

Восприятие ценности и факторы готовности студентов к предпринимательской деятельности: опыт исследования

Слинкова Ольга Константиновна

Доктор экономических наук, профессор, SPIN-код РИНЦ: [7206-2221](#), ORCID: [0000-0003-0904-0845](#), Slinkova@bsuedu.ru

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, РФ.

Вишневская Екатерина Владимировна¹

Кандидат экономических наук, доцент, SPIN-код РИНЦ: [5602-2640](#), ORCID: [0000-0001-7797-2500](#), vishnevskaya@bsuedu.ru

Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, РФ.

Аннотация

Развитие малого и среднего бизнеса признается приоритетной задачей обеспечения экономической устойчивости государства. Несмотря на позитивную динамику этого процесса в России, достигнутый уровень вклада этого сектора экономики в ВВП страны является недостаточным. Перспективы решения этой проблемы многие связывают с развитием молодежного предпринимательства и усилением поддержки студенческих инициатив со стороны вузов в рамках реализуемой третьей миссии университетов. В исследовании за основу был принят проактивный подход к рассмотрению предпринимательских возможностей, который полностью согласуется с основным постулатом теории запланированного поведения. Одним из ключевых факторов предпринимательского успеха в рамках такого подхода является наличие у субъекта предпринимательства предпринимательского мышления, или так называемого предпринимательского склада ума. Цель исследования — определить реальное восприятие студентами ценности предпринимательской деятельности, выявить причины, ограничивающие предпринимательскую инициативу студентов, и наиболее востребованные ими профессиональные компетенции и личностные качества, способные обеспечить готовность студентов к предпринимательству. В качестве методов исследования использовались анкетирование и фокус-группы. В результате выявлены установки студентов по отношению к предпринимательской деятельности, причины, ограничивающие предпринимательскую инициативу студентов, и профессиональные компетенции, способные усилить готовность студентов к предпринимательству. Студенты в основном хорошо осознают роль и значение трудовой деятельности, придавая труду преимущественно инструментальный характер и рассматривая его как средство обеспечения материального благосостояния и финансовой устойчивости. Многие из них совмещают или хотели бы совмещать свою учебную деятельность с работой.

Ключевые слов

Малый и средний бизнес, молодежное предпринимательство, студенты, трудовые установки, работа по найму, собственный бизнес.

Для цитирования

Слинкова О.К., Вишневская Е.В. Восприятие ценности и факторы готовности студентов к предпринимательской деятельности: опыт исследования // Государственное управление. Электронный вестник. 2026. № 117. С. 209–222. DOI: 10.55959/MSU2070-1381-117-2026-209-222

Value Perception and Factors of Students' Readiness for Entrepreneurial Activity: Research Experience

Olga K. Slinkova

DSc (Economics), Professor, ORCID: [0000-0003-0904-0845](#), Slinkova@bsuedu.ru

Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation.

Ekaterina V. Vishnevskaya²

PhD, Associate Professor, ORCID: [0000-0001-7797-2500](#), vishnevskaya@bsuedu.ru

Belgorod State National Research University, Belgorod, Russian Federation.

Abstract

The development of small and medium-sized businesses is recognized as a priority for ensuring economic sustainability of any state. Despite the positive dynamics of this process in Russia, the achieved level of contribution of this sector of the economy to the country's GDP is insufficient. Many associate the prospects for solving this problem with the development of youth entrepreneurship and increased support for student initiatives from universities within the framework of the third mission of universities. The study took as a basis a proactive approach to considering entrepreneurial opportunities, which is fully consistent with the main postulate of the theory of planned behaviour. One of the key factors of entrepreneurial success in the framework of this approach is the presence of entrepreneurial thinking or the so-called entrepreneurial mind. The aim of the study is to determine the real perception by students of the value of entrepreneurial activity, to identify the reasons that limit the entrepreneurial initiative of students and the professional competencies and personal qualities they most demand that can ensure students' readiness for entrepreneurship. Questionnaires

¹ Корреспондирующий автор.

² Corresponding author.

and focus groups were used as study methods. As a result of the study, the attitudes of students in relation to entrepreneurial activity were revealed, the reasons limiting the entrepreneurial initiative of students as well as the professional competencies, capable of increasing the readiness of students for entrepreneurship, were identified. Students are largely aware of the role and importance of work, giving work a predominantly instrumental character and considering it as a means of ensuring material well-being and financial stability. Many of them combine or would like to combine their learning activities with work.

Keywords

Small and medium-sized businesses, youth entrepreneurship, students, labour attitude, employment, own business.

For citation

Slinkova O.K., Vishnevskaya E.V. (2026) Value Perception and Factors of Students' Readiness for Entrepreneurial Activity: Research Experience. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik*. No. 117. P. 209–222. DOI: 10.55959/MSU2070-1381-117-2026-209-222

Дата поступления/Received: 12.04.2026

Введение

Общеизвестно, что решающую роль в обеспечении устойчивого экономического роста играет малый и средний бизнес. Исследования подтверждают наличие положительной связи между ростом малого и среднего бизнеса и снижением уровня безработицы и, соответственно, повышением материального благосостояния населения [Al-Haddad et al. 2019]. В последние годы в России наметилась устойчивая тенденция роста малого и среднего бизнеса (Таблица 1).

Таблица 1. Субъекты малого и среднего предпринимательства³

Показатели	По состоянию на:				
	10.01.2022	10.01.2023	10.01.2024	10.01.2025	10.01.2026
	Всего				
Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей	5 866 703	5 991 349	6 347 771	6 588 535	6 835 555
Среднесписочная численность работников	14 662 197	15 191 543	15 080 528	15 065 593	15 128 928
Микропредприятия					
Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей	5 636 297	5 761 069	6 114 610	6 340 971	6 580 335
Среднесписочная численность работников	6 970 884	7 327 122	7 245 967	7 087 890	7 096 750
Малые предприятия					
Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей	212 429	212 271	214 426	226 605	233 052
Среднесписочная численность работников	5 824 977	5 950 419	5 887 185	5 942 174	5 939 011
Средние предприятия					
Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей	17 977	18 009	18 735	20 959	22 168
Среднесписочная численность работников	1 866 336	1 914 002	1 947 376	2 035 529	2 093 167

³ Составлено авторами по: Количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, сведения о которых содержатся в Едином реестре субъектов малого и среднего предпринимательства // Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. URL: <https://rmsp.nalog.ru/statistics.html?statDate=10.01.2022&level=2&fo=&ssrf=&t=1770448269171&t=1770448269171> (дата обращения 05.02.2026).

