

Научная статья / Research Article

<https://doi.org/10.11621/TEP-24-36>

УДК/UDC 316.477, 159.9.07

Профессиональное самоопределение предпринимателя: этапы и факторы

М.А. Череменская 

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация

 egiazarovama@my.msu.ru

Резюме

Актуальность. Предпринимательство в России продолжает активно развиваться. В 2023 году в России было зарегистрировано 1,2 млн компаний малого и среднего предпринимательства¹. При этом велико и число закрывшихся организаций. Несмотря на то, что часто причины закрытия предприятия касаются финансовой или юридической стороны бизнеса, существуют и социально-психологические факторы, которые не позволяют предпринимателю развиваться в данной сфере. Предпринимательское самоопределение (ПрС) представляется как путь, состоящий из профессиональных выборов и включающий как подталкивающие к выбору предпринимательства факторы, так и отталкивающие от него. Изучение ПрС позволит определить сложности на профессиональном пути предпринимателя, а также сформировать представление о том, что именно подталкивает предпринимателей к выбору данного типа занятости с точки зрения социальной психологии.

Цель. Создание модели социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения.

Выборка. В исследовании принимали участие 29 респондентов от 18 до 40 лет, имеющие или имевшие собственный бизнес, а также 6 экспертов по предпринимательству.

Методы. Теоретический анализ в форме систематизации и обобщения отечественных и зарубежных исследований социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения, нарративное интервью, экспертное интервью.

Результаты. Исследование позволило построить первичную модель ПрС, включающую 9 этапов предпринимательского самоопределения и 4 кризисных этапа. Каждый этап характеризуется комплексом социально-психологических факторов, подталкивающих к выбору предпринимательской деятельности или отталкивающих от нее. Социально-психологические факторы разделяются на группы: факторы среды, включающие факторы микро- и макросреды; факторы личности, включающие поведенческие и внутренние.

¹ ТАСС: В России зарегистрировали 1,2 млн вновь созданных компаний МСП. 3 апреля 2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17432885> (дата обращения: 01.03.2024).



Выводы. Профессиональный путь предпринимателя представляет из себя 9 последовательных этапов от наблюдения к устойчивости. На каждом этапе решающую роль в ПрС играют определенные социально-психологические факторы, обуславливающие выбор предпринимательства в качестве основной профессиональной деятельности. Предлагаемая первичная модель ПрС может стать основой создания опросника для последующего количественного исследования социально-психологических факторов ПрС.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательство, профессиональное самоопределение, профессиональный путь

Для цитирования: Череменская, М.А. (2024). Профессиональное самоопределение предпринимателя: этапы и факторы. *Теоретическая и экспериментальная психология*, 17(3), 116–145. <https://doi.org/10.11621/TEP-24-36>

Professional self-determination of an entrepreneur: stages and factors

Maria A. Cheremenskaia ✉

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

✉ egiazarovama@my.msu.ru

Abstract

Background. Entrepreneurship in Russia continues to develop. In 2023, Russia registered 1.2 million small and medium-sized enterprises², though there is also a significant number of organizations closed down. While the reasons for business closures often relate to financial or legal issues, there are also socio-psychological factors that hinder an entrepreneur's development in this field. Entrepreneurial self-determination (ESD) is seen as a journey consisting of professional choices and includes both factors that encourage choosing entrepreneurship and those that deter it. Studying ESD will help identify the challenges in an entrepreneur's professional path and provide insights into what motivates entrepreneurs to choose this type of occupation from the perspective of social psychology.

Objective. To create a model of socio-psychological factors influencing entrepreneurial self-determination.

Study Participants. The study involved 29 respondents aged 18 to 40 who currently own or have owned a business, as well as 6 entrepreneurship experts.

Methods. Theoretical analysis in the form of systematization and generalization of domestic and foreign research on socio-psychological factors of entrepreneurial self-determination, narrative interviews, expert interviews.

Results. The study allowed to construct the model including 9 stages of entrepreneurial self-determination and 4 crisis stages. Each stage is characterized by a complex of socio-psychological factors that either push towards or pull away from entrepreneurial activity. Socio-psychological factors are divided into groups: environmental factors,

² TASS: 1.2 million new small and medium-sized enterprises registered in Russia. April 3, 2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17432885> (accessed on March 1, 2024).

including micro- and macro-environmental factors, and personal factors, including behavioral and internal factors.

Conclusions. An entrepreneur's professional path consists of 9 sequential stages from observation to stability. At each stage, certain socio-psychological factors play a decisive role in the ESD, determining the choice of entrepreneurship as the main professional activity. The proposed preliminary ESD model can serve as a basis for creating a questionnaire for quantitative research into the socio-psychological factors of ESD.

Keywords: entrepreneurship, professional self-determination, professional path

For citation: Cheremenskaia, M.A. (2024). Professional self-determination of an entrepreneur: stages and factors. *Theoretical and Experimental Psychology*, 17(3), 116–145. <https://doi.org/10.11621/TEP-24-36>

Введение

Предпринимательство в России развивается и укрепляется из года в год. По данным I квартала 2023 года³, в стране зарегистрировано 1,2 млн компаний малого и среднего предпринимательства, при этом активно растет количество молодых индивидуальных предпринимателей и самозанятых, число которых составляет около 4,682 млн. Аналитические компании все чаще публикуют исследования, в которых делятся статистикой по открытию и закрытию коммерческих организаций. Так, аналитическая служба аудиторско-консалтинговой сети ФинЭкспертиза⁴ на основе данных ФНС подсчитала, что по всей России с 2023 года было зарегистрировано 242,5 тыс. новых коммерческих организаций, что не уступает и показателям 2022 года. Еще более интересно, что количество закрывшихся предприятий так же велико: за 2023 год было закрыто 254 тыс. предприятий: 82% из них были исключены из ЕГРЮЛ по решению налоговой службы, 13,2% были отмечены как недействующие юридические лица, 2,5% прошли через процедуру банкротства и только 18,3% были официально ликвидированы по инициативе учредителей. Несмотря на приведенную статистику, не стоит недооценивать и психологический аспект закрытия предприятия. Отказ от ведения бизнеса может произойти из-за личностного кризиса, разочарования в предпринимательстве, появления определенных социальных установок, касающихся этой деятельности. «Сдавшиеся» представители бизнеса, на наш взгляд, представляют особый интерес для изучения профессионального пути предпринимателя с точки зрения факторов, которые либо способствуют выбору предпринимательской деятельности, либо отталкивают от нее.

Отдельно стоит подчеркнуть актуальность исследования факторов профессионального самоопределения. Еще в 1983 году обнаружилась нехватка знаний о факторах предпринимательского самоопределения, существовал «острый

³ ТАСС: В России зарегистрировали 1,2 млн вновь созданных компаний МСП. 3 апреля 2023. URL: <https://tass.ru/ekonomika/17432885> (дата обращения: 01.03.2024).

⁴ Финэкспертиза: Смертность бизнеса сократилась до минимума за 8 лет. 22 января 2024. URL: <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2024/smertn-bizn-min/?ysclid=lson8ca50b894901898> (дата обращения 01.03.2024).

дефицит в работах, представляющих целостную картину влияния различных факторов на динамику профессионального самоопределения на всех стадиях профессионального становления личности» (Кудрявцев, Шегурова, 1983, с. 56). На современном этапе развития психологии предпринимательства все так же ощущается дефицит исследований по данной теме. «Факторы, инициирующие и/или останавливающие процессы личностного и профессионального самоопределения, сегодня не исследованы» (Поваренков, 2014, с. 212). Подчеркнем, что современных работ, посвященных профессиональному самоопределению и его факторам, много (Калашникова, 2015; Кох, Орлов, 2020), но чаще всего они охватывают лишь определенный аспект самоопределения или описывают конкретный фактор. Проблема отсутствия оформленной полноценной картины факторов самоопределения распространяется, в частности, и на область предпринимательского самоопределения.

Нашей целью является создание модели социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения, обобщающей данные отечественных и зарубежных исследований. При этом мы предполагаем, что данная модель имеет поэтапную структуру, где на каждом этапе на самоопределение оказывает воздействие конкретная группа факторов. Для реализации цели использовался метод теоретического анализа в форме систематизации и обобщения исследований социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения, который дополнялся данными нарративного интервью с предпринимателями различных категорий, интервью с экспертами по предпринимательству, и их сопоставлением с картой социально-психологических исследований в области предпринимательства и предпринимательской идентичности (Череменская, 2024а).

Предприниматель и предпринимательское самоопределение

Мы предлагаем следующее понимание термина «предприниматель», которое мы вывели и объяснили в наших предыдущих исследованиях. «Предприниматель — человек, занятый строительством (организацией) целостной, регулярной продуктивной деятельности, которая воспроизводится (и развивается) за счет самостоятельно получаемого рыночного дохода. В этом смысле деятельность, которая воспроизводится за счет чьих-то (в том числе государственных) дотаций, субсидий, и тому подобное, не может быть отнесена к предпринимательской» (Журавлев, Череменская, 2023). При этом данное понятие правомерно включает в себя различные категории предпринимателей: предприниматели традиционного бизнеса, основатели стартапов (инновационные предприниматели), индивидуальные предприниматели и некоторые самозанятые. Несмотря на серьезные различия в деятельности данных категорий, все они занимаются предпринимательской деятельностью.

