

Таланова Тамара Владимировна

канд. пед. наук, доцент

Захарова Анна Николаевна

канд. психол. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный

университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

DOI 10.31483/r-115374

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: СОВРЕМЕННЫЙ КОНТЕКСТ

Аннотация: в статье представлен анализ исследований, посвященных социально-психологическим аспектам восприятия предпринимательства, социальных представлений о предпринимательстве и их влиянии на формирование предпринимательской культуры в обществе. Проблемы восприятия предпринимательства, образа предпринимателя. оказываются тесно взаимосвязанными с уровнем экономической и культурной трансформации общества.

Ключевые слова: восприятие предпринимательства, социальные представления о предпринимательстве, образ предпринимателя, обучение предпринимательству, молодежь.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда №23-28-10321 и Чувашской Республики, <https://rscf.ru/project/23-28-10321/>.

Изучение образа предпринимателя представляет собой исследование ключевых социальных процессов и проблем, характерных для современного российского общества. Предпринимательство, являясь относительно новым феноменом социальной жизни в России, требует глубокого осмысления и анализа его места в массовом сознании. Этот процесс обусловлен трансформациями социальной структуры, в рамках которых предпринимательская деятельность выступает важным элементом формирования новой рыночной экономики.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения социальных представлений о предпринимательстве и их влияния на формирование предпринимательской культуры в обществе. Как отмечается в ряде исследований, образ предпринимателя является продуктом социальных представлений, которые создаются группой и влияют на ее идентичность и отношение к социальным явлениям [2; 7]. Особую значимость приобретает анализ восприятия предпринимательства студенческой молодежью как потенциального драйвера инновационных изменений в российской экономике [6].

Одной из ключевых теорий, объясняющих процесс формирования образа предпринимателя, является теория социальных представлений, разработанная Сержем Московиси. Эта теория подчеркивает, что социальные представления – это не просто мнение отдельного индивида, а продукт совместной деятельности группы, ориентированный на интерпретацию социальной реальности. Социальные представления интегрируют группу, формируя общее видение мира, и могут быть долговременными, передаваясь из поколения в поколение. Такие представления формируют массовую культуру, как отмечает Московиси, и одновременно отражают ее, связывая между собой структуры повседневного сознания и макропроцессы социального взаимодействия [2; 7].

В отечественной и зарубежной литературе предприниматель часто рассматривается как агент социальных и экономических изменений. Й. Шумпетер называл предпринимателей новаторами, способными нарушить равновесие экономической системы, создавая новые комбинации факторов производства [16]. Его идеи находят подтверждение в современных условиях России, где предпринимательская активность, несмотря на сложности, ассоциируется с экономической динамикой и внедрением инноваций [1].

Исследования Ф. Найта и Й. Тюнена подчеркивают риск как неотъемлемую часть предпринимательства, связанного с неопределенностью рыночной среды. Эти идеи особенно актуальны для России, где нестабильность экономической ситуации создает дополнительные вызовы для предпринимателей [16].

Исторически предпринимательство в общественном сознании России воспринималось неоднозначно. Это обусловлено историческими, экономическими и культурными особенностями. Социальные представления о предпринимателе формируются под влиянием массовой культуры и системы коммуникаций, отражая общественные отношения и уровень доверия к рыночным институтам [1; 14].

В фокусе исследований 1990-х гг., согласно исследованиям А.Ю. Чепуренко и В.В. Радаева, оказывался российский предприниматель тех лет – это, в основном, мужчина в возрасте 36–45 лет с высоким образовательным уровнем [15]. Преобладающая часть предпринимателей имеет высшее образование, а значительное число – ученую степень. Ключевые социальные группы, из которых формировались предприниматели, включали политическую номенклатуру, специалистов с высшим образованием, представителей теневой экономики и управленцев государственных предприятий [9].

