

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ И АКТИВНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В КОНТЕКСТЕ НОВОЙ ТРУДОВОЙ ЭТИКИ (на примере студентов РЭУ им. Г. В. Плеханова)

Н. А. Каверина

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

За последние полтора десятилетия отношение к предпринимательству в российском обществе существенно изменилось, особенно в молодежной среде, где оно все чаще рассматривается как привлекательная форма занятости. В статье подчеркивается связь укоренившейся предпринимательской культуры с новой трудовой этикой, базирующейся на ценностях свободы, гибкости, баланса между работой и личной жизнью, комфортных условий труда и творческой самореализации. Несмотря на высокий уровень предпринимательских намерений и активности студентов, качественная сторона их мотивации остается низкой. Желание заниматься бизнесом у большинства молодежи продиктовано не интересом к инновационной деятельности как таковой (позитивное, добровольное предпринимательство), а стремлением избежать традиционной наемной занятости, подчинения и нестабильного дохода, что характеризуется как вынужденное предпринимательство. По результатам опроса 300 студентов социально-гуманитарного профиля РЭУ им. Г. В. Плеханова 57,9% респондентов рассматривают предпринимательство в качестве будущей трудовой деятельности. Ключевыми мотивами при этом выступают высокий доход (76,6%), гибкий график (61,3%) и избегание подчинения начальству (54,8%). Социальные (14,9%) и инновационные (15,7%) мотивы отходят на второй план. Соответственно, технологическая и социальная бизнес-модели менее востребованы среди студентов: они отдают предпочтение креативной (38,7%) и классической (36,8%) моделям. Речь идет о преобладании в молодежной среде репликативного предпринимательства, т. е. воспроизведения уже существующих на рынке продуктов и бизнес-моделей. Автор статьи подчеркивает необходимость сместить акцент с количественного роста предпринимательских инициатив на их качественное улучшение путем внедрения в молодежную среду ценностей долгосрочной стратегической перспективы, социальной ответственности и технологического лидерства.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, новая трудовая этика, поколение Z, мотивация предпринимательской деятельности, вынужденное предпринимательство, репликативное предпринимательство.

ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AND ACTIVITIES OF STUDENTS IN CONTEXT OF NEW LABOUR ETHICS (Illustrated by students of the Plekhanov Russian University of Economics)

Nadezhda A. Kaverina

Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

For the last 1.5 decades the attitude to entrepreneurship in Russian society seriously changed, especially in youth environment, where it is more and more often considered as an appealing form of employment. The article highlighted the connection of deep-rooted entrepreneurial culture and new labour ethics based on values of freedom, flexibility, work-life balance, comfortable working conditions and creative self-realization. In spite of high level of entrepreneurial intentions and activities of students the quality side of their motivation is still low. Students' wish to work in business is explained not by interest in innovation activity as it is (positive, voluntary

entrepreneurship) but by the intention to avoid traditional wage employment, subordination and unstable income, which is characterized as enforced entrepreneurship. Results of the survey of 300 students of social and humanitarian profile at the Plekhanov Russian University of Economics showed that 57.9% of respondents regarded entrepreneurship as future work. Key grounds are high income (76.6%), flexible work schedule (61.3%) and possibility to avoid subordination to bosses (54.8%). Social (14.9%) and innovation (15.7%) reasons move to the background. Therefore technological and social business-models are not in demand with students: they prefer creative (38.7%) and classical (36.8%) models. It means dominance in the youth environment of replicable entrepreneurship, i. e. reproduction of existing products and business-models. The author underlined the necessity to shift focus from quantitative growth of entrepreneurial initiatives to their qualitative improvement through introduction into the youth environment values of the long-term strategic outlook, social responsibility and technological leadership.

Keywords: youth entrepreneurship, new labour ethics, generation Z, entrepreneurial activity motivation, enforced entrepreneurship, replicable entrepreneurship.

Введение

За полтора десятилетия отношение в обществе к предпринимательству в России кардинально улучшилось, особенно сильно эта тенденция выражена в молодежной среде 18–24 лет¹. Причиной этой трансформации является прежде всего сформировавшаяся в обществе предпринимательская культура, основанная на ценности независимости, высокого дохода и баланса между работой и личной жизнью. Данный ценностный набор является важным драйвером предпринимательских намерений – готовности человека в обозримой перспективе начать собственное дело. Как отмечают эксперты, предпринимательские намерения являются начальным звеном предпринимательского процесса [7] и служат надежным индикатором будущего профессионального поведения. В 2024 г., как и ранее, наиболее высокий уровень таких намерений среди непредпринимателей зафиксирован у студенческой молодежи, что соответствует их трудовым установкам и профессиональным ожиданиям.

