

Фролова И. А., старший преподаватель Казанского национального исследовательского технологического университета, г. Казань, zajceva_frolova@mail.ru

Предпринимательская активность как выбор жизненной стратегии студенческой молодежи в национальных исследовательских университетах

В данной статье рассмотрены концептуальные подходы к изучению предпринимательских стратегий молодежи, а также представлены результаты авторского социологического исследования, описывающие воздействие образовательных программ предпринимательского типа на жизненные стратегии студенческой молодежи в НИУ.

Ключевые слова: система образования, образовательные программы, предпринимательская деятельность, Национальные исследовательские университеты, студенческая молодежь, стратегии студенческой молодежи.

Введение

Студенческая молодежь — это динамичная часть современного общества, обладающая высоким предпринимательским потенциалом, новаторским и экономическим мышлением, а также высокой технико-технологической культурой. Именно студенческая молодежь способна генерировать новые идеи, максимально эффективно участвовать в экономической жизни своего региона и страны, быстро воспринимая все новое, не боясь брать на себя риски.

Это позволяет говорить о трансформации социальной роли молодежи, что, в свою очередь, актуализирует внимание к ее ценностным приоритетам, вызывая необходимость концептуализации проблемы отсутствия системы, позволяющей формировать и развивать образованных и высококвалифицированных предпринимателей, что имеет важное значение для создания стабильной экономики в современных мировых условиях [23, с. 11].

По данным Международного исследовательского проекта «Глобальное исследова-

ние предпринимательского духа студентов» (GUESSS — Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey [21]), карьерные планы студенческой молодежи обусловлены мотивами, которыми они руководствуются при выборе карьеры. Согласно анализу данных, главным мотивом при этом является стремление реализовать свои мечты, следующим мотивом — желание иметь интересную и перспективную работу.

Полученные в ходе исследования результаты также свидетельствуют о том, что основным движущим мотивом для российских студентов, планирующих после окончания вуза заниматься предпринимательской деятельностью, является стремление реализовать свои мечты, желание работать на себя, иметь интересную работу, быть самостоятельным и независимым.

Для анализа данной проблемы наиболее интересными оказались следующие результаты: каждый второй российский студент, который участвовал в исследовании GUESSS, не собирается быть предпринимателем во время обучения в вузе. Лишь через пять лет после окончания высшего образовательного учреждения 9,46% из них гото-

вы начать свое собственное дело. Полученные данные свидетельствуют о способности студентов здраво оценивать свой предпринимательский потенциал с его ресурсной составляющей, которая будет дополняться с приобретением определенного опыта работы. Все это говорит о проблеме ограниченности знаний и навыков по организации дела, о неготовности студенческой молодежи брать на себя риски, связанные с предпринимательской деятельностью. Но самая главная проблема кроется в самих высших учебных заведениях, обучаясь в которых, студенты не получают необходимые компетенции для организации и развития предпринимательской деятельности.

Концептуальные подходы к изучению предпринимательских стратегий молодежи

Идея новой культуры и нового сознания в молодежной среде, а также концепция молодежи как объекта и субъекта процесса преемственности и смены поколений рассматриваются в работах Ч. А. Рейча. Система теоретических положений, получившая название социальной концепции молодежи, принадлежит И. С. Кону. Мотивы социальной субъектности молодежи прослеживаются в концепциях М. Карвата и В. Миляновского [22]. Проблема установления социологической функции молодежи в обществе представлена в концепции молодежи как поколения в соответствующем историко-социальном пространстве Карла Манхейма.

Тема молодежи как специфической части общества, различные аспекты проблематики молодежной жизнедеятельности, идейно-политические взгляды, вопросы трудовой активности, профессиональных и ценностных ориентаций нашли свое отражение в трудах отечественных исследователей Ю. А. Левады [5, с. 9], В. Т. Лисовского [7, с. 158], И. С. Кона [3, с. 216], Ю. Г. Волкова [2, с. 52], Н. И. Лапина [4, с. 23], В. А. Лукова [8, с. 8] и др.

