

Хайруллин Расиль Рафилевич

аспирант, Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова, город Чебоксары. ORCID: 0009-0009-1823-0262

Электронный адрес: hairullin.rasil@yandex.ru

Rasil R. Khayrullin

Postgraduate, I.N. Ulianov Chuvash State University, Cheboksary. ORCID: 0009-0009-1823-0262

E-mail address: hairullin.rasil@yandex.ru

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖЬЮ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И РАЗРАБОТКА ДИАГНОСТИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТА

Аннотация. В статье представлен теоретический анализ проблемы социально-психологического восприятия предпринимательства в молодежной среде как фактора, влияющего на карьерные ориентации. Рассмотрены ключевые теоретико-методологические подходы к изучению феномена восприятия предпринимательства, специфики молодежи как субъекта восприятия, а также современные модели карьерных ориентаций. На основе анализа существующих отечественных и зарубежных исследований обоснована необходимость разработки комплексного диагностического инструментария, учитывающего российский социокультурный контекст. Представлен разработанный инструментарий «Восприятие предпринимательства молодежью», предназначенный для измерения когнитивных, аффективных и конативных компонентов восприятия, а также связанных с ними социальных и личностных факторов. Работа вносит вклад в развитие методологической базы исследований в сфере экономической психологии и психологии предпринимательства в России.

Ключевые слова: социальная психология, экономическая психология, восприятие предпринимательства, молодежь, карьерные ориентации, диагностический опросник, предпринимательская психологическая готовность.

Для цитирования: Хайруллин Р.Р. Социально-психологические детерминанты восприятия предпринимательства современной российской молодежью: теоретический анализ и разработка диагностического инструмента // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. 2026. № 2. С. 135–141. DOI: 10.18137/RNUV925X.26.02.P.135

SOCIO-PSYCHOLOGICAL DETERMINANTS OF THE PERCEPTION OF ENTREPRENEURSHIP BY MODERN RUSSIAN YOUTH: THEORETICAL ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF DIAGNOSTIC TOOL

Abstract. The article focuses on a theoretical analysis of the problem of socio-psychological perception of entrepreneurship by youth as a factor influencing career orientation. The article considers the key theoretical and methodological approaches to the study of the phenomenon of entrepreneurship perception, the specificity of young people as a subject of perception, examines the modern models of career orientations. Based on the analysis of existing domestic and foreign studies, the need to develop a comprehensive diagnostic toolkit that takes into account the Russian sociocultural context has been substantiated. The article presents the developed toolkit “Youth Entrepreneurship Perception”

designed to measure cognitive, affective and conative components of perception, as well as related social and personal factors. The work contributes to the development of methodological research in the field of economic psychology and entrepreneurship psychology in Russia.

Keywords: social psychology, economic psychology, entrepreneurship perception, youth, career orientation, diagnostic survey, entrepreneurial psychological readiness.

For citation: Khayrullin R.R. (2026) Socio-Psychological determinants of the perception of entrepreneurship by modern Russian youth: theoretical analysis and development of diagnostic tool. *Vestnik of Russian New University. Series: Man in the Modern World*. No. 2. Pp. 135–141. DOI: 10.18137/RNU.V925X.26.02.P.135 (In Russian).

Введение

В условиях трансформации глобального и национального рынков труда, цифровизации и роста неопределенности предпринимательская деятельность рассматривается как один из ключевых драйверов экономического развития и личностной самореализации. Особое значение приобретает изучение отношения к предпринимательству со стороны молодежи – группы, находящейся в процессе профессионального самоопределения и формирования жизненных стратегий [1; 2]. Социально-психологическое восприятие предпринимательства, складывающееся под влиянием стереотипов, оценок барьеров и выгод, социальных норм и уверенности в собственных силах, во многом определяет предпринимательские намерения и карьерные выборы молодых людей [3; 4].

Несмотря на наличие ряда эмпирических исследований отношения молодежи к бизнесу в России¹ [1; 5–8], отмечается дефицит комплексных психологических инструментов, валидных именно для российской молодежной выборки и позволяющих измерить многокомпонентную структуру

восприятия. Большинство применяемых опросников являются адаптациями зарубежных методик, не всегда учитывающих специфику институциональных и культурных барьеров, характерных для российского контекста [9; 10]. Кроме того, недостаточно изучена связь между отдельными компонентами восприятия предпринимательства и конкретными карьерными ориентациями.

