

Захарова Анна Николаевна

канд. психол. наук, доцент

Таланова Тамара Владимировна

канд. пед. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный

университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

DOI 10.31483/r-99643

СТАНОВЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ: ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ И ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аннотация: в статье рассматривается опыт зарубежных и отечественных исследований психологических особенностей молодых предпринимателей. Среди наиболее актуальных направлений исследований в этой области в настоящее время является изучение возможностей развития молодежного предпринимательства в образовательных учреждениях, специфики становления студентов-предпринимателей, культуры бизнес-образования и стартапов. В качестве одной из основных проблем исследователи выделяют возникающий феномен «разрыва» между предпринимательскими намерениями и действиями.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, зарубежные исследования, студенты-предприниматели, психологические особенности, предпринимательские намерения.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Чувашской Республики в рамках научного проекта №19-413-210007 р_а

Согласно данным исследовательской программы «Global Entrepreneurship Monitor» (GEM), крупнейшего ведущего мирового исследования в области предпринимательства, ежегодно оценивающего уровень предпринимательской активности в каждой стране, у шестидесяти девяти стран одна треть различий в экономическом росте между странами может быть вызвана различиями в

предпринимательской активности [1]. Предприниматели являются основной движущей силой в создании новых предприятий [2].

Традиционно научные исследования обращаются к изучению психологических особенностей становления предпринимательства. Среди наиболее изученных за рубежом психологических черт предпринимательства называются: потребность в достижении, потребность во власти, потребность в принадлежности, внутренний локус контроля, стремление к автономии и терпимость к неопределенности, локус контроля и высокая потребность в достижениях [3; 4; 5; 6] (Kets de Vries, 1985; Begley & Boyd, 1988; McClelland, D.C., 1965; Schmitt-Rodermund, 2004). В 1980-х годах некоторые исследователи вообще пришли к выводу, что между личностью и предпринимательством вообще не существует никакой корреляции (например, Brockhaus and Horwitz, 1986) [7]. S.P. Kerr, W.R. Kerr, T. Xu (S.P. Kerr, W.R. Kerr, T. Xu, 2017) полагают, что литература о предпринимательских личностях переживает возрождение с начала XXI века и с заметным ростом общественного и интеллектуального интереса к культуре стартапов, происходит сближение в направлении все более последовательного набора теоретических основ, с содержательным пониманием инновационной политики и бизнес-образования [8].

В России предпринимательство становится предметом интенсивных междисциплинарных исследований, в том числе и в психологической науке с началом экономических реформ в 1990-е гг. [9; 10; 11; 12]. Но с середины 2000-х гг. социально-психологические исследования предпринимательства в России практически прекратились, сократилось количество исследовательских работ по экономико-психологической тематике, связанной с предпринимателями и предпринимательством. Среди развивающихся направлений прикладных психологических исследований в данной области в условиях РФ в 2010-е гг. в данной области можно выделить только исследовательский дискурс, связанный с проблемами формирования психологической готовности к предпринимательской деятельности у студенческой молодежи [13; 14].

За рубежом также в последние годы развивается направление изучения молодых предпринимателей – студентов и учащихся, поскольку утверждается, что в настоящее время новые возможности становлению молодежного предпринимательства дают именно образовательные учреждения. В современных условиях образовательные учреждения проводят обучение предпринимательству, создают бизнес-инкубаторы (Politis, Winborg, & Dahlstrand, 2011; Rasmussen & Sørheim, 2006) [15; 16], поскольку предпринимательские навыки дают обучающимся большую гибкость в выборе карьеры. Baghai, Coley, White (Baghai, Coley, & White, 2000) предлагают рассматривать студентов-предприниматели как людей, которые создают новые предприятия, а не расширяют и защищают существующие предприятия (Baghai, Coley, & White, 2000) [17]. По мнению Mars, Slaughter, & Rhoades (Mars, Slaughter, & Rhoades, 2008) они также могут быть студентами, использующими классы и лаборатории в качестве платформ, ресурсов и субсидий для создания рыночных продуктов, процессов или услуг [18]. J. Marchand, A. Hermens (J. Marchand, A. Hermens предлагают определение студента-предпринимателя (Studentpreneur) как физическое лицо, посещающее занятия в университете и ведущее инновационную предпринимательскую деятельность, приносящую доход. Причем чтобы еще больше уточнить определение феномена студентов-предпринимателей, авторы указывают, что бизнес должен быть инновационным (а не воспроизводством традиционного бизнеса) и, по крайней мере, находиться на стадии инкубатора / стартапа (приносить доход) [19]. Студенты-предприниматели более гибкие и не так эмоционально привязаны к своему предприятию, как опытные предприниматели, и могут быстро изменить свою бизнес-модель. Студенты-предприниматели, которые знают, что их бизнес-знания еще ограничены, знают, куда обратиться за помощью, могут обратиться к преподавателям, профессионалам отрасли, овладеть искусством нетворкинга.

