

## **РАБОТАЮЩИЙ СТУДЕНТ ОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ В РОССИЙСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ: МОТИВАЦИЯ И АМБИЦИИ, ПОТЕРИ И ПРИОБРЕТЕНИЯ**

**Гудович И.С., Винокурова Н.А.<sup>1</sup>**

Воронежский государственный университет, Россия, 394018, г. Воронеж,  
Университетская пл., д.1. Тел.: +7(910)2805807, goudovitch@mail.ru

<sup>1</sup>Центральный Экономико-математический институт РАН, Россия, 117418, г. Москва,  
Нахимовский проспект, д. 47.Тел.: +7(903)6820947, vinokurova@yandex.ru .

Проблема работающего студента вуза очной формы обучения является в настоящее время актуальной и активно анализируется авторами значительного количества научных работ. Следует отметить, что эти исследования, в основном, направлены на рассмотрение позитивных результатов, которые получает студент для себя и своего будущего при сочетании работы с учебой. В настоящей работе мы хотим посмотреть на проблему, которую называют сегодня вторичной занятостью, с другой стороны: со стороны интересов будущего нашей страны с учетом того, что молодежь — это важнейший стратегический ресурс развития государства. В связи со сказанным встает вопрос о готовности студентов и аспирантов принять и поддержать идеологию инновационного, опережающего развития, совершить прорыв в шестой технологический уклад. Представленное исследование использует результаты, полученные авторами при анализе материалов собственных анкетных опросов университетской молодежи.

Авторы работы исходят из того, что в основе мотиваций и амбиций человека лежат его ценностные ориентации. Результаты исследований показывают, что в процессе своего развития студенты ориентируются, во многом, на рыночные сигналы, подаваемые экономикой. Серьезные изменения ценностных ориентаций молодежи проявляется особенно остро в ее отношении к высшему образованию: всего от 5 до 15 процентов студентов и аспирантов университетов считают, что освоение вузовской программы необходимо, чтобы добиться успеха в будущем. Опорой для достижения успеха в работе после ВУЗа университетская молодежь считает целеустремленность – 66%, уверенность в себе – 53%, коммуникационные способности – 50%. В целом результаты анализа представлений молодежи университетов о желаемом собственном будущем показывает, что гедонизм, потребительство, индивидуализм мотивируют студентов ориентироваться, в первую очередь, на быстрые заработки, а не на профессиональные достижения. В результате рынок получает малообразованные кадры, что представляет проблему для настоящего инновационного развития. Поскольку в настоящее время вопросы импортозамещения и инновационного развития особо актуальны для нашей страны, роль качественного профессионального образования возрастает. Это требует пересмотра концепции «работающих студентов».