

ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ КУЛЬТУРЫ СРЕДИ МОЛОДЕЖИ

FORMATION OF ENTREPRENEURIAL CULTURE AMONG YOUTH

F. Safiullina

Summary. The article examines the formation of entrepreneurial culture among young people amid modern socio-economic transformations. Special attention is paid to the role of higher education institutions in developing entrepreneurial thinking, competencies, and students' motivation for business activities. Barriers hindering youth entrepreneurship, including lack of knowledge, resources, and mentoring, are analyzed. The paper proposes mechanisms and tools for integrating entrepreneurship education into the academic environment as a means of shaping sustainable behavior patterns and supporting youth professional self-realization.

Keywords: entrepreneurship, youth, entrepreneurial culture, entrepreneurial thinking, higher education, students, professional self-realization.

Сафиуллина Фарида Рафисовна

Кандидат социологических наук,
старший преподаватель, Казанский государственный
энергетический университет
far491@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются особенности формирования предпринимательской культуры среди молодежи в условиях современной социально-экономической трансформации. Акцент сделан на роли высших учебных заведений в развитии предпринимательского мышления, формировании деловых компетенций и мотивации студентов к предпринимательской активности. Проанализированы барьеры, препятствующие реализации молодежных бизнес-инициатив, включая дефицит знаний, ресурсов и наставничества. Предложены механизмы и инструменты интеграции предпринимательского образования в образовательную среду как способ формирования устойчивых моделей поведения и профессиональной самореализации молодежи.

Ключевые слова: предпринимательство, молодежь, предпринимательская культура, предпринимательское мышление, высшее образование, студенты, профессиональная самореализация.

Предпринимательская деятельность сегодня рассматривается как один из ключевых механизмов обеспечения экономической устойчивости и прогресса. В условиях современной социально-экономической трансформации особое внимание со стороны государства и институтов развития сосредоточено на стимулировании молодежного предпринимательства. Это обусловлено тем, что от качеств и потенциала подрастающего поколения во многом зависит вектор и динамика развития любого общества. Современные реалии в России, включая нестабильность внешнеполитической обстановки, необходимость внутренней консолидации ресурсов и повышение эффективности экономической модели, требуют активного вовлечения молодежи как главного носителя инновационного потенциала.

Молодое поколение традиционно рассматривается как наиболее динамичная и восприимчивая к изменениям часть социума. Однако процесс формирования жизненных ориентиров, в том числе и предпринимательских, часто оказывается вне поля системного внимания — как со стороны образовательных учреждений, так и институтов социализации. Молодежь как социальная группа характеризуется высокой степенью адаптивности, креативности, стремлением к новизне и готовностью к принятию разумных рисков. Эти особенности

делают её важнейшим ресурсом для создания новой волны предпринимателей, способных оперативно реагировать на вызовы времени.

Особую исследовательскую значимость представляет анализ предпринимательских установок студенческой молодежи. Именно в этот период жизни начинают формироваться основы предпринимательского мышления, определяются мотивации, стратегии поведения и отношение к риску и новаторству. Предпринимательская культура вкупе с внутренними трудовыми установками служит мощным стимулом к проявлению деловой активности среди молодежи. Она формирует ценности, поведенческие модели и установки, способствующие созданию собственного бизнеса, участию в инновационных проектах и экономических инициативах. В этой связи важную роль приобретает система высшего образования, обеспечивающая не только передачу знаний, но и формирование у студентов личных и профессиональных качеств, необходимых для успешного включения в предпринимательскую среду. Университеты становятся катализаторами формирования предпринимательских компетенций и запускают механизмы социализации, способствующие профессиональной самореализации молодежи.

Под внешними факторами в контексте развития предпринимательской деятельности принято рассма-

тривать совокупность внешнеэкономических и социокультурных условий, которые прямо или косвенно воздействуют на процессы становления и функционирования бизнеса в отдельных регионах и государствах в целом [1, с. 81]. На сегодняшний день общество находится в процессе интенсивной трансформации, связанной с переоценкой базовых ориентиров, пересмотром стратегических целей, а также с поиском эффективных подходов и механизмов, направленных на повышение результативности реализуемых социальных инициатив [2, с. 124]. Современной российской молодежи предстоит адаптироваться к жизни в условиях многослойных социально-экономических вызовов, обусловленных внешнеполитическим давлением, введением санкционных ограничений и снижением доступности западных научно-технических разработок [3, с. 41]. При этом глобальная экономика функционирует под воздействием комплекса разнонаправленных факторов, которые могут не только способствовать ускорению экономического роста, но и привести к глубоким структурным изменениям в распределении приоритетов между ключевыми секторами производственной и финансовой систем [4, с. 111].