В конце 1960-х годов социологом В. Т. Лисовским было предложено определение понятия молодежи: «Молодежь — это поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих (а в более зрелом возрасте уже усвоивших) образовательные, профессиональные и культурные функции и подготавливаемых (подготовленных) обществом к усвоению и выполнению социальных ролей. В зависимости от конкретных исторических условий возрастные критерии молодежи могут колебаться от 16 до 30 лет» [7]. Позднее более полное определение дал И. С. Кон: «Молодежь — социально-демографическая группа, выделяемая на основе совокупности возрастных характеристик, особенностей социального положения и обусловленных тем и другим социально-психологических свойств. Молодость как определенная фаза, этап жизненного цикла, биологически универсальна, но ее конкретные возрастные рамки, связанный с ней социальный статус и социально-психологические особенности имеют социально-историческую природу и зависят от общественного строя, культуры и свойственных данному обществу закономерностей социализации» [3, с. 83]. По мнению автора, современный взгляд на молодежь может быть дополнен следующими характеристиками — активность, восприимчивость к переменам, склонность к рискам и инновациям, прогрессивность, самостоятельность не только в выборе жизненных стратегий, но их в проектировании.

В. Т. Лисовский выделяет как минимум три системы социализации. Первая, так называемая направленная социализация, создается социальной системой. Вторая — система «стихийной» социализации. К данной социальной системе относят все то, что оказывает влияние на личность (влияние «улицы», сверстников, средств массовой информации, искусства, книг, интернета и т. д.) Третья система — самовоспитание личности, ее способность к принятию грамотных решений [7]. В отдельную группу авторов стоит выделить тех, чьи работы были посвя-

щены исследованию жизненных стратегий российской молодежи. Реализация стратегий социальной адаптации в контексте поиска альтернативных вариантов рассматривается в работах Ю. М. Резника [10, с. 101], Е. А. Смирнова [11, с. 37]). Фундаментальные исследования стратегических планов молодежи и их реализации принадлежат новосибирскими исследователям В. Шубкину и Г. Чередниченко [15, 16, с. 282].

Применение системного подхода в анализе жизненных стратегий студенческой молодежи позволяет выделить совокупность взаимосвязанных элементов, имеющих связь с внешней средой, ресурсами.

Основы метода стратегического выбора рассматриваются в концепции соперничества М. Портера, предложившего набор типовых стратегий, в основе которых лежит идея о том, что каждая из них основана на конкурентном преимуществе, и организация должна добиться его, выбрав свою стратегию. Она должна решить, какой тип конкурентного преимущества хочет получить и в какой сфере [13]. Подобный метод может быть применен и для определения стратегического выбора молодежи.

Использование системного (Н. Луман «Теория социальных систем» [18, с. 237]) и структурного (Т. Парсонс «Система современных обществ» [9, с. 126]) подходов позволяет исследовать жизненные стратегии студенческой молодежи как самостоятельной социологической категории.

Существующие типологии жизненных стратегий дополняются Н. И. Легостаевой:

- критерий взаимодействия с внешним миром: конформная, консенсусная, конфликтная;
- критерий социализации: пассивно осваиваемая и активно преобразующая;
- критерий доминирования ценностных ориентаций: прагматические и гедонистические;
- критерий социального действия (по М. Веберу): целерациональные, ценностнорациональные, традиционные;

- временной критерий: краткосрочные (неделя-месяц), среднесрочные (месяц-год), долгосрочные (1–3 года) [6, с. 92].

Жизненные стратегии современной российской молодежи, связанные с готовностью заняться предпринимательской деятельностью, во многом являются реакцией на трансформационные процессы социальных институтов, в частности института образования, так как именно образовательная среда характеризуется развитием факторов, определяющих обучение, развитие личности, характер информационных и межличностных отношений, а также взаимодействия личности с социальной средой.

Современные тренды в сфере предпринимательского образования

Институт образования является элементом жизнедеятельности индивида, оказывающим непрерывное влияние на его социализацию и жизненные стратегии. По мнению И. Иллича, «хорошая образовательная система должна иметь три цели: она должна давать всем, кто хочет учиться, доступ к имеющимся ресурсам в любое время их жизни независимо от возраста; позволять всем поделиться своими знаниями с теми, кто хочет научиться этому от них; наконец, предоставлять каждому желающему возможность ознакомиться с проблемами общества и обсудить их».