Согласно отечественным исследованиям, современные студенты, представители поколения Z, на российском рынке труда демонстрируют две ключевые поведенческие тенденции: прагматичное стремление к оптимизации трудовых затрат и повышенный запрос на гибкость в отношениях с

работодателем [3]. Последняя является основой для пересмотра традиционных границ между профессиональной и частной сферами. Для студенческой молодежи гармоничный баланс работы и личной жизни становится важнейшим критерием качества занятости, а комфортная среда – ключевым нематериальным мотиватором. Стремясь удержать молодых сотрудников, многие компании создают инфраструктуру для комфорта: от эргономичных рабочих мест до пространств для отдыха, питания и фитнеса. Однако эти меры не всегда предотвращают высокую текучесть молодых кадров, включая спонтанные увольнения без объяснений [9; 11]. Ученые фиксируют общее снижение значимости труда для поколения Z: они менее склонны к профессиональному общению и реже видят смысл в труде на благо общества [2; 3; 11].

Проблема исследования заключена в противоречии между высоким уровнем предпринимательских намерений, активности студентов и качеством ее мотивов. Желание вести предпринимательскую деятельность у большинства молодежи вызвано не интересом к инновационной профессиональной деятельности как таковой (позитивное добровольное предпринимательство), а трудовыми установками поколения Z – приоритетом свободы, дохода, гибкого графика и комфорта. Именно эти ценности студентов нередко становятся причиной их низкой интеграции в рабочие коллективы, конфликтов с работодателями и взаимного непонимания в

¹ URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/predprinimatelskii-potencial-rossijan-monitoring> (дата обращения: 12.05.2026).

традиционной рабочей среде. Поэтому для большинства молодежи открытие собственного бизнеса – это вынужденное предпринимательство. В связи с этим цель исследования – проанализировать предпринимательские намерения и активность студенческой молодежи сквозь призму новой модели отношения к работе.

Материалы и методы

Сегодня на наших глазах происходит становление иной трудовой этики, которую определяют автоматизация, цифровизация, гибкие контракты, индивидуализация, увеличение доли креативного класса и т. д. Прежде в европейских обществах господствовала преимущественно протестантская этика, тогда как в странах бывшего СССР сохранялись принципы советской трудовой идеологии. Согласно Р. Инглхарту и К. Вельцелю, «переход от традиционных ценностей к секулярно-рациональным замедляется и даже останавливается, зато набирает силу другой процесс – переход от ценностей выживания к ценностям самовыражения, в рамках которых люди все больше делают акцент на свободе выбора, личной независимости и творческой самореализации» [4. – С. 39].

В настоящее время лояльность работника одному работодателю рассматривается как неэффективная тактика профессионального развития. Трансформация модели построения карьеры связана с индивидуализацией, конкуренцией на рынке труда, постоянной необходимостью повышения знаний, квалификации. Справедливым вознаграждением за труд молодой сотрудник считает не только достойную зарплату, но и возможность профессиональной творческой самореализации (в том числе признания со стороны общества, коллег, семьи), комфортные условия труда. Последнее достигается не только в офлайне на рабочем месте, но и в онлайн посредством дистанционных и гибридных форматов, платформенной занятости.

Новая трудовая этика – это современный набор ценностей и правил трудового

поведения, в котором приоритет смещен с лояльности организации и идеи труда ради труда в сторону личного благополучия, осмысленности и баланса между работой и жизнью. Трудовые установки поколения Z: стремление к балансу, гибкости, комфортной среде, частая смена работы при ослабленной ориентации на труд как на долг – являются яркой иллюстрацией проявлений этой новой трудовой этики.

Студенты РЭУ им. Г. В. Плеханова предпринимательство часто рассматривают как будущую трудовую деятельность. Предпринимательское образование в экономическом университете имеет давнюю историю. Изначально это учебное заведение создавалось как кузница российских предпринимателей. Сегодня развитие университета опирается на три ключевые составляющие: современные образовательные программы по предпринимательству (включая высшее и допобразование), предпринимательскую инфраструктуру (Бизнес-инкубатор, студенческий стартап, акселерационная программа, предпринимательская точка кипения) и участие в национальных предпринимательских проектах [10].