Чтобы сформулировать определение термина «предпринимательское самоопределение» (ПрС), необходимо обозначить подход, с позиций которого мы

будем рассматривать данный конструкт. Опираясь на классификацию подходов к пониманию профессионального самоопределения (Череменская, 2024b), под предпринимательским самоопределением мы понимаем серию свободных выборов, за которые личность несет ответственность. Данный подход основывается на идеях экзистенциальных философов, и самоопределение в нем рассматривается как процесс принятия свободных решений на протяжении жизненного пути. Предприниматель на определенных этапах своего профессионального пути также сталкивается с вопросами о продолжении ведения бизнеса. При этом на каждом этапе этот выбор будет опосредован специфическими факторами, которые нам и предстоит выявить.

Далее следует убедиться в том, что самоопределение — это процесс. В этом процессе у предпринимателя формируется образ себя среди других личностей, индивидуальное «Я», то есть, идентичность. Э. Эриксон, подробно описывающий конструкт идентичности, подчеркивал, что идентичность формируется постепенно, проходя определенные этапы (Эриксон, 1996). Для А. Уотермана идентичность является сформированным самоопределением, включающим выбор целей, ценностей и убеждений, которым человек следует в жизни (Watermann, 1999). Таким образом, идентичность является результатом процесса самоопределения.

Аналогичным можно представить процесс профессионального, в частности, предпринимательского самоопределения. Предпринимательское самоопределение также состоит из этапов, которые олицетворяют жизненные выборы личности в профессиональном мире. При этом Э. Эриксон говорит о процессе профессионального самоопределения личности с периода подросткового возраста (Эриксон, 1996). Мы же дополним, что в данном возрасте у подростков начинается процесс именно осознаваемого профессионального самоопределения. Более ранние этапы формирования идентичности также содержат важные события, которые оказывают влияние на профессиональный выбор личности, хоть их влияние может быть полностью не осознано личностью.

Действительно, не каждый этап предпринимательского самоопределения является осознанным. Тем не менее в период совершения выбора своего профессионального пути, личность принимает свободное решение, наиболее предпочтительное в данный момент. Далее каждый день человек подтверждает сделанный им выбор, неся за него ответственность, либо же свободен изменить его, выбрав иной профессиональный путь. Таким образом, предпринимательское самоопределение — это процесс свободного выбора предпринимательской деятельности в качестве профессиональной, за который личность несет ответственность. Результатом данного процесса является предпринимательская идентичность.

В зарубежных социально-психологических исследованиях термины «предпринимательское самоопределение» и «предпринимательская идентичность» встречаются редко (на портале the Lens 5468 публикаций за последние 5,5 лет (2018–2024 гг.), из которых 991 — в области психологии и 608 — в области социальной психологии). Карта социально-психологических исследований

предпринимательства за 2017–2023 годы также показала небольшое количество исследований предпринимательской идентичности (менее 400 публикаций), посвященных самоопределению и идентичности предпринимателей, однако это не означает, что становление предпринимателя или выбор в пользу предпринимательства не интересует зарубежных коллег (Череменская, 2024а). За рубежом более заметен тренд на исследование феномена предпринимательства через предпринимательские намерения. Предпринимательские намерения обозначают готовность индивида осуществлять предпринимательскую деятельность (Bird, 1988; Krueger, Carsrud, 1993). Такое определение основано на классическом понимании намерений как когнитивного состояния готовности к действиям, обусловленной временным и причинным фактором (Dennett, 1987). Рассматриваемый нами феномен ПрС шире, чем предпринимательские намерения, но может включать их в себя как составную (начальную) часть. Так, ПрС, помимо намерений на предпринимательскую деятельность, включает и ощущение себя предпринимателем, и представление себя как предпринимателя перед окружением, и принятие данной социальной роли. Таким образом, в данной работе мы будем считать намерения составляющей ПрС, а факторы предпринимательских намерений также относить к факторам предпринимательского самоопределения.

Жизненный и профессиональный пути предпринимателя

Жизненный путь является широким понятием и может приравниваться к понятию «жизнь» (Поваренков, 2014). При этом жизненный путь состоит из событий. «События жизни — это узловые моменты и поворотные этапы жизненного пути индивида, когда с принятием того или иного решения на более или менее длительный период определяется дальнейший жизненный путь человека» (Рубинштейн, 2000, с. 684). События происходят и на пути профессионального самоопределения. Некоторые «события» могут стать решающими для выбора той или иной профессии или отказа от нее, соответственно, такие события можно считать факторами профессионального самоопределения.

Жизненный путь можно соотнести с понятием «жизненное пространство», которое предлагал К. Левин. Он подчеркивал взаимосвязь между факторами личности и факторами окружающей среды (Lewin, 1935). В формуле двойной детерминации поведения ($B = f(PE)$), в нашем случае B (behavior) — это предпринимательское поведение, P (personality) — внутренние социально-психологические личностные факторы (установки, намерения, ценности и др.), которые способствуют тому, что индивид выбирает именно предпринимательское дело, E (environment) — внешние факторы окружающей среды, которые также могут способствовать ведению предпринимательской деятельности.

Н.А. Логинова выделяет 3 группы событий: события среды, события поведения в среде и события внутренней жизни человека (Логинова, 1978). Здесь мы видим расширенную классификацию: факторы личности разделяются на внешние (события поведения в среде) и внутренние (события внутренней жизни человека),

а события, связанные со средой, на факторы макро- и микросреды (там же). Макросреда включает события, которые будут влиять на общество в целом: экономические и политические. Также общий психологический климат группы, тип и уровень культуры являются макросредовыми факторами. Микросреда включает в себя все то, с чем напрямую взаимодействует человек: не только других людей (семью, друзей и коллег), но и предметы. В модели социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения, которую мы предлагаем, мы также соотносим группы факторов и события, которые происходят в жизненном пространстве предпринимателя. Так, например, наблюдение за близкими родственниками в детстве мы относим к событиям микросреды, а творческие хобби — к событию, связанному с поведением личности в среде.

Жизненный путь предпринимателя делится на этапы. По одной из версий, путь предпринимателя состоит из четырех этапов, при этом, первый этап начинается еще до 6 лет (Meneghetti, 2011). Этапы представляют собой движение к большей осознанности жизненной позиции главного и ответственного субъекта. Онтопсихологический подход к психологии предпринимателя А. Менегетти полностью соответствует пониманию предпринимательского самоопределения как осознанного выбора, за который личность несет ответственность. Нами уже подчеркивались возможности и перспективы данного подхода (Череменская, 2024а), и мы будем придерживаться его в данном исследовании.

В исследовании жизненного пути российских предпринимателей (Дмитриева, 2021) был выявлен ряд их социально-психологических особенностей, а именно: проявления ранней самостоятельности, более осознанный выбор профессии, стремление создавать новые проекты (там же). Выявляются факторы предпринимательского самоопределения, такие как возраст первого заработка, наличие предпринимательских планов и идей (там же).

Таким образом, профессиональный путь предпринимателя состоит из этапов, которые, в свою очередь, состоят из событий. События могут быть внутренними и внешними. При этом внутренние события разделяются на события поведения в среде и события внутренней жизни личности, а внешние события разделяются на события макро- и микросреды.

Анализ социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения

Как уже было сказано выше, мы стремимся получить целостную картину факторов предпринимательского самоопределения с точки зрения социальной психологии. Для осуществления этой цели мы предлагаем проанализировать как исследования с более широким предметом — профессиональным самоопределением, так и точечные современные эмпирические исследования ПрС, которые сосредоточены на выявлении какого-то одного фактора самоопределения.

«Восьмиугольник основных факторов выбора профессии» Е.А. Климова включает такие факторы профессионального самоопределения, как склонности

и способности подростка; факторы престижности, перспективности и востребованности профессии; учет мнения родителей и сверстников; информированность подростка о профессии (Климов, 1990). При этом выделяются и фазы профессионализации от оптанта до наставника. Важно, что в классической для отечественной психологии модели самоопределения Е.А. Климова присутствует этапность, а также учитываются социально-психологические факторы выбора профессии (роль семьи и сверстников и др.).

Э.Ф. Зеер разделяет факторы профессионального самоопределения на внешние и внутренние. Среди внешних факторов он выделяет социально-экономические условия, ведущую учебно-профессиональную или профессиональную деятельность, технико-технологический уровень деятельности, систему стимулирования профессионального роста, случайные обстоятельства. Среди внутренних факторов выделяются биопсихические и физиологические особенности, социально-профессиональная активность, мотивы и смыслы профессиональной деятельности, потребности в реализации своего профессионально-психологического потенциала, кризисы профессионального становления, то есть индивидуальные особенности субъекта труда (Зеер, 2008). Э.Ф. Зеер и Э.Э. Сыманюк описывают и кризисы профессионального становления, выделяя кризисы учебно-профессиональной ориентации, кризис ревизии и коррекции профессионального выбора, кризис профессиональных ожиданий, кризисы профессионального роста, профессиональной карьеры, а также социально-профессиональной самоактуализации (Зеер, Сыманюк, 1997). При этом исследователи приходят к решению делить кризисы на нормативные, соответствующие логике профессионального развития личности, и ненормативные, вызванные случайными обстоятельствами или инициированные сверхнормативной активностью личности. Цель нашего исследования предполагает включение в модель кризисов как специфических этапов ПрС.