Данные таблицы свидетельствуют о положительной динамике количественных показателей, характеризующих развитие малого и среднего бизнеса в России: на рассматриваемом отрезке времени количество юридических лиц и индивидуальных предпринимателей выросло на 16,5%, а численность работников — на 3,2%. При этом следует отметить, что наибольший вклад в этот рост внесли средние предприятия (с темпами прироста рассматриваемых показателей 23,3% и 12,2% соответственно), а наименьший — малые предприятия, число которых увеличилось на 9,7%, а численность работающих — всего на 0,1%. Такое соотношение не является оптимальным, так как ключевая роль в обеспечении занятости принадлежит микро- и малым предприятиям: 86,2% в общей совокупности создаваемых рабочих мест по состоянию на 10.01.2026.

Несмотря на количественный рост сектора малого и среднего бизнеса в России, его вклад в валовой внутренний продукт (ВВП) остается низким по сравнению с показателями развитых стран мира. Официальные данные по вкладу в ВВП публикуются с большой задержкой, поэтому точные данные по этому показателю на текущий момент привести не представляется возможным, хотя можно с большой уверенностью утверждать, что малые и средние предприятия (МСП) формируют не больше четверти ВВП. В докладе «О состоянии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации и мерах по его развитию за 2019 – 1-е полугодие 2025 гг. и планах на период 2025–2030 гг.», фиксирующем данные по состоянию на 25.11.2025, приведены данные по доле МСП в ВВП только за 2023 г. — 21,7%; 2024–2025 гг. стали для МСП годами «дорогих денег», их кредитный портфель начал сокращаться, индекс деловой активности МСП опустился в зону спада и составил в сентябре 2025 г. 49,6 пунктов⁴. С учетом этого не приходится ожидать существенного роста вклада МСП в ВВП в текущем моменте, а это ставит под угрозу достижение целевых индикаторов Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации на период до 2030 г., которая в качестве главного стратегического ориентира предусматривает достижение к 2030 г. доли МСП в ВВП на уровне не менее 40%⁵.

Сказанное определяет актуальность задачи поиска резервов дальнейшего количественного и качественного развития малого и среднего бизнеса в России. Среди существующих ограничений, тормозящих развитие малого и среднего бизнеса, на которые справедливо указывают исследователи, в рамках настоящего исследования была выделена проблема готовности к предпринимательской активности населения России. Исследователи отмечают крайне низкий уровень предпринимательской активности в России [Тарануха 2022, 69] и делают вывод о том, что «...принятие россиянами рыночного хозяйства парадоксально сочетается с невысокой привлекательностью предпринимательства» [Чепуренко, Коленникова 2025, 20]. Прямая связь между привлекательностью предпринимательства и готовностью к нему является очевидной, что предопределяет необходимость понимания факторов, обуславливающих привлекательность предпринимательской деятельности. В качестве теоретической основы рассмотрения привлекательности предпринимательства часто используют концепцию предпринимательских возможностей [Barach, Rider 2023] и теорию запланированного поведения [Makino 2018]. В рамках концепции предпринимательских возможностей развиваются два подхода: классический, определяющий возможности как условия внешней среды, существующие объективно, и новый (проактивный) подход, в соответствии с которым «возможности создаются самим предпринимателем через социальное взаимодействие и не существуют в отрыве от него» [Богатырева 2024, 8]. Данные подходы, на наш взгляд, не противоречат друг другу и создают основу для системного рассмотрения проблемы привлекательности предпринимательства.

⁴ Бизнес-итоги 2025 года для МСП // Russian Business [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/reviews/biznes-itogi-2025-goda-dlya-msp/> (дата обращения 10.02.2026).

⁵ Об утверждении Стратегии развития малого и среднего предпринимательства до 2030 года // Правительство России [Электронный ресурс]. URL: <http://government.ru/docs/23354/> (дата обращения 08.02.2026).

Что касается внешних факторов, то здесь российские исследователи «чаще всего характеризуют российскую институциональную среду как неблагоприятную для развития бизнеса» [Козаченко и др. 2024, 54; Александрова и др. 2022; Аганбегян 2023]. Эта часть проблемы и поиск возможностей качественного совершенствования внешних условий развития предпринимательской активности достаточно широко представлены в современной научной литературе. В настоящем исследовании за основу был принят проактивный подход к рассмотрению предпринимательских возможностей, тем более что он полностью согласуется с основным постулатом теории запланированного поведения: «если есть предпринимательское намерение, человек в конечном итоге начнет бизнес» [Чепьюк и др. 2023, 49]. Одним из ключевых факторов предпринимательского успеха в рамках такого подхода является наличие у субъекта предпринимательства предпринимательского мышления, или так называемого предпринимательского склада ума [Там же].

Молодежное предпринимательство и роль университетов в развитии предпринимательской активности студентов

В качестве целевой группы для проведения исследования была выбрана студенческая молодежь как наиболее активная и перспективная группа в плане предстоящих социально-экономических преобразований, в том числе в сфере предпринимательства. Усиление роли молодежи в развитии предпринимательства сегодня признается как российскими, так и зарубежными исследователями [Jacob et al. 2019; Халимбеков 2022; Гвоздева и др. 2024] и представляется нам достаточно обоснованным. В реализации отечественной молодежью этой роли есть и достижения, и определенные трудности. С одной стороны, по данным Минэкономразвития России, в 2024 г. доля молодежи (в возрасте до 25 лет) в секторе МСП достигла 6% от общего числа предпринимателей, что является максимальным показателем с 2019 г.⁶ Наблюдается положительная динамика и по другим важным показателям молодежного предпринимательства: количество индивидуальных предпринимателей (ИП) в возрасте до 25 лет за период 2019–2024 гг. возросло на 78%, а число работников ИП в возрасте до 25 лет по итогам 4 квартала 2024 г. составило 2% от их общего числа⁷.