При анализе мотивов предпринимательской деятельности учитывают как экономические, так и неэкономические факторы, а также социальную природу экономических интересов. Выделяют два типа мотивации: позитивную (добровольную) и негативную (вынужденную). Позитивная мотивация – это осознанное желание самореализоваться и получить профессиональное удовлетворение. Такие предприниматели стремятся воплощать свои идеи и добиваться успеха. Их называют прирожденными. В развитых странах их доля не превышает 4–6% от трудоспособного населения.

Негативная мотивация, напротив, продиктована внешними обстоятельствами – неудовлетворенностью работой, ее потерей, отсутствием карьерного роста. В этом случае предпринимательство становится способом избежать нежелательных ситуа-

ций, порождая феномен вынужденного предпринимательства. Именно на кризисные периоды приходится основной всплеск предпринимательской активности: бизнес выполняет роль социального «предохранительного клапана». В условиях экономических спадов особенно востребованы инновационные решения, что повышает престиж предпринимательства в глазах общества, а сам предприниматель начинает восприниматься как успешная и независимая личность. Как только экономика стабилизируется, предпринимательская активность, как правило, снижается.

Ключевым фактором экономического развития является увеличение доли предпринимателей с высоким потенциалом роста, чья деятельность связана с инновационными продуктами и новыми бизнес-моделями. При этом мотивы открытия бизнеса являются определяющими для выбора предпринимательской стратегии. «Преобладание вынужденной или добровольной мотивации влияет на то, какое предпринимательство преобладает – с высоким потенциалом или репликативное предпринимательство (воспроизведение существующих на рынке продуктов и бизнес-моделей), позволяющее обеспечивать занятость населения, но не способствующее экономическому росту» [2. – С. 109]. Анализ факторов, формирующих мотивационную структуру, позволяет выявить детерминанты, влияющие на качественные характеристики предпринимательской активности.

Характеристики предпринимательских намерений и активности студентов послужили основой для концептуальной схемы исследования, проведенного в РЭУ им. Г. В. Плеханова. Опрос, организованный в январе 2025 г. через Google Forms, охватил 300 студентов социально-гуманитарных специальностей. Для формирования выборки использовался метод «снежного кома». Среди опрошенных преобладали девушки (70%), юноши составили 30%. Возраст участников – от 18 до 24 лет, при этом половине респондентов было не более

21 года. Субъективная оценка материального положения позволила распределить студентов на три группы: почти половина (46,3%) оценила его как хорошее и очень хорошее, 42,9% – как среднее, а каждый десятый (10,7%) – как плохое или очень плохое.

Результаты

Согласно полученным данным 46,4% студентов университета демонстрируют предпринимательские намерения и готовы приступить к созданию своего бизнеса в ближайшее время. Речь идет о потенциальных предпринимателях, которые еще не запустили собственное дело, но усматривают для этого возможности и полагают, что обладают необходимыми знаниями и навыками.

Респондентов, переживающих стадию создания/владения/управления новой фирмой – 11,5% (рис. 1). Здесь речь идет о предпринимательской активности студентов, которая характеризуется превалированием нарождающегося предпринимательства (открывает бизнес, не имея еще прибыли). Таким образом, большая часть опрошенных студентов (57,9%) рассматривает для себя предпринимательство как будущую трудовую деятельность [5], что связано прежде всего с профилем университета. Как известно, экономические вузы традиционно выпускают больше специалистов, которые впоследствии открывают собственное дело. Причем 60% студентов считают карьеру бизнесмена престижной, 40% – неоднозначной, оценивая уровень ее привлекательности как средний.



Рис. 1. Планируете ли Вы заниматься предпринимательской деятельностью?

Анализ показывает значимую корреляцию между материальным положением студентов и их намерением заняться предпринимательством. Интересно, что максимальные показатели готовности к открытию бизнеса зафиксированы у респондентов из двух противоположных категорий: из семей с очень высоким достатком (71,2%) и из семей, находящихся за чертой бедности (72,2%). В то же время в группе с низким, но не критичным уровнем достатка (когда средства позволяют покрывать базовые потребности) эта доля падает до 34%. Можно предположить, что за этим распределением стоят разные мотивы. Для молодежи из обеспеченных семей предпринимательство выступает способом воплощения амбиций благодаря финансовой поддержке родных. Для малообеспеченных же оно превращается в инструмент социальной мобильности. Что касается респондентов из семей со средним достатком, они чаще отдают предпочтение стабильной работе по найму. Эти данные подтверждают тезис о том, что семейный материальный статус формирует трудовые установки: от инструментальных при низком достатке до ценностно-смысловых при высоком [8].

