

Социологическое исследование на предмет получения количественных и качественных показателей направлений и сфер «внутренней» и «внешней» миграции выпускников ведущих российских вузов, их соотношения и тенденций, а также на предмет выявления потенциальных факторов, способных повлиять на выбор профессиональных траекторий учащимися.

Пreamбула

Успешность принятия решений во внутренней и внешней политике нашей страны, проводимой в условиях обострения геополитической ситуации, будет обусловлена способностью **достойно ответить на стоящие перед нами внешнеполитические и внутриполитические вызовы**. Среди основных внутриполитических вызовов особое внимание следует уделить **тенденции сокращения общей численности молодого населения при условии возрастания требований к уровню их образования, профессиональной квалификации, мотивации работать на благо страны**, тем самым обеспечив стабильное функционирование принципа солидарности поколений и повышение общего уровня благосостояния национальной экономики.

Более того, для **обеспечения национальной безопасности** в средне- и долгосрочной перспективе **необходимо обеспечить не только рост человеческого капитала, но постоянное воспроизводство трудовых и научных кадров наиболее высокой квалификации**, т.н. драйверов экономики, которое зависит от выпуска, карьерных ожиданий, настроений и успешности трудоустройства выпускников ведущих российских вузов.

Миссия исследования: разработка аналитической базы для осуществления мер по обеспечению страны молодыми высококвалифицированными специалистами, составления средне- и долгосрочных прогнозов, а также стратегии социально-экономического развития страны.

Цель исследования: Изучение карьерных перспектив, ожиданий, стратегий и настроений студентов ведущих российских вузов с целью дальнейшего использования полученных данных органами государственной власти для разработки мер по обеспечению роста экономики, сокращению трудовой миграции в зарубежные страны, обеспечению безопасности, единства и целостности государства.

*В данной презентации представлены **результаты социологического исследования студентов, аспирантов и недавних выпускников ведущих вузов России, направленное, с одной стороны, на выявление карьерных траекторий будущих выпускников, уровня эффективности мероприятий по трудоустройству и ориентации студентов на конкретные компании в вузах, а с другой – выявление уровня их патриотизма, в той его части, которую можно охарактеризовать как «готовность предпочесть работу в России и на благо ее работе и жизни вне Родины»***

Двухаспектное исследование: карьера и патриотизм студентов ведущих российских вузов



- Будет проверена гипотеза о различиях в уровне карьерных устремлений студентов различных российских вузов, уровне их патриотизма.
- Патриотизм студентов будет выявляться на основании ответов на открытые и латентные вопросы.

Методология исследования

Метод

Самозаполнение анкет
через анонимный
открытый онлайн-опрос

Распространение анкет
с использованием базы
данных и ресурсов
портала «Ломоносов»,
а также посредством
социальных сетей,
email-рассылок,
новостей в профильных
интернет-СМИ

Выборка

Мужчины и женщины
от 17 до 30+ лет,
являющиеся
студентами,
аспирантами или
выпускниками
Ведущих вузов России,
т.е. студенческая и
молодежная элита
страны.

2001 респондент

География

Все федеральные
округа Российской
Федерации

Время: апрель-июль
2016 года

Параметры исследования

Социально-демографический блок

Пол

Возраст

ВУЗ, специализация

Курс, год выпуска

Статус

Наличие постоянной работы, премий,
призовых мест во Всероссийских
олимпиадах

Поиск карьерных возможностей

Интерес к карьерным мероприятиям
в ВУЗе и вне него

Интерес к научной работе

Оценка собственных перспектив
трудоустройства

Предпринимаемые действия по
поиску работы

Карьерные ожидания

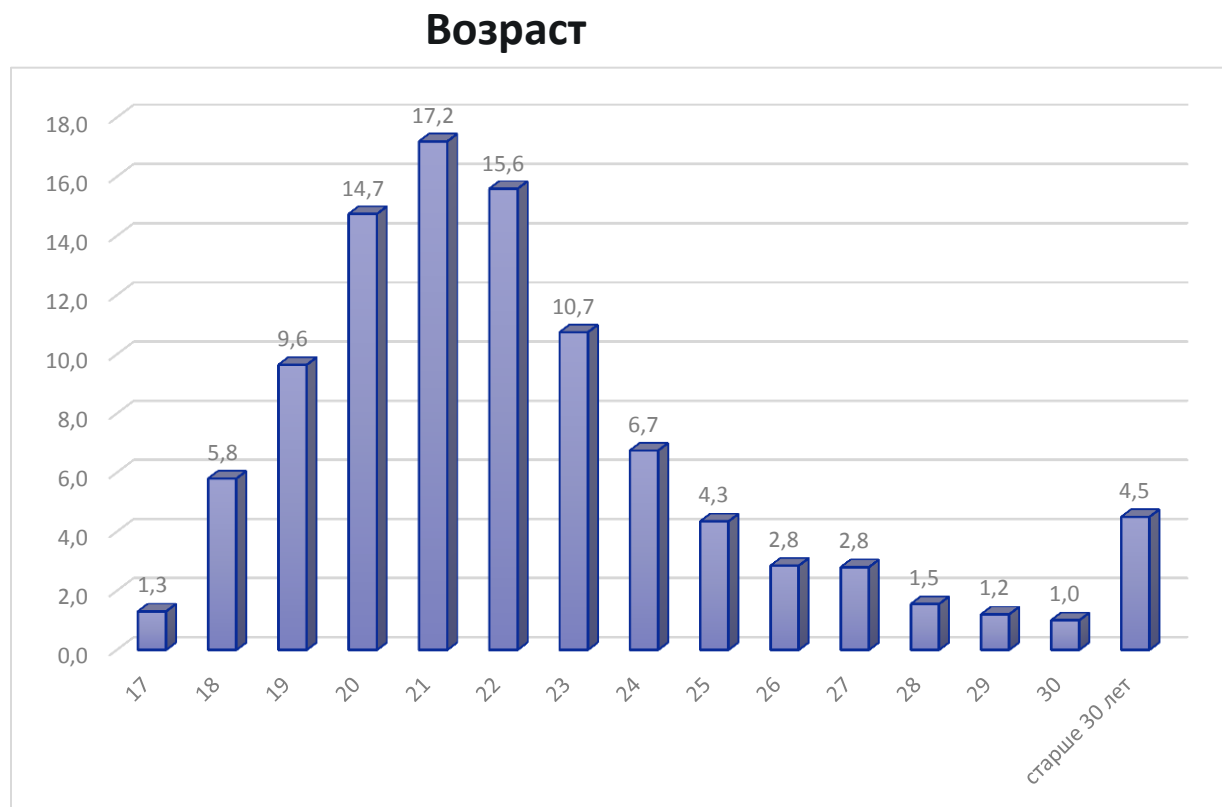
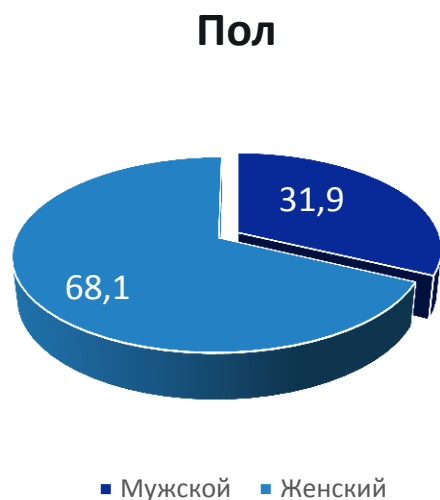
Основные ожидания от будущего
места работы

Предполагаемая сфера будущей
работы и работодатель

Предпочтения по профилю будущей
компании работодателя

Оценка преимуществ и недостатков
российских компаний по сравнению с
зарубежными

Характеристика выборки, %

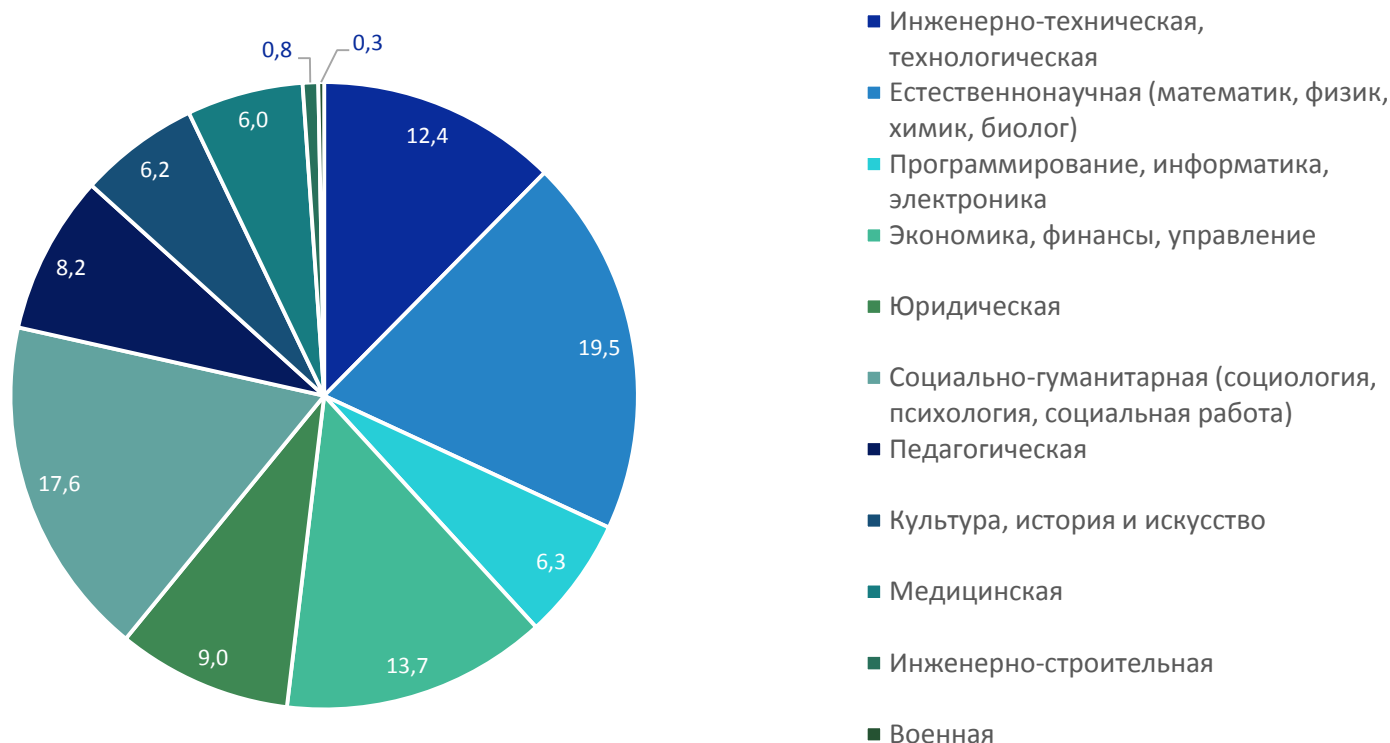


Характеристика выборки, %

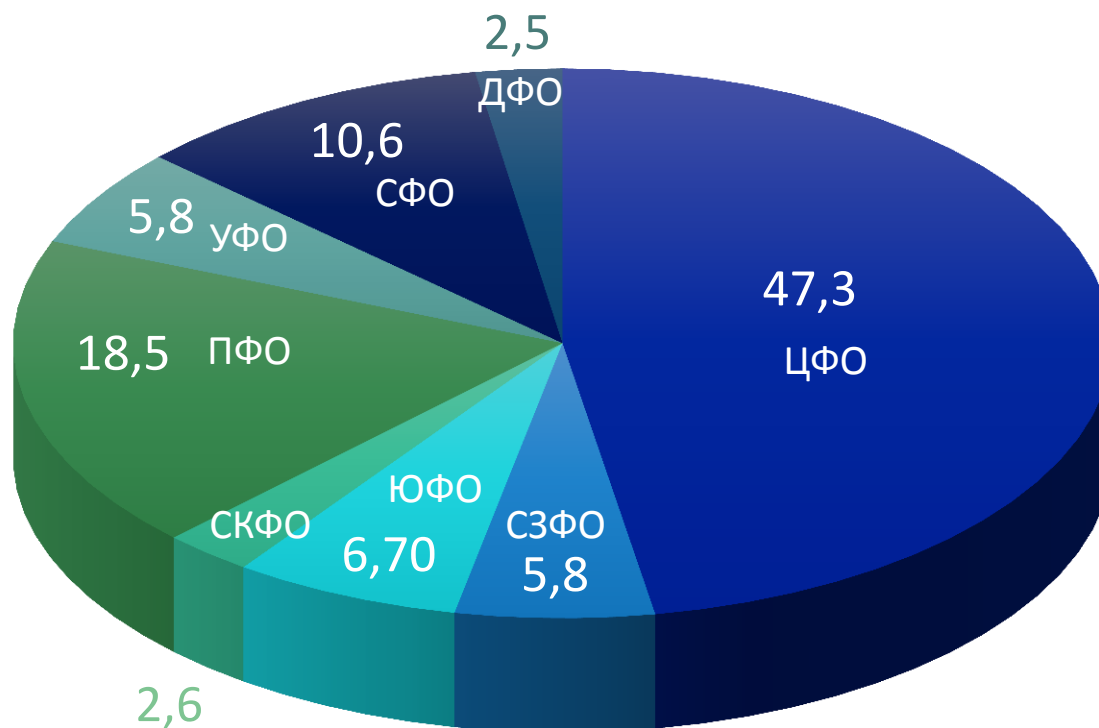


Характеристика выборки, %

На равных представлены в исследовании представители ведущих для экономики специальностей: естественнонаучной, социально-гуманитарной, экономисты/финансисты/управленцы, инженеры, механики. Чуть меньше педагогов, программистов, военных, медиков и т.д.