Еще одним теоретическим обоснованием модели ПрС является теория запланированного поведения А. Айзена, успешно используемая как основа для изучения предпринимательских намерений и предпринимательской активности в зарубежных исследованиях (Bellò et al., 2018; Akinbode et al., 2018). Согласно этой теории, на предпринимательскую активность оказывают влияние сформированные аттитюды, отражающие позитивное или негативное отношение к определенной деятельности, воспринимаемые социальные нормы, отражающие социальное давление, а также воспринимаемый поведенческий контроль (Ajzen, 1991). Мы также включаем в анализ теорию социального научения (Бандура, 2000), поскольку положительное подкрепление крайне важно для заинтересованности предпринимателей дальше вести свою деятельность, не сдаваться и не закрывать свой бизнес-проект.

Карта социально-психологических исследований предпринимательства (Череменская, 2024а) показывает актуальность таких тем, как предпринимательские намерения, агенты социализации предпринимателя (семья, образовательные учреждения, сверстники), мотивация, ценности предпринимателя. Данная карта

показывает социально-психологические конструкторы, связанные в исследованиях с предпринимательством, и может быть полезным для систематизации факторов и групп факторов ПрС.

Среди факторов, влияющих на предпринимательское самоопределение, уже были выявлены и описаны в отдельных эмпирических исследованиях фактор общения со сверстниками (Калашникова, 2015); фактор семьи (Дмитриева, 2021; Александрова, Верховская, 2015; Янгальшева, 2010); социальные условия и локальность (Титма, 1969), нехватка финансов (Берензон, 2017); предпринимательское образование (Зельдин, Коршунова, 2021; Шафранская, 2019), ценностные ориентации (Кох, Орлов, 2020). Некоторый набор профессиональных ценностей предпринимателей уже был выявлен в исследованиях (Журавлев, Череменская, 2023; Мурзина и др., 2021; Бушкова-Шиклина, 2009). Результаты последних исследований (Журавлев, Череменская, 2023) показывают наличие у предпринимателей таких ценностей, как интерес к работе, материально обеспеченная жизнь, развитие, профессионализм, успех и свобода. Похожий набор ценностей, в частности, ценности развития и интереса к работе, идентифицирован в исследовании жизненного пути предпринимателей (Дмитриева, 2021). Профессионализм также уже указывался как важная жизненная ориентация по всех жизненных циклах бизнеса (Мурзина и др., 2021).

Еще большее количество исследований можно найти, обратившись к зарубежным источникам и такой составляющей ПрС, как предпринимательские намерения. Многими авторами подчеркивается влияние агентов социализации, в частности, СМИ (Boyle, Magor, 2008) и образования различного уровня (Shahzad et al., 2021; Kusumawijaya et al., 2021; Bliemel et al., 2019; Miranda et al., 2017; Premand et al., 2016; Gerba, 2012), а также влияние сверстников (Bellò, 2018). Особое положение занимает влияние семьи. Уже были исследованы влияния семейного бизнеса, внутрисемейной поддержки, предыдущего опыта ведения бизнеса в семье, а также владения каким-либо членом семьи собственным предприятием (Altinay et al., 2012; Klyver, 2007; Carr, Sequeira, 2007; Farrukh et al., 2017; Akinbode et al., 2018). Также поднимается вопрос установок предпринимателей, их отношения к предпринимательству (Kelley et al., 2011). Как важные социально-психологические особенности предпринимателей были отмечены амбициозность (Karabulut, 2016), стремление к независимости (Friedman et al., 2012) и готовность к риску (Friedman et al., 2012; Espiritu-Olmos, Sastre-Castillo, 2015).

Отдельный блок исследований феномена предпринимательства посвящен мотивации. Так, например, было показано преобладание финансовой мотивации у предпринимателей Кыргызстана (Friedman et al., 2012), преобладание мотивации к свободе и возможностям у предпринимателей США (там же). В современных исследованиях выявлено наличие инновационно-творческой мотивации у предпринимателей в России (Кошарная, 2015). О мотивации предпринимателей было написано и в фундаментальных работах Й. Шумпетера. При этом подчеркивалось,

что мотивация к созданию нового, к свободе и независимости будет превалировать над финансовой мотивацией у предпринимателей (Шумпетер, 1982).

Методы исследования

Для составления модели ПрС мы проанализировали и систематизировали литературу по данной теме. Также мы предлагаем расширить некоторые группы факторов на основе проведенного нарративного интервью с предпринимателями различных типов, а именно, предпринимателями, ведущими традиционный бизнес, и основателями стартапов.

Метод сбора данных — нарративное интервью с использованием трехчленной структуры интервью по схеме Ф. Шютце. При этом респонденты дополнительно получили инструктаж о важности сосредоточиться в рассказе на ключевых, по их мнению, событиях, которые привели их к решению стать предпринимателем. В фазе расспросов мы ввели ряд уточнений о ранних воспоминаниях, детстве и юности («Возможно, у вас есть яркие воспоминания из детства, которые связаны с решением стать предпринимателем?») с целью выявления значимых фигур и агентов социализации, которые оказали влияние на процесс предпринимательского самоопределения на определенном этапе. На завершающем этапе исследования информанту также предлагалось проложить ось времени и выделить на ней значимые события, которые подтолкнули его к решению стать предпринимателем. Метод обработки данных — нарративный анализ по Ф. Шютце (Schuetze, 1983), который предполагает 6 шагов с элементами реконструктивного анализа и принципа селективности Г. Розенталь (Rosenthal, 1995). Материалы интервью были обработаны методом качественного нарративного анализа с целью исследования особенностей предпринимательского пути и выделения на нем ярких факторов или групп факторов ПрС.

Выборка

В серии нарративных интервью принимали участие предприниматели с различным опытом ведения бизнеса, проживающие в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге. Выборка составила 29 человек, возраст участников от 18 до 40 лет (средний возраст — 31 год, ст. откл. — 6,6). Данная выборка имеет целенаправленный, а не вероятностный характер, для анализа были выбраны «информационно насыщенные» случаи. Нам было необходимо получить как можно больше идей для детализации модели ПрС, именно поэтому было принято решение использовать небольшую выборку с интенсивным зондированием темы, углублением в тему, применением приемов уточнения, так как это более продуктивно, чем использование большой выборки с поверхностными интервью без зондирования (Weller et al., 2018). С точки зрения культурной модели консенсуса, достаточно от 6 до 8 информантов для получения представлений об исследуемом явлении от одной социальной группы (Romney et al., 1986). По другим данным, 10 информантов достаточно, чтобы «достоверно установить консенсус» (Atran et al., 2005). Серия

интервью проводилась до достижения тематического «насыщения». Также важно подчеркнуть, что интервью было необходимо как дополнительный, а не основной этап составления модели ПрС и не претендует на беспрецедентное выявление всего пула социально-психологических факторов ПрС, статистическую обработку полученных данных и получение количественно подтвержденных связей.

В исследовании принимали участие предприниматели различных статусов:

- «новички», которые находятся на стадии идеи или первичного тестирования своего проекта;
- «успешные» предприниматели, у которых есть опыт запуска эффективно-го, прибыльного и самокупаемого проекта;
- «бойцы», ведущие бизнес при отсутствии успеха;
- «сдавшиеся» предприниматели, которые не имели успешного опыта при запуске проекта и более не имеют желания заниматься предпринимательством.

Сопоставление нарративов предпринимателей различных статусов позволило предположить не только подталкивающие к предпринимательству факторы, но и препятствующие ему.

Для уточнения модели ПрС была также реализована серия из 6 экспертных интервью для обсуждения полученных результатов, в которых принимали участие директор стартап-студии, руководитель акселератора, директор платформы для поддержки предпринимательства, модератор школы управления «Сколково», серийные предприниматели. В результате экспертных интервью удалось уточнить механизм модели ПрС, а именно, движение предпринимателя внутри модели, формулировки этапов, месторасположение и характер воздействия социально-психологических факторов ПрС.

Результаты исследования

На основе нарративов предпринимателей и экспертных интервью мы установили наличие следующих этапов ПрС (подробное описание результатов интервью см. в публикации: Череменская, 2024с).