Целью данной статьи является анализ социально-психологических аспектов восприятия предпринимательства молодежью и представление разработанного инструментария для его комплексной диагностики в рамках будущих эмпирических исследований.

Социально-психологические аспекты восприятия предпринимательства молодежью

Восприятие предпринимательства представляет собой сложный социально-психологический конструкт, включающий когнитивный, аффективный и конативный (поведенческий) компоненты:

- *когнитивный* – связан со знаниями, стереотипами и образом успешного предпринимателя (инноватор, лидер, спекулянт)² [7];

¹ Климova Е.К. Диагностический тест психологической готовности к предпринимательской деятельности // Психологические тесты онлайн. URL: <https://psytests.org/work/pgpd.html> (дата обращения: 14.03.2026).

² GEM (Global Entrepreneurship Monitor) (2023). Global Entrepreneurship Monitor 2023/2024 Global Report: 25 Years and Growing. London : GEM, 2024. URL: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=51377> (дата обращения: 14.03.2026).

Социально-психологические детерминанты восприятия предпринимательства современной российской молодежью: теоретический анализ и разработка диагностического инструмента

- *аффективный* – отражает эмоциональное отношение (восхищение, недоверие, страх) к бизнесу и бизнесменам.
- *конативный* – проявляется в готовности рассмотреть предпринимательство как карьерный путь, в конкретных намерениях и действиях [3].

Исследования показывают, что восприятие формируется под влиянием личного опыта, окружения (семьи, друзей), СМИ и культурных норм. Так, наличие предпринимателей в ближайшем окружении значительно повышает вероятность позитивного восприятия и собственных предпринимательских намерений [5; 6]. Культурный контекст определяет оценку социальной нормативности и престижа данной деятельности [9; 10].

Молодежь рассматривается как субъект социально-психологического восприятия, при этом важно обратить внимание на возрастные и социальные особенности. Молодежь, включая старшеклассников, студентов и молодых специалистов до 35 лет, характеризуется активным поиском идентичности, высокой пластичностью установок и одновременно зависимостью от мнения референтных групп (родителей, сверстников и т. д.) [2; 11]. Для поколения Z (зумеров) ценностями становятся самореализация, свобода, гибкий график и цифровизация всех сфер жизни, что потенциально сближает их базовые устремления с атрибутами предпринимательской деятельности [12]. Однако, как показывают исследования, недостаток практических знаний, нехватка опыта и финансовых ресурсов остаются ключевыми сдерживающими факторами [1; 7].

Карьерные ориентации в современном мире включают в себя классическую модель «якорей карьеры» Э. Шейна, который описывает устойчивые ценностно-мотивационные комплексы, определя-

ющие карьерный выбор личности [13]. Для исследования связи с восприятием предпринимательства наиболее релевантными являются такие ориентации, как «Предпринимательская креативность» (создание нового дела), «Автономия» (независимость), «Вызов» (преодоление сложностей), «Менеджмент» (управление). Исследования выявляют неоднозначную связь между направлением обучения и предпринимательскими намерениями: например, студенты психолого-педагогических направлений могут демонстрировать более высокую инновационность, чем студенты-экономисты [11].

Анализ существующих методик диагностики восприятия предпринимательства и карьерных ориентаций показал, что в отечественной практике используются как адаптированные опросники (например, методика диагностики отношения к инновациям Лебедевой – Татарко, измеряющая креативность, готовность к риску и ориентацию на будущее [14]), так и авторские разработки для конкретных исследований [1; 5]. Однако многие из них фокусируются на отдельных аспектах (например, только на барьерах или только на личностных качествах), не охватывая целостную структуру восприятия. Существует потребность в инструменте, который бы интегрировал измерение стереотипов, барьеров, выгод, социального одобрения и внутренней уверенности, что и обусловило разработку опросника.

Диагностический комплекс «Восприятие предпринимательства молодежью»

На основе теоретического анализа был разработан опросник для оценки восприятия предпринимательства молодежью через пять ключевых конструкторов (шкал).