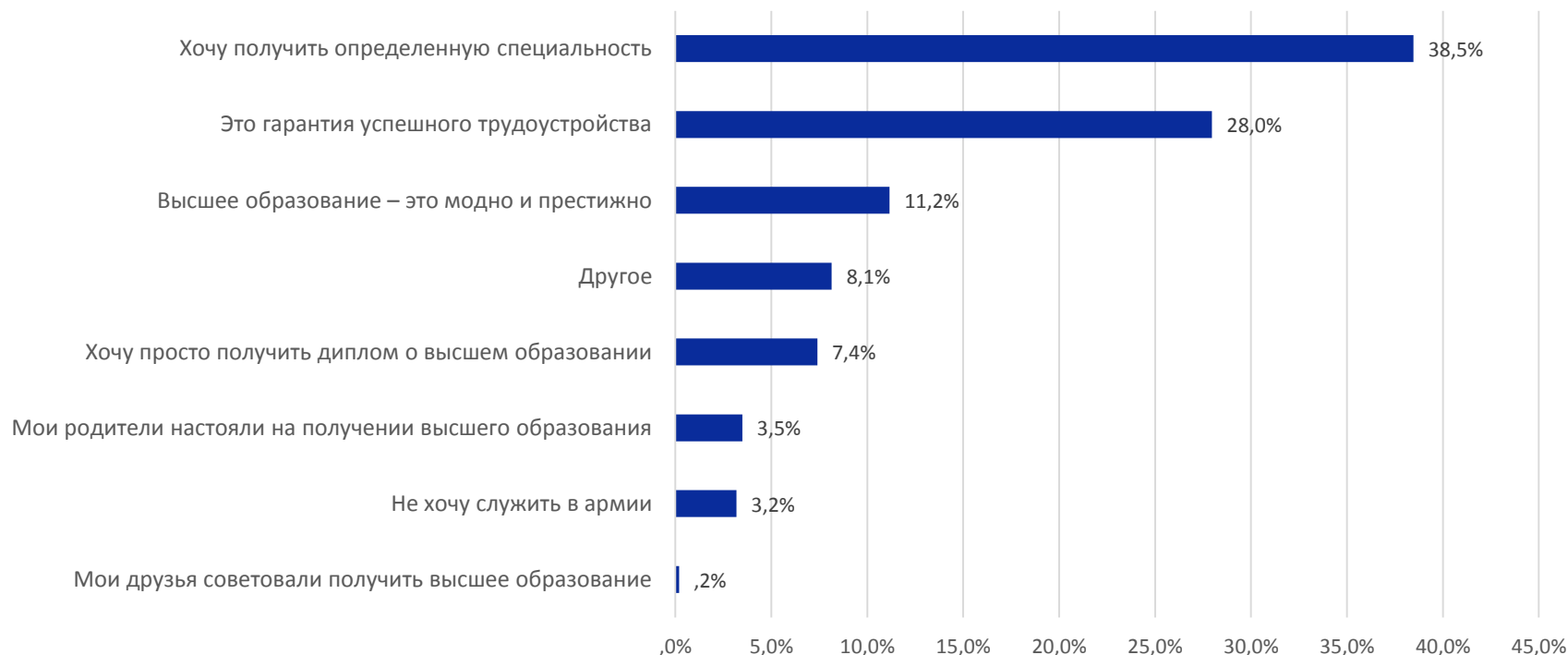
Представительство ФО в исследовании, %



Аспект первый - Образование

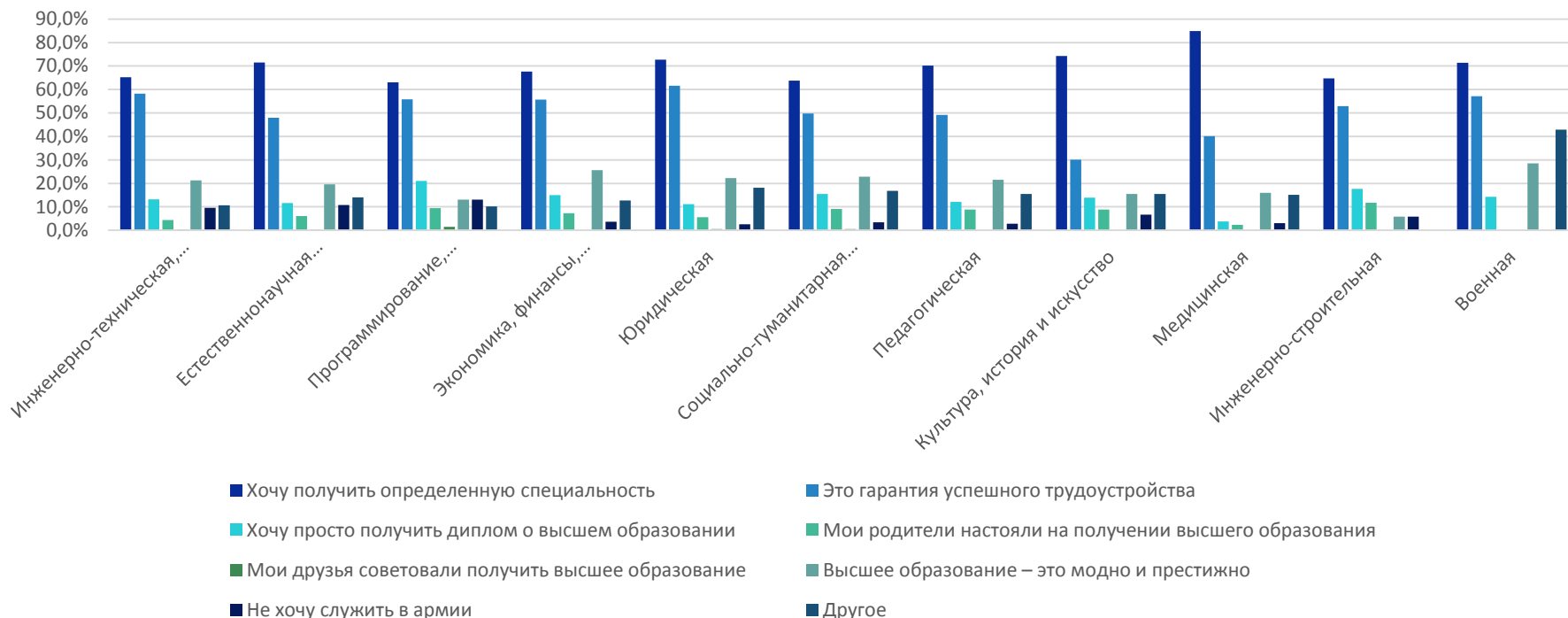
Основные мотивы получения высшего образования, % от ответов по всей выборке (многовариантный вопрос)

Среди ведущих мотивов получения высшего образования у представителей активной части молодежи преобладают **желание получить определенную профессию** (38% всех ответов) и **гарантия успешного трудоустройства** (28% всех ответов). Лишь чуть более 10% респондентов указали такую причину получения высшего образования, как престиж. Тенденция выбора вышепредставленных факторов выбора распространяется на большинство респондентов вне зависимости от пола и возраста.



Основные мотивы получения высшего образования, % от ответов по всей выборке (многовариантный вопрос)

Среди представителей разных специальностей наиболее замотивированы на получение высшего образования по причине **желания овладеть определенной профессией: медики, представители сферы культуры и искусства, военные, юристы и представители естественнонаучных специальностей**. Такая причина, как **«гарантия успешного трудоустройства»** наиболее ярко проявляется у **юристов**, а престиж, как причина получения высшего образования, является наиболее значимым и ценным фактором для военных и экономистов в сравнении с представителями других специальностями.



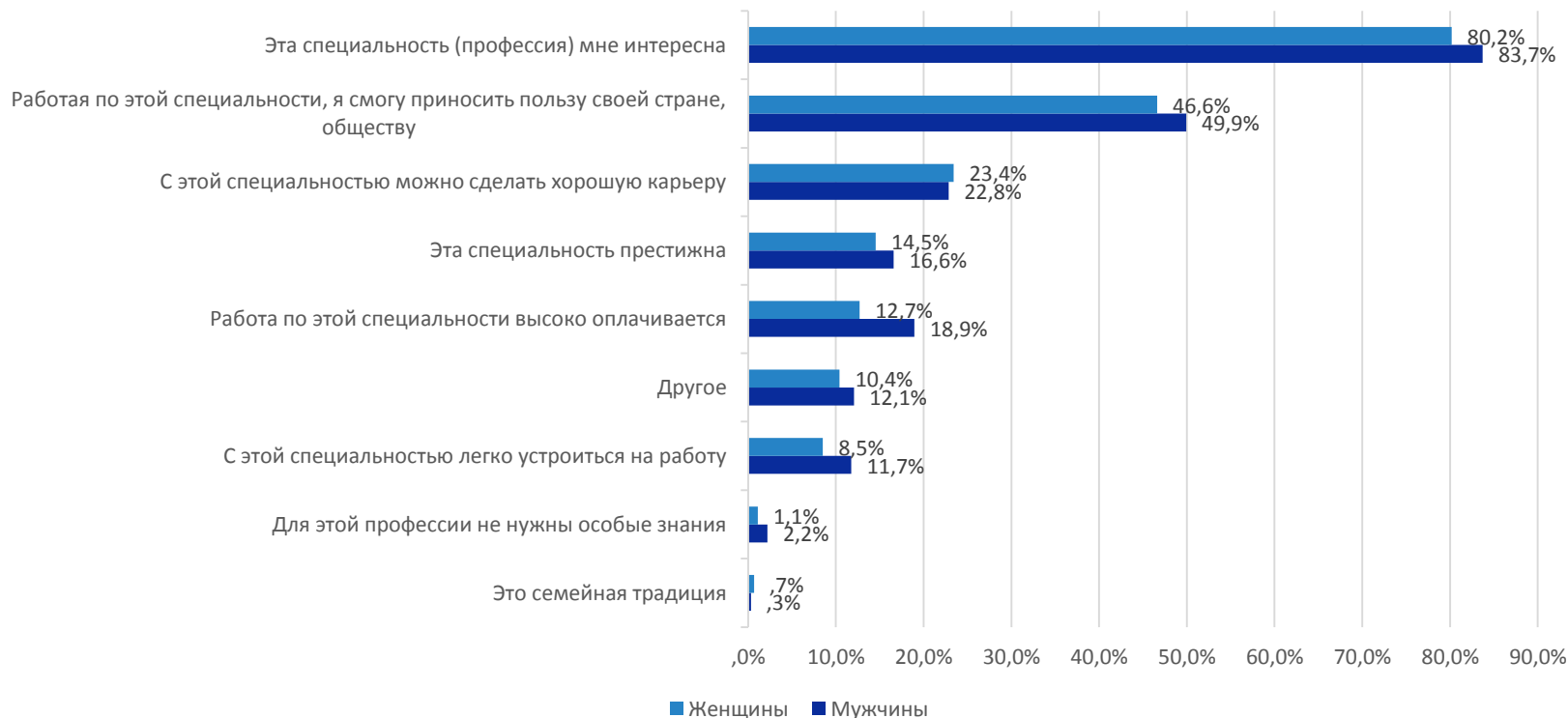
Критерии выбора специальности, % от ответов (многовариантный вопрос)

При выборе специальности студенты в основном руководствуются критерием **личного интереса к будущей профессиональной деятельности**, а также возможностью в будущем, работая по этой специальности, **приносить пользу своей стране и обществу** (что демонстрирует достаточно высокий уровень альтруизма передовой российской молодежи). Критерий высокой оплаты труда стоит только на 5-м месте.