1. *Наблюдение*, как правило, происходит в детстве (дошкольный и ранний школьный возраст) и является пассивной стадией процесса самоопределения. На этом этапе ребенок наблюдает за предпринимательским делом внутри семьи.
2. *Кризис преждевременного выбора* возникает при формировании у человека первичных представлений о предпринимательстве и найме, которые определяют направленность человека на профессиональном пути.
3. *Первая проба* чаще всего наступает в подростковом возрасте, когда подросток примеряет на себя роль предпринимателя, создавая собственную идею и, в некоторых случаях, даже получая от нее доход.
4. *Кризис старта* включает предпосылки предпринимательской деятельности, которые подталкивают к выбору вести собственный бизнес, а не

- альтернативный профессиональный путь (например, работа по найму) и требует от человека определиться, какой деятельности отдать приоритет (собственному делу, учебе или работе в найме).
5. *Старт проекта* — начало реализации задуманного бизнес-проекта, когда личность выбирает чистую предпринимательскую деятельность, а именно, считает своей главной профессиональной деятельностью именно предпринимательство.
 6. *Кризис прыжка веры* происходит при столкновении с большим количеством препятствий при реализации первого проекта и требует веры в себя, в свой бизнес (Рис, 2015), а также вложения различных ресурсов (финансовых, личностных и др.).
 7. *Масштабирование (тиражирование)* является результатом развития (как вертикального, так и горизонтального), когда вопрос о социально-экономических возможностях встает еще более остро и оформляется в отдельную группу факторов ПрС. Проект развивается, возникающие социально-экономические барьеры могут стать решающими при дальнейшем выборе профессиональной деятельности.
 8. *Кризис плато* характеризуется психологической усталостью предпринимателя, сомнениями, возможной потерей смыслов. При этом, при наличии подталкивающих факторов предыдущего этапа, есть возможность выйти на этап устойчивости.
 9. *Устойчивость* — «финальный» этап, к которому приходит предприниматель. Он доказал своей деятельностью и успешным преодолением кризисов, что является истинным предпринимателем. На данном этапе также происходит развитие предпринимателя и его проекта, о чем можно узнать по предпринимательским намерениям: создание нового бизнес-проекта, реорганизация существующего, уход из «активного» предпринимательства и другие альтернативы.

Каждый этап ПрС сопровождается как подталкивающими к предпринимательству факторами, так и отталкивающими от него. «Сдавшиеся» предприниматели имели отличающиеся нарративы, некоторые факторы самоопределения у них отсутствовали или были представлены в виде обратных (например, не поддержка, а критика близких родственников).

Ниже мы не просто предлагаем сводную модель факторов предпринимательского самоопределения, а соотносим факторы с этапами, которым они преимущественно соответствуют. Благодаря нарративам «успешных» предпринимателей стало известно, как проходят кризисы предпринимательства, когда именно они возникают и что помогает предпринимателю выйти из кризиса. В нарративах «бойцов» и «сдавшихся», напротив, было отмечено, какие факторы стали решающими для остановки предпринимательской деятельности. Так, например, для некоторых стабильность (в качестве отсутствия риска) оказалась важнее «свободы и возможностей», в связи с этим они не вкладывали деньги в развитие проекта или

полностью выходили из него для устройства на работу по найму («найм гораздо проще»). Другие же не смогли справиться с чувством выгорания и усталости («ты занимаешься только своим бизнесом», «как будто не живешь»). Безусловно, примеров, показывающих прохождение определенных этапов ПрС, в прямых цитатах респондентов гораздо больше. Результаты нарративного интервью позволили нам систематизировать модель предпринимательского самоопределения и изучить важнейшие особенности предпринимательского пути, которые будут описаны нами в последующих работах.

Модель предпринимательского самоопределения

Мы предлагаем сводную модель социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения (Таблица 1). Вслед за Э.Ф. Зеером и другими исследователями, подчеркивающими этапность профессионального самоопределения, мы распределили факторы по пяти этапам предпринимательского пути. Этапам присваивается код, зависящий от характера этапа (основной или кризисный) и порядкового номера. Основные этапы имеют коды от Э1 до Э5, кризисные этапы имеют коды от К1 до К4. Вслед за К. Левиным, мы разделяем факторы на средовые и личностные. При этом первые мы делим на факторы микро- и макросреды, а вторые — на поведенческие и внутренние. Рядом с подтвержденными факторами указан источник (фундаментальные работы о профессиональном самоопределении, эмпирические современные исследования ПрС).

Некоторые факторы были выявлены в ходе проведенного нарративного интервью впервые и подлежат дальнейшей эмпирической проверке. Те факторы, которые не упоминаются в исследованиях ПрС, но, тем не менее, были выявлены при анализе интервью, обозначены в таблице знаком «*».

Приведенные в таблице факторы, предположительно, оказывают влияние на ПрС не только на указанном этапе, но и далее на протяжении всего предпринимательского пути. Так, например, полученные в детстве установки о найме и предпринимательстве действуют не только на этапе первого кризиса, но могут оказать влияние на решение о масштабировании или тиражировании бизнес-проекта.

Движение по этапам ПрС нелинейно. Мы предполагаем, что движение предпринимателя имеет спиралевидный характер, и после этапа устойчивости начинается следующий виток предпринимательского пути. Также подчеркнем, что с этапа Э3 предприниматель может двигаться как вперед, так и назад, переходя с этапа устойчивости на этап старта нового проекта. Также движение может быть более радикальным: от предпринимательства в найм и обратно. Так, бывают случаи, когда предприниматель временно уходит от ведения собственных проектов в найм или, в целом, не занимается профессиональной деятельностью, но через какое-то время снова возвращается к предпринимательству, начиная новый виток «по спирали».

Таблица 1
Модель социально-психологических факторов предпринимательского самоопределения

Код	Название этапа	Фактор (вид события)	Составляющие фактора	Исследования фактора	
Э1	Наблюдение	Семья (среда — микросреда)	Наблюдение за близким родственником предпринимателем	(Зеер, 2008; Александра, Верховская, 2015; Farrukh et al., 2017; Akinbode et al., 2018; Дмитриева, 2021)	
			Наблюдение за дальним родственником предпринимателем		
			Наблюдение за близким родственником, работающим в найме*		
			Наблюдение за дальним родственником, работающим в найме*		
К1	Кризис преждевременной идентичности	Установки/отношения (личность — внутреннее)	Наличие творческих игр-занятий, направленных на создание нового	(Зеер, 2008)	
			Сюжетно-ролевые предпринимательские игры		
Э2	Первая проба	Предпринимательское хобби (личность — поведение)	«Найм — как каторга»	(Шумпетер, 1982; Климов, 1990; Ajzen, 1991; Зеер, 2008; Kelley et al., 2011)	
			«Найм съедает все время»		
			«Предпринимательство обеспечивает благополучие» («красивую жизнь»)		
			Предпринимательство как социальный лифт		
			Предпринимательство как слишком сложная занятость		
			«Предпринимателей заботит только свой бизнес» *		
Э2	Первая проба	Предпринимательское хобби (личность — поведение)	Наличие первого занятия в стиле «купи-продай»	(Зеер, 2008)	
			Первый самостоятельный заработок (до 15 лет)	(Дмитриева, 2021)	
			Дефицит денег (среда — микросреда)	Мотивация финансово помочь семье	(Friedman et al., 2012; Кошарная, 2015)
			Стремление к независимости (личность — внутреннее)	Потребность стать независимым от семьи Самостоятельность, самодостаточность (зрелость) в поведении	(Friedman et al., 2012; Кошарная, 2015; Дмитриева, 2021; Мурзина и др., 2021)
			Амбициозность (личность — внутреннее)	Стремление быть лучше других	(Karabulut, 2016; Дмитриева, 2021)

Код	Название этапа	Фактор (вид события)	Составляющие фактора	Исследования фактора
К2	Кризис старта	Иерархия деятельностей (личность — поведение)	Совмещение учебных/ профессиональных деятельностей с бизнес-проектом	(Зеер, Сыманюк, 1997)
		Распределение ресурсов (среда — микросреда)	Нехватка финансовых ресурсов на ведение своего бизнес-проекта*	
			Нехватка времени на ведение своего бизнес-проекта*	
			Нехватка знаний о ведении своего бизнес-проекта	(Shahzad et al., 2021)
		Решение о соотношении деятельностей (личность — внутреннее)	Выбор бизнеса как значимой (самой главной для личности) деятельности	(Зеер, 2008)
		Установка на самостоятельный заработок (личность — внутреннее)	Установка «я могу зарабатывать сам»	(Дмитриева, 2021)
		Предпринимательские идеи (личность — внутреннее)	Наличие идей (планов) о будущем предпринимательском проекте	(Климов, 1990; Зеер, 2008; Дмитриева, 2021)
Э3	Старт проекта	Созидательные намерения (личность — внутреннее)	Стремление создать новый продукт/ услугу, отличающийся от конкурентов	(Кошарная, 2015)
			Желание изменить представления потребителей о продукте или определенной сфере	
		Поддержка близких, окружения (среда — микросреда)	Поддержка/критика членов семьи	(Климов, 1990; Carr, Sequeira, 2007; Янгальшева, 2010; Altinay et al., 2012; Klyver, 2007)
			Поддержка/критика одного (значимого) родственника*	
			Поддержка/критика близкого друга	(Климов, 1990; Калашникова, 2015; Shahzad et al., 2021)
		Поддержка/критика авторитетной личности, наставника	(Shahzad et al., 2021)	
		Поддержка/критика от бизнес-команды	(Александрова, Верховская, 2015; Bellò et al., 2018)	
	Предпринимательское образование (личность — поведение)	Наличие высшего профессионального образования	(Александрова, Верховская, 2015)	