А. *Образ предпринимателя* (стереотипы) – когнитивные представления о типич-

ных чертах и поведении бизнесменов (рискованность, инновационность, лидерство, спекулятивность);

В. *Воспринимаемые барьеры* – убежденность в наличии внешних (административных, финансовых) и внутренних (психологических, компетентностных) препятствий для начала своего дела [1; 7; 9];

С. *Воспринимаемые выгоды* – представления о потенциальных преимуществах предпринимательства (свобода, высокий доход, самореализация, гибкость) [3; 12];

Д. *Социальная нормативность* – восприятие отношения к предпринимательству со стороны значимых других (родителей, друзей) и общества в целом (через призму СМИ) [6; 10];

Е. *Предпринимательская внутренняя уверенность* – вера в собственные способности успешно выполнять задачи, связанные с созданием и ведением бизнеса (генерация идей, организация команды, стрессоустойчивость после неудачи) [10; 11].

Опросник состоит из утверждений (всего 21), сгруппированных по пяти указанным шкалам (А–Е). Для ответов используется 5-балльная шкала лайкерт-типа: от 1 – «Совершенно не согласен» до 5 – «Полностью согласен». Формирование банка утверждений осуществлялось на основе:

1) анализа теоретической литературы и существующих методик [3; 11];

2) тематических блоков, выявленных в качественных и количественных исследованиях российских авторов [1; 5; 7];

3) экспертной оценки.

Примеры утверждений:

Шкала А (Образ): «Предприниматели – это инноваторы, создающие что-то новое».

Шкала В (Барьеры): «Главное препятствие для открытия бизнеса – это отсутствие стартового капитала».

Шкала С (Выгоды): «Главное преимущество предпринимательства – свобода и независимость».

Шкала D (Нормативность): «Мои родители одобрили бы мой выбор стать предпринимателем».

Шкала Е (Внутренняя уверенность): «Я уверен(а), что смог(ла) бы придумать жизнеспособную бизнес-идею».

Для комплексной диагностики в рамках одного исследования предлагается использовать диагностический комплекс, включающий:

1) опросник (авторская разработка);

2) методику диагностики карьерных ориентаций (адаптация «якорей карьеры» Э. Шейна) [15].

3) социодемографическую анкету (включая вопросы об опыте и окружении) [5; 6].

4) вопросы на поведенческие интенции для проверки критериальной валидности [1; 6].

Разработанный диагностический комплекс может быть использован:

- в исследовательской практике – для проведения кросс-культурных и лонгитюдных исследований факторов предпринимательской активности молодежи;

- в работе психологов и карьерных консультантов – для диагностики индивидуальных барьеров и ресурсов клиента в контексте рассмотрения предпринимательской карьеры, разработки программ развития предпринимательской внутренней уверенности;

- в образовательных учреждениях (вузах, колледжах) – для оценки эффективности программ предпринимательского образования, выявления студенческих групп с высоким потенциалом для точечной поддержки [1; 11];

- органами власти – для получения обратной связи о восприятии молодежью инсти-

Социально-психологические детерминанты восприятия предпринимательства
современной российской молодежи: теоретический анализ и разработка
диагностического инструмента

туциональных барьеров и разработки адресных мер поддержки молодежного предпринимательства [7; 9].

Заключение

В статье представлен теоретический анализ и определены методологические условия для исследования социально-психологических аспектов восприятия предпринимательства российской молодежью. Разработанный опросник, основанный на интеграции современных теоретических

моделей и учета российской специфики, призван заполнить существующий методический пробел. Его дальнейшая психометрическая проверка и применение в эмпирических исследованиях позволят получить новые данные о взаимосвязи между компонентами восприятия, карьерными ориентациями и предпринимательскими намерениями, что необходимо для разработки эффективных психолого-педагогических и управленческих интервенций, направленных на развитие предпринимательского потенциала молодого поколения России.

