

Секция «7. Развитие управленческого потенциала в инновационной экономике»

**ПРОБЛЕМЫ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ НАУЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СРЕДИ МОЛОДЕЖИ**

Воронкевич А.Б.¹, Митус Е.Ю.²

*1 - Финансовый университет при Правительстве РФ, Менеджмент, 2 - Финансовый
Университет при Правительстве РФ, Менеджмент, Москва, Россия
E-mail: zmeyak@mail.ru*

Научный руководитель

к. э. н. Артемьева Ольга Александровна

На сегодняшний день в России главные проблемы государственной научной и инновационной политики РФ — непоследовательность, неспособность сформулировать и реализовать научные и инновационные проекты.

Это, прежде всего, связано с отсутствием должной государственной поддержки и слабым притоком молодых кадров. Если вопрос финансирования – компетенция государства, то стимулировать обновление кадрового состава возможно уже в ближайшее время.

Актуальность нашего исследования состоит в том, что проблема маркетинга научной деятельности не рассматривалась как самостоятельная сфера. В работе рассматриваются причины отсутствия мотивации к научной деятельности у студентов и предлагаются методы стимулирования и продвижения науки в молодежной среде.

Нами был проведен опрос 126 студентов Финансового университета, результаты которого показали, что наиболее значимым принципом, стимулирующим их к научно-познавательной деятельности, является четкое понимание цели их работы (86%). Когда есть понимание, как полученные знания могут пригодиться им в дальнейшей жизни или принести определенную пользу, студенты работают с большим энтузиазмом и желанием. Однако процесс научного исследования чаще всего заканчивается самим процессом, так как студенты не имеют навыков презентации собственных разработок и идей. Таким образом, значимые продукты исследований не находят реализации и интерес к кропотливой работе пропадает.

Более того у молодежи нет реального понимания того, что наука способствует не только развитию аналитических навыков, что безусловно дает ряд конкурентных преимуществ в любой сфере деятельности, но и дает возможность получить существенную материальную поддержку и бонусы на последующих ступенях образования. На данный момент крупные компании готовы инвестировать в НИОКР, осознавая значимость инновационных разработок и понимая, что в дальнейшем они могут получить огромное преимущество перед конкурентами, которые таких разработок не ведут. Именно поэтому компании заинтересованы в молодых специалистах, которые проявляют интерес к исследовательской и новаторской деятельности.

Мы разработали способы привлечения более широкой аудитории, изучив основные принципы мотивации и методы их стимулирования. Особенно важно, чтобы возможности ученых сочетались с желаниями. В работе рассматривается, как создать условия

для того, чтобы молодые ученые и преподаватели имели и желание, и возможность заниматься своим делом.

Ввиду полученных результатов, были выделены следующие методы популяризации научной деятельности в молодежной среде:

- Добавление блока развития личной и деловой эффективности студентов в качестве дополнения к научно-исследовательской работе;
- Приглашение в качестве спикеров известных людей из различных отраслей, добившихся высот на базе научных исследований;
- Определение каналов продвижения научной деятельности.

Литература

1. Дунченко Н.И. Основы научных исследований: учеб.пособие/ Н.И. Дунченко, А.В. Бердутина, В.С. Янковская. М, МГУПБ, 2009.
2. Киселева В.В. и др. Анализ научного потенциала. Межстрановой аспект. М, 2011.
3. Хайтун С.Д. Наукометрия: состояние и перспективы. М, Наука, 2009.