Код	Название этапа	Фактор (вид события)	Составляющие фактора	Исследования фактора	
Э3	Старт проекта	Предпринимательское образование (личность — поведение)	Участие в акселераторах (программах по развитию и поддержке бизнес-проектов)	(Bliel et al., 2019)	
			Предпринимательские курсы (обучение предпринимательскому делу)	(Зеер, 2008; Gerba, 2012; Premand et al., 2016; Miranda et al., 2017; Shahzad et al., 2021; Зельдин, Коршунова, 2021)	
			Знания о предпринимательстве, первоначальная ориентировка (стихийное, неспециализированное образование)	(Кудрявцев, Шегурова, 1983; Климов, 1990; Шафранская, 2019)	
К3	Кризис прыжка веры	Решение о целесообразности деятельности (личность — внутреннее)	Обдумывание целесообразности затраченных на бизнес сил и времени	(Рис, 2015)	
			Дилемма о продолжении бизнеса	(Рис, 2015)	
			Выход из зоны комфорта, сверхресурсы (личность — поведение)	Принятие решений в условиях неопределенности (без гарантии успеха)	(Рис, 2015)
			Подключение дополнительных ресурсов (новые люди в команде, привлечение финансов, ребрендинг и т.д.)	(Зеер, Сыманюк, 1997)	
			Видимые результаты (личность — поведение)	Наличие видимых результатов запуска своего первого бизнес-проекта (финансовых, социальных, созидательных — и др.)	(Бандура, 2000)
Вера в проект (личность — внутреннее)	Доверие интуиции и вера в успех проекта	(Рис, 2015)			
Э4	Масштабирование	Социально-экономические возможности (среда — микро-среда + среда — макросреда)	Наличие финансов на поддержание бизнеса	(Берензон, 2017; Shahzad et al., 2021)	
			Стабильная экономическая ситуация в стране (макрофактор)	(Тима, 1969; Ajzen, 1991)	
			Юридические аспекты*		
		Поддержка бизнес-команды (среда — микросреда)	Наличие поддерживающей бизнес-команды, партнеров	(Александрова, Верховская, 2015; Bellò et al., 2018)	
			Проблемы с бизнес-командой (расхождение целей, возможностей, конфликты)		
		Предпринимательские ценности (личность — внутреннее)	Ценность «интересная работа»	(Шумпетер, 1982; Зеер, 2008; Бушкова-Шиклина, 2009; Кох, Орлов, 2020; Дмитриева, 2021; Мурзина и др., 2021; Журавлев, Череменская, 2023)	
Ценность «материально обеспеченная жизнь»					
Ценность «развитие»					
		Ценность «свобода»			

Код	Название этапа	Фактор (вид события)	Составляющие фактора	Исследования фактора
Э4	Масштабирование	Предпринимательские ценности (личность — внутреннее)	Ценность «успех»	(Литай, 2013; Espiritu-Olmos, Sastre-Castillo, 2015; Karabulut, 2016)
			Ценность «профессионализм»	
			Ценность «созидания» (создание нового и полезного для общества)	
К4	Кризис плато	Состояние плато (личность — внутреннее)	Готовность к риску	(Зеер, Сыманюк, 1997)
			Готовность к риску (личность — внутреннее)	
			Ощущение, что бизнес как будто «застыл на месте» Чувство растерянности Состояние апатии (упадок сил, нежелание проявлять активность)	
		Рождение новых смыслов (личность — внутреннее)	Рождение в бизнесе новых смыслов	(Климов, 1990; Зеер, 2008; Дмитриева, 2021)
			Позиция «над ситуацией» (личность — внутреннее)	
			Умение посмотреть на свой бизнес «сверху» — увидеть его целиком новым взглядом*	
Иновационно-творческая мотивация (личность — внутреннее)	Стремление к созданию нового преобладает над стремлением к материальному достатку, доступному и в найме	(Кошарная, 2015)		
	Видимые результаты (личность — поведение)		Наличие видимых результатов запуска своего(их) бизнес-проекта(ов) (финансовых, социальных, созидательных — и др.) (Бандура, 2000)	
Э5	Устойчивость	Намерения на дальнейшее предпринимательство (личность — внутреннее)	Намерения вести дальше предпринимательскую деятельность	(Климов, 1990; Зеер, 2008)
			Намерения на серийное предпринимательство*	

Table 1
Model of the socio-psychological factors of entrepreneurial self-determination

Code	Stage name	Factor (Type of Event)	Factor Components	Factor Research
S1	Observation	Family (environment — micro environment)	Supervision of a close entrepreneur relative	(Zeер, 2008 (In Russ.); Alexandrov, Verhovskaya, 2015 (In Russ.); Farrukh et al., 2017; Akinbode et al., 2018; Dmitrieva, 2021 (In Russ.))

Code	Stage name	Factor (Type of Event)	Factor Components	Factor Research		
S1	Observation	Family (<i>environment — micro environment</i>)	Supervision of a distant entrepreneur relative	(Zeer, 2008 (In Russ.))		
			Supervision of a close employed relative*			
		Creative activity (<i>personality — behavior</i>)	Creative games aimed at creating something new	(Zeer, 2008 (In Russ.))		
			Entrepreneurial role games			
C1	Crisis of premature identity	Attitude (<i>personality — internal</i>)	Employment as a hard labor	(Schumpeter, 1982 (In Russ.); Klimov, 1990 (In Russ.); Ajzen, 1991; Zeer, 2008 (In Russ.); Kelley et al., 2011)		
			Employment eats all the time			
			Entrepreneurship ensures well-being (“beautiful life”)			
			Entrepreneurship as a social elevator			
			Entrepreneurship as too difficult activity			
S2	First trial	Entrepreneurial hobby (<i>personality — behavior</i>)	The first “buy-sell” activity	(Zeer, 2008 (In Russ.))		
			First independent earnings (<i>personality — behavior</i>)		Early first independent earnings (up to 15 years old)	(Dmitrieva, 2021 (In Russ.))
			Lack of money (<i>environment — micro environment</i>)		Motivation to help the family financially	(Friedman et al., 2012; Kosharnaya, 2015 (In Russ.))
			Desire for independence (<i>personality — internal</i>)		The need to become independent of the family	(Friedman et al., 2012; Kosharnaya, 2015 (In Russ.); Dmitrieva, 2021 (In Russ.); Murzina, 2021 (In Russ.))
					Independence, self-sufficiency (maturity) in behavior	
Ambition (<i>personality — internal</i>)	The desire to be better than others	(Karabulut, 2016; Dmitrieva, 2021 (In Russ.))				
C2	Start crisis	Hierarchy of activities (<i>personality — behavior</i>)	Combining educational/professional activities with a business project	(Zeer, Symanyuk, 1997 (In Russ.))		
			Distribution of resources (<i>environment — micro environment</i>)		Lack of financial resources to conduct one’s business project*	
					Lack of time to conduct one’s business project*	
			Lack of knowledge about running one’s business project	(Shahzad et al., 2021)		

Code	Stage name	Factor (Type of Event)	Factor Components	Factor Research
C2	Start crisis	Decision on the hierarchy of activities (<i>personality — internal</i>)	Choice of business as a significant (most important for a person) activity	(Zeer, 2008 (In Russ.))
		Attitude to self-employment (<i>personality — internal</i>)	Attitude to “I can earn myself”	(Dmitrieva, 2021 (In Russ.))
		Entrepreneurial ideas (<i>personality — internal</i>)	Ideas (plans) about the future entrepreneurial project	(Klimov, 1990 (In Russ.); Zeer, 2008; Dmitrieva, 2021 (In Russ.))
		Creative intentions (<i>personality — internal</i>)	The desire to create a new product/ service that differs from its competitors The desire to change consumers’ perceptions about a product or a certain area	(Kosharnaya, 2015 (In Russ.))
S3	Start of the project	Support of close people, surroundings (<i>environment — micro environment</i>)	Support/criticism of family members	(Klimov, 1990 (In Russ.); Carr, Sequeira, 2007; Yangalysheva, 2010 (In Russ.); Altinay et al., 2012; Klyver, 2007)
			Support/criticism of one (significant) relative*	
			Support/criticism of a close friend	(Klimov, 1990 (In Russ.); Kalashnikova, 2015 (In Russ.); Shahzad et al., 2021)
			Support/criticism of an authoritative person, mentor	(Shahzad et al., 2021)
		Support/criticism from the business team	(Aleksandrova, Verkhovskaya, 2015 (In Russ.); Bellò et al., 2018)	
		Entrepreneurial education (<i>personality — behavior</i>)	The high professional education	(Aleksandrova, Verkhovskaya, 2015 (In Russ.))
			Participation in accelerators (programs for the development and support of business projects)	(Bliemel et al., 2019)
			Entrepreneurial courses (entrepreneurship training)	(Zeer, 2008 (In Russ.); Gerba, 2012; Premand et al., 2016; Miranda et al., 2017; Shahzad et al., 2021; Zeldin, Kors-hunova, 2021 (In Russ.))
Knowledge of entrepreneurship, initial orientation (singentaneous, non-specialized education)	(Kudryavtsev, Shegu-rova, 1983 (In Russ.); Klimov, 1990 (In Russ.); Shafranskaya, 2019 (In Russ.))			