С другой стороны, достигнутые показатели вряд ли стоит считать достаточными с точки зрения реального потенциала молодежного предпринимательства. Значительная роль в раскрытии и преумножении этого потенциала принадлежит университетам, которые, пересматривая свою стратегическую политику, ориентируются сегодня на реализацию так называемой третьей миссии. Эта миссия, по мнению зарубежных исследователей, «сместилась от преподавания и исследований... к предпринимательству и устойчивому развитию. Высшие учебные заведения больше не могут находиться в “башнях из слоновой кости”, отчужденные от окружающих их сообществ» [Rubens et al. 2017]. Аналогичного подхода к пониманию сущности третьей миссии университетов придерживаются и российские исследователи: «...третья миссия вуза включает в себя социальную и предпринимательскую предприимчивость и способность к инновациям» [Тавбулатова, Чаплаев 2022].

Таким образом, в российской высшей школе сложилось представление о том, что университеты должны стать не только центрами образования и научных исследований, но и катализаторами социальных и экономических преобразований. Однако от признания идеи до практического воплощения ее в жизнь, как известно, большой путь, на котором встречается множество препятствий, и одно из главных из них — сложности с предпринимательским

⁶ Минэкономразвития: в России работают 2,7 млн молодых предпринимателей до 25 лет — максимум с 2019 года // Минэкономразвития Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_v_rossii_rabotayut_27 mln_molodyh_predprinimateley_do_25 let_maksimum_s_2019_goda.html (дата обращения 14.01.2026).

⁷ Там же.

самоопределением студентов [Кныш 2023]. Эта проблема имеет более глубокий характер: так, например, исследования А.А. Поплавской, проведенные на выборке 14,8 тыс. студентов, показали «...довольно низкую распространенность приоритетности работы в иерархии жизненных ценностей студентов и высокую распространенность ее инструментального восприятия» [Поплавская 2023, 77]. Что же касается предпринимательской деятельности, то А.Е. Шаститко и С.И. Федоров с сожалением отмечают, что «даже выпускники экономических факультетов, прослушавшие и успешно освоившие базовые экономические дисциплины (в первую очередь микроэкономику), не получают предметного представления о том, кто такой предприниматель, какова его функция, как формируется его доход [Шаститко, Федоров 2025, 4]. Отсутствие у студентов четкого представления об особенностях предпринимательской деятельности снижает их готовность к созданию собственного бизнеса. Другой причиной этого является страх неудачи, отсутствие уверенности в собственных силах. В.К. Холодный и М.Е. Василенко отмечают, что «зачастую молодые люди просто не понимают, как организовать и вести малый бизнес, или боятся сделать неверный шаг, который приведет их дело к краху» [Холодный, Василенко 2016, 174].

При этом глобальный мониторинг предпринимательства (GEM) показывает, что «во всем мире растет число людей, которые не решаются начать свой бизнес из-за страха, что он может потерпеть неудачу»⁸. По данным отчета GEM, за 2024–2025 гг. доля тех, кто не рискует открыть свой бизнес из-за страха потерпеть неудачу, среди 150 тыс. опрошенных возросла в 2024 г. до 49% против 44% в 2019 г.⁹

Мир не становится проще, а изменения социально-экономической ситуации становятся все более динамичными и непредсказуемыми. Это еще более актуализирует задачу создания в университетах такой среды, которая способна стимулировать повышение готовности студентов к предпринимательской деятельности. Тем более что исследования показывают, что университетская поддержка способствует росту уверенности студентов в своих силах и, соответственно, готовности к открытию своего дела [Saeed et al. 2014; Bergmann et al. 2016; Cera 2020; Чепьюк и др. 2023].

Вместе с тем ряд исследований показывает, что связь между университетской поддержкой и готовностью к открытию собственного бизнеса является не прямой, а опосредованной. Так, например, результаты исследований, проведенных в пяти американских университетах, показали, что «влияние воспринимаемого обучения на курсах, связанных с предпринимательством, предыдущего предпринимательского опыта и склонности к риску на предпринимательские намерения полностью опосредовано предпринимательской самоэффективностью» [Zhao et al. 2005], то есть университетская поддержка влияет на предпринимательские намерения через повышение уверенности студентов в собственных силах и предпринимательских возможностях. Исследователи делают вывод, что университетская поддержка, реализуемая через различные формы предпринимательского образования, еще не является гарантом готовности студентов к открытию собственного бизнеса.

Исследования отечественных ученых также подтверждают этот вывод и делают акцент на необходимости рассмотрения условий предпринимательских намерений в контексте развития как предпринимательской среды университетов, так и личностных особенностей студентов [Bodolitsa et al. 2024]. А М.А. Череменская, анализируя социально-психологические аспекты готовности к предпринимательской деятельности, говорит о важности предпринимательского самоопределения, которое, помимо предпринимательских намерений, «включает и ощущение себя предпринимателем, и представление себя как предпринимателя перед окружением, и принятие данной социальной

⁸ GEM 2025/2026 Global Report: From Uncertainty to Opportunity // GEM Global Entrepreneurship Monitor [Электронный ресурс]. URL: <https://gemconsortium.org/reports/latest-global-report> (дата обращения 05.02.2026).

⁹ Там же.

роли» [Череменская 2024, 121]. Это уточнение представляется нам важным, так как даже наличие сформировавшихся предпринимательских намерений, как известно, не всегда обеспечивает достижение необходимого результата. На другой важный аспект реализации российскими университетами задачи развития предпринимательской активности студентов указывают авторы статьи «Исследование программ предпринимательского образования в России: ожидания стейкхолдеров и практика университетов». По результатам своего исследования они отмечают, что существующие программы обучения предпринимательству «слишком сильно фокусируются на жестких, фундаментальных бизнес-навыках и когнитивных умениях и испытывают недостаток в развитии необходимых мягких предпринимательских навыков» [Iashin et al. 2022, 110–111].

Все это свидетельствует о том, что необходимы комплексные меры, направленные в том числе и на развитие личных качеств и мягких навыков студентов и прежде всего на повышение уверенности в себе, самооценки и самоэффективности для преодоления страха неудачи и формирования предпринимательского самоопределения. А в основе этого лежит понимание реальных установок студентов по отношению к предпринимательству и того, какие навыки и личностные черты студентов требуют развития для осуществления успешной предпринимательской деятельности.

Таким образом, цель настоящего исследования — определить реальное восприятие студентами ценности предпринимательской деятельности, выявить причины, ограничивающие предпринимательскую инициативу студентов, и наиболее востребованные ими профессиональные компетенции и личностные качества, способные обеспечить готовность студентов к предпринимательству.