На уровень предпринимательских намерений и активности молодежи влияет наличие предпринимателей среди знакомых и близкого окружения. Так, 60% опрошенных студентов происходят из семей, где есть предприниматели. Учитывая, что они выбрали обучение именно в экономическом вузе, можно предположить, что им знаком позитивный пример ведения бизнеса. Возможно, поступление в РЭУ им. Г. В. Плеханова продиктовано желанием продолжить семейную традицию или семейное дело. Кроме того, 83% респондентов лично знакомы с предпринимателями или поддерживают с ними дружеские отношения, что свидетельствует об их включенности в предпринимательское сообщество. Этот показатель в целом выше, чем в среднем по России (64,2%), что свидетель-

ствует о специфике экономического вуза и выборе будущей трудовой деятельности.

Около 87% опрошенных поддерживают идею развития молодежного предпринимательства в России, рассматривая его как двигатель экономического роста. Отличительной чертой этого направления бизнеса выступает возрастной ценз – от 14 до 35 лет. Так, для 63% студентов возрастом создания успешных бизнес-проектов является 18–25 лет. Большинство опрошенных (62,8%) полагают, что успешный предприниматель должен начать бизнес еще в студенческие годы (до 25 лет), причем 53,3% студентов допускают совмещение работы с учебой. В представлениях российской молодежи доминирует традиционно патриархальная модель бизнеса: 72,3% респондентов уверены, что молодой успешный предприниматель – это прежде всего мужчина. Лишь 26,8% опрошенных поддержали идею об успешности женщин в этой сфере. При этом совмещение предпринимательской карьеры с родительскими обязанностями, по мнению участников опроса, редко бывает удачным. Такую возможность допускают только 8% респондентов.

Согласно данным международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (2024/2025) [7], русские предприниматели относятся к числу самых высокообразованных среди стран-участниц. В миф об успешном бизнесе «недоучек» и «троечников» верит лишь каждый пятый из опрошенных студентов (18%). Напротив, 60% опрошенных студентов полагают, что наличие высшего образования является необходимым условием для достижения предпринимательского успеха. Данные исследования также показывают, что молодые предприниматели чаще всего имеют образование в сфере социально-гуманитарных наук (40,2%) либо в области точных или технических дисциплин (38,3%) (рис. 2).

Среди опрошенных студентов наибольшей популярностью пользуются две бизнес-модели: креативная (ее выбрали 38,7% респондентов) и классическая

(36,8%). Примечательно, что лишь 15,7% участников опроса считают технологический бизнес (такой как ИТ-стартапы или высокотехнологичное производство) востребованным у молодежи. Главная причина этого, по мнению респондентов, заключается в высокой сложности таких проектов и необходимости значительных временных и энергетических затрат.



Рис. 2. Какое профильное образование, по Вашему мнению, характерно для успешных молодых предпринимателей?

Наименее привлекательной для студентов оказалась социальная бизнес-модель, которую предпочли всего 8,8% опрошенных [6] (рис. 3). Стремление к выполнению социальной миссии относится к числу наименее значимых мотивов предпринимательской активности среди молодежи – его указали лишь 14,9% респондентов.



Рис. 3. На Ваш взгляд, какая самая популярная модель бизнеса для молодежи?

Исследование показывает, что молодежь идет в предпринимательство прежде всего

ради денег (76,6%), свободного графика (61,3%) и возможности профессионально реализоваться (50,6%) (рис. 4).



Рис. 4. Мотивы предпринимательской деятельности молодежи (в %)

Неудивительно, что и ценности у таких предпринимателей соответствующие: на первом месте самореализация (86,6%), затем независимость (70,5%) и материальное благополучие (69,3%) (рис. 5).

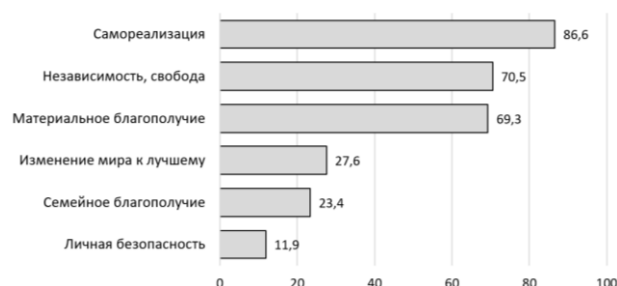


Рис. 5. Какие ценности определяют деятельность молодого предпринимателя? (в %)

Показательно, что вынуждающие мотивы (факторы, подталкивающие студентов к открытию собственного дела) также согласуются с общей структурой мотивации и ценностей: это желание избежать подчинения начальству (54,8%), неудовлетворенность низким уровнем зарплат (18,8%) и работой в целом (18%) (рис. 6).