Структурно-функциональный подход Р. Мертона позволяет рассмотреть образование как социальный институт, под влиянием «явных» и «скрытых» функций которого и формируются жизненные стратегии студенческой молодежи [18]. Явные функции образования зачастую носят формальный характер. Обычно они закреплены в нормативно-правовых документах, а также в системе статусов и ролей. Основная функция образования как социального института — удовлетворить социальные потребности, ради которых он был создан и функционирует. Для реализации явной функции инсти-

тут образования осуществляет ряд функций, которые обеспечивают функционирование коллективной деятельности людей, добивающихся выполнения своих целей и реализации собственных потребностей. К таким функциям можно отнести функцию закрепления и воспроизводства общественных отношений, регулятивную функцию; интегративную функцию; транслирующую функцию и коммуникативную функцию.

Э. В. Тадевосян выделяет следующие функции образования: функция трансляции и распространения культуры от поколения к поколению; функция генератора и хранения культуры общества; функция социализации личности; функция социальной селекции; функция социокультурных изменений [12, с. 112].

Согласно теории образования С. Костера [20] институт образования создает личность, способную адаптироваться к существующей социально-экономической системе. Выполняя социальные функции, институт образования обеспечивает стабильность и устойчивость социума, одновременно удовлетворяя запросы индивидов.

В связи со сложившимся кризисом высшее образование переживает сложнейшие трансформации, затрагивающие все аспекты жизнедеятельности индивида. Трансформационные процессы в образовании разворачиваются неравномерно, в противоречивых тенденциях, проявляясь в характере и структуре социально-экономической среды. В связи с этим возросла роль обучения предпринимательской деятельности как совокупности способов и результатов деятельности человека, что проявляется в совершенно новых требованиях к целям, методам и содержанию современного высшего образования.

Социализация современной молодежи проходит под влиянием макросоциальных изменений, в том числе обстоятельств, связанных с экономическими рисками, что существенным образом отражается на модели социализации. Соответственно, возникает необходимость в создании новой системы

высшего образования, включающей в себя поиск новых форм интеграции науки, образования и социально-экономических реалий.

Одно из приоритетных направлений развития страны — создание современной системы предпринимательского образования, которая позволит повысить конкурентоспособность образовательных и исследовательских услуг на мировом рынке, отвечая высоким международным требованиям. Формирование данной системы является важным элементом государственной политики и отвечает социальному заказу современного общества.

Согласно Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года («Инновационная Россия — 2020» [17]) предпринимательская деятельность рассматривается как один из 20 ключевых шагов стратегии и занимает ключевые позиции в направлениях «Инновационный бизнес» и «Инновационный человек» (табл. 1).

Так, четвертый шаг стратегии инновационного развития Российской Федерации «Инновационный человек» предполагает обучение навыкам инновационного предпринимательства.

Навыки инновационного предпринимательства, согласно Стратегии, должны стать неотъемлемой частью освоения компетенций, так или иначе влияющих на жизненные стратегии студенческой молодежи.

Важной задачей современной системы образования является ориентация образовательных программ на обучение навыкам, необходимым для инновационной предпринимательской деятельности (к подобным навыкам можно отнести аналитическое мышление, стремление к познанию нового, способность к самообучению, готовность к рискам, предприимчивость и креативность, а также устойчивость к конкурентной среде).

Основными акторами реализации подобных программ являются национальные исследовательские университеты (далее — НИУ), миссии которых, как правило, преду-

Таблица 1. Ключевые шаги стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [17]

Table 1. Key steps of the Strategy of Innovative Development of the Russian Federation for the Period to 2020 [17]