Молодые люди, как специфическая социально-демографическая категория, при попытке начать предпринимательскую деятельность нередко сталкиваются с множеством трудностей и ограничений. Эта группа населения считается одной из наиболее уязвимых на рынке труда, что объясняется, прежде всего, ограниченным профессиональным опытом и, как следствие, пониженной конкурентоспособностью [5]. В связи с этим актуальной задачей становится преодоление тех препятствий, которые существенно осложняют молодежи путь в сфере бизнеса. К числу таких преград по мнению И.А. Соловьевой относятся нехватка практических навыков, ограниченный доступ к финансовым ресурсам, а также дефицит полезных контактов и деловых партнерств [4, с. 115]. Согласно исследованию М.Ю. Абабковой и О.О. Васильевой ключевыми проблемами, препятствующими созданию собственного дела, молодые респонденты назвали отсутствие стартового капитала, сложности административного характера и нехватку эффективной государственной поддержки [6, с. 32]. Особенно остро ощущается дефицит финансирования, поскольку именно невозможность привлечения первоначальных инвестиций чаще всего становится решающим фактором, сдерживающим реализацию предпринимательских намерений у молодежи.

Период юности традиционно ассоциируется с высоким уровнем жизненной энергии, стремлением к самореализации, гибкостью мышления и выраженной склонностью к творческому поиску. Представители молодого поколения в этот жизненный этап особенно остро нуждаются в систематизации образовательного опыта и в обретении собственной идентичности. На этом фоне

включение предпринимательских установок и моделей поведения в образовательный процесс может играть важную роль в развитии у молодежи таких качеств, как инициативность, креативность, способность к принятию решений в условиях неопределенности и готовность идти на разумный риск [7, с. 42]. При этом ключевая роль в формировании предпринимательского мышления принадлежит педагогам. Несмотря на сложности, которые возникают в процессе внедрения инновационных подходов в обучение, преподаватели способны направлять молодежные сообщества к осмыслению перспектив будущей профессиональной самореализации, включая путь предпринимательства [8]. Своевременное включение в образовательные программы информации о предпринимательстве способствует формированию у студентов готовности к вхождению в деловую среду, а также развитию предпринимательской культуры на уровне учебных заведений. Однако, согласно результатам международного исследования GUESSS, около 60 % студентов отметили, что в рамках их университетского образования не было предусмотрено ни одного курса, посвященного предпринимательской деятельности [9, с. 583], что указывает на необходимость более активного внедрения таких дисциплин в учебный процесс.

В современной научной мысли предпринимательство трактуется как важнейший институт рыночной экономики, обладающий как экономическим, так и социокультурным измерением. Оно выходит за рамки создания новых коммерческих структур, представляя собой механизм, способствующий экономическому росту, повышению качества жизни, усилению инновационного потенциала и устойчивому развитию общества [4, с. 111]. Сегодня предпринимательство рассматривается как сложная и многослойная экосистема, включающая широкий спектр участников: от частных собственников до государственных и регулирующих органов, а также образовательных учреждений [9, с. 583]. Такое взаимодействие различных субъектов обеспечивает динамичность экономического процесса и адаптивность к изменяющимся условиям внешней среды. На уровне государственной политики особое значение приобретает создание благоприятной институциональной среды для развития бизнеса, особенно в регионах [10, с. 178]. Поддержка предпринимательской инициативы и формирование эффективной инфраструктуры содействуют не только росту занятости, но и стимулируют инновационную активность, укрепляя экономическую устойчивость территорий.