Литература

1. Поздеева Е.Г., Назарова Н.С. Анализ готовности студентов политехнического университета к предпринимательской деятельности // Terra Linguistica. 2020. Т. 11. № 1. С. 100–114. DOI: 10.18721/JHSS.11108. EDN RPLPCG.
2. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. С. Жильцов, А. Чех. СПб. : Питер, 2002. 335 с. ISBN 1-55542-487-2.
3. Лежнева Н.В. Формирование готовности студентов региональных вузов к инновационной предпринимательской деятельности: история становления проблемы, пути решения // Вестник Челябинского государственного университета. Образование и здравоохранение. 2019. № 3-4 (7-8). С. 27–38. EDN REIRKK.
4. Терещенко Н.Г., Климанова Н.Г., Шаймухаметова С.Ф. Карьерные ориентации и способность к самоуправлению обучающихся, ориентированных на предпринимательскую деятельность // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Психологические науки. 2024. № 1. С. 145–158. DOI: 10.18384/2949-5105-2024-1-145-158. EDN VXIKDW.
5. Кормина Е.М. Психологические аспекты развития предпринимательского потенциала // Universum: психология и образование. 2024. № 12-1 (126). С. 62–67. DOI: 10.32743/UniPsy.2024.126.12.18858. EDN CYQPDY.
6. Крупнов Ю.А., Гаврикова А.С., Перова А.Р., Сугибина А.А. Анализ роли предпринимательской деятельности в жизни поколения Z // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2021. № 2 (52). С. 169–175. EDN PQLOGM.
7. Рахмеева И.И., Клейменов М.В. Отношение школьной свердловской молодежи к предпринимательской деятельности и образ современного российского бизнесмена // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2024. № 2. С. 67–76. DOI: 10.15593/2224-9354/2024.2.5. EDN LPLNKB.
8. Smirnov V.V., Talanova T.V., Zakharova A.N., Dulina G.S., Getskina I.B., Huraskina N.V. Predictive analysis of the Russian entrepreneurship development // 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, November 15–16, 2018. Seville, 2018. P. 6949–6958. EDN FCPDIR.

9. Гараганов А.В., Ханова З.Г. Представления молодежи о возможностях предпринимательства в период экономической нестабильности и санкций // Высшее образование сегодня. 2023. № 2. С. 79–83. DOI: 10.18137/RNU.HET.23.02.P.079. EDN ILGGVZ.
10. Перикова Е.И., Атаманова И.В., Богомаз С.А. Специфика психологической готовности к инновационной деятельности молодежи Санкт-Петербурга и Томска // Science for Education Today. 2020. Т. 10. № 1. С. 62–78. DOI: 10.15293/2658-6762.2001.04. EDN AAFEDR.
11. Воронов А.С., Иващенко Н.П., Чашкина Д.И., Шамолин М.В., Шерешева М.Ю., Шпакова А.А. Внешние факторы формирования предпринимательских намерений студентов МГУ имени М.В. Ломоносова за 2020-2024 гг. // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2024. Т. 59. № 5. С. 265–286. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-5-13. EDN JNTPLL.
12. Климова Е.К. Профессиональная деятельность предпринимателя. Психология успеха. СПб. : Скифия, 2014. 206 с. ISBN 978-5-00025-023-5.
13. Schein E.H. Career Dynamics: Matching Individual and Organizational Needs. Addison-Wesley : Addison-Wesley Publishing Company, 1978. 276 p. ISBN 0201068346.
14. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Методика исследования отношения личности к инновациям // Альманах современной науки и образования. 2009. № 4 (23). С. 89-96. EDN OWDVWH.
15. Габелко М.В. Оценка непредпринимательскими слоями населения условий для развития предпринимательства в России // Вестник университета. 2013. № 17. С. 51–59. EDN RZCJMJ.