Таким образом, предпринимательские намерения и активность студентов РЭУ им. Г. В. Плеханова определяются в первую очередь не ориентацией на инновации или социально значимые результаты, а трудовыми ценностями поколения Z. Это указывает на доминирование мотивов вынужденного предпринимательства, выступаю-

щего реакцией на неудовлетворенность традиционными формами занятости.



Рис. 6. Что, по Вашему мнению, чаще всего вынуждает молодых людей заниматься предпринимательской деятельностью?

Идеальный образ предпринимателя, по мнению респондентов, представлен такими качествами, как интеллект, нацеленность на новые знания (65,1%), харизматические качества (инноватор, революционер, организатор, креативщик) (60,9%), энергичность, упорство, воля (57,5%), самодисциплина (42,9%).

Честность оказалась самым невостребованным личным качеством, которым должен обладать молодой предприниматель (6,9%) (рис. 7).

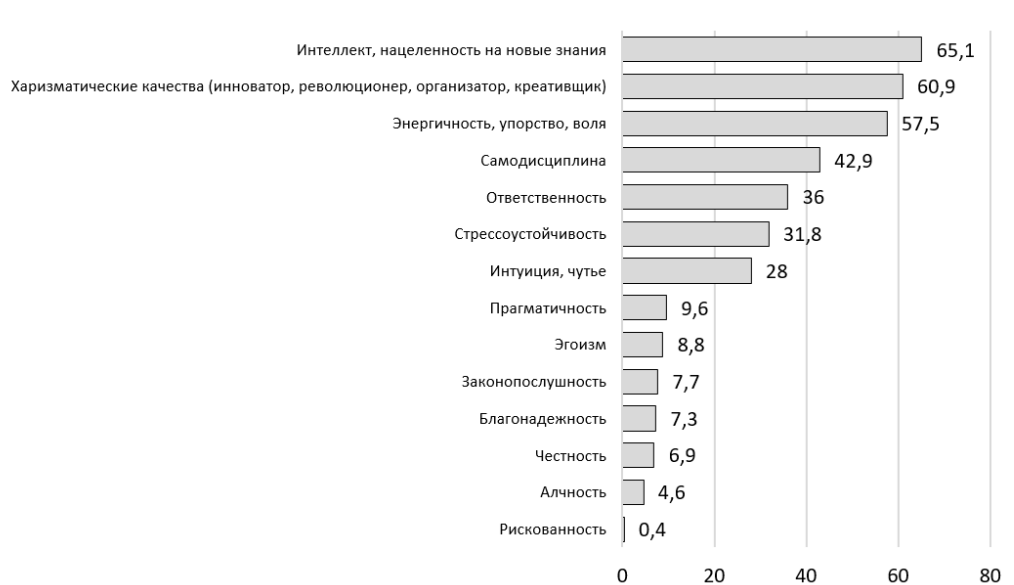


Рис. 7. Какими личными качествами, по Вашему мнению, должен обладать человек, чтобы стать предпринимателем? (в %)

41,4% опрошенных студентов полагают, что среди молодых предпринимателей доминируют предприниматели «от людей» – одиночки, индивидуалисты. Предпринимателей «к людям» (жертвенных, альтруистичных, самоотверженных коллективистов) 36,8%. Тип предпринимателя «против людей» является распространенным для 21,8% студентов (рис. 8). Данный тип предпринимателей отличается прагматизмом и холодным расчетом, нередко в ущерб окружающим и обществу в целом. Эту черту чаще выделяли респонденты из семей, где уже есть предприниматели

(26,7% против 15,7% среди студентов, в чьих семьях нет предпринимателей).

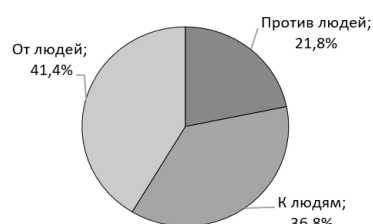


Рис. 8. Типология молодых предпринимателей (представления респондентов)

Наличие профессиональных знаний в области предпринимательства считается главным условием, способствующим успеху молодого бизнесмена (66,7%). В топ-3 условий также входят наличие финансовых ресурсов (63,6%) и наличие опыта работы в предпринимательской сфере (57,5%) (рис. 9).