В качестве объекта исследования был выбран Белгородский государственный национальный исследовательский [университет](#) (НИУ «БелГУ»). НИУ «БелГУ» — крупный региональный вуз, в котором по 373 образовательным программам обучается около 30 тыс. студентов и аспирантов, включая более 4,5 тыс. иностранных обучающихся из 92 стран ближнего и дальнего зарубежья. Вопросы развития предпринимательской активности студентов занимают одно из центральных мест в стратегической политике университета. Так, например, в 2025 г. более 4 тысяч первокурсников прошли обучение по программе «Основы проектного менеджмента», а 450 студентов, принявших участие в акселерационной программе, получили микроквалификацию «Проектирование стартапа». Особую специфику вузу придает близость к границе с Украиной, что в условиях ведущейся СВО накладывает существенный отпечаток как на контингент обучающихся, так и на организацию учебного процесса.

Методы и результаты исследования

В качестве методов исследования использовались методы анкетирования и устного опроса в фокус-группах. Для анкетирования использовалась авторская анкета, размещенная в Google Forms (ссылка на анкету: <https://forms.gle/9uaqz1fSLNyn22kUA>), что позволило обеспечить максимально простой доступ к ней студентов. Выборка формировалась как случайная и включала студентов, обучающихся на программах бакалавриата, специалитета и магистратуры. Общая численность выборки составила 361 человек, из них 223 — девушки и 138 — юноши. Для детализации и более качественного представления мнений студентов по сути рассматриваемых вопросов на втором этапе исследования проводились фокус-группы, численность которых составляла от 8 до 12 человек. Общая выборка при проведении фокус-групп составила 62 человека.

Результаты анкетирования показали, что 37% обучающихся, принявших участие в анкетировании, в настоящее время работают, что является, по нашему мнению, достаточно высоким

значением. Еще 15% респондентов отметили, что они в настоящий момент ищут работу. То есть более половины опрошиваемых ориентированы на совмещение учебной и рабочей деятельности. Это может диктоваться разными обстоятельствами: желанием не зависеть от родителей, осознанной необходимостью получения практического опыта и т. д. На Рисунке 1 представлены выявленные гендерные отличия по этому вопросу. Они не являются неожиданными (в плане особенностей мужской и женской линий поведения) и показывают большее стремление мужчин к совмещению учебы с работой.

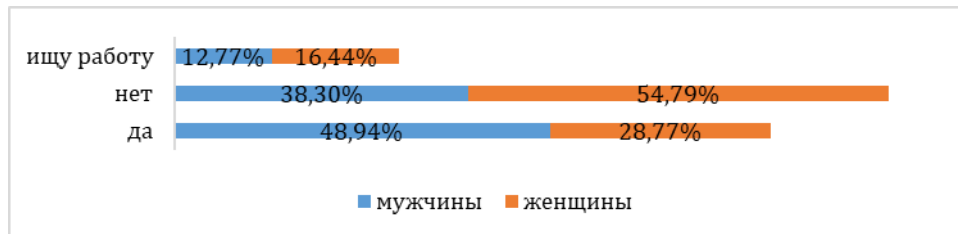


Рисунок 1. Распределение ответов респондентов на вопрос «Работаете ли Вы в данный момент?»¹⁰

Следующий вопрос анкеты касался представлений студентов об их будущей профессиональной деятельности с точки зрения приоритетов работы по найму или собственного бизнеса. В общем по выборке ответы распределились следующим образом: 38% опрошенных обозначили в качестве приоритета работу по найму, 36% — создание собственного бизнеса, а еще 26% не задумывались над этим вопросом. Отметим при этом, что среди мужчин (Рисунок 2) картина имеет обратный характер: 38% из них хотели бы организовать свой бизнес, а 36% видят себя в работе по найму после окончания вуза.

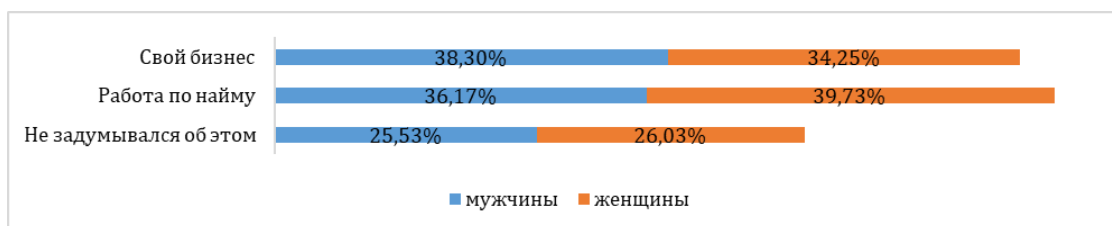


Рисунок 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы представляете свою профессиональную деятельность после завершения вуза?»

Следующий вопрос анкеты (Таблица 2) предполагал оценку осознанности выбора студентами приоритетов между работой по найму и собственным бизнесом.

Таблица 2. Распределение ответов респондентов на вопрос «Что Вас больше привлекает в будущей работе?»

Варианты ответов	мужчины	женщины	всего
Перспективы высоких доходов, сопряженных с риском	51%	45%	48%
Стабильность заработной платы	40%	48%	45%
Другое	9%	7%	7%

Результаты анкетирования показали наличие взаимосвязи между выбором и привлекательными аспектами будущей работы: мужчины в большинстве «голосовали» за перспективы высоких доходов при осознании возможного риска, что традиционно приписывается собственному бизнесу, а женщины — за стабильность заработной платы. Среди вариантов ответов респондентов, выбравших «другое», преобладали: получение удовольствия от работы, возможность постоянного развития, получение опыта и др., отражающие не финансовые стимулы, а факторы удовлетворенности и саморазвития.

¹⁰ Рисунки и таблицы составлены авторами на основе проведенного исследования.

На Рисунке 3 представлены ответы на вопрос о том, почему работа по найму оказывается в приоритете у выпускников вузов на начальном этапе карьеры.