1	Радикальное наращивание инновационной активности в государственном секторе экономики — в компаниях с государственным участием и государственных корпорациях, в том числе через принятие и реализацию ими программ инновационного развития	Инновационный бизнес
2	Формирование «дорожных карт» развития ключевых технологий с определением мер поддержки и выделением необходимой степени международной кооперации при их создании (покупка за рубежом/совместная разработка с зарубежными партнерами / самостоятельная разработка)	
3	Последовательное и предсказуемое на долгосрочную перспективу ужесточение экологических, технических, санитарно-эпидемиологических требований, а также требований к энерго- и ресурсоемкости продукции (услуг) и используемых технологий, определение системы соответствующих поощрений и санкций, стимулирующих их создание и внедрение, по ключевым направлениям технологического развития российской экономики	
4	Обеспечение полноценного участия бизнеса в определении и финансировании приоритетов научно-технологического развития, в том числе через запуск деятельности технологических платформ	
5	Введение дополнительных льгот (в том числе налоговых) для развития инжиниринга и информационных технологий	
6	Значительное повышение качества и престижа инженерного образования, в том числе за счет создания специальной стипендиальной программы для студентов инженерных специальностей, более тесной интеграции обучения с практикой на ведущих промышленных предприятиях, а также мер по содействию в получении или аренде жилья либо в получении ипотечного кредита инженерами, устраивающимися на работу по специальности	Инновационный человек
7	Корректировка образовательных стандартов и внедрение новых технологий обучения в базовом образовании (включая дошкольное и школьное) в целях большей его ориентации на формирование навыков, необходимых для инновационной экономики.	
8	Выстраивание системы поиска и продвижения талантливых детей (в первую очередь, по естественно-научным и техническим направлениям)	
9	Значительное повышение престижа научной, инженерной и предпринимательской деятельности, в том числе через популяризацию инновационной тематики в СМИ, на телевидении, через кинофильмы	

смаатривают содействие динамичному развитию научно-технологического комплекса страны и обеспечение его необходимыми людскими ресурсами, сбалансированными по численности, направлениям подготовки, по квалификационной и возрастной структуре с учетом необходимых темпов их обновления и прогнозируемых структурных преобразований в науке и экономике [19].

Развитие системы инновационного предпринимательского образования входит в число приоритетных задач программ развития национальных исследовательских университетов. НИУ реализуют единую систему непрерывного многоуровневого образования предпринимательского типа [14], интегрируя

национальную науку в глобальное мировое сообщество. Среди компетенций, формируемых в процессе обучения в НИУ, значительное место занимают предпринимательские компетенции, на которые в частности существует запрос со стороны социума.

НИУ эффективно интегрируют образовательную и научно-исследовательскую деятельность, отвечая высоким требованиям к кадровому и научному обеспечению. Являясь генераторами знаний, НИУ обеспечивают эффективный трансфер технологий в экономику, а высокоэффективная система прикладных и фундаментальных исследований позволяет готовить кадры высшей квалификации.



Рис. 1. Инновационный человек [17]

Fig. 1. Innovative person [17]

По существу, НИУ — образовательные организации, способные взять на себя ответственность за формирование предпринимательских компетенций студенческой молодежи, что позволяет:

- формировать предпринимательские знания и навыки в процессе обучения студентов;
- осуществлять поддержку предпринимательской деятельности с помощью развитой инфраструктуры;
- способствовать проведению научных исследований в области предпринимательства;
- развивать сетевое коммуникационное предпринимательское пространство.

Для того чтобы получить представление о воздействии обучения предпринимательству в НИУ на формирование жизненных стратегий студенческой молодежи, с 2015 г. авторами проводится исследование «Предпринимательские стратегии студенчества в национальных исследовательских университетах России».

Методология исследования

Под влиянием современных социально-экономических процессов идея стать предпринимателем становится все более при-

влекательной для многих студентов, так как данная перспектива рассматривается как способ участия на рынке труда без потери личной свободы. Одновременно происходит трансформация социальной роли молодежи в обществе, что, в свою очередь, актуализирует внимание к ее ценностным приоритетам, вызывая необходимость концептуализации проблемы отсутствия системы, позволяющей формировать и развивать образованных и высококвалифицированных предпринимателей, что имеет важное значение для создания стабильной экономики в современных мировых условиях. И здесь важную функцию выполняет институт образования.

В настоящее время сформировалось упрощенное представление о том, что обучение предпринимательству в основном сосредоточено в неформальном или дополнительном образовании. Основными формами развития предпринимательских навыков признаны проведение локальных тематических семинаров, круглых столов, бизнес-игр, дискуссионных клубов вне рамок специализированных и длительных курсов и программ. Однако институциональная активность российской высшей школы в отношении обучения предпринимательству привела к реа-

лизации самостоятельных образовательных программ предпринимательского типа.

С 2015 года авторами проводится онлайн-анкетирование на тему «Предпринимательские стратегии студенчества в национальных исследовательских университетах России» с целью выявления предпринимательских стратегий студенческой молодежи и переосмысления актуальности проблем обучения предпринимательству в высших учебных заведениях.