Code	Stage name	Factor (Type of Event)	Factor Components	Factor Research
C3	Crisis of the leap of faith	Decision on the appropriateness of the activity (<i>personality — internal</i>)	Thinking about the feasibility of the effort and time spent on business	(Ries, 2015 (In Russ.))
			Business continuation dilemma	(Ries, 2015 (In Russ.))
		Exit from the comfort zone, extra resources (<i>personality — behavior</i>)	Decision-making under uncertainty (without a guarantee of success)	(Ries, 2015 (In Russ.))
			Connection of additional resources (new people in the team, attracting finances, rebranding, etc.)	(Zeer, Symanyuk, 1997 (In Russ.))
			Visible results of launching your first business project (financial, social, creative — etc.)	(Bandura, 2000 (In Russ.))
S4	Business scaling	Socio-economic opportunities (<i>environment — microenvironment + environment — macro environment</i>)	Availability to maintain business financially	(Berenzon, 2017 (In Russ.); Shahzad et al., 2021)
			Stable economy situation in the country (macrofactor)	(Titma, 1969 (In Russ.); Ajzen, 1991)
			Legal aspects*	
		Business team support (<i>environment — micro environment</i>)	Supporting business team, partners	(Aleksandrova, Verkhovskaya, 2015 (In Russ.); Bellò et al., 2018)
			Problems with the business team (mismatch of goals, opportunities, conflicts)	
		Entrepreneurial values (<i>personality — internal</i>)	“Interesting work” as value	(Shumpeter, 1982 (In Russ.); Zeer, 2008 (In Russ.); Bushkova-Shiklina, 2009 (In Russ.); Koch, Orlov, 2020 (In Russ.); Dmitrieva, 2021 (In Russ.); Murzina, 2021 (In Russ.); Zhuravlev, M.A. Cherevenskaia, 2023 (In Russ.))
			“Materially secure life” as value	
			“Development” value	
			“Freedom” as value	
			“Success” as value	
		“Professionalism” as value		
		Readiness for risk (<i>personality — internal</i>)	Readiness for risk	(Litau, 2013 (In Russ.); Espiritu-Olmos, Sastre-Castillo, 2015; Karabulut, 2016)
C4	Plateau crisis	Plateau internal state (<i>personality — internal</i>)	The feeling that the business seems to be “frozen in place”	(Zeer, Symanyuk, 1997 (In Russ.))
			Feeling of confusion	
		State of apathy (loss of strength, unwillingness to be active)		
		The birth of new meanings (<i>personality — internal</i>)	The birth of new meanings in business	(Klimov, 1990 (In Russ.); Zeer, 2008 (In Russ.); Dmitrieva, 2021 (In Russ.))

Code	Stage name	Factor (Type of Event)	Factor Components	Factor Research
C4	Plateau crisis	Position “over” the situation (<i>personality — internal</i>)	The ability to look at your business “from above” — to see it with a whole new look*	
		Innovative and creative motivation (<i>personality — internal</i>)	The desire to create a new one prevails over the desire for material wealth, affordable in employment as well	(Kosharnaya, 2015 (In Russ.))
		Visible results (<i>personality — behavior</i>)	Visible results of launching one’s business project(s) (financial, social, creative — etc.)	(Bandura, 2000 (In Russ.))
S5	Sustainability	Intentions for future entrepreneurship (<i>personality — internal</i>)	Willingness to continue doing business Intentions for serial entrepreneurship*	(Klimov, 1990 (In Russ.); Zeer, 2008 (In Russ.))

Обсуждение результатов

Набор факторов для составления модели был получен с помощью нескольких методов: анализа теорий профессионального самоопределения и эмпирических исследований о предпринимательстве, анализа тематических кластеров карты социально-психологических исследований предпринимательства, результатов нарративного и экспертного интервью.

Как видно из Таблицы 1, не все перечисленные факторы в равной степени были изучены и подтверждены в эмпирических исследованиях. Так, фактор «ценности» (этап Э4) изучен и другими исследователями (Журавлев, Череменская, 2023), фактор семьи (Э1) и поддержки близких (Э3) часто фигурирует в качестве предмета исследования у зарубежных психологов (Altinay et al., 2012; Carr, Sequeira, 2007).

Приведенный список авторов исследований факторов ПрС не является исчерпывающим, а носит, скорее, ориентировочный характер для формирования представлений о том, какие факторы изучены больше, а какие не исследованы совсем. Тем не менее, каждый год публикуется множество работ, описывающих факторы ПрС, при этом не все зарубежные исследования переведены на английский язык или представлены на международных порталах поиска научной литературы. Вполне вероятно, что в ближайшие годы станет возможным усилить данную таблицу примерами новых исследований.

Можно заметить, что в таблице почти не встречаются факторы, связанные с личностью предпринимателя, с его чертами характера. Предпринимательские черты характера уже были широко изучены, но и в настоящее время являются актуальным направлением социально-психологических исследований (Череменская, 2024а). Несмотря на то, что такие черты предпринимателя, как внутренний локус контроля, самооффективность, склонность к риску, кажутся нам вполне

социально-психологическими, все же мы относим изучение черт предпринимателя к другим отраслям психологии, в частности, психологии личности. В нашем случае мы сосредотачиваемся не столько на личности предпринимателя, сколько на его профессиональном пути, который включает влияние агентов и институтов социализации, различные кризисные феномены, мотивационные и эмоциональные аспекты предпринимательского самоопределения. Мы предполагаем, что формирование личности предпринимателя в процессе его профессионального пути заслуживает отдельного исследования.

Также мы обращаем внимание на то, что модель была получена преимущественно путем теоретического анализа существующих работ о ПрС и дополнена качественными данными нарративного интервью и последующим экспертным анализом модели. Мы полагаем, что на данном этапе полученная модель имеет ориентировочный характер, и ей необходима также статистическая проверка. На основе данной модели возможно построение опросника, который позволит вовлечь в исследование большее количество респондентов, подтвердить полученные факторы ПрС или же внести в модель соответствующие коррективы.

Заключение и выводы

Мы предлагаем сводную таблицу социально-психологических факторов, которые в совокупности представляют модель предпринимательского самоопределения. Согласно предложенной модели, профессиональный путь предпринимателя представлен девятью последовательными этапами — от наблюдения к устойчивости и подразумевает успешное прохождение четырех кризисов: «преждевременной идентичности», «старта», «прыжка веры» и «плато». Каждый этап и кризис сопровождается рядом факторов, которые способствуют выбору предпринимательства в качестве основной профессиональной деятельности.

На основе полученной сводной таблицы возможно построение опросника для эмпирической проверки факторов предпринимательского самоопределения. Составление такого опросника и его валидизация являются нашими перспективами для дальнейшей исследовательской работы. Таким образом, мы предполагаем создать эмпирическую модель предпринимательского самоопределения, которая состоит из описанных этапов, каждый из которых включает набор социально-психологических факторов.

Список литературы

- Александрова, Е.А., Верховская, О.Р. (2015). Предпринимательские намерения в России: Эмпирический анализ. *Российский журнал менеджмента*, 13(2), 3–28.
- Бандура, А. (2000). Теория социального научения. Санкт-Петербург: Изд-во «Евразия».
- Берензон, П.В. (2017). Проблемы и направления развития молодежного предпринимательства в Санкт-Петербурге. *Евразийский союз ученых*. URL: <http://euroasia-science.ru/>

ekonomicheskie-nauki/proWemy-i-mpravleniya-razvitiya-molodezhnogo-predprnimatelstva-v-sankt-peterburge/ (дата обращения: 05.05.2019).

Бушкова-Шиклина, Э.В. (2009). Ценности менеджмента и предпринимательства: социологический анализ. *Вестник Вятского гос. ун-та*, 1(2), 12–14.

Дмитриева, В.А. (2021). Жизненный путь молодого предпринимателя как проекция социально-психологических особенностей личности. *Человеческий капитал*, (6), 140–153.

Журавлев, А.В., Череменская, М.А. (2023). Сравнительный анализ ценностей у предпринимателей традиционного бизнеса и основателей стартапов. *Вестник Московского университета. Серия 14 Психология*, 46(3), 216–238. <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-34>

Зеер, Э.Ф. (2008). Психология профессий: Учеб. пособие для студентов вузов. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: Изд-во «Академический Проект».

Зеер, Э.Ф., Сыманюк, Э.Э. (1997). Кризисы профессионального становления личности. *Психологический журнал*, 18(6), 35–44.

Зельдин, М.Л., Коршунова, М.Р. (2021). Формирование предпринимательского намерения у представителей разных профессий и оценка роли образования. *Экономика, предпринимательство и право*, 11(5), 1211–1236.

Калашникова, А.А. (2015). Влияние общения со сверстниками на профессиональное самоопределение старшеклассников. *Бюллетень медицинских интернет-конференций*, 5(5), 570.

Климов, Е.А. (1990). Как выбирать профессию. Москва: Изд-во «Просвещение».