Рисунок 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Как Вы думаете, почему большинство выпускников начинает свой профессиональный путь именно с работы по найму?» (возможность множественного выбора)

Примечательно, что на первые два места вышли ответы «возможность приобретения опыта» и «установление профессиональных связей», набравшие 80,8% и 54,2% соответственно. Это может указывать на то, что большинство студентов воспринимает работу по найму в том числе и как возможность создания устойчивого базиса для последующих действий по организации собственного бизнеса. Ответы «регулярная заработная плата» и «безопасность и уверенность в будущем» набрали 49,2% и 44,2% соответственно, что показывает, что половина из опрошенных студентов осознает важность финансовой стабильности и надежности, которые они связывают с работой по найму. Наименьший процент выбора (20%) пришелся на ответ «отсутствие идей для успешного бизнеса», что может свидетельствовать о том, что студенты достаточно высоко оценивают креативный потенциал выпускников вуза.

Далее студентам предлагалось указать на те препятствия, которые для себя лично они рассматривают в качестве основных ограничителей предпринимательской активности (Рисунок 4). При ответе на этот вопрос более половины студентов обозначили в качестве основного препятствия «незнание юридических тонкостей». Это свидетельствует о важности правовой подготовки студентов к созданию и ведению собственного бизнеса.



Рисунок 4. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие препятствия кажутся Вам основными при организации собственного бизнеса?» (возможность множественного выбора)

Второй по популярности ответ, который выбрала почти половина опрошиваемых, — «риск все потерять», что говорит о том, что для этой части студентов воспринимаемый ими уровень риска, связанный с ведением собственного бизнеса, является неприемлемым, по крайней мере

на этом этапе их жизни. Примечательно, что вариант ответа «психологический барьер» набрал всего 28,8%. Это может свидетельствовать о высокой привлекательности собственного бизнеса в глазах студентов и желании видеть себя в этой роли, несмотря на возможные трудности и риски, как и о высокой самооценке собственных возможностей по сравнению с теми препятствиями, которые воспринимаются ими как объективные (например, невозможность привлечения финансирования). С другой стороны, это может говорить и о недооценке респондентами психологических и эмоциональных факторов, влияющих на успешность ведения собственного бизнеса.

Еще один вопрос анкеты имел целью выяснить, что мешает студентам заняться собственным бизнесом прямо сейчас и не откладывать это до окончания вуза (Рисунок 5).



Рисунок 5. Распределение ответов респондентов на вопрос «Какие факторы ограничивают Ваше желание заняться собственным бизнесом прямо сейчас?» (возможность множественного выбора)

Результаты ответов на этот вопрос не оказались неожиданными: большая часть опрошиваемых выбрала вариант ответа «необходимость начального капитала» (64,2%). Многие из опрошиваемых (56,7%) также критично и объективно оценивают достаточность имеющихся у них на текущий момент знаний и навыков, необходимых для успешной предпринимательской деятельности. А вот страх неудачи останавливает только 30% студентов, что опять же свидетельствует о достаточно высокой мотивации к созданию собственного бизнеса. Высокая конкуренция и нехватка поддержки и наставничества в текущем моменте рассматриваются в качестве важных препятствий менее чем четвертью респондентов. В качестве ответов в пункте «другое» студенты чаще всего указывали на отсутствие желания, наличие других целей, высокие налоги и даже просто лень. Присутствовали здесь также ответы, свидетельствующие о том, что такой бизнес у студентов уже есть, правда, их доля очень невелика и составляет 1,6% от общей численности опрошиваемых.

Отправной точкой создания бизнеса является наличие идеи, обеспечивающей возможность привлечения внимания инвесторов и будущих потребителей. Поэтому студентам был задан вопрос о наличии у них такой идеи. Результаты ответов на этот вопрос представлены в Таблице 3.

Таблица 3. Распределение ответов респондентов на вопрос «Есть ли у Вас идея для собственного бизнеса или проекта?»

Варианты ответов	мужчины	женщины	всего
Да, и я уже работаю над ее реализацией	24%	7%	13%
Идея есть, но пока не готов(а) начинать действовать	30%	34%	33%
Никогда не думал, что это то, что мне нужно	11%	10%	10%
Пока не задумывался серьезно об открытии своего дела	35%	49%	44%

Как показывают результаты опроса, в целом по выборке 13% респондентов указали не только на наличие бизнес-идеи, но на активные действия по ее практической реализации. При этом мы видим существенные гендерные различия по этому аспекту: если среди мужчин

таковые составили почти четверть от их общего числа, то у женщин этот показатель гораздо скромнее и составляет 7%. Доля тех, кто полагает, что у него есть идея, но пока не готов к ее реализации, довольно высока и составляет 33% по общей выборке. При этом здесь большую осторожность проявляют женщины (34% идей, не готовых к реализации, против 30% у мужчин). Доля тех, кто вообще не видит смысла в работе над какими-то идеями по поводу собственного бизнеса, относительно не велика (10% по общей выборке без существенных различий между мужчинами и женщинами). Еще 44% респондентов не столь критичны по отношению к собственному бизнесу, но пока не задумывались об этом. При этом женщины в большей своей доле выбирали этот ответ (49%) по сравнению с мужчинами (35%). Оценивая данную картину в общем, можно назвать ее позитивной. Более половины студентов мужского пола (54%) и 34% студенток как минимум сделали свой первый шаг в бизнесе (инициация идеи). Конечно, от него до успешной реализации идеи лежит большой путь, и на этом пути очень важна мудрая поддержка и помощь со стороны вуза.

Второй этап исследования был связан с проведением фокус-групп. Задачей работы на этом этапе было дополнение мнений студентов, полученных в ходе формального анкетирования, качественной информацией за счет организации свободного и максимально открытого общения и дискуссии по сути исследуемых вопросов. Фокус-группы проводились только со студентами первого курса, обучающимися на программах бакалавриата, так как нам было важно понять, с какими установками относительно своей будущей профессиональной деятельности приходят в вуз абитуриенты, и правильно выстроить вектор взаимодействия с ними в процессе обучения. Кроме того, при проведении фокус-групп мы ограничились только студентами, обучающимися на кафедре международного туризма и гостиничного бизнеса по программам подготовки «Сервис» и «Туризм». Данный выбор, помимо прочих обстоятельств, был обусловлен и тем, что эти сферы сервисной деятельности по своей сущности создают благоприятную основу для ведения собственного бизнеса. Результаты проведения фокус-групп в целом подтвердили сделанные по итогам анкетирования выводы.

Заключение

Проведенное исследование позволило прийти к следующим выводам и заключениям.