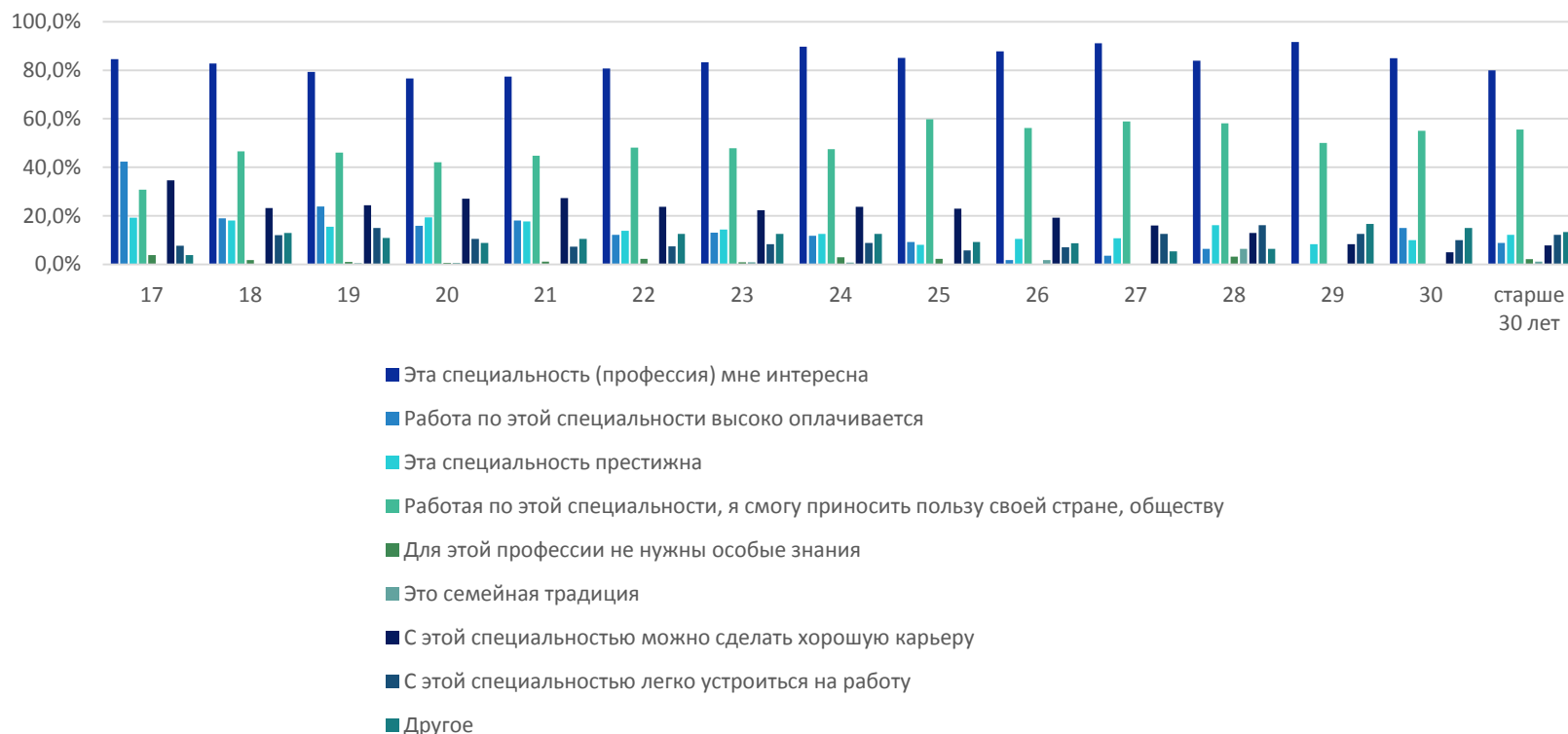
Критерии выбора специальности у мужчин и женщин, % от ответов (многовариантный вопрос)

В целом, стратегия выбора специальности совпадает у мужчин и у женщин, однако для **женщин критерий возможности построения успешной карьеры** оказывается **несколько более важным**, в то время, как мужчины больше, чем девушки, руководствуются **интересом к данной деятельности, престижем и возможностью сделать мир лучше**. Заметна разница между частотой выбора критерия высокой оплаты труда у мужчин и у женщин. Данный критерий более значим для мужчин.



Критерии выбора специальности среди представителей разных возрастов, % от ответов (многовариантный вопрос)

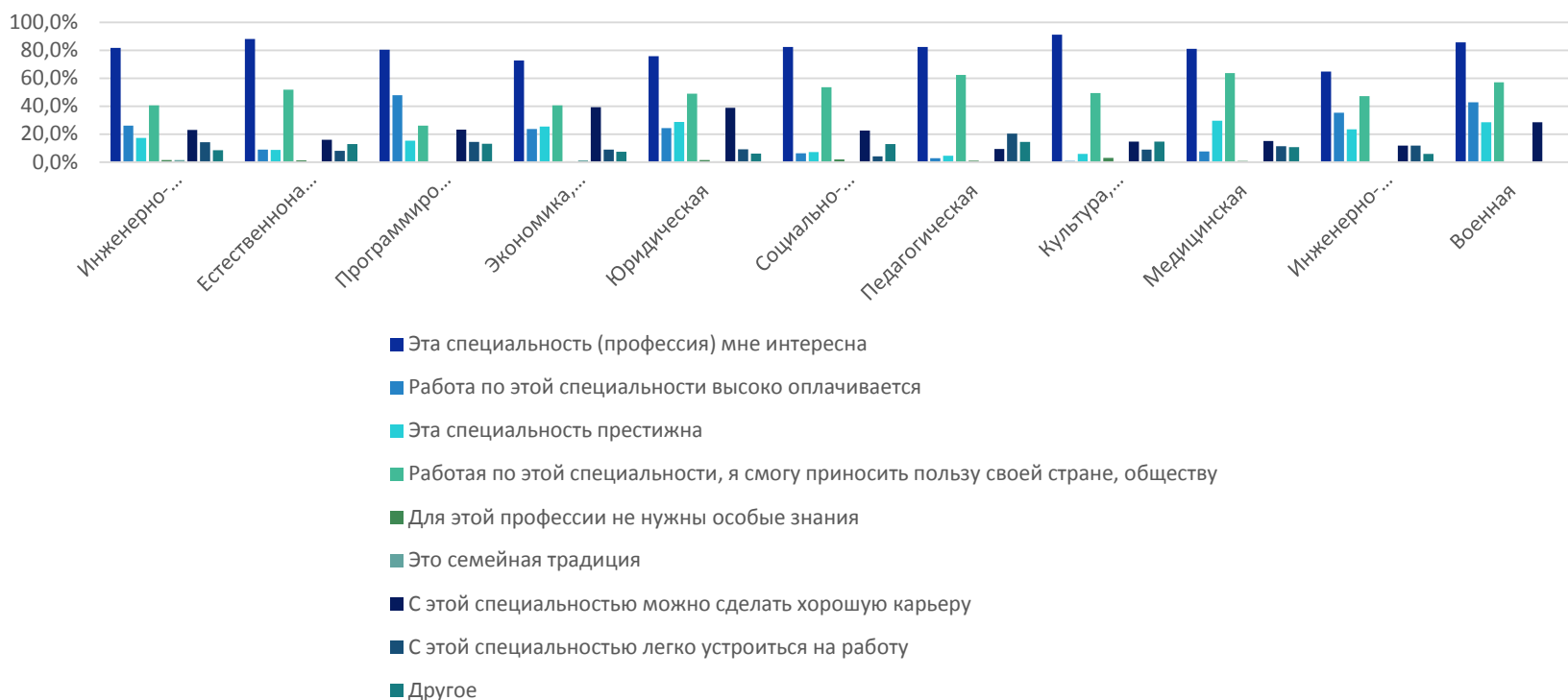
Интересно, что система оценки выбранной специальности изменяется с возрастом: критерий возможности приносить пользу обществу приобретает большую значимость у респондентов, начиная с 18 лет, а критерий заинтересованности в интересной работе – с 22 лет. В то же время, наблюдается тенденция некоторого разочарования в выбранной специальности у респондентов по таким критериям, как: «высокая заработная плата» и «возможность сделать хорошую карьеру».



Критерии выбора специальности среди представителей специальностей, % от ответов (многовариантный вопрос)

Представители всех специальностей на 1 место среди критериев выбора профессии поставили интерес к специальности. В соответствии с выбором остальных ведущих критериев выбора специальности всех респондентов можно условно разделить на следующие группы:

- ориентированные на общество (культура и искусство; педагогическая, социально-гуманитарная и естественнонаучная сфера);
- ориентированные на карьеру и престиж (экономисты / финансисты / управленцы; юристы);
- ориентированные на высокий заработок и карьеру (программисты, инженеры);
- смешанная группа (военные, медики).

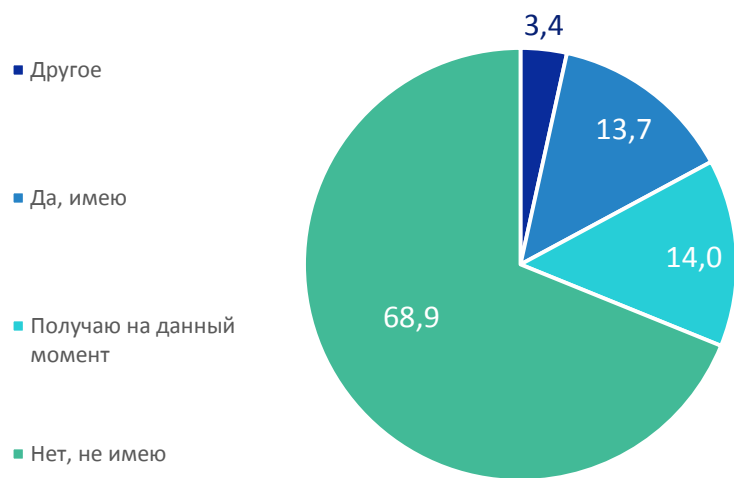


Второе образование и образование за рубежом, % от выборки

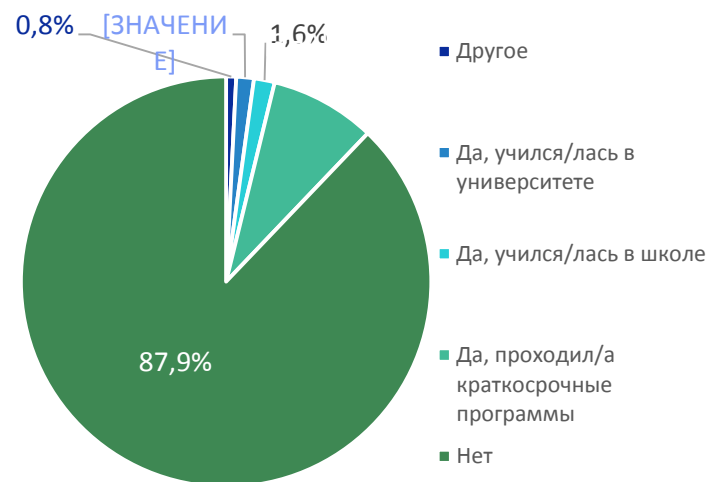
Абсолютное большинство респондентов на момент опроса **не имело второго высшего образования. Второе высшее образование имело только 13,7% и 14%** на момент опроса **получало высшее образование**. Как правило, обычно 2-е образование имеют представители следующих специальностей: экономика, финансы, менеджеры, педагоги. Получили второе образование на момент опроса в основном юристы, деятели культуры и искусства и инженеры-строители.

Также абсолютное большинство не училось за рубежом.