Как отмечают R. Parente, & R. Feola (R. Parente, & R. Feola, 2021), предпринимательство становится все более привлекательным вариантом для студентов по окончании учебы. В ответ на эти устремления и признавая потенциальный вклад в экономическое развитие, университеты по всему миру

экспериментировали с широким спектром курсов и лабораторий, чтобы улучшить коэффициент формирования стартапов студентами [20].

Исходя из анализа научных источников, выделяют достаточно разные компоненты динамических способностей, которые могут быть применены к студентам-предпринимателям. С.С. Chang, (2012) выделяет возможности, применимые к ИТ-предпринимателям: ориентированная на рынок чувствительность, способность усваивать знания, возможности социальных сетей и интегрирующая способность общаться и вести переговоры [21].

Наряду с исследованиями личностных характеристик или черты характера предпринимателя существует и такое направление исследований, как ситуационные или контекстные факторы влияют на намерения стать предпринимателями (Lüthje & Franke, 2003). Есть исследования (Walter et al. (2011)), которые показывают, что университетская среда может напрямую влиять на вероятность того, что студенты выявляют и используют возможности, и, следовательно, на их намерения заниматься самозанятостью.

Ключевой вопрос в области создания нового бизнеса и предприятий – почему одни люди действуют в соответствии со своими предпринимательскими намерениями, а другие – нет [23]. На протяжении десятилетий исследования были в первую очередь сосредоточены на детерминантах формирования предпринимательских намерений. Исследования Reynolds and Curtin (Reynolds and Curtin, 2009) показывают, что люди с предпринимательскими намерениями не обязательно становятся предпринимателями, поскольку действия по созданию стартапа могут быть отложены или даже прекращены. Следовательно, важно понимать так называемый разрыв между намерением и действием в рамках индивидуального предпринимательского процесса [24]. Отправной точкой для анализа является то, что формирование сильного намерения – это только предварительная стадия успешного достижения цели (Gollwitzer and Sheeran, 2006) [25], потому что после этого человек должен посвятить себя цели и плану действий, чтобы стать предпринимателем.

Существуют некоторые теории о влиянии на намерения предпринимателя. Так, теория позитивного психологического капитала (Luthans et al., 2004) [26], может раскрыть более глубокие мотивы зарождающегося предпринимателя, в то время как ориентация на действие (Kuhl, 1985) действует как дополнительный механизм саморегулирования, контролирующий возникновение и поддержание намерений [27].

Новаторской в данном направлении исследований стала работа A. Shapiro, & L. Sokol (1982) «Модель предпринимательского события» [28]. Согласно Fayolle et al., предпринимательская приверженность сигнализирует о том моменте, когда человек начинает посвящать большую часть времени, энергии и финансовых, интеллектуальных, эмоциональных и эмоциональных ресурсов реализации нового венчурного проекта. Авторы также предложили два условия для его формирования: представление о том, что предпринимательское поведение предпочтительнее текущей ситуации или любого другого потенциального изменения и необходимость преодоления сопротивления изменениям [29]. На заключительном этапе предпринимательские действия отражают подлинные предпринимательские намерения (Krueger, 2009) [30], когда люди переводят намерения в конкретные действия, чтобы повлиять на возможное рождение новой фирмы (Birdthistle, 2008) [31].