Рис. 9. Факторы, способствующие предпринимательскому успеху молодежи (в %)

Почти 90% студентов полагают, что именно вуз должен развивать предпринимательские навыки учащихся (46% из них считают, что это обучение должно быть по выбору). Отсутствие их 60,5% студентов расценивают как значимое препятствие для предпринимательской активности молодежи.

РЭУ им. Г. В. Плеханова предлагает образовательную экосистему для подготовки предпринимателей, сочетающую теоретическое обучение с практической реализацией идей. Центральную роль в ней играет Бизнес-инкубатор, который консолидирует все возможности университета. Посредством Бизнес-инкубатора студенты получают практические навыки: учатся у действующих предпринимателей, создают бизнес-планы и участвуют в конкурсах. Подавляющее большинство студентов (почти 60%) осведомлены о деятельности Бизнес-инкубатора университета и признают его практическую ценность для начинающих предпринимателей (при этом почти 30% респондентов узнали о нем впервые в ходе опроса) (рис. 10).

Полученные данные свидетельствуют о том, что в РЭУ им. Г. В. Плеханова сфор-

мировалась действенная институциональная среда, которая реально предоставляет молодежи возможности для развития предпринимательских инициатив. Сформированная инфраструктура предпринимательского образования становится важным катализатором перехода от намерений к реальной предпринимательской активности молодежи.



Рис. 10. Как Вы полагаете, приносит ли реальную пользу начинающим предпринимателям Бизнес-инкубатор в РЭУ?

Главным препятствием на пути к предпринимательской деятельности молодежь считает нехватку финансовых ресурсов для открытия бизнеса (71,6%). Вторым по значимости барьером к открытию своего дела является высокая конкуренция на рынке (69,3%).

Также к препятствиям институционального характера студенты отнесли недостаточность господдержки – 30,3%, социально-экономическую обстановку в стране – 26% (рис. 11).

Страх неудачи в бизнес-начинаниях выступает психологическим барьером, который сдерживает предпринимательские намерения и активность. 42,5% студентов испытывают страх неудачи и нерешительность в отношении открытия собственного дела.

Согласно данным международного проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства», в 2024 г. доля респонден-

тов, которые отмечают, что страх провала мешает им реализовывать возможности и удерживает от открытия бизнеса, составила 43,7%. Изучение динамики данного показателя в России свидетельствует о достаточной устойчивости его значений [7].

Таким образом, для повышения уровня предпринимательской активности среди молодежи необходимо искать способы преодоления страха провала за счет снижения финансовых, институциональных и психологических барьеров к открытию собственного бизнеса.

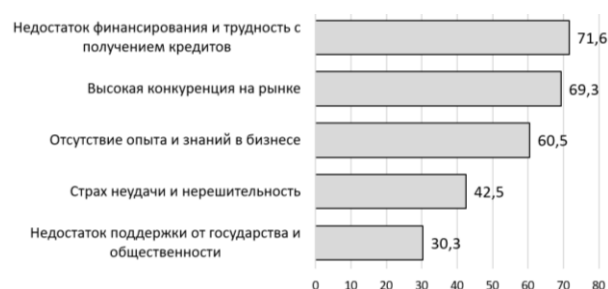


Рис. 11. Факторы, препятствующие предпринимательской деятельности молодежи (в %)

Выводы и рассуждения

Проведенное исследование предпринимательских намерений и активности студенческой молодежи (на примере студентов РЭУ им. Г. В. Плеханова) в контексте новой трудовой этики позволило выявить ряд существенных противоречий.

Во-первых, подтвержден высокий уровень предпринимательских намерений среди студентов (46,4% опрошенных планируют открыть свое дело, а 57,9% – рассматривают предпринимательство как будущую трудовую деятельность), что коррелирует с общемировой тенденцией роста интереса к бизнесу в молодежной среде. Однако ключевым выводом работы является доказательство преобладания вынужденной мотивации над позитивной и добровольной.

Главными драйверами предпринимательской активности студентов выступают не стремление к инновациям, творческой

самореализации или решению общественно значимых задач (социальная модель бизнеса привлекает лишь 8,8% респондентов), а прагматичный запрос на гибкий график (61,3%), высокий доход (76,6%) и избегание подчинения на работе (54,8%). Эти данные прямо указывают на то, что для большинства учащихся предпринимательство становится способом адаптации к требованиям новой трудовой этики.