Имеете ли Вы второе образование



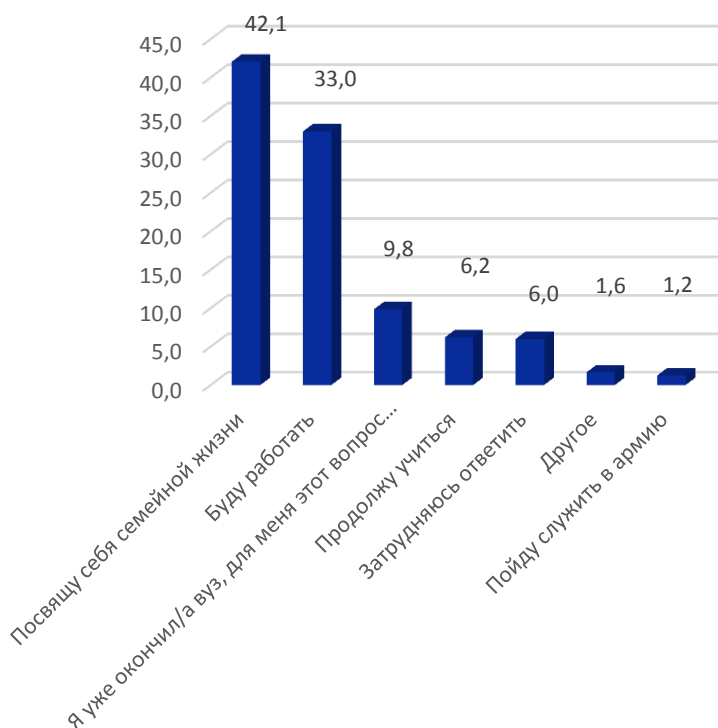
Имеете ли Вы второе образование



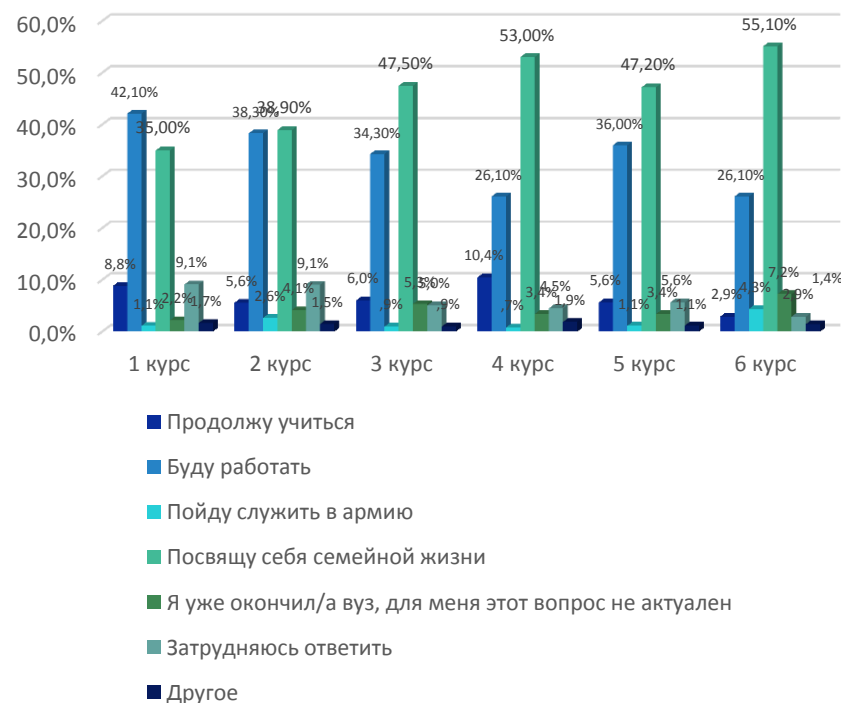
Планы после вуза, % от ответов (многовариантный вопрос)

Абсолютное большинство респондентов в ближайшей перспективе планирует создать семью (данный фактор связан с тем, что девушек в выборке больше, чем молодых людей), а также начать трудовую деятельность. Продолжить учебу планирует чуть более 6% от ответивших на данный вопрос.

Среди всех респондентов



Среди представителей разных курсов



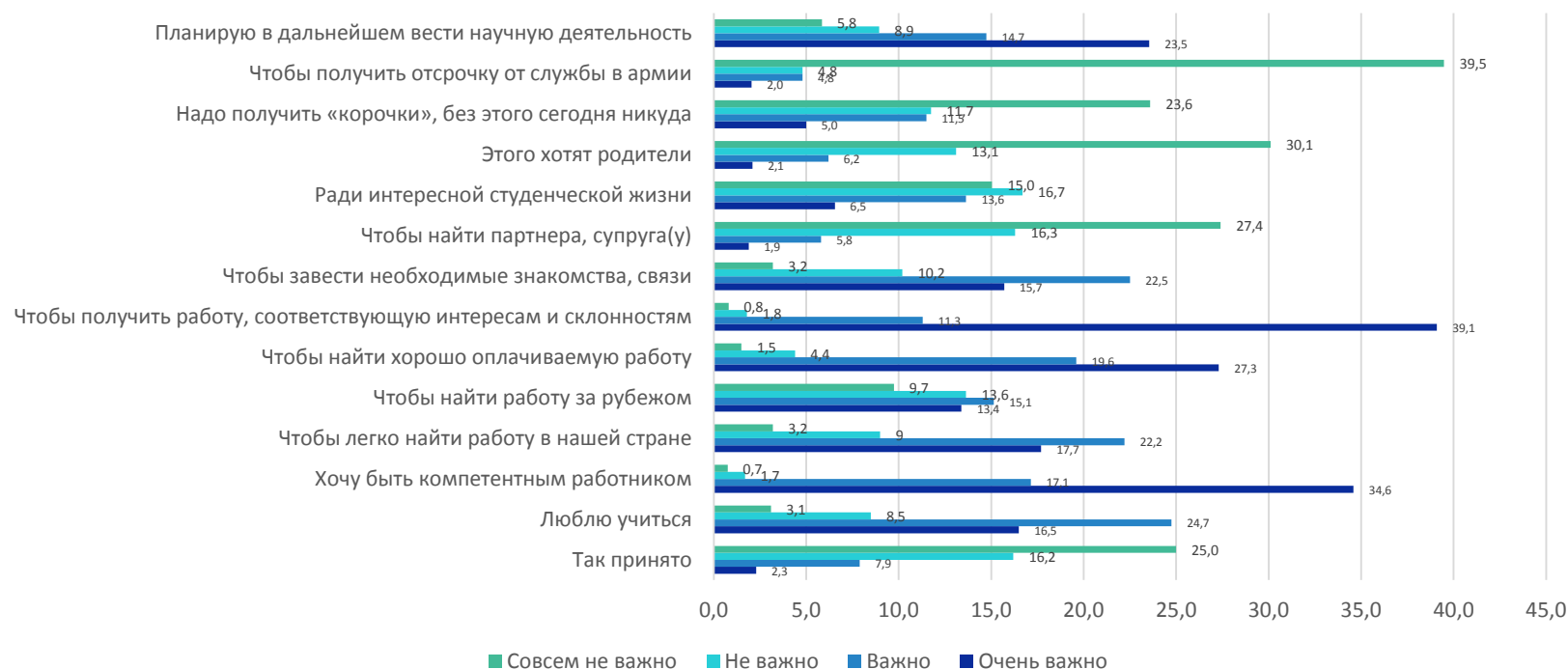
Причины продолжения образования, % от тех, кто планирует учиться дальше

Для продолжения образования молодым людям **очень важны следующие положения**: желание быть компетентным работником; возможность, получив образование, найти высокооплачиваемую работу или работу, соответствующую интересам и желанию, а также желание в будущем заняться научной деятельностью.

Среди важных факторов можно перечислить: любовь к учебе, легкость трудоустройства с данным образованием в стране/за рубежом, возможность завести необходимые связи/знакомства.

Не столько важны такие факторы, как: интересная студенческая жизнь.

И среди совсем не важных факторов: стереотипы, желание найти партнера, желание родителей, получение «корочки», отсрочка от армии.



Желаемый уровень и профиль образования, % от тех, кто планирует учиться дальше

Большинство из тех, кто желает продолжить учиться, ориентированы на учебу в аспирантуре/получение специальности по принципиально другому направлению.



Вывод 1: Молодежь России ориентирована на получение качественного высшего образования

Основные тезисы:

Основные мотивы получения высшего образования у современной российской молодежи - желание освоить определенную профессию или получить гарантию успешного трудоустройства.

Среди наиболее значимых критериев выбора определенной специальности: интерес к профессии, возможность приносить пользу обществу, возможность построения хорошей карьеры.

Для молодых людей важнее следующие критерии: интересная профессия, возможность приносить пользу обществу, заработная плата. Для девушек – первые два критерия аналогичны, но критерий возможности построения успешной карьеры значит больше, чем высокая оплата труда.

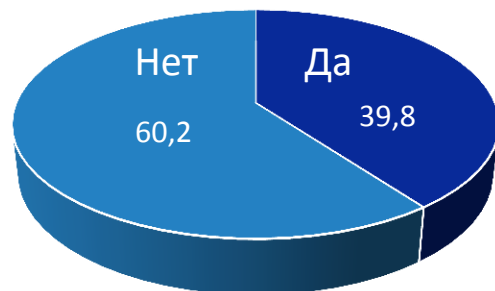
После окончания вуза молодежь в большей степени ориентирована на начало трудоустройства или построение семьи, нежели, чем на продолжение учебы.

Большинство из тех, кто желает продолжить учиться, ориентированы на учебу в аспирантуре/получение специальности по принципиально другому направлению.

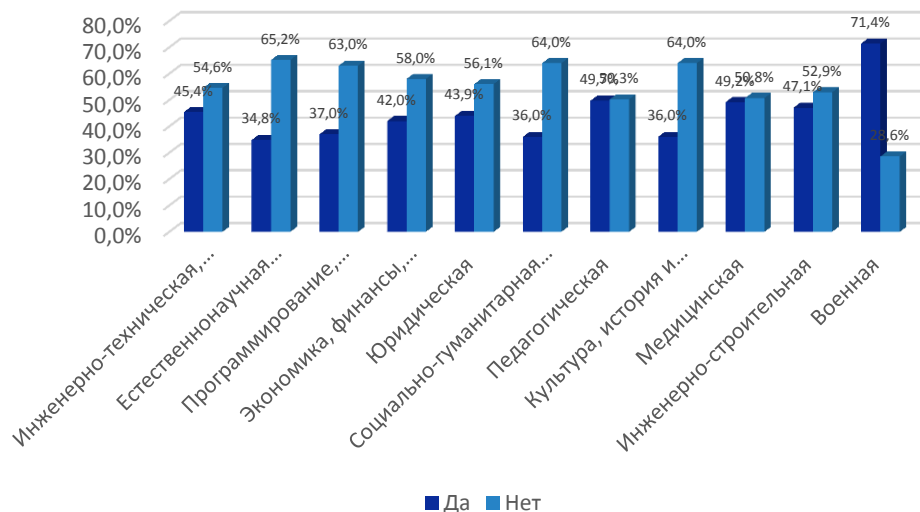
*Аспект второй -
Карьерные предпочтения и
устремления*

Четко ли видят респонденты свое будущее после окончания вуза, % от выборки

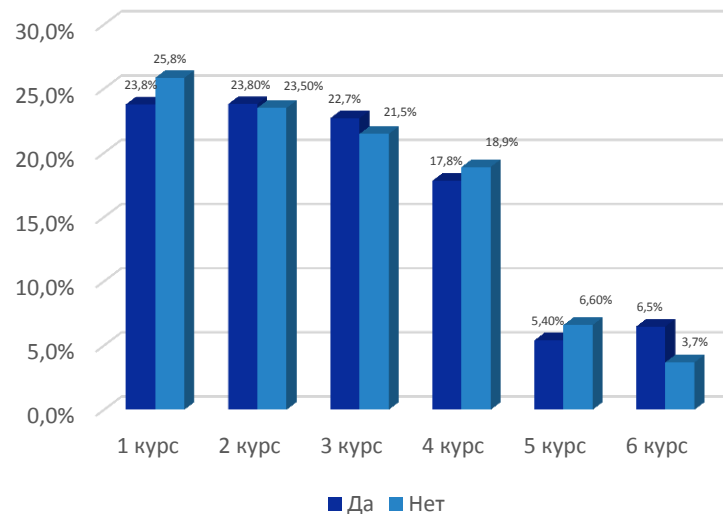
Всего по выборке



Среди представителей
разных специальностей



Среди студентов разных курсов

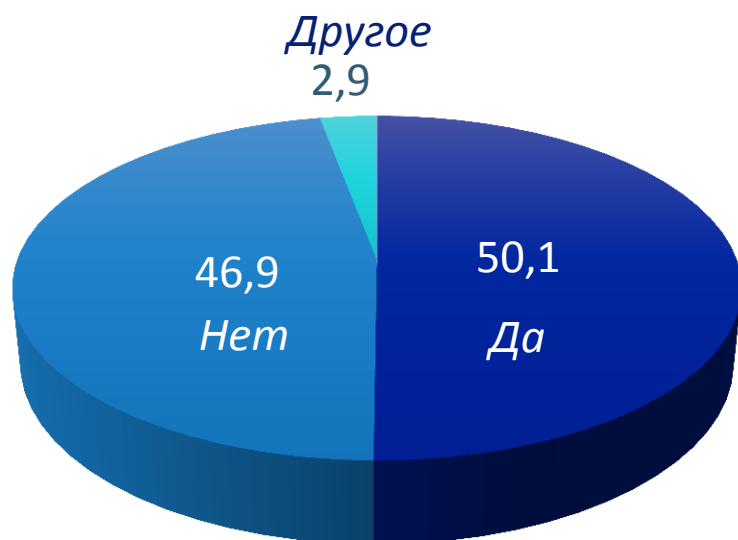


На каком этапе планирования своей карьеры находятся опрошенные

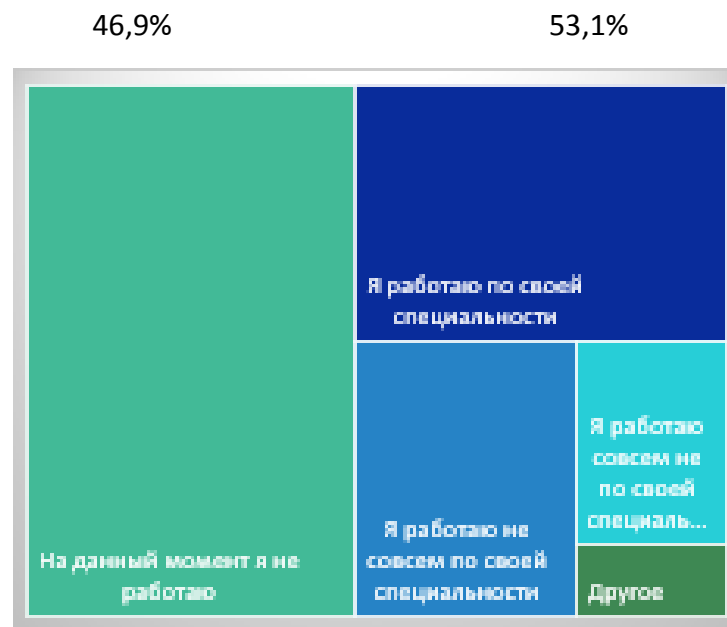
Около половины опрошенных на данный момент имеют постоянное место работы. Четверть опрошенных работает по специальности, 16% - не совсем по своей специальности, менее 10% - совсем не по специальности. Абсолютное большинство работает в российских компаниях (95% от всех работающих).

