [Youth of renewed Russia (2007): live pattern and values. Moscow, Institute of Sociology RAS (in Russian).]. URL: https://www.isras.ru/analytical_report_Youth.html.
- Нечай Е. Предпринимательство в жизненных планах студента: перспективы и противоречия. 2017. [Nechay E. (2017). Entrepreneurship in the student's life plans: Prospects and contradictions (in Russian).]. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/46855>.
- Оя Е. Дело молодое: начинающие российские предприниматели выбирают сферу торговли и услуг // Russia Today. 2018. 14 февраля. [Oya E. (2018). Their youth business: Novice Russian entrepreneurs opt for the spheres of merchantry and services. *Russia Today* (in Russian).]. URL: <https://russian.rt.com/russia/article/481083-molodyozhnoe-predprinimatelstvo>.
- Полтерович В.М. Гипотеза об инновационной паузе и стратегия модернизации // Вопросы экономики. 2009. № 6. С. 4–22. [Polterovich V.M. (2009). The hypothesis on innovation pause and the strategy of modernization. *Voprosy Ekonomiki*, no. 6, pp. 4–22 (in Russian).]
- Романова С., Носырев И. В России зафиксирована нехватка профессионалов // РБК. 2018. № 164. [Romanova S., Nosyrev I. (2018). A lack of professionals is detected in Russia. *RBK [RBC newspaper]*, no. 164 (in Russian).]. URL: <https://www.rbc.ru/newspaper/2018/09/25/>.
- Сикорский Б.Ф. Н.А. Бердяев о роли национального характера в судьбах России // Социально-политический журнал. 1993. № 9–10. С. 104. [Sikorskiy B.F. (1993). N.A. Berdyaev on the role of national character in the fate of Russia. *Sotsial'no-Politicheskii Zhurnal*, no. 9–10, p. 104 (in Russian).]
- Симхович В.А. Инновационная активность современной белорусской молодежи // XX Международная конференция памяти профессора Л.Н. Когана «Культура, личность, общество в современном мире: Методология, опыт эмпирического исследования», 16–18 марта 2017 г., Екатеринбург. Екатеринбург: УрФУ, 2017. С. 905–916. [Simkhovich V.A. (2017). Innovation activity of Belarus youth nowadays. XX international conference in honor of Prof. L.N. Kogan: Culture, personality, society in the modern world: methodology and experience of empirical studies. Ekaterinburg: UrFU, pp. 905–916 (in Russian).]
- Сорокин Д. О стратегии развития России // Вопросы экономики. 2010. № 8. С. 28–40. [Sorokin D. (2010). On the strategy of development of Russia. *Voprosy Ekonomiki*, no. 8, pp. 28–40 (in Russian).]
- Типичная Вышка. Бюллетень Центра внутреннего мониторинга ВШЭ. 2017. № 2. С. 1–3. [A typical Vyshka (2017). *A bulletin of the Centre for internal monitoring of HSE*, no. 2, pp. 1–3 (in Russian).]
- Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее: пер. с англ. М.: Изд. дом «Классика-XXI», 2005. [Florida R. (2005) Creative class: The people that alter the Future. Moscow, Klassika-XXI publ. (in Russian; translated from English).]
- Хайлбронер Р.Л. Философы от мира сего: великие экономические мыслители: их жизнь, эпоха и идеи / пер. с англ. И. Файбисовича. М.: КоЛибри, 2008. 430 с. [Heilbroner R.L. (2008).

The worldly philosophers: The lives, times and ideas of the great economic thinkers. Translated by I. Faybisovich. Moscow: KoLibri, 2008. 430 p. (in Russian; translated from English).]

Черницов А., Артамонова Ю., Ионова А. Исследование уровня предпринимательского потенциала студентов вузов в условиях стратегии развития малого бизнеса в России // Фундаментальные исследования. 2017. № 10 (часть 3). С. 623–627. [Chernitsov A., Artamonova Yu., Ionova A. (2017). Investigation the level of enterprise capacity of university students in the development strategy of small business in Russia. *Fundamental'nye Issledovaniya*, no. 10, part 3, pp. 623–627 (in Russian).]

Шумпетер Й. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 401 с. [Schumpeter J. (1982). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung*. Moscow, Progress. 401 p. (in Russian; translated from German).]

Acs Z.J., Desai S., Hessels J. Entrepreneurship, economic development and institutions // Small Business Economics. 2008. No. 3. P. 219–234.

Beugelsdijk S., Noorderhaven N. Entrepreneurial attitude and economic growth: A cross-section of 54 regions // The Annals of Regional Science. 2004. No. 38 (2). P. 199–218.

Papulova Z., Papula J. Entrepreneurship in the eyes of the young generation // Procedia Economics and Finance. 2015. No. 34. P. 514–520.

Tabachnikova O., Vinokurova N. Youth and women entrepreneurship in contemporary Russia: Tendencies, challenges and prospects / Youth and Women Entrepreneurship in Challenging International (Global) Business Environment. Proceedings of the Ninth International Conference. Sofia: Bulgarian Association for Management Development and Entrepreneurship (BAMDE), 2019. P. 60–79.

Рукопись поступила в редакцию 10.09.2019 г.

ON THE SPECIFICS OF ENTREPRENEURSHIP PERCEPTION BY UNIVERSITY STUDENTS

N.A. Vinokurova, N.M. Svetlov

DOI: 10.33293/1609-1442-2020-1(88)-127-142

Natalia A. Vinokurova, Central Economics and Mathematics Institute Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia; vinokurova@yandex.ru

Nikolai M. Svetlov, Central Economics and Mathematics Institute Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia; ORCID 0000-0001-6906-6129; nikolai.svetlov@gmail.com

On the base of the survey in two universities in Voronezh (680 students) the hypothesis is rejected that students, in accordance with J. Schumpeter's interpretation of entrepreneurial activity, associate entrepreneurship with innovations. It is found that the student's perception of entrepreneurship in the Russian cultural and linguistic environment differs from the Schumpeterian one. Although the inclination to joining entrepreneurship in the future is widespread among the students, they are not ready to innovate. Students perceive entrepreneurship primarily as a pathway to financial security and personal well-being. Respondents tend to neglect socially significant aspects of entrepreneurship.

It is revealed that the students miss a holistic system of views and priorities regarding to their careers. Personal interests and motivations prevail over business inclinations. This is expressed in the students' career preferences, which incline to the ability to combine business and personal life, to the pursuit of financial security, material well-being, avoiding difficulties. As a rule, students prefer interesting and creative work. Hard work and education as factors of success in their future professional careers are valued low.

At the same time, weak social inclinations are manifested. Mutual assistance and cooperation as factors of professional progress are rated low. Also, the students are not inclined to work much and hard for the sake of public benefits. Prevailing not only personal interests as compared to the social, but even personal as compared to professional is an obstacle to the students joining the innovative entrepreneurship, requiring the priority of business and professional interests. The low interest to continuing family business reflects

the young people's desire to independence, to free choice of path. This indirectly indicates their deviation from traditional values (which are considered to be characteristic of the Russian culture in the past) and about the growth of their individualism.

Keywords: youth, students, perception of entrepreneurship, innovative entrepreneurship, career plans, innovation, Russia, universities.

JEL: Z13, J24, D01.

*ИНФОРМАЦИОННЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ
В ЭКОНОМИКЕ*

Manuscript received 10.09.2019