В выборку исследования вошли студенты Казанского национального исследовательского технологического университета и Белгородского государственного национального исследовательского университета (рис. 1). Общая выборка исследования составила 1000 чел.

Основные результаты исследования

Исходя из ответов респондентов можно сделать вывод о том, что интерес к предпринимательской деятельности вырос во время обучения в вузе, что подтверждает прямое влияние получаемого образования на трансформацию жизненных стратегий студентов. Так, если до поступления в вуз лишь 9% респондентов хотели бы заняться предпринимательской деятельностью, то в процессе обучения предпринимательство начало привлекать 30% опрошенных, а 65% опрошенных так или иначе задумываются о создании собственного дела, и лишь 4% не планируют связать свою жизнь с предпринимательством.

Результаты исследования позволили выявить три прогнозируемые профессиональные траектории, в соответствии с которыми студенты планируют реализовать свои жизненные цели: «Предпринимательская деятельность», «Государственная служба», «Работа на предприятии» (рис. 2).

Полученные данные позволяют выделить стратегии студенческой молодежи на основе признака профессиональной самоидентификации:

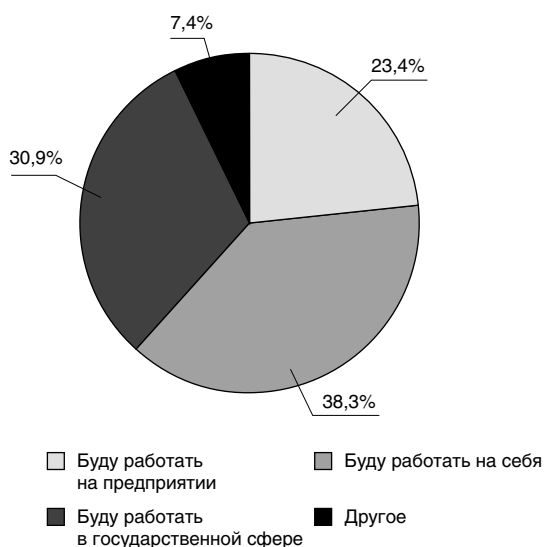


Рис. 2. Профессиональные траектории студентов НИУ

Fig. 2. Professional trajectory of National Research Universities' students

«Я — ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ».

«Я — ВЛАСТЬ».

«Я — НАЕМНЫЙ РАБОТНИК».

Результаты исследования показывают, что вариант карьеры предпринимателя представляет для молодежи определенный интерес. Так, по полученным данным, для большинства респондентов карьера предпринимателя является привлекательной, 68,3% респондентов намерены однажды начать свое дело. Отметим, что доля студентов, рассматривающих для себя карьеру предпринимателя, составляет 55,5%.

Кроме того, согласно полученным данным предпринимательская деятельность в понимании большей части респондентов несет в себе больше преимуществ, чем недостатков (67,4%).

Важно отметить, что в целом студенческая молодежь довольно рациональна — идея высокого заработка и быстрого обогащения привлекает 72,4% опрошенных, целью 66,4% респондентов является продвижение по карьере в мире бизнеса. Для 55,7% респондентов предприниматель-

ство ассоциируется с достижением желаемого статуса.

В ходе исследования было выявлено, что среди студентов на равных сосуществуют две концепции видения предпринимательской деятельности: «деньги-польза-добро», «добро-польза-деньги» (рис. 3).

Особый интерес представляют ответы на следующее утверждение: «Я решительно настроен заняться социальным предпринимательством (например, социальной несправедливостью, защитой окружающей среды)». Ответы иллюстрируют отсутствие у студентов мотивов к занятию социальным предпринимательством. Так, в соответствии с полученными данными половина респондентов не заинтересована в решении социальных проблем (например, в решении проблем социальной несправедливости, защиты окружающей среды).

Почти половина студентов не заинтересована в решении проблем групп, с которыми она себя идентифицирует (46,7%), а 56,4% опрошенных никогда не обдумывали возможность сыграть проактивную роль в изменении того, как функционирует наш мир. Данные подтверждаются следующими результатами: большая часть опрошенных полностью согласна с утверждениями «Я хочу много зарабатывать и быстро разбогатеть» и «Моя цель продвинуться по карьере в мире бизнеса».

Несмотря на то, что НИУ формируют предпринимательские компетенции студенческой молодежи, деятельность в сфере обучения предпринимательству нуждается в оптимизации.

