

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-115376

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: СОЦИАЛЬНО- ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

Аннотация: в статье представлен анализ исследований, посвященных формированию предпринимательских намерений в условиях технологической трансформации общества; стереотипов о предпринимательстве как факторов, влияющих на развитие молодежного предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательские намерения, социальные представления о предпринимательстве, предпринимательское образование, молодежь, восприятие предпринимательства.

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

Масштабное технологическое обновление экономики России, обусловленное стремлением к достижению международной конкурентоспособности в условиях становления шестого технологического уклада [7], требует пристального внимания к факторам, влияющим на его динамику. Одним из ключевых является соответствие темпов развития предпринимательства потребностям технологической трансформации. Однако исследования указывают на недостаточный уровень развития предпринимательства в России, что ограничивает инновационные возможности экономики [4; 13].

Особую значимость приобретает изучение факторов, тормозящих развитие предпринимательства, включая социально-психологические аспекты. В центре внимания находится восприятие предпринимательства студенческой молодежью, которая представляет собой потенциальный источник кадров для высокотехнологичных отраслей. Актуальность данного исследования подкрепляется необходимостью управления процессом формирования предпринимательских намерений и навыков у молодежи через образовательные и социальные программы [6; 14].

Феномен предпринимательства традиционно связывают с социальными и экономическими изменениями. Согласно Й. Шумпетеру, предприниматели, создавая новые комбинации факторов производства, являются ключевыми драйверами экономического прогресса [16]. Шумпетер подчеркивал значимость таких качеств, как новаторство, стремление к независимости и готовность к риску, рассматривая их как фундамент для успешного предпринимательства.

Результаты зарубежных исследований подтверждают, что на предпринимательское намерение положительно влияет сочетание экзогенных и эндогенных факторов, таких как локус контроля и самоэффективность. Исследование позволяет глубже понять динамику предпринимательского обучения и развить процветающие и динамичные предпринимательские экосистемы. Кроме того, оно демонстрирует, что интеграция теории планируемого поведения обеспечивает полезную основу для отражения сложной природы феномена предпринимательского намерения [17]. Исследователи из Колумбии проанализировали влияние эмоциональных компетенций на предпринимательские намерения. По результатам исследования был сделан вывод, что эмоциональные компетенции не оказывают ни прямого влияния на предпринимательское намерение, ни косвенного, поскольку не наблюдается значимого влияния между эмоциональными компетенциями и предпринимательским отношением; однако между конструктами самоэффективности и предпринимательского отношения было зафиксировано прямое и положительное влияние на предпринимательское намерение. Кроме того, отмечается, что субъективные нормы не оказывают прямого влия-

ния на эмоциональные компетенции, но влияют на него косвенно, опосредованно через предпринимательское отношение и самооффективность [18].

Исследование Tagha E. S., Shillie P. N., Majabi B. O. посвящено изучению взаимосвязи между обучением предпринимательству и предпринимательскими намерениями среди студентов университетов Камеруна на основе теории планируемого поведения. Согласно данной теории, предпринимательские действия возникают из предпринимательских мотивов, которые формируются отношением к поведению, общественными ожиданиями и воспринимаемой способностью к осуществлению поведения. Результаты показывают, что обучение предпринимательству значительно повышает предпринимательские намерения. Отношение к поведению и субъективные нормы опосредуют эту связь, а воспринимаемый поведенческий контроль – нет. Эти результаты подчеркивают важность формирования позитивного отношения к предпринимательству и поддерживающих социальных норм наряду с формальным образованием [19].

С точки зрения социальных представлений, подход С. Московиси объясняет, как группа формирует общий взгляд на предпринимательство, что может влиять на отношение общества к инновационной деятельности. Исследования подтверждают, что молодежь обладает высокой пластичностью и предрасположенностью к инновациям [3; 5; 11]. Эти качества делают молодежь важной целевой группой для образовательных программ, ориентированных на развитие предпринимательских компетенций [12].

Массовое сознание в России по отношению к предпринимательству характеризуется амбивалентностью. Исторические и культурные особенности создают устойчивые стереотипы, которые нередко носят негативный характер. Первоначально, при возрождении российского предпринимательства, предприниматели воспринимались как успешные, но их деятельность часто ассоциировалась с коррупцией или обманом [2; 10]. Это формировало барьеры общественного сознания российского общества на пути формирования позитивного образа предпринимателя, что особенно важно в настоящее время в контексте развития высокотехнологичных отраслей [15].

Студенческая молодежь – перспективная социальная группа с точки зрения развития предпринимательских намерений. Однако исследования, проведенные в университетах России, показывают, что студенты обладают ограниченной мотивацией и низким уровнем знаний о предпринимательстве [6, 8], что может быть связано с доминированием негативных стереотипов о предпринимательской деятельности [10; 14].

Исследование Рахмеевой И.И., Клейменова М.В. [13] выявило, что российские предприниматели начала XXI века воспринимают свою деятельность через призму высоких рисков и ответственности. Это подчеркивает необходимость развития более реалистичного представления о предпринимательстве среди студентов.

С точки зрения психолингвистики, восприятие предпринимателя как личности во многом определяется культурным контекстом [9]. Студенты часто ассоциируют предпринимателей с такими чертами, как инновационность, но в то же время связывают их деятельность с коррупцией и незаконными методами [15].