Такое явление, что далеко не всегда декларируемые намерения перерастают в действующие предприятия и в результате возникает феномен «разрыва» между намерениями и действиями, подтвердилось и на российской выборке [32]. Анализ данных по 4484 студентам из 32 высших учебных заведений России, полученных в ходе реализации международного проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов» (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey, GUESSS) (2013/2014) [33], показал, что доля российских студентов, желающих стать предпринимателями спустя пять лет после окончания вуза, достигает 53%, что значительно превышает международную выборку (31%). Россия занимает пятое место по индексу предпринимательских намерений среди 34 стран, принявших участие в исследовании. Доля активных

предпринимателей в России среди студентов составляет 6,29%, что также несколько выше, чем в международной выборке. Сравнительный анализ российской и международной выборок, принявших участие в исследовании, показал, что несмотря на то что наличие в семье родителей-предпринимателей зачастую рассматривается как фактор, способствующий становлению их детей как будущих предпринимателей, в России этой закономерности выявлено не было: независимо от того, являются родители предпринимателями или нет, более 50% респондентов планируют начать свое дело через 5 лет после окончания учебы. Однако в международной выборке разница между этими группами была выявлена, и процент желающих стать предпринимателями в семьях, где родители занимаются своим бизнесом, несколько выше [33]. В ходе этого исследования также было выявлено, что между уровнем развития региональной институциональной предпринимательской среды и переходом к созданию предприятия существует положительная связь [34].

В зарубежных исследованиях доказывается, что следует отдавать приоритет инициативам по поддержке лиц, которые рассматривают предпринимательство как наиболее привлекательный профессиональный выбор. Приоритетом должно быть повышение уверенности зарождающихся предпринимателей и их способности создавать стартапы, через поддержку через образовательные мероприятия (например, программы, наставничество) (Erikson, 2002) [35]. Заинтересованные стороны в новых предприятиях (например, бизнес-ангелы, венчурные капиталисты) также могли бы способствовать реализации программ вмешательства и поддержки, которые отслеживают перспективных начинающих предпринимателей и повышают их навыки для создания качественных стартапов. Такие программы могут быть сосредоточены на сокращении разрыва между предпринимательскими намерениями и действиями посредством обучения тому, как знать, что делать и как действовать.

Проблема личностно-психологических особенностей молодых предпринимателей имеет большое значение для изучения предпринимательства во множестве контекстов, включая изучение детерминант профессионального выбора

(предпринимательство или работа наемным работником в организации), предикторов предпринимательской успешности, разработку и оценку различных подходов к предпринимательскому образованию, что обуславливает актуальность и социальную значимость исследований, требует продолжения исследований в данной области.

Список литературы

1. Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report. 2014.
2. Hisrich, R., Langan-Fox, J. & Grant, S. Entrepreneurship Research and Practice, *American Psychologist*, 2007, vol. 62, no. 6, pp. 575–89.
3. Kets de Vries, M. The Dark Side of Entrepreneurship, *Harvard Business Review*, 1985. vol. 63, no. 6, pp. 160–167.
4. Begley, T.M. & Boyd, D.P. Psychological Characteristics Associated with Performance in Entrepreneurial Firms and Smaller Businesses, *Journal of Business venturing*, 1988, vol. 2, no. 1, pp. 79–93.
5. McClelland, D.C. Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of personality and social psychology*, 1965, vol. 1, no. 4, pp. 389.
6. Schmitt-Rodermund, E. Pathways to Successful Entrepreneurship: Parenting, Personality, Early Entrepreneurial Competence, and Interests, *Journal of Vocational Behavior*, 2004, vol. 65, no. 3, pp. 498–518.
7. Brockhaus, R. & Horwitz, P. 'The Art and Science of Entrepreneurship', *The Psychology of the Entrepreneur*. Ed. DSR Smilor. Cambridge, MA: Ballinger, 1986, pp. 25–48.
8. Kerr S.P., Kerr W.R., Xu T. Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. 2017.
9. Захарова А.Н. Социально-психологические факторы в структуре экономического поведения предпринимателей: дис... канд. психол. наук / А.Н. Захарова. – Ярославль, 2001
10. Захарова А.Н. Психология экономического поведения предпринимателей: монография / А.Н. Захарова. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2002. – 175 с.