Кох, И.А., Орлов, В.А. (2020). Ценности и профессиональное самоопределение студенческой молодежи. *Образование и наука*, 22(2), 141–168. <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2020-2-141-168>

Кошарная, Г.Б. (2015). Мотивация современных российских предпринимателей. *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки*, 36(4), 146–154.

Кудрявцев, Т.В., Шегурова, В.Ю. (1983). Психологический анализ динамики профессионального самоопределения личности. *Вопросы психологии*, (2), 51–59.

Литау, Е.Я. (2013). Функциональная дифференциация предпринимателя и менеджера и ее значение для процесса становления системы управления малыми развивающимися предприятиями. *Актуальные вопросы экономических наук*, (34), 42–50.

Логинова, Н.А. (1978). Развитие личности и ее жизненный путь. В кн.: Принцип развития в психологии. Под ред. Л.И. Анциферовой. (С. 156–166). Москва: Изд-во «Наука».

Мурзина, Ю.С., Позняков, В.П., Дьячков, С.М., Язовских, А.В. (2021). Сравнительный анализ ценностных ориентаций владельцев малого бизнеса с разной продолжительностью работы компаний на рынке. *Организационная психология*, 11(4), 9–35.

Поваренков, Ю.П. (2014). Психологическое содержание профессионального самоопределения личности: системно-генетический подход. *Ярославский психологический вестник*, 2(2), 211–217.

Рис, Э. (2015). Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. Москва: Изд-во «Альпина Пабlishер».

Рубинштейн, С.Л. (2000). Основы общей психологии. Санкт-Петербург: Изд-во «Питер».

Титма, М.Х. (1969). Факторы, влияющие на выбор профессии. *Проблемы профориентации и профконсультации в школе*, 25–33.

Череменская, М.А. (2024а). Актуальные направления исследований предпринимательства в социальной психологии: карта научного ландшафта. *Вестник Московского университета. Серия 14 Психология*, 47(1), 245–262. <https://doi.org/10.11621/LPJ-24-11>

Череменская, М.А. (2024б). Подходы к пониманию профессионального самоопределения в социальной психологии. *Национальный психологический журнал*, 19(1), 90–100. <https://doi.org/10.11621/npj.2024.0106>

Череменская, М.А. (2024с). Модель предпринимательского самоопределения (на основе нарративного интервью). *Научное мнение*, (7–8), 82–93. https://doi.org/10.25807/22224378_2024_7-8_82

Шафранская, И.Н. (2019). Можно ли научить предпринимательству: факторы формирования предпринимательских намерений студентов. *Университетское управление: практика и анализ*, 23(3), 79–93.

Шумпетер, Й. (1982). Теория экономического развития. Москва: Изд-во «Прогресс».

Эриксон, Э. (1996). Идентичность: юность и кризис. Под ред. А.В. Толстых. Москва: Изд-во «Прогресс».

Янгальшева, Г.Х. (2010). Влияние семьи как социального фактора на профессиональное самоопределение молодежи. *Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд*, (1–2), 286–290.

Akinbode, M.O., Maxwell, A.O., Adeniji, C.G. (2018). The Role of Prior Family Business Background on Entrepreneurial Intentions. *Covenant Journal of Entrepreneurship*, 2(1), 1–14.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499.

Atran, S., Medin, D.L., Ross, N.O. (2005). The Cultural Mind: Environmental Decision Making and Cultural Modeling within and across Populations. *Psychological Review*, 112(4), 744–776.

Bellò, B., Mattana, V., Loi, M. (2018). The power of peers: A new look at the impact of creativity, social context and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 214–233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0205>

Bliemel, M., Flores, R., De Klerk, S., Miles, M.P. (2019). Accelerators as start-up infrastructure for entrepreneurial clusters. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(1–2), 133–149. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1537152>

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>

Boyle, R., Magor, M. (2008). A nation of entrepreneurs? Television Social Change and the Rise of the Entrepreneur. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 4(2), 125–144.

Carr, J.C., Sequeira, J.M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.

- Dennett, D.C. (1987). *The intentional stance*. London: MIT Press.
- Espiritu-Olmos, R., Sastre-Castillo, M.A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(7), 1595–1598.
- Farrukh, M., Khan, A.A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., Soladoye, B.S.A. (2017). Entrepreneurial intentions: The role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>
- Friedman, B.A., Aziz, N., Keles, I., Sayfullin, S. (2012). Predictors of Students' Desire to be an Entrepreneur: Kyrgyzstan, Georgia, and the United States. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 5(9), 129–140.
- Gerba, D.T. (2012). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(2), 258–277. <https://doi.org/10.1108/20400701211265036>
- Karabulut, A.T. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*, (229), 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kelley, D., Bosma, N.S., Amorós, J.E. (2011). Global entrepreneurship monitor 2010 executive report, 1–183. URL: <http://construcell.com/wp-content/uploads/2011/07/GEM.pdf> (accessed: 14.04.2024).
- Klyver, K. (2007). Shifting family involvement during the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(5), 258–277.
- Krueger, N.F., Carsrud, A.L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330.
- Kusumawijaya, I.K., Astuti, P., Sunarta, I. (2021). Exploring Creativity, Self Confidence And Entrepreneurial Training: The Determinant Of Entrepreneurial Intention Among Students. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 217–232. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2021.v15.i02.p05>
- Lewin, K. (1935). *A Dynamic theory of personality*. Selected Papers. New York; London: McGraw-Hill Publ.
- Meneghetti, A. (2011). *I giovani e l'etica ontica*. Roma: Psicologica Editrice Publ.
- Miranda, F.J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>
- Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., Barouni, M. (2016). Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. *World Development*, (77), 311–327. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.08.028>
- Romney, A.K., Batchelder, W.H., Weller, S.C. (1986). "Culture as Consensus: A Theory of Culture and Informant Accuracy." *American Anthropologist*, 88(2), 313–338. <https://doi.org/10.1525/aa.1986.88.2.02a00020>
- Rosenthal, G. (1995). *Erlebte und erzählte Lebensgeschichte*. Frankfurt: Campus Publ.
- Schuetze, F. (1983). Biographieforschung und narratives Interview. *Neue Praxis*, (3), 283–293. <https://doi.org/10.2307/j.ctvdf09cn.6>

Shahzad, M.F., Khan, K.I., Saleem, S., Rashid, T. (2021). What Factors Affect the Entrepreneurial Intention to Start-Ups? The Role of Entrepreneurial Skills, Propensity to Take Risks, and Innovativeness in Open Business Models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 173. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030173>

Waterman, A.S. (1999). Identity, the identity statuses, and identity status development: A contemporary statement. *Developmental Review*, 19(4), 591–621.

Weller, S.C., Vickers, B., Bernard, H.R., Blackburn, A.M., Borgatti, S., Gravlee, C.C., Johnson, J.C. (2018). Open-Ended Interview Questions and Saturation. *PLoS ONE*, 13(6), e0198606. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0198606>

References

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Akinbode, M.O., Maxwell, A.O., Adeniji, C.G. (2018). The role of prior family business background on entrepreneurial intentions. *Covenant Journal of Entrepreneurship*, 2(1), 1–14.

Aleksandrova, E.A., Verkhkovskaya, O.R. (2015). Entrepreneurial intentions in Russia: Empirical analysis. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta = Russian Management Journal*, 13(2), 3–28. (In Russ.)

Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499.

Atran, S., Medin, D.L., Ross, N.O. (2005). The cultural mind: Environmental decision making and cultural modeling within and across populations. *Psychological Review*, 112(4), 744–776.

Bandura, A. (2000). Theory of social learning. St. Petersburg: Eurasia Publ. (In Russ.)

Bellò, B., Mattana, V., Loi, M. (2018). The power of peers: A new look at the impact of creativity, social context, and self-efficacy on entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 214–233. <https://doi.org/10.1108/IJEER-07-2016-0205>

Berenzon, P.V. (2017). Problems and directions of development of youth entrepreneurship in St. Petersburg. Eurasian Union of Scientists. *Evraziyskiy soyuz uchenykh = Eurasian Union of Scientists*. (In Russ.). URL: <http://euroasia-science.ru/ekonomicheskie-nauki/proWemy-i-mpravleniya-razvitiya-molodezhnogo-predprimitelstva-v-sankt-peterburge/> (accessed: 05.05.2019).

Bliemel, M., Flores, R., De Klerk, S., Miles, M.P. (2019). Accelerators as start-up infrastructure for entrepreneurial clusters. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(1–2), 133–149. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1537152>

Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.2307/258091>

Boyle, R., Magor, M. (2008). A nation of entrepreneurs? Television social change and the rise of the entrepreneur. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 4(2), 125–144.

Bushkova-Shiklina, E.V. (2009). Values of management and business undertakings: sociological analysis. *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo universiteta = Bulletin of Vyatka State University*, 1(2), 12–14. (In Russ.)

Carr, J.C., Sequeira, J.M. (2007). Prior family business exposure as intergenerational influence and entrepreneurial intent: A theory of planned behavior approach. *Journal of Business Research*, 60(10), 1090–1098.