Пока лишь треть опрошенных согласны с утверждением, что образование в их вузе дает хорошую базу для дальнейшего развития предпринимательской деятельности. На взгляд автора, назрела необходимость углубления и расширения предпринимательской направленности курсов в рамках основных образовательных программ (далее — ООП).

Полученные данные свидетельствуют не только о необходимости совершенствования образовательных программ,

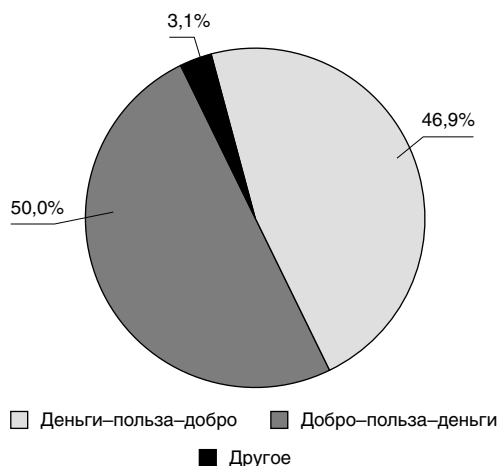


Рис. 3. Концепции видения студентами НИУ предпринимательской деятельности

Fig. 3. Concepts of National Research Universities students' vision of entrepreneurial activity

но и о развитии инфраструктуры поддержки студентов-предпринимателей, от которой напрямую зависит заинтересованность обучающихся к предпринимательской деятельности. Так, лишь 28,7% согласны с утверждением, что в их вузе создаются условия, побуждающие к занятию предпринимательской деятельностью.

Однако необходимо обратить внимание и на то, что у вузов ограниченные возможности для создания и поддержания студенческих стартапов.

В ходе исследования были выявлены эффективные формы поддержки студентов-предпринимателей: предоставление грантов, проведение конкурсов, конференций и стажировок, а также выдача стипендий.

Исследование позволило выявить и недостатки. Судя по ответам, студенты нуждаются в фондах при НИУ, которые бы не только оказывали финансовую и материальную помощь, но и занимались консультативной и информационной деятельностью в сфере предпринимательства.

Выявлены пробелы в содержании ООП, усложняющие процесс превращения бизнес-идеи в реальный бизнес, а именно: недостаток знаний в области маркетинга, от-

сутствие опыта в написании бизнес-плана, недостаток компетенций в области анализа рынка сбыта, отсутствие опыта в продаже своего продукта/услуги, отсутствие знаний в сфере деятельности венчурных фондов, а также опыта во взаимодействии с ними.

В целом результаты исследования могут отражаться в рекомендациях для оптимизации образовательных программ предпринимательского типа в НИУ.

Заключение

Трансформационные процессы в сфере высшего образования диктуют новые правила в области организации и предоставления образовательных услуг, так как современная система высшего образования получила социальный заказ на реализацию образовательных программ предпринимательского типа.

Данные исследования подтверждают прямое влияние образовательных программ предпринимательского типа на формирование жизненных стратегий студенческой молодежи.

Таким образом, можно утверждать, что основные жизненные стратегии современной молодежи, выделенные учеными-исследователями более пяти лет назад (успех в профессиональном развитии, престижная работа, материальный достаток и семейное благополучие [1]), дополнились стремлением к занятию предпринимательской деятельностью.

В связи с этим была выявлена новая стратегия — предпринимательская, сформированная в ходе получения знаний и навыков в области предпринимательской деятельности, благодаря которой студенты-предприниматели стремятся реализовывать свои бизнес-идеи.

Список литературы

1. Акулич М. М., Пит В. В. Жизненные стратегии современной молодежи // Вестник тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. Тюмень: изд-во ТГУ, 2011. С. 34–43.
2. Волков Ю. Г., Добреньков В. И., Нечипуренко В. Н., Попов А. В. Социология: учебник / под ред. проф. Ю. Г. Волкова. М.: Гардарики, 2003.