Образ предпринимателя в массовом сознании остается амбивалентным [11]. Согласно исследованиям, предприниматели прошлого воспринимались молодежью более позитивно, как символы прогресса, что подчеркивает важность изменения общественного мнения в современном контексте [10].

Предпринимательское намерение – это осознанная предрасположенность, определяющая готовность человека к созданию бизнеса, в том числе психологическая. Оно рассматривается как ключевой этап в процессе предпринимательской деятельности [12].

Наиболее перспективными группами для формирования таких намерений являются молодые люди, чья активность и склонность к риску способствуют успеху в инновационных проектах [14]. Однако на пути их реализации стоит множество барьеров, включая культурные и образовательные факторы [9].

Обучение предпринимательству становится ключевым элементом формирования предпринимательских намерений. Исследования показывают, что об-

разовательные программы положительно влияют на восприятие предпринимательства, укрепляют уверенность студентов в своих силах и развивают навыки, необходимые для создания собственного бизнеса [5, 8].

Однако эффект таких программ неоднозначен. Например, слабая корреляция между обучением предпринимательству и реальными намерениями студентов заниматься бизнесом указывает на необходимость комплексного подхода [4; 12]. Это может включать в себя устранение стереотипов, развитие эмоциональной мотивации и формирование позитивного образа предпринимателя [15].

Образовательные программы должны учитывать региональные и культурные особенности восприятия предпринимательства [14]. В частности, необходимо повышать осведомленность о возможностях предпринимательской деятельности в рамках национальных стратегий экономического развития [1; 20].

Результаты исследований показывают, что образовательные программы должны быть дополнены разработкой стратегий, ориентированных на устранение негативных стереотипов и формирование позитивных социальных представлений. Это требует внедрения образовательных инициатив, направленных на улучшение восприятия предпринимательства как важного элемента социально-экономического развития [10; 13].

Восприятие предпринимательства в России остается значимым фактором, определяющим его развитие. Текущие исследования показывают, что студенческая молодежь имеет потенциал стать источником инноваций, однако реализация этого потенциала требует комплексного подхода. Необходимо развивать образовательные программы, ориентированные на формирование предпринимательских навыков, устранение барьеров и создание позитивного образа предпринимателя.

В условиях технологического обновления российской экономики предпринимательство становится основой для устойчивого развития. Внедрение практических и теоретических компонентов в обучение предпринимательству, а также акцент на изменение массового сознания, могут способствовать форми-

рованию нового поколения предпринимателей, способных внести вклад в инновационное развитие страны.

Список литературы

1. Алексеева И.А. Теоретико-методологические основы инновационного управления человеческим капиталом системы высшего образования / И.А. Алексеева // Экономика образования. – 2016.

2. 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).

3. Ашмарин И. Социально-психологические аспекты инновационного поведения / И. Ашмарин, Н. Степанова. – 2009.

4. Баринаева В. Развитие предпринимательства в России: барьеры и перспективы / В. Баринаева, Ю. Шутова, А. Чехунов // Вопросы экономики. – 2018.

5. Ветрова Е.А. Социальное предпринимательство как фактор развития человеческого капитала/ Е.А. Ветрова. – 2016.

6. 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).

7. Глазьев С. Проблемы шестого технологического уклада / С. Глазьев, В. Дементьев. – 2009.

8. Гречко М.В. Человеческий капитал, человеческие ресурсы, интеллектуальный капитал: взаимосвязь и различие категорий / М.В. Гречко, И.В. Гончаров // Экономика и предпринимательство. – 2016.

9. Дзялошинский И.М. Современный предприниматель: восприятие и оценки личностных характеристик в различных культурах / И.М. Дзялошинский, М.А. Пилыгун // Вопросы психолингвистики. – 2013. – №18 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennyyu-6> <https://phsreda.com>

predprinimatel-voospriyatie-i-otsenki-lichnostnyh-harakteristik-v-razlichnyh-kulturah
(дата обращения: 11.12.2024). – EDN RGTDJF

10. 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-voospriyatii-studencheskoj-molodyozhi> (дата обращения: 11.12.2024).

11. 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-voospriyatiya-predprinimateley-v-rossiyskom-obschestve> (дата обращения: 11.12.2024).

12. Организация экономического сотрудничества и развития. Предпринимательская активность в условиях инновационного развития. – 2018.

13. 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-voospriyatie-biznesmenov> (дата обращения: 11.12.2024). – DOI 10.23672/SAE.2024.4.4.028. – EDN BXVNZP

14. 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

15. 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).

16. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер. – 1982.

17. Prastiko M.N., Mustiningsih M., Sumarsono R.B. The Fostering and Developing Students' Entrepreneurial Intentions Through Entrepreneurship Curriculum and Self-Efficacy: Evidence From Regression Analysis // JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan). 2024. Т. 9. №3. С. 292–307.

18. López Sánchez L.M., Salcedo Plazas L.A., Rodríguez Ariza L. The Influence of Emotional Competencies on the Entrepreneurship Intentions of University Students in Colombia // Sustainability. 2024. Т. 16. №22. С. 9933.

19. Tagha E.S., Shillie P.N., B.O. Majabi (2024). Entrepreneurship education and entrepreneurial aspirations of university students in Cameroon: The planned behaviour perspective. Entrepreneurship, 12 (2), 90–101
<https://doi.org/10.37708/ep.swu.v12i2.8>

20. 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.