References

1. Pozdeeva E.G., Nazarova N.S. () Analysis of readiness of students of the polytechnic university to entrepreneurial activity. *Terra Linguistica*. Vol. 11. No. 1. Pp. 100–114. DOI: 10.18721/JHSS.11108 (In Russian).
2. Schein E.H. (2010) *Organizational Culture and Leadership*. John Wiley & Sons. 464 p. ISBN 0470185864. (Russian edition: transl. by S. Zhil'tsov, A. Chekh. St. Petersburg : Piter Publ. 335 p.).
3. Lezhneva N.V. (2019) Formation of readiness of students of regional higher education institutions for innovative business activity: history of formation of a problem, solution. *Bulletin of Chelyabinsk State University. Education and Healthcare*. No. 3–4 (7–8). Pp. 27–38. (In Russian).
4. Tereshchenko N.G., Klimanova N.G., Shaimukhametova S.F. (2024) Career orientations and ability for self-management of students oriented on entrepreneurial activities. *Bulletin of State University of Education. Series: Psychological Sciences*. No. 1. Pp. 145–158. DOI: 10.18384/2949-5105-2024-1-145-158 (In Russian).
5. Kormina E.M. (2024) Psychological aspects of the development of entrepreneurial potential. *Universum: Psychology and Education*. No. 12-1(126). Pp. 62–67. DOI: 10.32743/UnPsy.2024.126.12.18858 (In Russian).
6. Krupnov Yu.A., Gavrikova A.S., Perova A.R., Sugibina A.A. (2021) Analysis of the role of entrepreneurship in life of generation Z. *Innovatsionnaya ekonomika: perspektivy razvitiya i sovershenstvovaniya* [Innovation economy: Development and improvement prospects]. No. 2 (52). Pp. 169–175. (In Russian).
7. Rakhmееva I.I., Kleymenov M.V. (2024) The attitude of the school youth of Sverdlovsk region towards entrepreneurship and the image of the modern Russian business person. *PNRPU Sociology and Economics Bulletin*. No. 2. Pp. 67–76. DOI: 10.15593/2224-9354/2024.2.5 (In Russian).

Социально-психологические детерминанты восприятия предпринимательства
современной российской молодежи: теоретический анализ и разработка
диагностического инструмента

8. Smirnov V.V., Talanova T.V., Zakharova A.N., Dulina G.S., Getskina I.B., Huraskina N.V. (2018) Predictive analysis of the Russian entrepreneurship development. In: *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, November 15–16, 2018. Seville. Pp. 6949–6958.
9. Garaganov A.V., Khanova Z.G. (2023) Young people's perceptions of entrepreneurship opportunities in a period of economic instability and sanctions. *Higher Education Today*. No. 2. Pp. 79–83. DOI: 10.18137/RNU.HET.23.02.P.079 (In Russian).
10. Perikova E.I., Atamanova I.V., Bogomaz S.A. (2020) Specific features of psychological readiness for innovative activity (with the main focus on young adults in St. Petersburg and Tomsk). *Science for Education Today*. Vol. 10. No. 1. Pp. 62–78. DOI: 10.15293/2658-6762.2001.0 (In Russian).
11. Voronov A.S., Ivashchenko N.P., Chashkina D.I., Shamolin M.V., Sheresheva M.Yu., Shpakova A.A. (2024) External factors in forming entrepreneurial intentions of Lomonosov Moscow State University students for 2020–2024. *Lomonosov Economics Journal*. Vol. 59. No 5. Pp. 265–286. DOI: 10.55959/MSU0130-0105-6-59-5-13 (In Russian).
12. Klimova E.K. (2014) *Professional'naya deyatel'nost' predprinimatelya. Psikhologiya uspekha* [Professional activity of the entrepreneur. Psychology of success]. St. Petersburg : Skifiya Publ. 206 p. ISBN 978-5-00025-023-5. (In Russian).
13. Schein E.H. (1978) *Career Dynamics: Matching Individual and Organizational Needs*. Addison-Wesley : Addison-Wesley Publishing Company. 276 p. ISBN 0201068346.
14. Lebedeva N.M., Tatarko A.N. (2009) Methodology for the study of personality attitudes towards innovation. *Almanac of Modern Science and Education*. No.4 (23). Pp. 89-96. (In Russian).
15. Gabelko M.V. (2013) Assessment of conditions for the development of entrepreneurship in Russia by non-entrepreneurial segments of the population. *Vestnik Universiteta* [University Bulletin]. No. 17. Pp. 51–59. (In Russian).

Поступила в редакцию: 18.02.2026

Received: 18.02.2026

Поступила после рецензирования: 20.03.2026

Revised: 20.03.2026

Принята к публикации: 01.04.2026

Accepted: 01.04.2026