Особое место в этой системе занимает молодежное предпринимательство, которое сегодня рассматривается как одно из наиболее перспективных направлений развития малого и среднего бизнеса в России. В условиях ограниченных экономических возможностей, особенно в регионах с низким уровнем доходов, создание

собственного дела становится для молодых людей альтернативным способом решения проблем занятости и социальной реализации [11, с. 608]. Индивидуальная предпринимательская инициатива открывает возможности для восходящей социальной мобильности, помогает реализовать профессиональный и личностный потенциал [12, с. 104]. Желание обрести независимость от наемного труда и взять на себя ответственность за собственную судьбу становится важным мотивом в выборе предпринимательской траектории [1, с. 81]. Более того, вовлеченность в бизнес-процессы способствует формированию у молодежи уверенности в себе, развитию лидерских качеств и способности самостоятельно принимать решения в условиях неопределенности и конкуренции.

Формально-рациональный тип мышления, присущий как ученому, так и предпринимателю, формирует их способность действовать в условиях неопределенности и риска. Однако, в отличие от исследователя, вдохновляемого научным озарением, предприниматель полагается на интуицию, творческий подход и стратегическое чутьё, нередко проявляющееся в виде оригинальных идей и «коммерческой интуиции». Без этих качеств он рискует остаться лишь исполнителем чужих решений, а не создателем новых бизнес-моделей [13, с. 295]. Одним из ключевых факторов, препятствующих полноценному признанию предпринимательства в молодежной среде, является укоренившееся негативное восприятие предпринимательской инициативы, особенно под влиянием критического отношения к культурным практикам, заимствованным с Запада [14, с. 320]. Такая культурная предвзятость формирует недоверие к предпринимательству как к сфере, требующей новаторства и смелости.

Особо важно учитывать и влияние национального менталитета. Например, в Китае распространен страх перед неудачей, что тормозит стремление молодежи к предпринимательской деятельности, воспринимаемой как нестабильный и рискованный карьерный путь [15, с. 25]. Страх неудачи ограничивает инициативность и снижает готовность к экспериментам, которые составляют основу предпринимательского подхода. Дополнительное значение имеет и гендерная идентичность. Социально обусловленные установки по-прежнему влияют на восприятие предпринимательства как преимущественно мужской сферы. Женщины, ориентирующиеся на традиционно мужские поведенческие модели, чаще демонстрируют готовность к предпринимательству и формируют карьерные намерения в этой области [16, с. 1053].

Формирующаяся с ранних лет образовательная среда, к сожалению, не способствует развитию предпринимательских навыков. Общая система школьного образования преимущественно фокусируется на подго-

товке к стандартизированным проверочным заданиям, а не на развитии системного мышления и способности к нестандартному решению задач [17, с. 93]. Это тормозит становление предпринимательской инициативы у молодежи. Высшие учебные заведения также в недостаточной степени включены в процесс обучения предпринимательству. В университетской практике слабо представлены программы, направленные на развитие предпринимательского мышления и установок, соответствующих реальным условиям рынка [8]. Большинство вузовских курсов изолированы от практической среды, а сами студенты не получают необходимых инструментов для осознанного старта в бизнесе. Создание эффективных образовательных продуктов в сфере предпринимательства продолжает вызывать затруднения. Мало того, при отсутствии надлежащей методологической базы образовательные усилия могут даже снизить мотивацию студентов к ведению бизнеса, если будут восприниматься как теоретические, оторванные от жизни [18]. Однако, правильно выстроенное обучение способно показать, что неудачи — это не конец, а часть процесса, приводящего к успеху. Оно формирует устойчивость, способность извлекать уроки и продолжать движение вперед.

Предпринимательский потенциал значительной части молодежи, особенно в сельской местности, остаётся нереализованным. Важной причиной является недостаток правовых знаний, слабая информированность о доступных мерах поддержки и отсутствии навыков в экономико-правовой сфере [19, с. 13]. Молодые люди сталкиваются с нехваткой базовой информации и инструментов, необходимых для начала бизнеса. Среди главных затруднений, обозначаемых самими молодыми предпринимателями, — нехватка практического опыта, слабая подготовка в области экономики и финансов, а также отсутствие наставничества и устойчивых деловых связей [3, с. 42]. Стартовать бизнес сегодня технически проще, чем удержать его в рабочем состоянии — для этого необходимы не только ресурсы, но и развитый социальный капитал [12, с. 108]. Одной из существенных институциональных проблем остаётся фрагментарность государственной поддержки молодежного предпринимательства. На федеральном уровне отсутствует цельная система инструментов, программ и механизмов сопровождения, что осложняет формирование устойчивой предпринимательской среды для молодежи [20, с. 6]. Решение указанных проблем требует комплексного подхода, предполагающего координацию усилий органов власти, образовательных учреждений и бизнес-сообщества. Только синхронизация этих трех сфер может обеспечить формирование полноценных условий для роста молодёжной инициативы в предпринимательстве.