3. Кон И. С. В поисках себя: Личность и ее самосознание. М.: Политиздат, 1987.
4. Лалин Н. И. Социальные ценности и реформы в кризисной России // Социологические исследования. 1993. № 9.
5. Левада Ю. А. Три «поколения перестройки» // Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения. 1995. № 3.
6. Легостаева Н. И. Жизненные стратегии «дневной» и «ночной» молодежи. Социальная диагностика. Мониторинг общественного мнения. № 8 (114), март-апрель. 2013. С. 92.
7. Лисовский В. Т. Духовный мир и ценностные ориентации молодежи России. СПб., 2000.
8. Луков В. А. Концептуализация молодежи в XXI веке: новые идеи и подходы // Социологические исследования. 2012. № 1.
9. Парсонс Т. Система современных обществ. М.: Аспект Пресс, 1997.
10. Резник Т. Е., Резник Ю. М. Жизненные стратегии личности // Социологические исследования. 1995. № 2.
11. Смирнов Е. М. Жизненные стратегии государственных служащих // Государственная служба. 2002. № 4.
12. Тадевосян Э. В. Социология: учеб. пособие. М.: Знание, 1999. — 272 с.
13. Федотова Н. Жизненные стратегии молодежи // Человеческие ресурсы. 2003. № 2.
14. Фролова И. А. Формирование системы инновационного предпринимательского образования (на примере Казанского национального исследовательского технологического университета) // Проблемное обучение в современном мире. Сборник статей VI Международных Махмутовских чтений. Елабуга: Изд-во КФУ, 2016. С. 709–716.
15. Чупров В. И., Зубок Ю. А., Уильямс К. Молодежь в обществе риска. М.: Наука, 2003.
16. Шубкин В. Н. Социология и общество: Научное познание и этика науки. М.: ЦСПиМ, 2010.
17. Инновации в России. URL: <http://innovation.gov.ru/ru/taxonomy/term/586>.
18. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории // URL: <http://www.twirpx.com/file/258007>.
19. Материалы Круглого стола: «Национальные исследовательские университеты: вопросы формирования развития сети». Выступление Сергея Иванца, директора департамента стратегии и перспективных проектов в образовании и науке Министерства образования и науки РФ. URL: <http://univer.academy.ru>.
20. Coster S., Hotyat F. La sociologie de l'education. Bruxelles, Editions de l'institut de sociologie, 1970. — 344 с.
21. GUESSS — Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. URL: http://gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_eng.pdf.
22. Karwat, Milanovski B. Mlodziez. Ruch mlodziow. Polityka. Warszawa. 1981.
23. Scott M. G., Twoney D. F. 1988. The Long-Term supply of entrepreneurs: students career aspirations in relation to entrepreneurship. Journal of Business Management, No. 26 (4), P. 5–13.