1. Студенты в целом хорошо осознают роль и значение трудовой деятельности, придавая труду преимущественно инструментальный характер и рассматривая его как средство обеспечения материального благосостояния и финансовой устойчивости. Многие из них совмещают или хотели бы совмещать свою учебную деятельность с работой. В этом они видят как возможность иметь свои карманные деньги, так и возможность получения ценного практического опыта для своей будущей профессиональной деятельности. При этом они ценят знания, но опыту и навыкам отдают предпочтение, считая их более важными факторами успеха в профессиональной деятельности.

2. В дилемме «работа по найму — собственный бизнес» наиболее привлекательным для студентов является собственный бизнес. С ним они связывают больше перспектив не только в плане финансовых возможностей, но и возможностей саморазвития. Работу по найму многие из студентов характеризуют как «работу на дядю». При этом они осознают плюсы и минусы того и другого вида трудовой занятости. В качестве несомненных плюсов работы по найму студенты называют возможность получить опыт и приобрести необходимые связи, поэтому многие из них рассматривают работу по найму как временную, необходимую для накопления стартового капитала, наработки связей и навыков. При этом некоторые студенты (их доля составляет чуть более трети в общей численности, и по преимуществу это женщины) вполне позитивно относятся к работе по найму, говорят о возможности сделать хорошую карьеру и апеллируют прежде всего к возможности без риска и высокой ответственности решать важные для себя задачи.

3. Студенты, делающие ставку на организацию собственного бизнеса, довольно высоко оценивают свои возможности и, вероятно, недооценивают степень риска, связанную с его ведением. Впрочем, это свойственно молодежи. В качестве основных препятствий предпринимательской деятельности они рассматривают недостаточность финансовых ресурсов, знаний и навыков. В рамках учебного процесса они хотели бы значительно увеличить практико-ориентированную составляющую, рассматривать конкретные кейсы по бизнесу, посещать предприятия, знакомиться с опытом успешных предпринимателей. В плане теоретической подготовки студенты обозначали важность юридических знаний (не только в плане знания законодательства, регламентирующего предпринимательскую деятельность, но и с точки зрения понимания государственной поддержки и тонкостей защиты своего бизнеса — как создать свой бизнес и не прогореть через полгода), знаний менеджмента и маркетинга. Студенты говорили также о желании развить такие личностные качества, как способность строить деловые отношения и вести переговоры, лидерство, стрессоустойчивость и креативность.

Полученные по результатам исследования выводы отражают состояние рассматриваемой проблемы на примере только одного вуза — НИУ «БелГУ», поэтому для их обобщения на всю генеральную совокупность российской студенческой молодежи требуется проведение дополнительных масштабных исследований. И все же проведенная работа позволила лучше понять установки молодежи в отношении будущей профессиональной деятельности и обозначить основные направления усилий по оказанию поддержки студентам в части раскрытия и развития их предпринимательского потенциала. Перспективным направлением дальнейших исследований в этой области мы видим углубление представлений о ценностном отношении студентов к труду вообще и предпринимательской деятельности в частности.

Список литературы:

Аганбегян А.Г. Социально-экономическое развитие России. Взлёты и падения. Возможности и перспективы // Среднерусский вестник общественных наук. 2023. Т. 18. № 6. С. 14–46. DOI: [10.22394/2071-2367-2023-18-6-14-46](https://doi.org/10.22394/2071-2367-2023-18-6-14-46)

Александрова О.А., Тюриков А.Г., Кунижева Д.А., Марков Д.И., Аликперова Н.В. Предпринимательские установки как элемент финансово-экономической культуры студенческой молодежи // Народонаселение. 2022. Т. 25. № 3. С. 103–115. DOI: [10.19181/population.2022.25.3.8](https://doi.org/10.19181/population.2022.25.3.8)

Богатырева К. А. Восприятие возможностей как недостающее звено: адаптация теории запланированного поведения к предпринимательскому процессу // Российский журнал менеджмента. 2024. Т. 22. № 1. С. 5–28. DOI: [10.21638/spbu18.2024.101](https://doi.org/10.21638/spbu18.2024.101)

Гвоздева Е.С., Гвоздева Г.П., Боброва В.Ю. Куда и почему стремится образованная молодежь из восточных регионов России // ЭКО. 2024. № 5. С. 41–164. DOI: [10.30680/ECO0131-7652-2024-5-141-164](https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2024-5-141-164)

Козаченко Е., Чепуренко А., Широкова Г. Предпринимательство в России: систематический обзор отечественных публикаций // Форсайт. 2024. Т. 18. № 4. С. 51–65. DOI: [10.17323/2500-2597.2024.4.51.65](https://doi.org/10.17323/2500-2597.2024.4.51.65)

Кныш Н.А. Предприниматели прошлого и настоящего в восприятии студенческой молодежи // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». 2023. Т. 10. № 2(38). С. 108–116. DOI: [10.24147/2312-1300.2023.10\(2\).108-116](https://doi.org/10.24147/2312-1300.2023.10(2).108-116)

Поплавская А.А. Будущая работа глазами студентов российских вузов: дифференциация образа работы в межрегиональной перспективе // Мир России. 2023. Т. 32. № 1. С. 61–86. DOI: [10.17323/1811-038X-2023-32-1-61-86](https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-1-61-86)

Тавбулатова З.К., Чаплаев Х.Г. Третья миссия университета и ее роль в стратегическом процессе развития вуза // Экономические исследования. 2022. № 2. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_49839599_40463387.pdf