Имеет ли респондент постоянную работу?, % от выборки

Все опрошенные



Среди всех респондентов

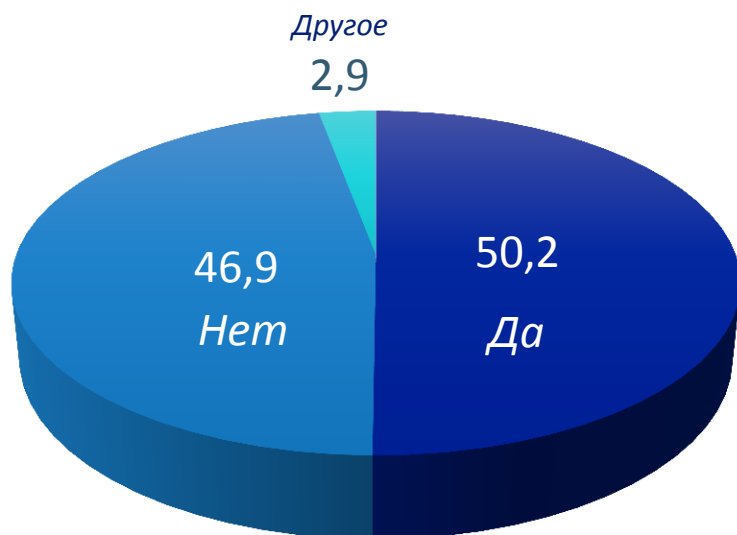


На каком этапе планирования своей карьеры находятся опрошенные

Около половины опрошенных на данный момент имеют постоянное место работы. Среди тех, кто в данный момент не работает, большинство респондентов (разница - 5%) не верит, что им удастся трудоустроиться по специальности.

Все опрошенные

Имеет ли респондент постоянную работу?, %



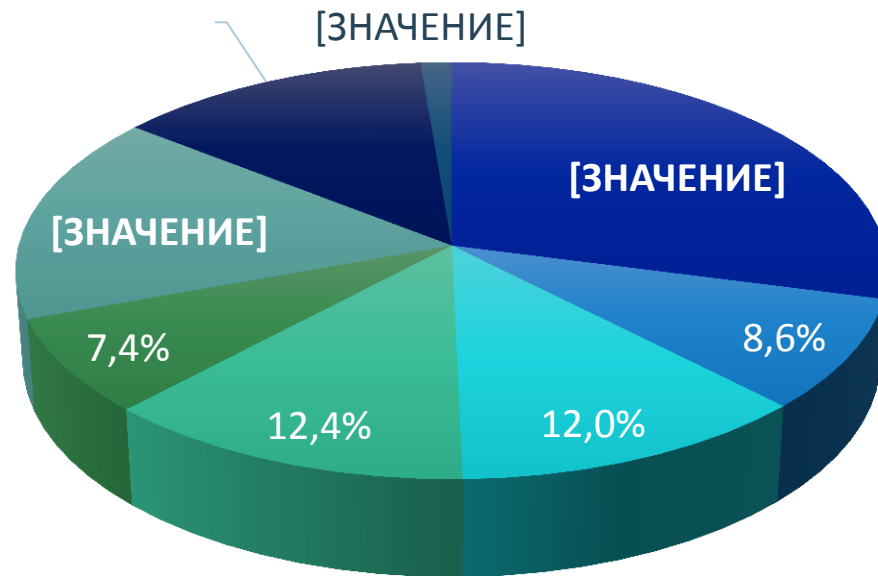
Те, кто не имеет постоянной работы

Уверены ли Вы в том, что удастся устроиться по специальности?, %



Факторы, по мнению опрошенных, влияющие на смену места работы

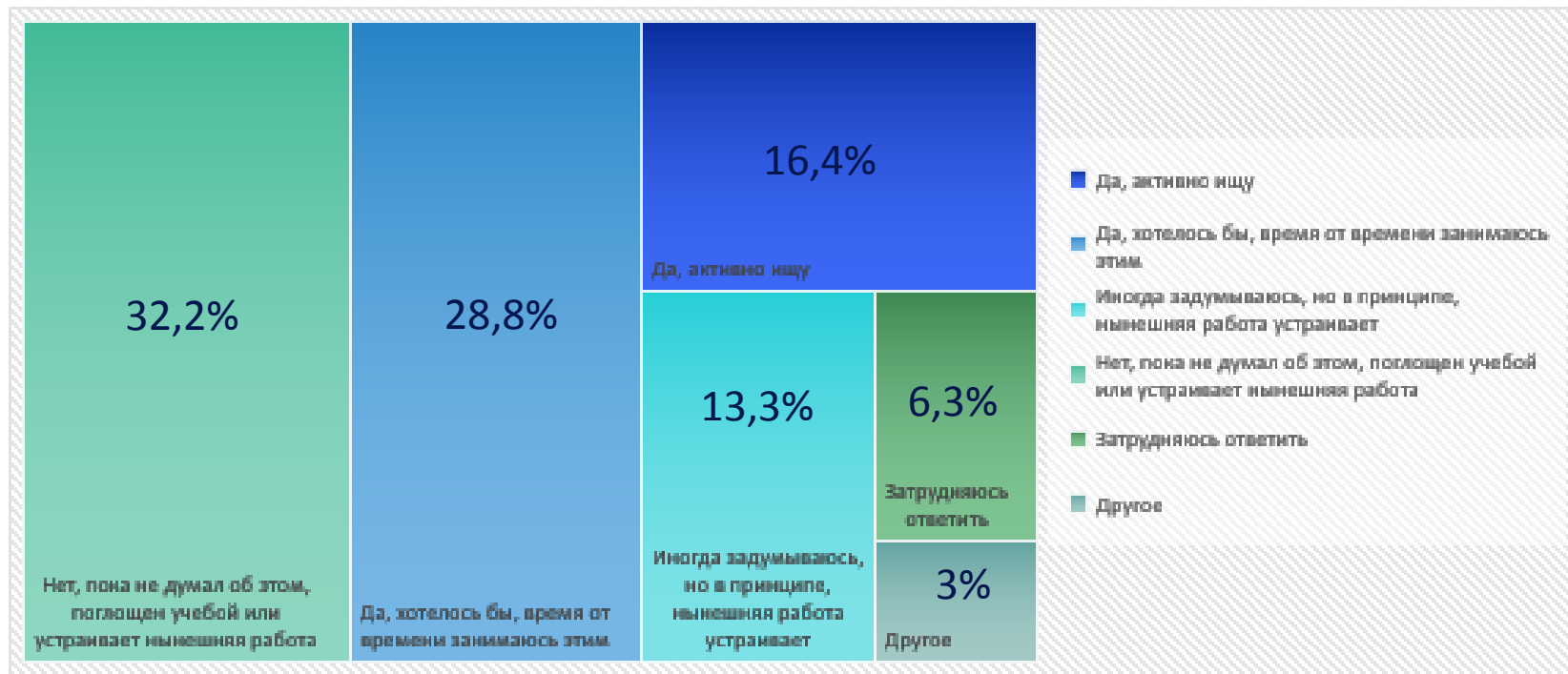
- Более высокий уровень заработной платы и премий
- Официальное трудоустройство
- Возможность быстрого карьерного роста
- Благоприятные условия труда, в том числе первоклассное оборудование
- Гибкий график работы
- Возможность самореализации
- Дружественный коллектив и благоприятный социально-психологический климат



Насколько активно молодые люди ищут работу

Около трети респондентов пока не ищет работу, чуть меньше респондентов – время от времени проводят мониторинг вакансий, активным поиском работы занято **16,4% респондентов**. Из тех, кто активно ищет работу – около 16% не работает на данный момент, 14,8% - работают по специальности, 18,8 – не совсем по специальности, 21,3% - не по специальности.

Насколько активны Ваши действия по поиску будущих (новых) карьерных возможностей (работы)?



Какие карьерные мероприятия посещают молодые специалисты?

Самый популярный вид карьерных мероприятий – это **производственная практика и дни карьеры вуза/ факультета**. Чуть менее популярны лекции и семинары с работодателями.

Какие мероприятия посещали за время учебы? Многовариантный выбор из списка мероприятий, %



Каких карьерных мероприятий и содействия трудоустройству не хватает студентам?

По мнению респондентов вузу следует проводить **больше профориентационных экскурсий к работодателям и официальных стажировок в компаниях.**

Каких мероприятий по направлению трудоустройства и профориентации не хватает/не хватало в вашем вузе?

Многовариантный выбор из списка мероприятий, %



Поиск работы

Самым популярным способом среди респондентов является поиск работы **через Интернет (путем подачи резюме), самостоятельный поиск, использование связей.**

Представьте, что Вы находитесь в состоянии поиска работы. Скорее всего, поиск Вы будете осуществлять?

Многовариантный выбор из списка мероприятий, %



Вывод 2: Молодые специалисты готовы принимать помощь в трудоустройстве от своего вуза

Основные тезисы:

Молодые специалисты заинтересованы в своем будущем, поэтому стремятся получить информацию о том, что их ждет в сфере трудоустройства.

Студенты заинтересованы в различных практиках и стажировках, позволяющим им лучше узнать компанию и содержание работы.

Интернет – это важный канал для формирования у молодежи адекватного представления о рынке труда, работодателях и специальностях.

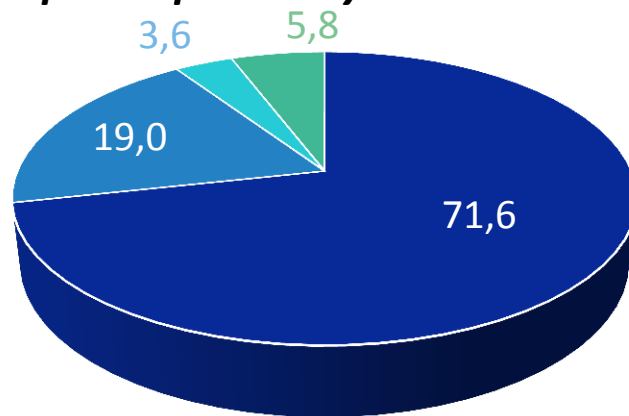
Молодым людям нужно больше информации о вакансиях, разнообразие проводимых мероприятий и участвующих в них работодателей, чтобы представителям любых факультетов и специальностей было интересно принимать в них участие. Причем важно понимать, что эта информация должна быть в общем доступе в сети Интернет

Среди возможных мероприятий, направленных на трудоустройство будущих выпускников, можно также назвать тренинги и курсы, направленные на тренировку общих навыков (делового общения, составления резюме и т.д.)

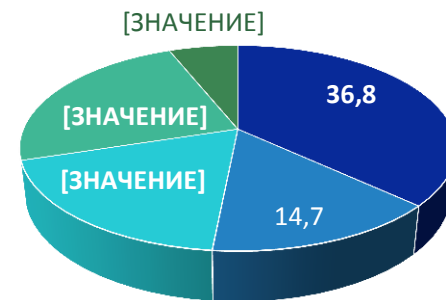
Карьерные предпочтения

В большинстве своем российская молодежь предпочитает работать по полученной, либо родственной специальности, а также в государственных организациях, либо в собственной фирме.