В настоящее время изучение социальных представлений о предпринимательстве в России демонстрирует необходимость комплексного подхода к исследованию этого феномена. Проблемы восприятия предпринимательства оказываются тесно связанными с уровнем экономической и культурной трансформации общества. В частности, важно учитывать, как массовое сознание, в том числе студенческой молодежи, влияет на формирование новой предпринимательской культуры.

Особый интерес представляет восприятие предпринимательства студентами, обучающимися в крупных индустриальных центрах. Исследования показывают, что молодежь обладает высокой пластичностью и склонностью к восприятию инноваций, что делает ее важной группой для анализа будущих тенденций предпринимательской активности [6; 13]. Однако данные опросов, проведенных среди студентов университетов в России, свидетельствуют о существующих барьерах, мешающих формированию высокого качества предпринимателей – таких, которые могли бы способствовать экономическому росту через внедрение инноваций [12].

Среди выявленных факторов – недостаточная мотивация, ограниченные знания о предпринимательстве, а также устойчивые стереотипы, порой негативные, связанные с этой деятельностью. Например, стереотип о предпринимателе как теновом или корыстном агенте препятствует его положительной идентификации у молодежи [5; 8]. Таким образом, восприятие предпринимательства требует целенаправленного формирования с использованием образовательных программ и социальной инженерии.

Развитие молодежного предпринимательства имеет решающее значение для экономического роста и инноваций, особенно в странах с развивающейся экономикой. Несмотря на государственную поддержку и благоприятные условия для малых и средних предприятий, среди молодежи по-прежнему наблюдается значительный недостаток предпринимательских намерений. Исследователи отмечают недостаточное количество эмпирических данных о влиянии личностных качеств, программ предпринимательского обучения в университете на результаты реализации предпринимательских намерений среди студентов [17].

Обучение предпринимательству – это средство, которое университеты могут использовать для мотивации студентов к предпринимательской деятельности [18]. Обучение предпринимательству воспитывает предпринимательские компетенции студентов, повышает способность студентов выявлять возможности и управлять рисками присущими открытию бизнеса. Предпринимательское образование и самооффертивность оказывают положительное и значимое влияние на предпринимательское мышление [20].

Исследователи университета Ганы выявили значительное прямое положительное влияние всех личностных черт, за исключением субъективных социальных норм и потребности в достижении, на намерение предпринимательства. Также было отмечено значительное прямое положительное влияние учебной программы по предпринимательству, методов обучения и поддержки предпринимательства в университете на намерение предпринимательства [17].

Важный аспект – мотивация предпринимателей. Как утверждал Й. Шумпетер, мотивами являются стремление к независимости, самореализации и удо-

влетворение от творческого характера своей деятельности [16]. Однако исследования показывают, что эти мотивы часто пересекаются с прагматичными целями, включая получение прибыли и повышение социального статуса [12].

В современных условиях развитие предпринимательства становится критически важным фактором для технологического обновления российской экономики [19]. Это подчеркивает необходимость дальнейших исследований, направленных на выявление факторов, определяющих восприятие предпринимательства, и разработку стратегий, способствующих его популяризации и развитию.

Список литературы

1. Амбрушкевич К.В. Отношение к предпринимателям и восприятие бизнеса в России / К.В. Амбрушкевич // Социология. – 2023. – №3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/otnoshenie-k-predprinimateliam-i-vozpriyatie-biznesa-v-rossii> (дата обращения: 11.12.2024).
2. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2012.
3. Баринаева В.А. Инновационная деятельность и предпринимательство в регионах России / В.А. Баринаева, Д.С. Карпов, Е.Ю. Полянская // Экономическая политика. – 2018. – №4. – С. 15–29.
4. Винокурова Н.А. Об особенностях восприятия предпринимательства студентами вузов / Н.А. Винокурова, Н.М. Светлов // ЭНСР. – 2020. – №1 (88) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/ob-osobennostyah-vozpriyatiya-predprinimatelstva-studentami-vuzov> (дата обращения: 11.12.2024).
5. Дзялошинский И.М. Современный предприниматель: восприятие и оценки личностных характеристик в различных культурах / И.М. Дзялошинский, М.А. Пильгун // Вопросы психолингвистики. – 2013. – №18 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyyu-predprinimatel-vozpriyatie-i-otsenki-lichnostnyh-harakteristik-v-razlichnyh-kulturah> (дата обращения: 11.12.2024). – EDN RGTDJF