References

1. Akulich M. M., Pit V. V. *Zhiznennyye strategii sovremennoj molodezhi* [Life strategies of young people]. *Vestnik*

- tjumenskogo gosudarstvennogo universiteta. social'no-ekonomicheskie i pravovye issledovanija*, Tyumen: Pub. h: TSU, 2011, pp. 34–43.
2. Chuprov V. I., Zubok Yu. A., Williams K. *Molodezh' v obshchestve riska* [Youth in a Risk Society]. Moscow, Znanie, 2003.
 3. Coster S., Hotyaf F. *La sociologie de l'education*. Bruxelles, Editions de l'institut de sociologie, 1970. 344 p.
 4. Fedotova N. *Zhiznennye strategii molodjozhi* [Life strategies of youth]. *Chelovecheskie resursy* — Human Resources, 2003, no. 2.
 5. Frolova I. A. *Formirovanie sistemy innovacionnogo predprinimatel'skogo obrazovanija (na primere Kazanskogo nacional'nogo issledovatel'skogo tehnologicheskogo universiteta)* [Formation of the system of innovative entrepreneurial education (by the example of the Kazan National Research Technological University)]. *Problemnoe obuchenie v sovremennom mire. Sbornik statej VI Mezhdunarodnyh Mahmutovskih chtenij* [Problem training in the modern world. Collection of articles of the VI International Mahmutov Readings]. Elabuga, Publishing house KFU, 2016, pp. 709–716.
 6. GUESS — Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey. Available at: http://gsom.spbu.ru/files/guesss_2013_eng.pdf.
 7. *Innovacii v Rossii* [Innovations in Russia]. Available at: <http://innovation.gov.ru/ru/taxonomy/term/586>.
 8. Karwat, Milanovski B. Mlodziej. Ruch mlodzi. Warszawa, 1981.
 9. Kon I. S. *V poiskah sebja: Lichnost' i ee samosoznanie* [In search of yourself: Personality and self-awareness]. Moscow, Politizdat, 1987.
 10. Lapin N. I. *Social'nye cennosti i reformy v krizisnoj Rossii* [Social values and reforms in the Russian crisis]. *Sociologicheskie issledovanija* — Sociological studies, 1993, no. 9.
 11. Legostayeva N. I. *Zhiznennye strategii «dnevnoj» i «nochnoj» molodezhi*. [Life strategies of the «day» and «night» youth]. *Social'naja diagnostika. Monitoring obshchestvennogo mnenija*, 2013, no. 8 (114), March-April, p. 92.
 12. Levada Yu. A. *Tri «pokolenija perestrojki»* [Three «generations of perestroika»]. *Jekonomicheskie i social'nye peremeny: Monitoring obshchestvennogo mnenija*, 1995, no. 3.
 13. Lisovsky V. T. *Duhovnyj mir i cennostnye orientacii molodezhi Rossii* [Spiritual world and value orientations of the youth of Russia]. Sankt-Peterburg, 2000.
 14. Lukov V. A. *Konceptualizacija molodjozhi v XXI veke: novye idei i podhody* [Conceptualization of the youth in the XXI century: new ideas and approaches]. *Sociologicheskie issledovanija* — Sociological research, 2012, no. 1.
 15. Luman N. *Social'nye sistemy. Oчерk obshhej teorii* [Social systems. Common theory essay]. Available at: <http://www.twirpx.com/file/258007>.
 16. *Materialy Kruglogo stola: «Nacional'nye issledovatel'skie universitety: voprosy formirovanija razvitiya seti»*. *Vystuplenie Sergeja Ivanca, direktor departamenta strategii i perspektivnyh proektov v obrazovanii i nauke Ministerstva obrazovanija i nauki RF*. [Materials of the Round Table: «National Research Universities: Issues of Network Development». Speech by Sergej Ivants, Director of the Department for Strategy and Prospective Projects in Education and Science of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation]. Available at: <http://univer.academy.ru>.
 17. Parsons T. *Sistema sovremennyh obshchestv*. [System of Modern Societies]. Moscow, Aspekt Press, 1997.
 18. Reznik T. E., Reznik U. M. *Zhiznennye strategii lichnosti* [Life strategies of personality]. *Sociologicheskie issledovanija* — Sociological research, 1995, no. 2.
 19. Scott M. G., Twoney D. F. The Long-Term supply of entrepreneurs: students' career aspirations in relation to entrepreneurship. *Journal of Business Management*, 1988, no. 26 (4), pp. 5–13.
 20. Shubkin V. N. *Sociologija i obshchestvo: Nauchnoe poznanie i jetika nauki*. [Sociology and Society: Scientific knowledge and the ethics of science]. Moscow, CSPiM, 2010.
 21. Smirnov E. M. *Zhiznennye strategii gosudarstvennyh sluzhashih // [Life strategies of civil servants]. Gosudarstvennaja sluzhba* — Public service, 2002, no. 4.
 22. Tadevosyan E. V. *Sociologija* [Sociology: Textbook. Allowance]. Moscow, Znanie, 1999. 272 p.
 23. Volkov Yu. G., Dobrenkov V. I., Nechipurenko V. N., Popov A. V. *Sociologija* [Sociology: Textbook]. Ed. prof. South. Volkova. Moscow, Gardariki, 2003.

I. Frolova, Kazan National Research Technological University, Kazan, Russia, zajceva_frolova@mail.ru

Entrepreneurial activity as a choice of the life strategy of national research universities students

At the stage of transformation of the socio-economic sphere of society, an important task of the modern education system is the implementation of educational programs for entrepreneurial activities.

The main actors in the implementation of such programs are national research universities, which are able to take responsibility for the formation of entrepreneurial competencies that influence the socialization and life strategies of student youth.

Keywords: Education system, educational programs, business activity, national research universities, students, strategies students.

About authors: I. Frolova, Senior Lecturer

For citation: Frolova I. Entrepreneurial activity as a choice of the life strategy of national research universities students, *Journal of Modern Competition*, 2017, vol. 11, no. 1 (61), pp.84–93 (in Russian, abstr. in English).