При прочих равных условиях Вы предпочтете работать, % от всех респондентов



- По специальности
- Не совсем по специальности
- Совсем не по специальности
- Затрудняюсь ответить / Другое



- В государственных организациях
- В органах исполнительной власти федерального/регионального значения или в местной администрации
- В негосударственных организациях
- Хотел/а бы организовать собственную компанию/фирму
- Другое

Карьерные предпочтения

Среди наиболее популярных сфер: сфера образования и науки, государственная и муниципальная служба, сфера маркетинга, рекламы и PR.

В какой сфере Вы хотели бы работать? Многовариантный выбор из списка мероприятий, %

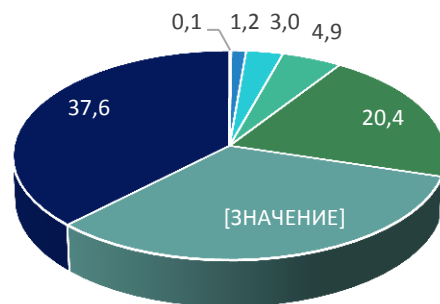


Предпринимательская активность, % от выборки

Почти **37,6%** респондентов желают открыть собственный бизнес, **32,7%** высказались, что **начали бы** свое дело при наличии благоприятных условий, **20,4%** высказали однозначно, что не хотят, и лишь у **1,2%** уже имеется собственный бизнес.

Хотели бы Вы начать собственный бизнес?
% от всех ответивших

- Другое
- У меня уже есть собственный бизнес
- Организовываю его в настоящее время
- Затрудняюсь ответить
- Нет, не хотел(а) бы
- Зависит от обстоятельств
- Да, хотел(а) бы в будущем



При каких условиях Вы бы могли начать собственный бизнес?
Многовариантный выбор из списка, %



Предпринимательская активность

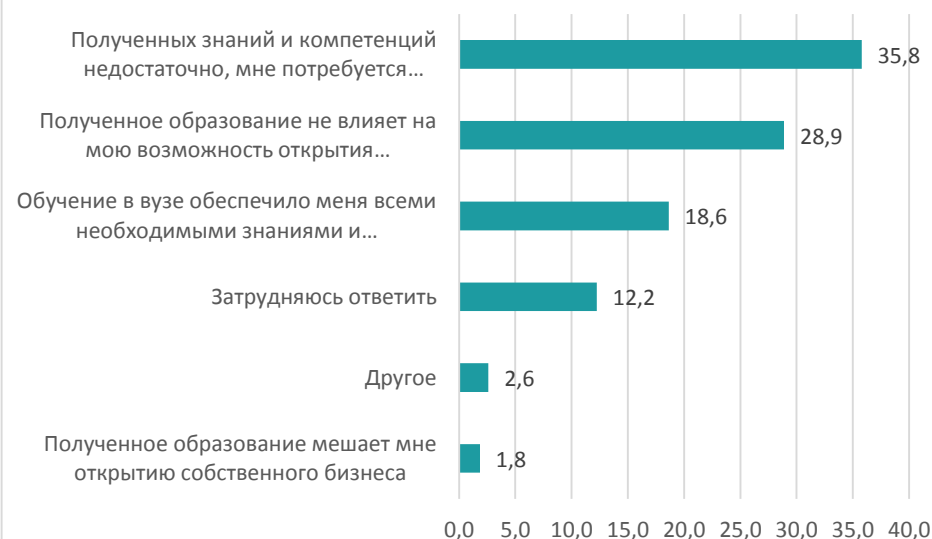
Пятая часть респондентов наиболее предпочтительной сферой бизнеса видит именно сферу образования, затем – сферу развлечений, около 7% набрали такие сферы, как: реклама, маркетинг, PR; сфера производства, транспорт, логистика, IT и т.д. Причем большинство ответивших считает, что для открытия бизнеса им понадобится дополнительное образование.

Бизнес в какой сфере Вы открыли или хотели бы открыть?
Многовариантный выбор из списка, %



Каким образом то, чему Вы учились или учитесь в вузе, может повлиять на Ваш потенциальный собственный бизнес?

% от всех ответивших



Идеальное место работы...

Современная российская молодежь связывает хорошее место работы с наличием следующих факторов: **возможность самореализации, высокая заработная плата, возможности для карьерного роста, а также благоприятные условия и хороший психологический климат.**

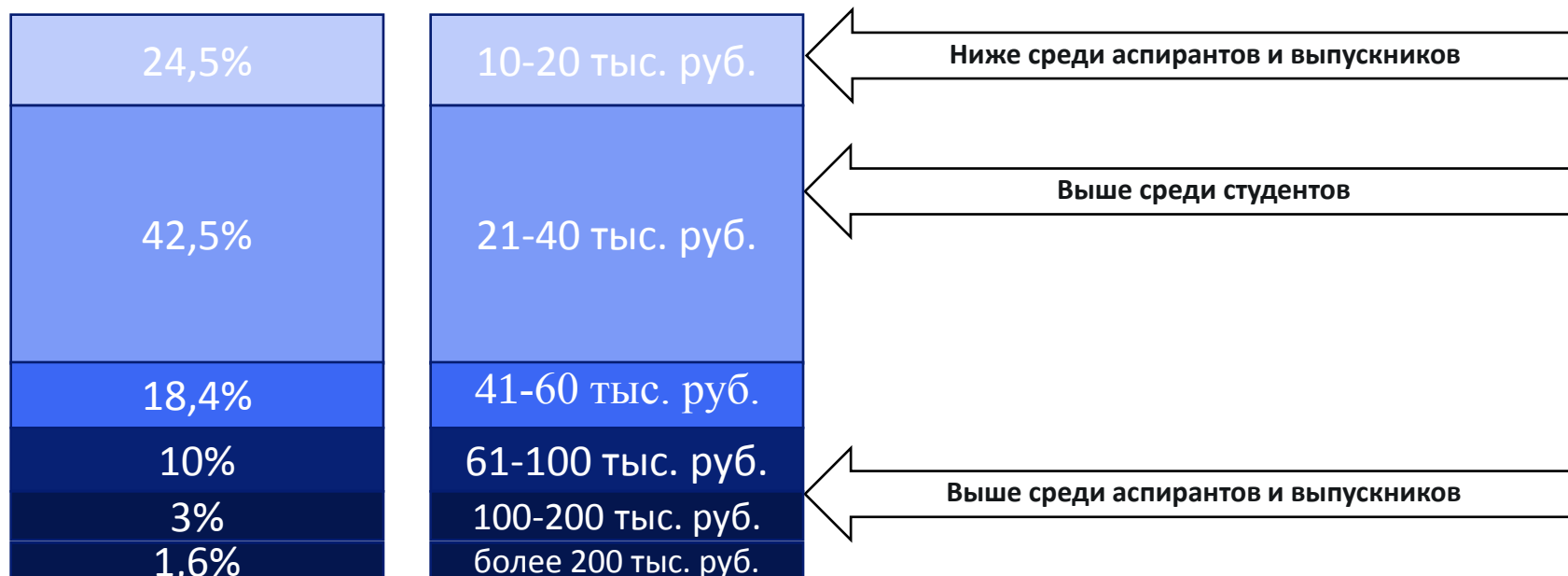
«Хорошая работа» для Вас – это место, где...?
Многовариантный выбор из списка высказываний, %



Ожидаемая респондентами заработная плата

Ожидания молодых специалистов по заработной плате в ближайшей перспективе в значительной степени зависят от их статуса. **Студенты** склонны ориентироваться на сумму от **21 до 40 тыс. руб.**, зарплатные **ожидания выпускников и аспирантов** несколько выше – более половины из них хотели бы зарабатывать **более 60 тыс. руб. в месяц**.

Ожидаемая заработная плата (спонтанный ответ)



В какой компании респонденты хотели бы работать?

Газпром, НЛМК и Росатом являются самыми популярными компаниями для построения карьеры среди молодежи. За ними следуют: **МГУ, РАН, Прокуратура, Следственный комитет, МИД, Минобрнауки**, различные университеты и министерства, а уже затем иностранные компании (**Google, Intel, McKinsey** и др.).

Облако ответов (спонтанный ответ)



Аспект второй – карьерные предпочтения и устремления

Вывод 2: Молодые специалисты стремятся найти своего «идеального» работодателя

Основные тезисы:

Молодые специалисты не скрывают свою заинтересованность в высокой заработной плате, однако, ведущим факторов для них является возможность самореализации по выбранной специальности.

Для опрошенных важна возможность проявить себя, поэтому они ожидают от будущего работодателя возможностей профессионального и карьерного роста.

Самая недооцененная участниками опроса черта будущего работодателя – это обеспечение льготами и поддержкой. Возможно, эта характеристика теряет свою важность при высокой зарплате.

Студенты во время учебы склонны занижать размер ожидаемой заработной платы, в то время как аспиранты (ОСОБЕННО) и выпускники называют более высокие суммы. Важно финансировать сектор генерации идей.

Хорошие условия труда, в том числе технические; интересная работа с нетривиальными задачами, к которым можно проявить самостоятельный подход; стабильность и хорошие отношения с коллегами дополняют список важных черт работодателя мечты.

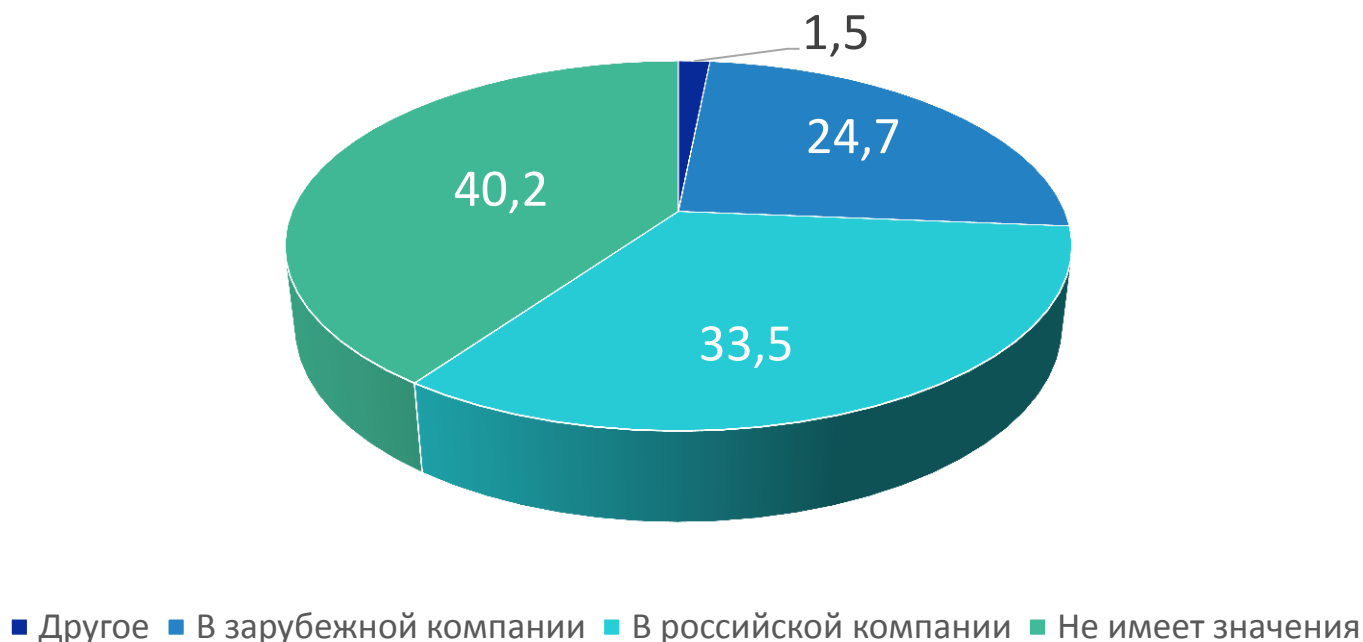
Молодежь России желает ориентирована на работу по специальности и в отечественных компаниях. Самые популярные компании-работодатели среди молодежи – Газпром, НЛМК, Росатом. Значительная часть научно ориентированной молодежи мечтает работать в государственных вузах (МГУ им. М.В. Ломоносова, НИУ ВШЭ, Российской Академии науки и т.д.)

Выбор приоритетной компании для трудоустройства

Большая часть респондентов при прочих равных условиях одинаково рассматривает вариант работы как в российской компании, так и в зарубежной.