- Тарануха Ю.В. Что мешает переходу к креативному предпринимательству? // Общественные науки и современность. 2022. № 3. С. 67–87. DOI: [10.31857/S0869049922030054](https://doi.org/10.31857/S0869049922030054)
- Халимбеков Х.З. Молодежное предпринимательство в зарубежных странах и регионах России // Альманах Крым. 2022. № 32. С. 52–61.
- Холодный В.К., Василенко М.Е. Студенческое предпринимательство в Приморском крае // ЭКО. № 1. 2016. С. 170–175.
- Чепуренко А.Ю., Коленникова Н.Д. Отношение россиян к предпринимательской деятельности в начале XXI века: основные тенденции // Социологические исследования. 2025. Т. 51. № 4. С. 20–34. DOI: [10.31857/S0132162525040026](https://doi.org/10.31857/S0132162525040026)
- Чепьюк О.Р., Бедный А.Б., Горылев А.И., Прохорова М.В., Кравченко В.С. Предпринимательское мышление — универсальная компетенция выпускника вуза // ЭКО. 2023. № 3. С. 47–67. DOI: [10.30680/ECO0131-7652-2023-3-47-67](https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2023-3-47-67)
- Череменская М.А. Профессиональное самоопределение предпринимателя: этапы и факторы // Теоретическая и экспериментальная психология. 2024. Т. 17. № 4. С. 116–145. DOI: [10.11621/TEP-24-36](https://doi.org/10.11621/TEP-24-36)
- Шаститко А.Е., Федоров С.И. Предпринимателя узнаем по доходу: вопросы идентификации // Управленец. 2025. Т. 16. № 1. С. 2–15. DOI: [10.29141/2218-5003-2025-16-1-1](https://doi.org/10.29141/2218-5003-2025-16-1-1)
- Al-Haddad L., Safdar Sial M., Ali I., Rahmat A. The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Employment Generation and Economic Growth: A Study of Marble Industry in Emerging Economy // International Journal of Financial Research. 2019. Vol. 10. Is. 6. P. 174–187. DOI: [10.5430/ijfr.v10n6p174](https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n6p174)
- Barach M.A., Rider C. I. Discovery, Discernment, and Exploitation: Entrepreneurial Mechanisms at the Nexus of Individual and Opportunity // Strategic Management Journal. 2023. Vol. 44. Is. 12. P. 2858–2887. DOI: [10.1002/smj.3528](https://doi.org/10.1002/smj.3528)
- Bergmann H., Hundt Ch., Sternberg R. What Makes Student Entrepreneurs? On the Relevance (and Irrelevance) of the University and the Regional Context for Student Start-Ups // Small Business Economics. 2016. Vol. 47. P. 53–76. DOI: [10.1007/s11187-016-9700-6](https://doi.org/10.1007/s11187-016-9700-6)
- Bodolitsa V., Shirokova G., Ragulina D., Lushnikova A. Students' Individual Entrepreneurial Orientation and the Scope of Startup Activities in Russia: The Role of University Infrastructure // International Journal of Management Education. 2024. Vol. 22. Is. 2. DOI: [10.1016/j.ijme.2024.100986](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100986)
- Cera G., Mlouk A., Cera E., Shumeli A. The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. A Quasi-Experimental Research Design // Journal of Competitiveness. 2020. Vol. 12. Is. 1. P. 39–56. DOI: [10.7441/joc.2020.01.03](https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03)
- Iashin A.A., Klyuev A.K., Bagirova A.P., Williams D. Entrepreneurship Education Programs Research in Russia: Stakeholder Expectations and University Practice // The Education and Science Journal. 2022. Vol. 24. No. 9. P. 92–117. DOI: [10.17853/1994-5639-2022-9-92-117](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2022-9-92-117)
- Jacob M., Kühhirt M., Rodrigues M. Labor Market Returns to Graduates' International Experience: Exploring Cross-Country Variation in Europe // European Sociological Review. 2019. Vol. 35. Is. 4. P. 491–505. DOI: [10.1093/esr/jcz022](https://doi.org/10.1093/esr/jcz022)
- Makino E. Review of the State of International Entrepreneurship Education Research // The Journal of Science Policy and Research Management. 2018. Vol. 33. Is. 2. P. 92–100. DOI: [10.20801/jsrpim.33.2.92](https://doi.org/10.20801/jsrpim.33.2.92)
- Rubens A., Spigarelli F., Cavicchi A., Rinaldi Ch. Universities Third Mission and the Entrepreneurial University and the Challenges They Bring to Higher Education Institutions // Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy. 2017. Vol. 11. Is. 3. P. 354–372. DOI: [10.1108/JEC-01-2017-0006](https://doi.org/10.1108/JEC-01-2017-0006)
- Saeed S., Yousafzai Sh.Y., Yani-De-Soriano M., Muffatto M. The Role of Perceived University Support in the Formation of Students Entrepreneurial Intention // Journal of Small Business Management. 2014. Vol. 51. Is. 4. P. 1127–1145 DOI: [10.1111/jsbm.12090](https://doi.org/10.1111/jsbm.12090)

Zhao H., Seibert S. E., Hills G.E. The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions // *Journal of Applied Psychology*. 2005. Vol. 90. Is. 6. P. 1265–1272. DOI: [10.1037/0021-9010.90.6.1265](https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265)

References:

Aganbegyan A.G. (2023) Social and Economic Development of Russia. Ups and Downs. Opportunities and Prospects. *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk*. Vol. 18. No. 6. P. 14–46. DOI: [10.22394/2071-2367-2023-18-6-14-46](https://doi.org/10.22394/2071-2367-2023-18-6-14-46)

Aleksandrova O.A., Tyurikov A.G., Kunizheva D.A., Markov D.I., Alikperova N.V. (2022) Entrepreneurial Attitudes as an Element of the Financial and Economic Culture of Students. *Narodonaseleniye*. Vol. 25. No. 3. P. 103–115. DOI: [10.19181/population.2022.25.3.8](https://doi.org/10.19181/population.2022.25.3.8)

Al-Haddad L., Safdar Sial M., Ali I., Rahmat A. (2019) The Role of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Employment Generation and Economic Growth: A Study of Marble Industry in Emerging Economy. *International Journal of Financial Research*. Vol. 10. Is. 6. P. 174–187. DOI: [10.5430/ijfr.v10n6p174](https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n6p174)

Barach M. A., Rider C. I. (2023) Discovery, Discernment, and Exploitation: Entrepreneurial Mechanisms at the Nexus of Individual and Opportunity. *Strategic Management Journal*. Vol. 44. Is. 12. P. 2858–2887. DOI: [10.1002/smj.3528](https://doi.org/10.1002/smj.3528)

Bergmann H., Hundt Ch., Sternberg R. (2016) What Makes Student Entrepreneurs? On the Relevance (and Irrelevance) of the University and the Regional Context for Student Start-Ups. *Small Business Economics*. Vol. 47. P. 53–76. DOI: [10.1007/s11187-016-9700-6](https://doi.org/10.1007/s11187-016-9700-6)

Bodolitsa V., Shirokova G., Ragulina D., Lushnikova A. (2024) Students' Individual Entrepreneurial Orientation and the Scope of Startup Activities in Russia: The Role of University Infrastructure. *International Journal of Management Education*. Vol. 22. Is. 2. DOI: [10.1016/j.ijme.2024.100986](https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100986)