Среди психологических барьеров, сдерживающих активность студентов, выделяется страх неудачи, который

формирует тревожность и снижает мотивацию к действию [21, с. 249]. Столкновение с рисками и неопределённостью порой приводит к отказу от реализации собственных идей. Это особенно заметно среди студентов, не уверенных в своей способности справиться с вызовами, которые предполагает ведение бизнеса. Скептическое отношение к предпринимательским возможностям зачастую формируется ещё в подростковом возрасте [17, с. 93]. Это ограничивает развитие предпринимательского мышления ещё до выхода на рынок труда.

Исследование, проведенное В.В. Горбуновой и соавторами, указывает на крайне низкий уровень предпринимательской активности среди молодежи [5]. Несмотря на наличие интереса к теме, реальные шаги в направлении создания собственного дела предпринимают лишь единицы. Молодые люди часто предпочитают минимизировать риски, избегая вовлечения в деловые проекты с близкими — друзьями или членами семьи [12, с. 111]. Согласно исследованию О.А. Гешко, лишь незначительная доля молодежи чувствует себя способной к анализу социальных проблем и видит пути их решения через бизнес-модели [22, с. 554]. Это говорит о дефиците стратегического мышления и социальных компетенций, необходимых для ведения социально ориентированного предпринимательства. А.А. Рабцевич отмечает, что условиях городских агломераций также наблюдается пассивность: молодёжь нередко делает выбор в пользу найма, особенно если рынок труда предлагает достаточное количество стабильных вакансий [11, с. 604]. В результате снижается привлекательность предпринимательства как карьерной стратегии и требуется внедрение дополнительных стимулов для вовлечения молодежи в бизнес-среду.

Культуру принято рассматривать как систему общих для определённого сообщества убеждений, жизненных ценностей и ожиданий, разделяемых его членами. Особенности культурной среды оказывают значительное влияние как на формирование у человека намерения заняться предпринимательской деятельностью, так и на реальное проявление предпринимательской активности. Господствующая в обществе культурная парадигма оказывает влияние на индивидуальное поведение, воздействуя на систему убеждений, восприятие общественного одобрения либо порицания, а также на социальные нормы, которые могут как ограничивать, так и стимулировать действия индивида [16, с. 1054]. В рамках этих представлений предпринимательскую культуру можно интерпретировать как совокупность поведенческих шаблонов, норм и ценностей, поддерживающих позитивное отношение к предпринимательству в обществе, что в свою очередь способствует высокому уровню вовлечённости населения в самозанятость [18]. Особый интерес с точки зрения социологов и экономистов вызывают такие аспекты жизнедеятельности молодёжи, как цен-

ностные ориентиры, профессиональное самоопределение, внутренние установки и эмоциональные состояния [17, с. 92]. Всё это рассматривается как значимые элементы процесса социализации. В этом контексте следует отметить, что к числу необходимых компетенций относятся не только профессиональные качества — такие как упорство, уверенность в себе, трудолюбие и целеустремлённость, — но и социальные навыки, включающие умение взаимодействовать в команде, продуктивно коммуницировать и выстраивать конструктивные отношения с окружающими.

Формирование предпринимательской культуры у молодого поколения в значительной степени обусловлено уровнем их трудовой мотивации, поскольку она служит важнейшим стимулом к проявлению предпринимательской активности [5]. Именно по этой причине ведение бизнеса, особенно в условиях многонационального общества, требует от предпринимателей осознания своей социальной ответственности, уважительного отношения к принимающему обществу и высокой степени интеграции в его социокультурную структуру [23, с. 152]. Современное молодежное предпринимательство, особенно в его креативной форме, базируется на инновационном мышлении и реализации нестандартных идей, что способствует формированию новых направлений развития рынка и влияет на трансформацию потребительских предпочтений [4, с. 117]. Предпринимательское образование выступает не только как механизм передачи знаний и навыков, но и как способ формирования самостоятельного мышления, а также развития особой социокультурной среды, в которой закладываются модели поведения и ценностные ориентиры, способствующие подготовке молодёжи к преодолению будущих вызовов [24, с. 26]. Предпринимательский дух представляет собой интегральное сочетание личных установок, специфических навыков и системы знаний, необходимых для преобразования человека в активного инициатора изменений — как в бизнес-среде, так и в общественной жизни в целом [25, с. 95]. Обладающие данным духом личности, как правило, склонны к творческому подходу, поиску нестандартных решений, генерации оригинальных идей и созданию продуктов, обладающих высокой добавленной ценностью.