11. Дулина Г.С. Психология личностного потенциала предпринимателей: монография / Г.С. Дулина. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006. – 197 с.
12. Дулина Г.С. Экономический потенциал предпринимателей: конспект лекций / Г.С. Дулина. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006.
13. Zakharova A.N., Dulina G.S., Talanova T.V. Psychological Readiness to Entrepreneurship of Economics Students. *FarEastCon 2018. Smart Innovation, Systems and Technologies*, 2020. vol. 138. Springer, Cham p.475–480. Doi: https://doi.org/10.1007/978-3-030-15577-3_46
14. Захарова А.Н. Экономические представления молодежи и психологическая готовность к будущей предпринимательской деятельности / А.Н. Захарова, Т.В. Таланова, Г.С. Дулина // *Качество и конкурентоспособность в XXI веке: материалы XVIII Междунар. науч.-практ. конф.* – 2020. – С. 84–95.
15. Politis, D., Winborg, J. & Dahlstrand, A.L. Exploring the Resource Logic of Student Entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 2011, pp. 0266242610383445.
16. Rasmussen, E.A. & Sørheim, R. Action-Based Entrepreneurship Education, *Technovation*, 2006, vol. 26, no. 2, pp. 185–94.
17. Baghai, M., Coley, S. & White, D. *The Alchemy of Growth*, Basic Books, 2000, New York, NY.
18. Mars, M.M., Slaughter, S. & Rhoades, G. The State-Sponsored Student Entrepreneur, *The Journal of Higher Education*, 2008, vol. 79, no. 6, pp. 638–70.
19. Marchand J., Hermens A. Student entrepreneurship: a research agenda. *The International Journal Of Organizational Innovation*. 2015. Vol 8. Num 2.
20. Parente, R., & Feola, R. The Introduction to Special Issue on Student Entrepreneurship. *Piccola Impresa / Small Business*, 2021 (1). <https://doi.org/10.14596/pisb.2875>
21. Chang, C.C., Exploring IT entrepreneurs' dynamic capabilities using Q-technique. *Ind. Manag. Data Syst.* 2012. 112, pp. 1201–1216.

22. Lüthje, C. & Franke, N. The «Making» of an Entrepreneur: Testinga Model of Entrepreneurial Intent Among Engineering Students at MIT, *R&D Management*, 2003, vol. 33, no. 2, pp. 135–147.
23. Chalkos, G., Salavou, H. From entrepreneurial intentions to action: Does commitment matter? Rent XXX conference – research in entrepreneurship and small business, EIASM 2016, Antwerp Belgium.
24. Reynolds P. D., Curtin R. T. Business creation in the united states: panel study of entrepreneurial dynamics II initial assessment. *Foundation and Trends in Entrepreneurship*. 2008. 4 (3): 155–307.
25. Gollwitzer, P. M., & Sheeran, P. Implementation intentions and goal achievement: a meta-analysis of effects and processes. *Advances in Experimental Social Psychology*, 2006. 38, pp. 69–119.
26. Luthans, F., Luthans, K. W. & Luthans, B. C. Positive psychological capital: Beyond human and social capital. *Business horizons*, 2004. 47, pp. 45–50.
27. Action Control: From Cognition to Behavior. Kuhl, J. Beckman (eds.). Heidelberg: Springer; 1985. pp. 11–39.
28. Shapero, A., & Sokol, L. Social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship*. 1982. (pp. 72–90). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
29. Fayolle, A., & Liñán, F. The future of research on entrepreneurial intentions. *Journal of Business Research*, 2014. 67(5), pp. 663–666.
30. Krueger N. F. Entrepreneurial intentions are dead: Long live entrepreneurial intentions. In: A. L. Carsrud, M. Brannback (eds.). *Understanding the Entrepreneurial Mind*, *International Studies in Entrepreneurship*. New York: Springer; 2009. pp. 51–72.
31. Birdthistle, N. An examination of tertiary students' desire to found an enterprise. *Education + Training*, 2008. 50, pp. 552–567.
32. Факторы формирования предпринимательской активности студентов. – 2 е изд. / Г.В. Широкова (науч. ред.); СПбГУ. – СПб., 2017.

33. Широкова Г.В. Университетская среда и предпринимательская активность студентов: роль бизнес-опыта и предпринимательской самооэффективности / Г.В. Широкова, Т.В. Цуканова, К.А. Богатырева // Вопросы образования. – 2015. – №3. – С. 171–207.

34. Богатырёва К. От предпринимательских намерений – к созданию бизнеса: опыт российских студентов / К. Богатырёва, Г. Широкова // Форсайт. – 2017. – 11, №3. – С. 25–36.

35. Erikson, T. 2002. Entrepreneurial capital: the emerging venture's most important asset and competitive advantage. *Journal of Business Venturing*, 17, pp.275–290.

36. Петунова С.А. Проблема развития молодежного предпринимательства: экономические и психологические механизмы поддержки / С.А. Петунова, А.Н. Захарова, Г.С. Дулина // Фундаментальные исследования. – 2019. – №11. – С. 127–132.