Bogatyreva K. A. (2024) Opportunity Perception as a Missing Link: Adjustment of the Theory of Planned Behavior to Entrepreneurial Process. *Rossiyskiy zhurnal menedzhmenta*. Vol. 22. No. 1. P. 5–28. DOI: [10.21638/spbu18.2024.101](https://doi.org/10.21638/spbu18.2024.101)

Cera G., Mlouk A., Cera E., Shumeli A. (2020) The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurial Intention. A Quasi-Experimental Research Design. *Journal of Competitiveness*. Vol. 12. Is. 1. P. 39–56. DOI: [10.7441/joc.2020.01.03](https://doi.org/10.7441/joc.2020.01.03)

Chepurensko A.Yu., Kolennikova N.D. (2025) Russians' Attitude Towards Entrepreneurship at the Beginning of the XXI Century: Main Trends. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*. Vol. 51. No. 4. P. 20–34. DOI: [10.31857/S0132162525040026](https://doi.org/10.31857/S0132162525040026)

Chepyuk O.R., Bednyi A.B., Gorylev A.I., Prokhorova M.V., Kravchenko V.S. (2023) Entrepreneurial Mindset — the Universal Competence of a Graduate. *EKO*. No. 3. P. 47–67. DOI: [10.30680/ECO0131-7652-2023-3-47-67](https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2023-3-47-67)

Cheremenskaia M.A. (2024) Professional Self-Determination of an Entrepreneur: Stages and Factors. *Teoreticheskaya i eksperimental'naya psikhologiya*. Vol. 17. No. 4. P. 116–145. DOI: [10.11621/TEP-24-36](https://doi.org/10.11621/TEP-24-36)

Gvozdeva E.S., Gvozdeva G.P., Bobrova V.Yu. (2024) Where and Why Educated Young People Aspire to Go from the Eastern Regions of Russia. *EKO*. No. 5. P. 141–164. DOI: [10.30680/ECO0131-7652-2024-5-141-164](https://doi.org/10.30680/ECO0131-7652-2024-5-141-164)

Halimbekov H.Z. (2022) Youth Entrepreneurship in Foreign Countries and Regions of Russia. *Al'manakh Krym*. No. 32. P. 52–61.

Iashin A.A., Klyuev A. K., Bagirova A. P., Williams D. (2022) Entrepreneurship Education Programs Research in Russia: Stakeholder Expectations and University Practice. *The Education and Science Journal*. Vol. 24. No. 9. P. 92–117. DOI: [10.17853/1994-5639-2022-9-92-117](https://doi.org/10.17853/1994-5639-2022-9-92-117)

Jacob M., K  hhirt M., Rodrigues M. (2019). Labor Market Returns to Graduates' International Experience: Exploring Cross-Country Variation in Europe. *European Sociological Review*. Vol. 35. Is. 4. P. 491–505. DOI: [10.1093/esr/jcz022](https://doi.org/10.1093/esr/jcz022)

- Kholodnyj V.K., Vasilenko M.E. (2016) Features of Development of Student Entrepreneurship in the Primorsky Territory. *EKO*. No. 1. P. 170–175.
- Knysh N.A. (2023). Entrepreneurs of the Past and Present in the Perception of Student Youth. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya «Istoricheskiye nauki»*. Vol. 10. No. 2(38). P. 108–116. DOI: [10.24147/2312-1300.2023.10\(2\).108-116](https://doi.org/10.24147/2312-1300.2023.10(2).108-116)
- Kozachenko E., Chepurenko A., Shirokova G. (2024) Entrepreneurship in Russia: A Systematic Overview of Domestic Publications. *Forsayt*. Vol. 18. No. 4. P. 51–65. DOI: [10.17323/2500-2597.2024.4.51.65](https://doi.org/10.17323/2500-2597.2024.4.51.65)
- Makino E. (2018) Review of the State of International Entrepreneurship Education Research. *The Journal of Science Policy and Research Management*. Vol. 33. Is. 2. P. 92–100. DOI: [10.20801/jsrpim.33.2.92](https://doi.org/10.20801/jsrpim.33.2.92)
- Poplavskaya A.A. (2023) Future Work through the Eyes of Russian University Students: Regional Differentiation of the Work Vision. *Mir Rossii*. Vol. 32. No. 1. P. 61–86. DOI: [10.17323/1811-038X-2023-32-1-61-86](https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-1-61-86)
- Rubens A., Spigarelli F., Cavicchi A., Rinaldi Ch. (2017) Universities Third Mission and the Entrepreneurial University and the Challenges They Bring to Higher Education Institutions. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*. Vol. 11. Is. 3. P. 354–372. DOI: [10.1108/JEC-01-2017-0006](https://doi.org/10.1108/JEC-01-2017-0006)
- Saeed S., Yousafzai Sh.Y., Yani-De-Soriano M., Muffatto M. (2014) The Role of Perceived University Support in the Formation of Students Entrepreneurial Intention. *Journal of Small Business Management*. Vol. 51. Is. 4. P. 1127–1145 DOI: [10.1111/jsbm.12090](https://doi.org/10.1111/jsbm.12090)
- Shastitko A.E., Fedorov S.I. (2025) Recognizing Entrepreneurs by Income: The Issues of Identification. *Upravlenets*. Vol. 16. No. 1. P. 2-15. DOI: [10.29141/2218-5003-2025-16-1-1](https://doi.org/10.29141/2218-5003-2025-16-1-1)
- Taranukha Yu. (2022) What Prevents the Transition to Creative Entrepreneurship. *Obshchestvenn-yye nauki i sovremennost'*. No. 3. P. 67–87. DOI: [10.31857/S0869049922030054](https://doi.org/10.31857/S0869049922030054)
- Tavbulatova Z.K., Chaplaev H.G. (2022) Tret'ya missiya universiteta i yeye rol' v strategicheskom protsesse razvitiya vuza [The third mission of the university and its role in the strategic process of university development]. *Ekonomicheskiye issledovaniya*. No. 2. Available at: https://elibrary.ru/download/elibrary_49839599_40463387.pdf
- Zhao H., Seibert S.E., Hills G.E. (2005) The Mediating Role of Self-Efficacy in the Development of Entrepreneurial Intentions. *Journal of Applied Psychology*. Vol. 90. Is. 6. P. 1265–1272. DOI: [10.1037/0021-9010.90.6.1265](https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.6.1265)