Во-вторых, установлено, что семья и ближайшее окружение играют двойственную роль. С одной стороны, наличие предпринимателей среди родных и знакомых (60 и 83% соответственно) повышает уверенность и информированность. С другой стороны, материальное положение семьи поляризует мотивы: обеспеченные студенты стремятся к бизнесу для самореализации, малообеспеченные – как к социальному лифту, тогда как средний класс ориентирован на стабильную наемную занятость.

В-третьих, исследование зафиксировало трансформацию социального портрета молодого предпринимателя в массовом сознании студентов. На первый план выходят интеллект, харизма, энергичность, в то время как традиционные этические категории (честность – лишь 6,9%) и социальная ответственность оказываются маргинализированы. Доминируют индивидуалистические модели поведения (предприниматель «от людей» – 41,4%, «против людей» – 21,8%), что коррелирует с общим снижением значимости труда на благо общества у поколения Z.

Наконец, выявлены основные барьеры, сдерживающие предпринимательские намерения и активность:

- дефицит стартового капитала (71,6%);
- высокая конкуренция (69,3%);
- отсутствие опыта и знаний в бизнесе (60,5%);
- страх неудачи (42,5%).

Студенты воспринимают университетскую инфраструктуру бизнес-образования (в частности, Бизнес-инкубатор РЭУ им. Г. В. Плеханова) как важный, однако недо-

статочно освещенный и малодоступный ресурс: почти 30% респондентов впервые узнали о его существовании только в процессе анкетирования.

Таким образом, предпринимательские намерения и активность студенческой молодежи сегодня формируются не столько в логике инновационного предпринимательства, сколько как реакция на кризис традиционной модели занятости. Это вынужденное предпринимательство выполняет для поколения Z роль социального «страховочного клапана», позволяя реализовать ключевые ценности новой трудовой этики (независимость, баланс, комфорт),

но при этом несет риски тиражирования репликативных бизнес-моделей, не способствующих экономическому росту.

Высокий уровень предпринимательских намерений и активности молодежи ставят перед университетами и государством задачу не столько наращивать количественные показатели, сколько улучшать качество молодежного бизнеса. Достичь этого можно через внедрение в молодежную среду ценностей долгосрочной стратегической перспективы, социальной ответственности и технологического лидерства.

Список литературы

1. Александрова Е. А., Верховская О. Р. Мотивация предпринимательской активности: роль институциональной среды // Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент. – 2016. – № 3. – С. 107–138.
2. Андрианова Е. В., Тарасова А. Н., Печеркина И. Ф. Мотивы и трудовые ценности молодежи: парадоксы развития // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 3 (145). – С. 324–343.
3. Голова А. Г. Формирование универсальных компетенций у поколения Z в ответ на трансформацию рынка труда // Социология и общество: традиции и инновации в социальном развитии регионов : сборник докладов VI Всероссийского социологического конгресса (Тюмень, 14–16 октября 2020 г.) / отв. ред. В. А. Мансуров; ред. Е. Ю. Иванова. – М. : РОС; ФНИСЦ РАН, 2020. – С. 676–685.
4. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: последовательность человеческого развития. – М. : Новое издательство, 2011.
5. Каверина Н. А. Предпринимательство как будущая трудовая деятельность студентов экономического вуза // Теория и практика общественного развития Теория и практика общественного развития. – 2025. – № 11 (211). – С. 69–74.
6. Каверина Н. А. Социокультурные и институциональные особенности социального предпринимательства в представлениях студенческой молодежи // Общество: социология, психология, педагогика. – 2025. – № 10. – С. 14–19.
7. Мониторинг предпринимательской активности: Россия 2024/2025 / под руковод. О. Р. Верховской. – СПб., 2024. – URL: https://gsom.spbu.ru/research/research_statistics/gem/ (дата обращения: 15.05.2026).
8. Поплавская А. А. Будущая работа глазами студентов российских вузов: дифференциация образа работы в межрегиональной перспективе // Мир России. – 2023. – № 32 (1). – С. 61–86.
9. Радаев В. В. Миллениалы: Как меняется российское общество. – М. : ВШЭ, 2019.

10. Развитие предпринимательского образования в вузах. Результаты мониторинга информации о тенденциях развития высшего образования в мире и в России. – Вып. 12. – М. : ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2023.

11. Твенге Д. Поколение I. – М. : Рипол Классик, 2019.

References

1. Aleksandrova E. A., Verkhovskaya O. R. Motivatsiya predprinimatelskoy aktivnosti: rol institutsionalnoy sredy [Entrepreneurial Activity Motivation: Role of Institutional Environment]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Menedzhment* [Bulletin of the St. Petersburg University], 2016, No. 3, pp. 107–138. (In Russ.).