На этом фоне особую значимость приобретает предпринимательская грамотность, представляющая собой совокупность знаний, умений и поведенческих установок, необходимых для успешной реализации бизнес-проектов. Молодые люди, обладающие высокой степенью такой грамотности, как правило, демонстрируют способность эффективно распознавать и использовать бизнес-возможности, грамотно управлять рисками и проявлять креативность в запуске собственных инициатив. Однако в образовательных учреждениях подобная подготовка зачастую оставляет желать лучшего: несо-

вершенство учебных планов и недостаток практикоориентированного обучения не позволяют достичь желаемого уровня [26, с. 204]. Развитие предпринимательского мышления и жизненных навыков среди молодежи способствует не только повышению уровня экономической активности и качества жизни, но и служит базисом для построения устойчивых, социально ориентированных сообществ.

Кроме того, ключевую роль в формировании предпринимательской культуры играет создание соответствующей институциональной среды в образовательных учреждениях, особенно в университетах. Такие экосистемы стимулируют инициативу, развивают лидерские качества и открывают возможности для реализации стартап-проектов. Процесс мышления формируется на основе сложной комбинации убеждений, ценностей, эмоций и установок. Именно они определяют направление принимаемых решений, оказывая влияние на уровень инновационности и способность к адаптации. В результате мышление молодежи становится определяющим фактором, влияющим на степень её открытости к трансформациям и способность адаптироваться в быстро меняющейся социокультурной и экономической среде. В результате настоящего исследования предлагаются следующие механизмы формирования предпринимательской культуры среди молодежи:

- образовательная среда, в особенности вузы, оказывает значительное влияние на становление предпринимательской мотивации у молодежи, создавая условия, в которых формируется настойчивость и целеустремленность, необходимые для запуска собственного дела;
- современные университетские программы должны акцентировать внимание на практическом опыте: студенты вовлекаются в реализацию проектов, работают в командах и представляют свои разработки, что способствует формированию прикладных навыков и уверенности в собственных силах;
- одной из приоритетных задач вузовских программ, ориентированных на практику, является вовлечение студентов в реальные предпринимательские процессы, что позволяет им глубже понять рынок и его требования;
- для эффективного формирования предпринимательского мышления необходимо налаживать взаимодействие между государственными структурами и университетами, направленное на реализацию согласованной образовательной и молодежной политики;
- важно привлекать успешных представителей бизнеса к обучающим программам — в качестве наставников, спикеров и консультантов — для пере-

дачи практического опыта и мотивации студентов к предпринимательской деятельности;

- студенческие предпринимательские сообщества, функционирующие при вузах, могут стать площадками для обмена опытом, освоения бизнес-компетенций и налаживания контактов с потенциальными инвесторами;
- молодежные инициативы в университетах должны быть направлены не только на генерацию новых бизнес-идей, но и на их практическую реализацию — через, например, участие в консультационных проектах на базе студенческих предпринимательских организаций;
- в рамках образовательных программ студенты должны осваивать навыки, связанные как с повседневной жизнью, так и с ведением бизнеса — включая управление рисками, постановку целей и развитие лидерских качеств — через практику индивидуальных и командных заданий;
- предоставление студентам возможности самостоятельно разрабатывать продукты и представлять их широкой аудитории способствует росту интереса к предпринимательству и стимулирует старт собственных проектов ещё в молодом возрасте.