Однако при выборе между российской или зарубежной компанией респонденты **отдают приоритет российским.**

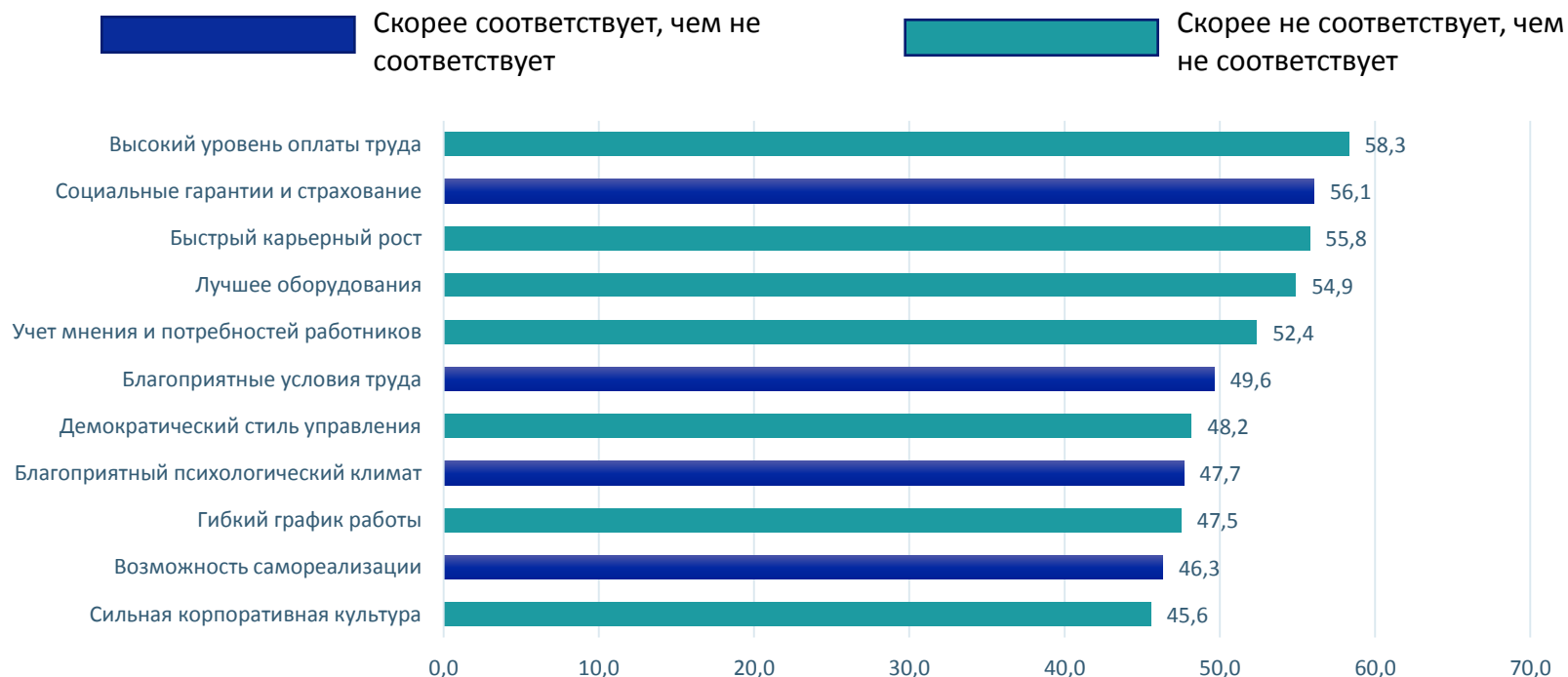
При прочих равных условиях Вы предпочли бы работать, % от респондентов



Характеристики российских компаний

По мнению респондентов российским компаниям скорее соответствуют такие характеристики, как: социальные гарантии и страхование, благоприятные условия труда, благоприятный психологический климат, возможность самореализации. А вот такие характеристики, как: высокий уровень оплаты труда, быстрый карьерный рост (наиболее значимые при выборе работы, см. слайд 36) и лучшее оборудование для отечественных компаний скорее исключение, чем правило.

Насколько перечисленные ниже характеристики соответствуют, по Вашему мнению, российским фирмам/организациям/компаниям?, %



Аспект второй – карьерные предпочтения и устремления

Сравнение восприятия российских и зарубежных компаний, % от выборки

**Насколько перечисленные ниже характеристики соответствуют,
по Вашему мнению, российским/зарубежным фирмам/организациям/компаниям?**

%



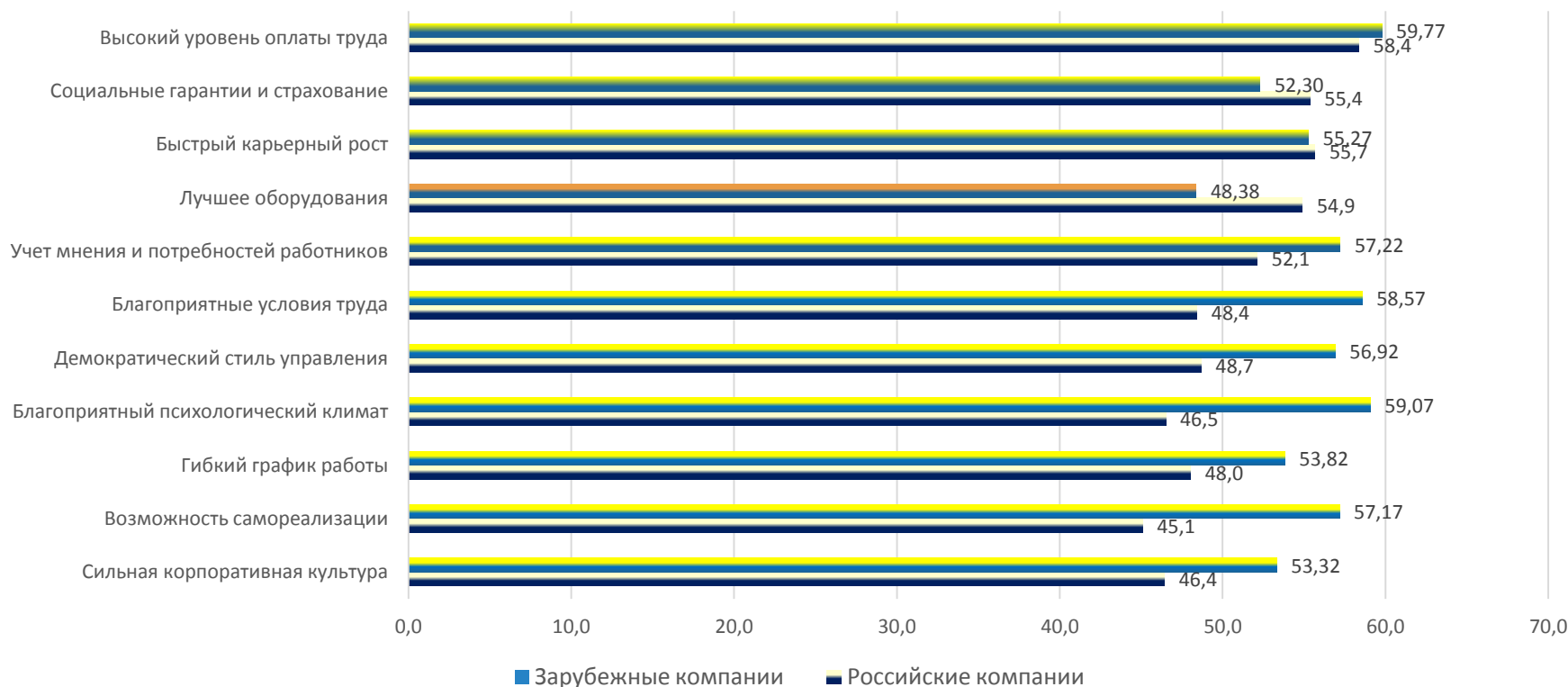
Полностью
соответствует



Скорее соответствует,
чем не соответствует



Скорее не
соответствует, чем не
соответствует



Аспект второй – карьерные предпочтения и
устремления

Сравнение восприятия российских и зарубежных компаний, % от выборки

По мнению респондентов **российским компаниям скорее соответствует, чем не соответствует** следующая характеристика:

- предоставление социальных гарантий и страхования;

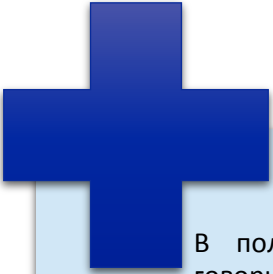
Скорее не соответствуют, чем соответствуют российским компаниям следующие характеристики:

- высокий уровень оплаты труда;
- благоприятный психологический климат;
- благоприятные условия труда;
- учет мнения и потребностей работника;
- возможность самореализации;
- демократический стиль управления;
- быстрый карьерный рост;
- гибкий график труда;
- сильная корпоративная культура.

Для зарубежных компаний эти характеристики скорее соответствуют, чем не соответствуют.

А вот полностью соответствует зарубежным компаниям в сравнении с российскими характеристика - лучшее оборудование.

Преимущества и недостатки работы в российских компаниях, по мнению респондентов



В пользу работы в российских компаниях говорит **патриотический настрой** опрошенных, желание работать на благо страны, **отсутствие необходимости менять место проживания, изучать другой менталитет и язык. Наличие социальных гарантии и страхования.**



Что касается возможных недостатков работы в российских компаниях, молодежь беспокоит **уровень заработной платы.** Также в ряд опасений по поводу работы можно включить **техническую и управленческую неразвитость** и последствия **искаженного восприятия российского менталитета.**

Список характеристик, которые респонденты отнесли к более свойственным иностранным компаниям, характеризует их в представлении молодежи, как гибкие, перспективные структуры с возможностью развития и относительной свободой работника.

Иностранные компании обладают более сформировавшимся имиджем, чем российские государственные.

Необходимо укрепление имиджа российских государственных компаний с целью повышения престижности в глазах молодых специалистов.

Высказывания, относящиеся к характеру работы и будущим коллегам, были отнесены к списку одинаково характерных для российских и зарубежных компаний.

Основные выводы – аспект «Карьера»

Молодые люди **заинтересованы в своем трудоустройстве**. **Большинство** посещало те или иные **карьерные мероприятия**, проводимые в вузе и вне его.

У вузов есть возможности для содействия трудоустройства выпускников, и молодые специалисты хотели бы принять эту помощь. Они отмечают возможность **расширения списка карьерных мероприятий**, проводимых вузами с целью **углубления связей между вузами и работодателями**.

При выборе будущего места работы молодые специалисты будут руководствоваться многими факторами, но для них очень важны **перспективы для личного и карьерного роста и высокая заработная плата, а также возможность самореализации**.

Хотя в целом у опрошенных **нет сильных предубеждений** против работы в российских компаниях, зарубежные компании являются их **сильными конкурентами**. Это может быть связано с тем, что у молодых специалистов есть убежденность в том, что зарубежные компании способны предоставить им высокую стартовую заработную плату и быстрый карьерный рост.

Российские компании вызывают у молодых специалистов **ощущение стабильности, причастности в развитии страны**, а также являются более **комфортными местами для работы**. Однако в значительной степени студенты, аспиранты и выпускники вузов страны подвержены влиянию некоторых **стереотипов относительно российских компаний**, например, о маленьких зарплатах, узких возможностях для роста и развития, ригидности в менеджменте и организации труда.

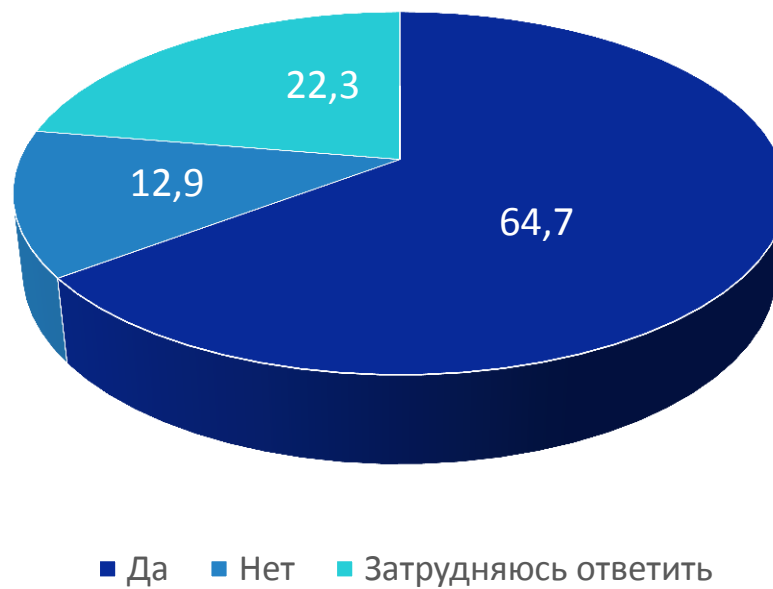
В связи с тем, что зарубежные компании обладают более сильным имиджем в глазах молодых специалистов, рекомендуется проводить **комплексный подход к формированию адекватной позитивной оценки** российских государственных и зарубежных компаний в качестве работодателей, в частности посредством взаимодействия с вузами.

Аспект третий - Патриотизм

Гордитесь ли Вы своей страной?