2. Andrianova E. V., Tarasova A. N., Pecherkin I. F. Motivy i trudovye tsennosti molodezhi: paradoksy razvitiya [Motives and Labour Values of the Youth: Development Paradoxes]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsialnye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes], 2018, No. 3 (145), pp. 324–343. (In Russ.).

3. Golova A. G. Formirovanie universalnykh kompetentsiy u pokoleniya Z v otvet na transformatsiyu rynka truda [Developing Universal Competences of Generation Z in Response to Labour Market Transformation]. *Sotsiologiya i obshchestvo: traditsii i innovatsii v sotsialnom razvitiy regionov: sbornik dokladov VI Vserossiyskogo sotsiologicheskogo kongressa (Tyumen, 14–16 oktyabrya 2020 g.)* [Sociology and Society: Traditions and Innovation in Social Development of Regions: collection of reports of the 6th All-Russian Sociological Congress (Tyumen, 14–16 October 2020)], edited by V. A. Mansurov; edited by E. Yu. Ivanova. Moscow, ROS; FNISTS RAN, 2020, pp. 676–685. (In Russ.).

4. Ingkharth R., Veltsel K. Modernizatsiya, kulturnye izmeneniya i demokratiya: posledovatelnost chelovecheskogo razvitiya [Modernization, Cultural Changes and Democracy: Succession of Human Development]. Moscow, New Publishing House, 2011. (In Russ.).

5. Kaverina N. A. Predprinimatelstvo kak budushchaya trudovaya deyatelnost studentov ekonomicheskogo vuza [Entrepreneurship as Future Work of Students of Economics University]. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and Practice of Social Development], 2025, No. 11 (211), pp. 69–74. (In Russ.).

6. Kaverina N. A. Sotsiokulturnye i institutsionalnye osobennosti sotsialnogo predprinimatelstva v predstavleniyakh studencheskoy molodezhi [Socio-Cultural and Institutional Features of Social Entrepreneurship in Ideas of Student Youth]. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika* [Society: Sociology, Psychology, Pedagogics], 2025, No. 10, pp. 14–19. (In Russ.).

7. Monitoring predprinimatelskoy aktivnosti: Rossiya 2024/2025 [Monitoring of Entrepreneurial Activities: Russia 2024/2025/], under the guidance of O. R. Verkhovskaya. Saint Petersburg, 2024. (In Russ.). Available at: https://gsom.spbu.ru/research/research_statistics/gem/ (accessed 15.05.2026).

8. Poplavskaya A. A. Budushchaya rabota glazami studentov rossiyskikh vuzov: differentsiatsiya obraza raboty v mezhregionalnoy perspektive [Future Work in View of Students in Russian Universities: Differentiation of Idea of Work in Inter-Regional Perspective]. *Mir Rossii* [The World of Russia], 2023, No. 32 (1), pp. 61–86. (In Russ.).

9. Radaev V. V. Millenialy: Kak menyaetsya rossiyskoe obshchestvo [Millenials: How Russian Society is Changing]. Moscow, VSHE, 2019. (In Russ.).

10. Razvitie predprinimatelskogo obrazovaniya v vuzakh. Rezultaty monitoringa informatsii o tendentsiyakh razvitiya vysshego obrazovaniya v mire i v Rossii [The Development of Entrepreneurial Education in Universities. Results of Information Monitoring Concerning Trends in Development of Higher Education in the World and in Russia], Issue 12. Moscow, the Russian Plekhanov University of Economics, 2023. (In Russ.).

11. Tvenge D. Pokolenie I [Generation I]. Moscow, Ripol Klassik, 2019. (In Russ.).

Поступила: 25.05.2026

Принята к печати: 07.08.2026

Сведения об авторе

Надежда Александровна Каверина

кандидат философских наук, доцент,
доцент кафедры политического анализа
и социально-психологических процессов
РЭУ им. Г. В. Плеханова.

Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г. В. Плеханова», 109992,
Москва, Стремянный пер., д. 36.

E-mail: Kaverina.NA@rea.ru

Information about the author

Nadezhda A. Kaverina

PhD, Associate Professor,
Associate Professor of the Department
of Political Analysis and Socio-Psychological
Processes of the PRUE.

Address: Plekhanov Russian University
of Economics, 36 Stremyanny Lane,
Moscow, 109992, Russian Federation.

E-mail: Kaverina.NA@rea.ru