6. Кныш Н.А. Предприниматели прошлого и настоящего в восприятии студенческой молодёжи / Н.А. Кныш // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». – 2023. – №2 (38) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/predprinimateli-proshlogo-i-nastoyaschego-v-vozpriyatii-studencheskoj-molodyozhi> (дата обращения: 11.12.2024).

7. Московиси С. Социальные представления / С. Московиси. – М.: Когито-Центр, 2000.

8. Некрасова О.Н. Динамика восприятия предпринимателей в российском обществе / О.Н. Некрасова // Скиф. – 2018. – №8 (24) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/dinamika-vozpriyatiya-predprinimateley-v-rossiyskom-obschestve> (дата обращения: 11.12.2024).

9. Радаев В.В. Социология предпринимательства / В.В. Радаев. – М.: ГУ ВШЭ, 2010.

10. Рахмеева И.И. Мотивация российских предпринимателей начала XXI века: субъективное восприятие бизнесменов / И.И. Рахмеева, М.В. Клейменов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2024. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-rossiyskih-predprinimateley-nachala-xxi-veka-subektivnoe-vozpriyatie-biznesmenov> (дата обращения: 11.12.2024). – DOI 10.23672/SAE.2024.4.4.028. – EDN BXVNZP

11. Рябков В.Г. Социальные аспекты предпринимательства / В.Г. Рябков // Общественные науки и современность. – 2017. – №2. – С. 105–115.

12. Селиверстова Н.И. Перспективы трансформации мотивационной ценности и имиджа российских предпринимателей / Н.И. Селиверстова // Московский экономический журнал. – 2020. – №4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-transformatsii-motivatsionnoy-tsennosti-i-imidzha-rossiyskih-predprinimateley> (дата обращения: 11.12.2024). – DOI 10.24411/2413-046X-2020-10219. – EDN ILPSHK

13. Симхович Е.А. Молодежь как инновационный ресурс / Е.А. Симхович // Психологические исследования. – 2017. – №5. – С. 18–22.

14. Халикова С.С. Формирование положительного образа предпринимателя в Российской Федерации / С.С. Халикова // Власть и управление на Востоке России. – 2021. – №1 (94) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-polozhitelnogo-obraza-predprinimatelya-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения: 11.12.2024).
15. Чепуренко А.Ю. Предпринимательство в России: состояние и перспективы / А.Ю. Чепуренко // Вопросы экономики. – 2020. – №3. – С. 23–35.
16. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982.
17. Amponsah E.A. [et al.]. Personality traits, entrepreneurship education and green entrepreneurial intention of technical university students in Ghana: a multiple linear regression analysis. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*. 2024.
18. Prasetyo R.A. P., Martha J.A. The Effect of Entrepreneurship Education, Self Efficacy, and Locus Of Control on Student Entrepreneurial Interest // BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2024). Atlantis Press, 2024. Pp. 121–132.
19. Predictive analysis of the Russian entrepreneurship development / V.V. Smirnov, T.V. Talanova, A.N. Zakharova [et al.] // Proceedings of the 32nd International Business Information Management Association Conference, IBIMA 2018 – Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional expansion to Global Growth : 32, Vision 2020: Sustainable Economic Development and Application of Innovation Management from Regional Expansion to Global Growth, Seville, 15–16 ноября 2018 года. – Seville, 2018. – P. 6949–6958. – EDN FCPDIR.
20. Wiyanto H., Widayati C. The impact of sustainable entrepreneurship education and self-efficacy on students' entrepreneurial mindset and attitude. *Edelweiss Applied Science and Technology*. 2024. T. 8. №5. Pp. 2504–2518. DOI 10.55214/25768484.v8i5.2562. EDN YAKDPX