Формирование предпринимательского типа мышления среди молодежи представляет собой приоритетное направление для построения общества, ориентированного на устойчивое развитие, инновационные подходы и высокую адаптивность к изменениям. Одной из ключевых составляющих в этом процессе выступает деятельность высших учебных заведений, которые играют важнейшую роль в распространении предпринимательских знаний и формировании соответствующих компетенций у студентов. Проведённое исследование подчёркивает необходимость пересмотра и совершенствования существующих программ в сфере предпринимательского образования. Особое внимание должно быть уделено развитию у обучающихся таких качеств, как креативность, инициативность, готовность к принятию взвешенных рисков, что позволяет им успешно адаптироваться в современной экономике и эффективно реализовывать деловые проекты. Предпринимательская подготовка требует более глубокой интеграции в структуру образовательного процесса, охватывая как теоретические, так и практико-ориентированные элементы. При этом важной задачей становится активное участие педагогического сообщества: преподаватели и наставники должны не только передавать знания, но и обеспечивать всестороннюю эмоциональную и методическую поддержку, способствующую формированию у молодежи устойчивой мотивации к предпринимательской деятельности и уверенности в собственных силах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Дикун, Н.А. Предпринимательские намерения студенческой молодежи: региональная составляющая / Н.А. Дикун, Н.Н. Белов // Альманах Крым. — 2023. — № 36. — С. 80–88.
2. Махмутова, Е.Н. Проектирование образовательной среды вуза для развития предпринимательских компетенций студентов / Е.Н. Махмутова, Р.Н. Воронина // Российский психологический журнал. — 2022. — Т. 19, № 3. — С. 123–134. — DOI 10.21702/rpj.2022.3.8.
3. Касьянов, В.В. Молодежное предпринимательство в современной России: основные проблемы и перспективы развития / В.В. Касьянов, Л.В. Самыгина, С.А. Чупрыников // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2024. — № 8. — С. 40–46. — DOI 10.24412/2220-2404-2024-8-27.
4. Соловьева, И.А. Молодежное предпринимательство в контексте креативной экономики / И.А. Соловьева // Вестник аграрной науки. — 2024. — № 5(110). — С. 110–118. — DOI 10.17238/issn2587-666X.2024.5.110.
5. Горбунова, В.В. Предпринимательство как перспективное направление совершенствования социальной политики в области содействия занятости молодежи в Республике Ингушетия / В.В. Горбунова, А.С. Дуракова, В.В. Калинин [и др.] // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. — 2023. — № 4(76).
6. Абабкова, М.Ю. Отношение студентов направления «Реклама и связи с общественностью» к предпринимательской деятельности / М.Ю. Абабкова, О.О. Васильева // Российская школа связей с общественностью. — 2024. — № 34. — С. 29–46. — DOI 10.24412/2949-2513-2023-32-29-46.
7. Masnawati, E. Entrepreneurial Mindset Building in Adolescents: Learning Strategies, Potential Identification, Business Initiation, and Social Media Empowerment / E. Masnawati, E. Retnowati., R. Mardikaningsih., D. Darmawan., & M. Munir // International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology. — 2022. — Vol. 2, Iss. 2. — PP. 42–47.
8. Jardim, J. Promoting an Entrepreneurial Culture: Development, Feasibility and Acceptability of a Primary School-Based Program Focused on Soft Skills // J. Jardim, A. Pereira, A. Bartolo, A. Pinho, M. Cardoso, P. Catanho // Educ. Sci. — 2023. — Vol. 13, Iss. 11. — <https://doi.org/10.3390/educsci13111074>
9. Головастова, Т.И. Роль вуза в развитии молодежного предпринимательства / Т.И. Головастова, А.А. Гребенкина // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. — 2023. — Т. 33, № 4. — С. 581–587. — DOI 10.35634/2412-9593-2023-33-4-581-587.
10. Рябова, И.И. Миграция российской молодежи в региональном измерении: опыт Дальнего Востока / И.И. Рябова // Прогрессивная экономика. — 2024. — № 4. — С. 170–182. — DOI 10.54861/27131211_2024_4_170.