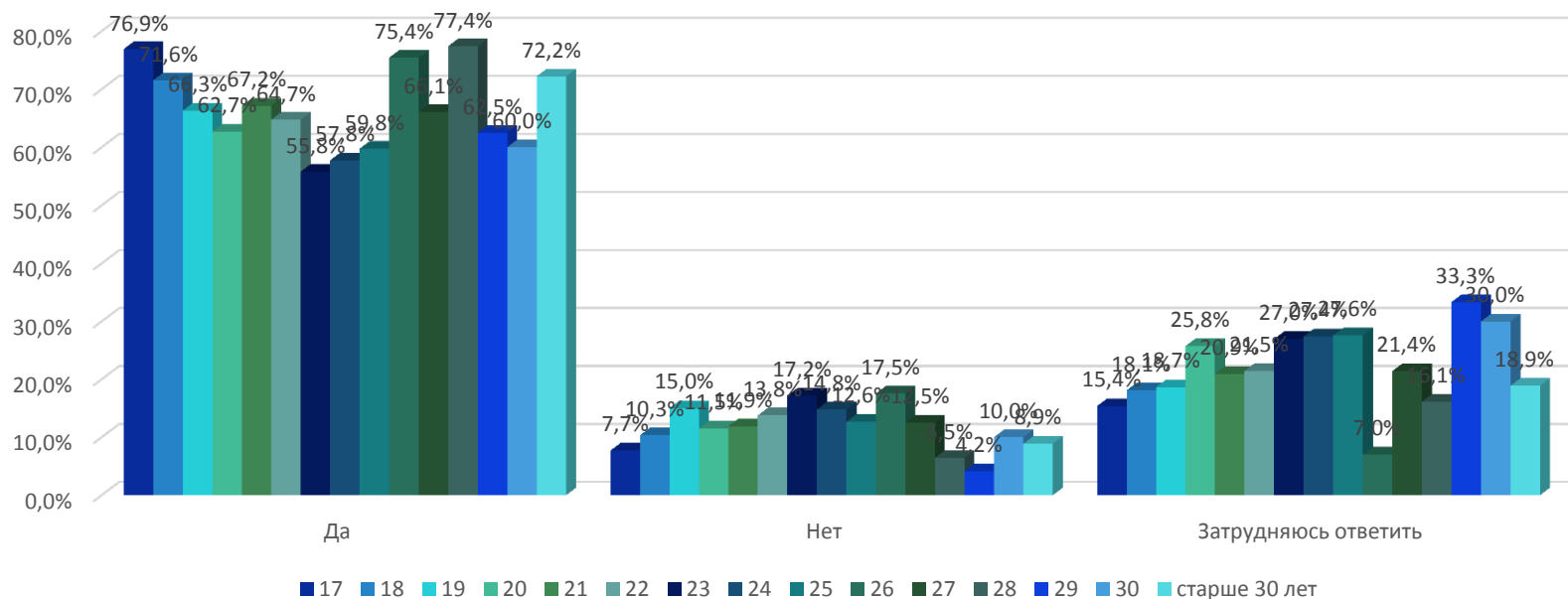
Большинство опрошенных испытывают гордость от отношению к России

Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, %



Патриотизм и возраст

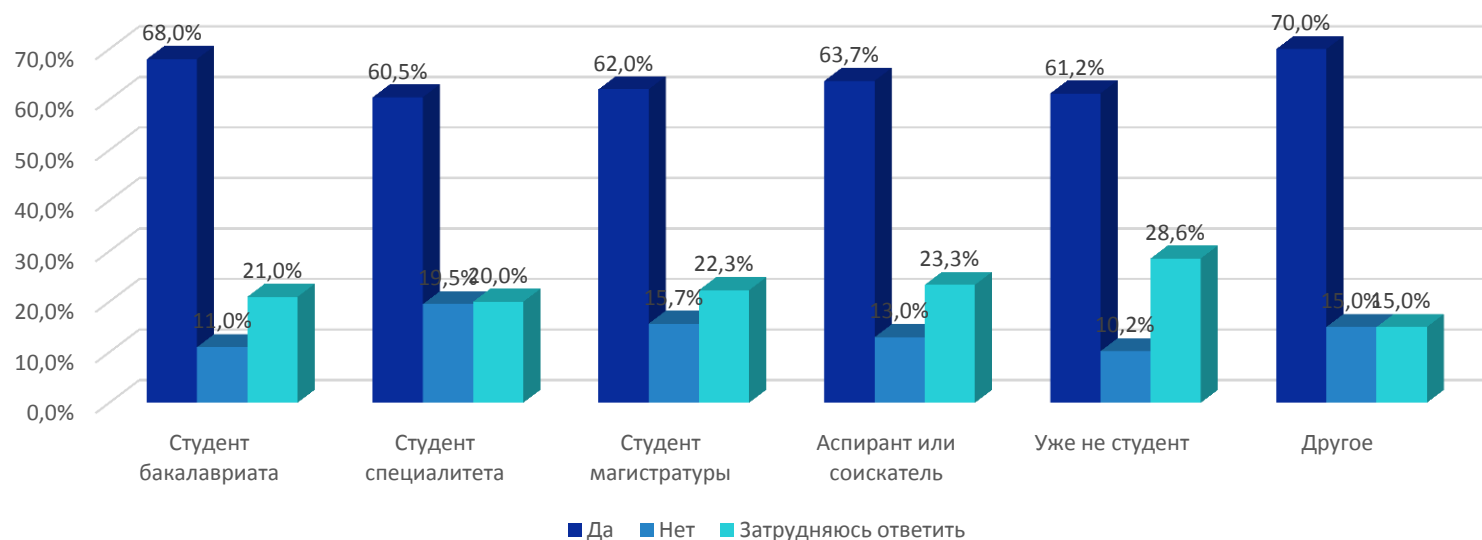
Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, % от выборки



- ✓ Прямой зависимости уровня патриотизма от возраста не прослеживается;
- ✓ Наблюдается волнообразное изменение: наиболее патриотичны респонденты от 17, 26, 28 и старше 30 лет. Это может быть связано с определенными событиями в стране, например экономическими кризисами, и совпавшими с ними событиями личной жизни человека;
- ✓ Также это может быть связано с различными факторами, в том числе влиянием окружения.

Патриотизм и социальный статус

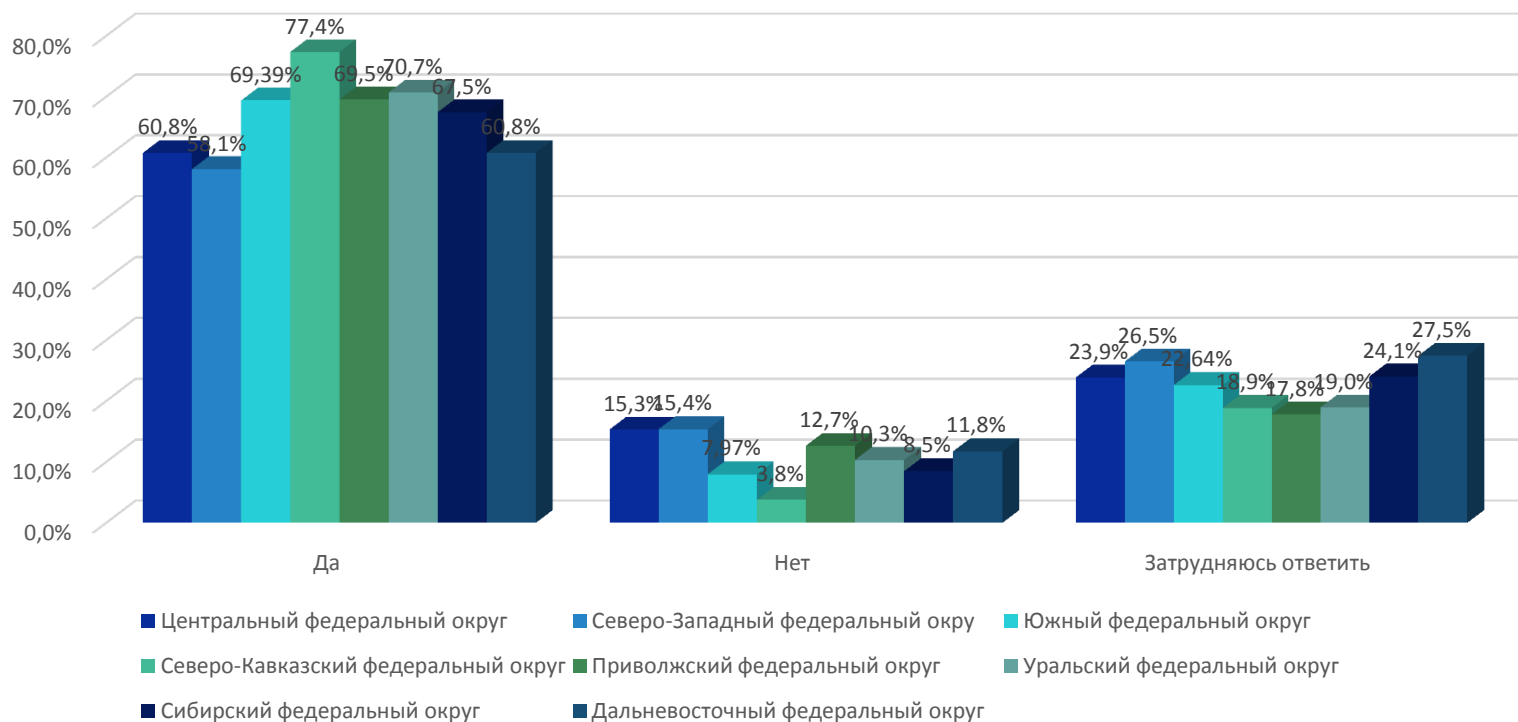
Если описывать Ваши чувства по отношению к стране в целом, гордитесь ли Вы своей страной?, % от выборки



- ✓ Прямой зависимости уровня патриотизма от социального статуса не прослеживается;
- ✓ Все опрошенные примерно одинаково гордятся страной.

Сравнительный анализ патриотизма по федеральным округам

Наиболее высокий уровень гордости за свою страну в Северо-Кавказском, Уральском, Приволжском, Южном и Сибирском округах. Меньше всех гордятся страной в Северо-Западном федеральном округе.



Патриотизм и талантливая молодежь

Победы в олимпиадах, конкурсах, получение премий поддержки талантливой молодежи практически не связаны с уровнем патриотизма студентов и выпускников ведущих вузов.

- *В общей выборке 69% респондентов когда-либо получали стипендии, почти 10% являются лауреатами различных премий, 56,4% - победителями олимпиад, почти 15% - грантополучателями и 50% общественниками, в то время как среди «непатриотов» их 13%, 7,9%, 12,8%, 13,1% и 9,2% соответственно.*
- *Иными словами, получение премии или победа в олимпиаде никак не связана с миграционными настроениями молодежи (что не очень хорошо, поскольку эти механизмы не выполняют функции сопровождения и закрепления в России талантливой молодежи).*
- *Есть предположение, что если премию поддержки получил талантливый «непатриот», то она станет для него всего лишь дополнительной строчкой в резюме, облегчающей его взятие на работу за рубежом.*

Основные выводы – аспект «Патриотизм»

- Патриотизм (или «непатриотизм») формируется у молодежи в основном в более ранние годы, чем в студенчестве (семья, окружение).
- Слабо или почти никак не влияют на «патриотичность» карьерных устремлений студентов премии, гранты и стипендии всех уровней; они позволяют только выявить талант, но его мнение о работе и жизни в России принципиально не меняют.
- Несколько тревожит волнообразное изменение уровня патриотизма российской молодежи. Однако, данных опроса не достаточно, необходимо детально исследовать эту ситуацию.

Патриотическое воспитание в ведущих вузах необходимо, но на более серьезном уровне, чем в семье и школе. Очевидно, что в настоящее время таких программ кроме «истории России», которая преподается в разных вузах очень по-разному, нет; очевидно, необходимо системное решение в виде **трех уровней работы:**

лекции и семинары в рамках специального курса, дискуссионные клубы, просветительские проекты, образовательные игры

вовлечение в общественную деятельность

карьерная ориентация преимущественно на российские компании (работа с лучшими, наиболее эффективными структурами компаний по нормативно или строго рекомендательно закрепленным регламентам)

Возможные перспективы

Проведенный опрос позволил не только выявить некоторые аспекты карьерной ориентации студентов в разных вузах, но и «аккуратно» определить уровень их патриотизма (не задавая прямых вопросов).

Для дальнейших исследований важно понимать:

- Сколько из них действительно уезжают? Насколько они действительно эффективны как профессионалы? Сколько потом возвращаются?
- Насколько опасен для общей социально-политической обстановки выявленный уровень «непатриотизма»? Как он будет (может) меняться?

Предлагается провести дополнительное экспертное интервью, а также разработать модель, позволяющую прогнозировать их направленность на ближайшие 5-10 лет при различных внутренних и внешних ситуациях, провести прогноз.