Cheremenskaia, M.A. (2024a). Current Directions of Entrepreneurship Research in Social Psychology: a Map of the Scientific Landscape. *Moscow University Bulletin. Series 14. Psychology*, 47(1), 245–262. (In Russ.). <https://doi.org/10.11621/LPJ-24-11>

Cheremenskaia, M.A. (2024b). Approaches to professional self-determination in social psychology. *National Psychological Journal*, 19(1), 90–100. (In Russ.). <https://doi.org/10.11621/npj.2024.0106>

Cheremenskaia, M.A. (2024c). A model of entrepreneurial self-determination (based on narrative interview). *Nauchnoe mnenie = Scientific Opinion*, (7–8), 82–93. (In Russ.). https://doi.org/10.25807/22224378_2024_7-8_82

Dennett, D.C. (1987). *The intentional stance*. London: MIT Press.

Dmitrieva, V.A. (2021). The life path of a young entrepreneur as a projection of socio-psychological personality traits. *Chelovecheskiy kapital = Human Capital*, (6), 140–153. (In Russ.)

Espiritu-Olmos, R., Sastre-Castillo, M.A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68(7), 1595–1598.

Erikson, E. (1996). *Identity: Youth and crisis*. In: A.V. Tolstykh, (ed.). Moscow: Progress Publ. (In Russ.)

Farrukh, M., Khan, A.A., Shahid Khan, M., Ravan Ramzani, S., Soladoye, B.S.A. (2017). Entrepreneurial intentions: The role of family factors, personality traits and self-efficacy. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 13(4), 303–317. <https://doi.org/10.1108/WJEMSD-03-2017-0018>

Friedman, B.A., Aziz, N., Keles, I., Sayfullin, S. (2012). Predictors of students' desire to be an entrepreneur: Kyrgyzstan, Georgia, and the United States. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 5(9), 129–140.

Gerba, D.T. (2012). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(2), 258–277. <https://doi.org/10.1108/20400701211265036>

Kalashnikova, A.A. (2015). The influence of peer communication on the professional self-determination of high school students. *Byulleten' meditsinskikh internet-konferentsii = Bulletin of Medical Internet Conferences*, 5(5), 570. (In Russ.)

Karabulut, A.T. (2016). Personality traits on entrepreneurial intention. *Procedia — Social and Behavioral Sciences*, (229), 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>

Kelley, D., Bosma, N.S., Amorós, J.E. (2011). *Global entrepreneurship monitor 2010 executive report*. URL: <http://construcell.com/wp-content/uploads/2011/07/GEM.pdf> (accessed: 14.04.2024).

Klimov, E.A. (1990). *How to choose a profession*. Moscow: Prosveshchenie Publ. (In Russ.)

Klyver, K. (2007). Shifting family involvement during the entrepreneurial process. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 13(5), 258–277.

Koch, I.A., Orlov, V.A. (2020). Values and professional self-determination of students. *Obrazovanie i nauka = Education and Science*, 22(2), 141–168. (In Russ.). <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2020-2-141-168>

Kosharnaya, G.B. (2015). Motivation of modern Russian entrepreneurs. *Izvestiya vysshikh uchebnykh zavedeniy. Povolzhskiy region. Obshchestvennye nauki = Bulletin of Higher Educational Institutions. Volga Region. Social Sciences*, 36(4), 146–154. (In Russ.)

Krueger, N.F., Carsrud, A.L. (1993). Entrepreneurial intentions: Applying the theory of planned behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5(4), 315–330.

Kudryavtsev, T.V., Shegurova, V.Y. (1983). Psychological analysis of the dynamics of professional self-determination of the individual. *Voprosy psikhologii = Issues of Psychology*, (1), 56–64. (In Russ.)

Kusnezov, N.N. (2021). Personal and professional determinants of the formation of a professional orientation of a personality. *Voprosy psikhologii = Issues of Psychology*, (5), 44–54. (In Russ.)

Kusumawijaya, I.K., Astuti, P., Sunarta, I. (2021). Exploring Creativity, Self Confidence And Entrepreneurial Training: The Determinant Of Entrepreneurial Intention Among Students. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 217–232. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2021.v15.i02.p05>

Lewin, K. (1935). *A Dynamic theory of personality. Selected Papers*. New York; London: McGraw-Hill Publ.

Litau, E.Ya. (2013). Functional differentiation of the entrepreneur and manager and its significance for the process of forming a management system for small developing enterprises. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk = Topical Issues of Economic Sciences*, (34), 42–50. (In Russ.)

Loginova, N.A. (1978). Personality development and its life path. In: L.I. Antsiferova, (ed.). *The principle of development in psychology*. (pp. 156–166). Moscow: Nauka Publ. (In Russ.)

Meneghetti, A. (2011). *Giovani E L'etica Ontica*. Roma: Psicologica Editrice Publ.

Miranda, F.J., Chamorro-Mera, A., Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23(2), 113–122. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.01.001>

Murzina, Yu.S., Poznyakov, V.P., Dyachkov, S.M., Yazovskikh, A.V. (2021). Comparative analysis of value orientations of small business owners with different company duration on the market. *Organizatsionnaya psikhologiya = Organizational Psychology*, 11(4), 9–35. (In Russ.)

Povarenkov, Yu.P. (2014). Psychological content of professional self-determination of the personality: a systemic-genetic approach. *Yaroslavskiy psikhologicheskij vestnik = Yaroslavl Psychological Bulletin*, 2(2), 211–217. (In Russ.)

Premand, P., Brodmann, S., Almeida, R., Grun, R., Barouni, M. (2016). Entrepreneurship Education and Entry into Self-Employment Among University Graduates. *World Development*, (77), 311–327. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2015.08.028>

Ries, E. (2015). *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*. Moscow: Alpina Publ. (In Russ.)

Romney, A.K., Batchelder, W.H., Weller, S.C. (1986). Culture as Consensus: A Theory of Culture and Informant Accuracy. *American Anthropologist*, 88(2), 313–338. <https://doi.org/10.1525/aa.1986.88.2.02a00020>

Rosenthal, G. (1995). *Erlebte und erzählte Lebensgeschichte*. Frankfurt: Campus Publ.

Rubinstein, S.L. (2000). *Fundamentals of General Psychology*. St. Petersburg: Piter Publ. (In Russ.)

Shafranskaya, I.N. (2019). Can entrepreneurship be taught: factors in the formation of entrepreneurial intentions of students. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz = University Management: Practice and Analysis*, 23(3), 79–93. (In Russ.)

Schumpeter, J. (1982). *The Theory of Economic Development*. Moscow: Progress Publ. (In Russ.)

Schuetze, F. (1983). Biographieforschung und narratives Interview. *Neue Praxis*, (3), 283–293. <https://doi.org/10.2307/j.ctvdf09cn.6>

Shahzad, M.F., Khan, K.I., Saleem, S., Rashid, T. (2021). What Factors Affect the Entrepreneurial Intention to Start-Ups? The Role of Entrepreneurial Skills, Propensity to Take Risks, and Innovativeness in Open Business Models. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 173. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030173>

Titma, M.Kh. (1969). Factors influencing career choice. *Problemy proforientatsii i profkonsultatsii v shkole = Problems of Vocational Guidance and Counseling in Schools*, 25–33. (In Russ.)

Yangalysheva, G.Kh. (2010). The influence of the family as a social factor on the professional self-determination of youth. *Sovremennye tendentsii v ekonomike i upravlenii: novyy vzglyad = Modern Trends in Economics and Management: A New Look*, (1–2), 286–290. (In Russ.)

Waterman, A.S. (1999). Identity, the identity statuses, and identity status development: A contemporary statement. *Developmental Review*, 19(4), 591–621.

Weller, S.C., Vickers, B., Bernard, H.R., Blackburn, A.M., Borgatti, S., Gravlee, C.C., Johnson, J.C. (2018). Open-Ended Interview Questions and Saturation. *PLoS ONE*, 13(6), e0198606. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0198606>

Zeer, E.F. (2008). *Psychology of professions: A textbook for university students revised*. Moscow: Akademicheskii Proekt Publ. (In Russ.)

Zeer, E.F., Symanyuk, E.E. (1997). Crises of professional development of personality. *Psihologicheskij zhurnal = Psychological Journal*, 18(6), 35–44. (In Russ.)

Zel'din, M.L., Korshunova, M.R. (2021). Formation of entrepreneurial intention among representatives of different professions and assessment of the role of education. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo = Economics, Entrepreneurship and Law*, 11(5), 1211–1236. (In Russ.)

Zhuravlev, A.V., Cheremenskaia, M.A. (2023). Comparative analysis of the values of traditional business entrepreneurs and startup founders. *Lomonosov Psychology Journal*, 46(3), 216–238. (In Russ.). <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-34>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Мария Андреевна Череменская, аспирант кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, Москва, Российская Федерация, egiazarovama@my.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9441-1350>

ABOUT THE AUTHOR

Maria A. Cheremenskaia, Postgraduate Student in Psychology at the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, egiazarovama@my.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9441-1350>

Поступила: 10.03.2024; получена после доработки: 19.06.2024; принята в печать: 16.08.2024.
Received: 10.03.2024; revised: 19.06.2024; accepted: 16.08.2024.