11. Рабцевич, А.А. Методические подходы к оценке развития молодежного предпринимательства в регионе: применимость налоговой статистики / А.А. Рабцевич // Экономика. Информатика. — 2023. — Т. 50, № 3. — С. 597–611. — DOI 10.52575/2687-0932-2023-50-3-597-611.
12. Александрова, О.А. Предпринимательские установки как элемент финансово-экономической культуры студенческой молодежи / О.А. Александрова, А.Г. Тюриков, Д.А. Кунижева [и др.] // Народонаселение. — 2022. — Т. 25, № 3. — С. 103–115. — DOI 10.19181/population.2022.25.3.8.
13. Тюленев, А.И. Этика науки как фактор развития формально-рационального предпринимательства (на материалах опроса студенческой молодежи республик Марий Эл и Татарстан) / А.И. Тюленев, А.Ф. Валеева, Ф.Р. Сафиуллина // Вестник экономики, права и социологии. — 2024. — № 1. — С. 294–298.
14. Тюленев, А.И. Религиозные факторы развития предпринимательства (на материалах опроса студенческой молодежи республик Марий Эл и Татарстан) / А.И. Тюленев, А.Ф. Валеева, Ф.Р. Сафиуллина // Вестник экономики, права и социологии. — 2023. — № 4. — С. 317–321.
15. Дерюгин, П.П. Эволюция и трансформации молодежного предпринимательства в Китае: социологический анализ / П.П. Дерюгин, Ж.К. Симтиков, Ц. Чжао, Д.А. Лебединцев // Социодинамика. — 2024. — № 2. — С. 16–29. — DOI 10.25136/2409-7144.2024.2.69751.
16. Liñán, F. Does entrepreneurship fit her? Women entrepreneurs, gender-role orientation, and entrepreneurial culture / F. Liñán, I. Jaén, D. Martín // 2022. — Vol. 58. — PP. 1051–1071. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00433-w>
17. Гараева, Э.И. Отношение обучающихся старших классов к предпринимательству и перспективам открытия собственного дела: материалы социологического исследования / Э. И. Гараева, И. С. Гилева, Д.А. Калугина // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. — 2022. — № 3(67). — С. 91–100. — DOI 10.52452/18115942_2022_3_91.
18. Al-Lawati, E.H. Entrepreneurial culture in educational institutions: A scoping review / E.H. Al-Lawati, U.H.A. Kohar, E.S. Suleiman // Cogent Business & Management. — 2022. — Vol. 9, Iss. 1. — <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1997237>.
19. Ахметгалиева, А.Р. Роль и потенциал развития сельского предпринимательства / А.Р. Ахметгалиева, Г.М. Рустамова // Казанский социально-гуманитарный вестник. — 2022. — № 6(57). — С. 11–15. — DOI 10.26907/2079-5912.2022.6.11-15.
20. Шерстнёва, А.В. Некоторые вопросы и проблемы в развитии молодежного предпринимательства / А.В. Шерстнёва // Евразийский научный журнал. — 2022. — № 3. — С. 4–8.
21. Назаров, М.А. Образовательная поддержка студенческого предпринимательства / М.А. Назаров, К.А. Корнилова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2024. — № 5. — С. 239–254. — DOI 10.24412/2304-120X-2024-11075.
22. Гешко, О.А. Анализ надпрофессиональных компетенций студенческой молодежи как основа развития социально-предпринимательского потенциала / О.А. Гешко // Вестник Академии знаний. — 2024. — № 5(64). — С. 552–555.
23. Бритвина, И.Б. Проблема развития предпринимательской деятельности студентов из стран центральной Азии в России / И.Б. Бритвина, С.Н. Малявин, П.А. Шумилова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2022. — № 5-2(137). — С. 151–156.
24. Undiyaundeye, F.A. Entrepreneurship Skills Acquisition and the Benefits amongst the Undergraduate Students in Nigeria / F.A. Undiyaundeye, E.A. Otu // European Journal of Social Science Education and Research. — 2022. — Vol. 9, Iss. 1. — PP. 24–32. — <https://doi.org/10.26417/ejser.v4i1.p9-14>
25. Ahmad, M.I.S. The Role of Education in Fostering Entrepreneurial Spirit in the Young Generation / M.I.S. Ahmad, M.I. Idrus, S. Rijal // Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN). — 2023. — Vol. 1, Iss. 2. — PP. 93–100.
26. Viguna, A. Developing an Entrepreneurial Mindset in Youth: Investigating Locus of Control and Self-Efficacy among Students of Pringsewu Business Management Vocational School / A. Viguna, M. Indriayu, L. Noviani // Neraca Keuangan: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan. — 2023. — Vol. 19, Iss. 2. — PP. 202–210. — DOI: 10.32832/neraca

© Сафиуллина Фарида Рафисовна (far491@mail.ru)

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»