

Научная статья

УДК 338.2

DOI: 10.25683/VOLBI.2024.67.1007

Konstantin Evgenievich Grishin

Doctor of Economics,

Acting Director of the Institute of Economics, Management and Business,
Ufa University of Science and Technology

Ufa, Russian Federation

grishin2472@yandex.ru

Aliya Rafikovna GazizovaDeputy Director for Educational Work of the Institute of Economics,
Management and Business,

Ufa University of Science and Technology

Ufa, Russian Federation

gas-aliya@yandex.ru

Alsu Fanilevna Girkfutdinova3rd year student of the Department of Economics and Regional
Development Institute of Economics, Management and Business,
field of training 38.03.01 — Economics,

Ufa University of Science and Technology

Ufa, Russian Federation

agirkfutdinova@mail.ru

Константин Евгеньевич Гришин

д-р экон. наук,

и. о. директора Института экономики, управления и бизнеса,
Уфимский университет науки и технологий

Уфа, Российская Федерация

grishin2472@yandex.ru

Алия Рафиковна Газизовазаместитель директора по воспитательной работе Института
экономики, управления и бизнеса,

Уфимский университет науки и технологий

Уфа, Российская Федерация

gas-aliya@yandex.ru

Алсу Фанилевна Гирфутдиновастудент 3-го курса кафедры экономики и регионального развития
Института экономики, управления и бизнеса,

направление подготовки 38.03.01 — Экономика,

Уфимский университет науки и технологий

Уфа, Российская Федерация

agirkfutdinova@mail.ru

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ — «ШЕСТЬ Р»

5.2.3 — Региональная и отраслевая экономика

Аннотация. *Предпринимательские намерения выступают ключевым элементом реализации предпринимательских возможностей. Однако при высоком предпринимательском потенциале в стране эти намерения не всегда трансформируются в предпринимательскую активность и в значительной части случаев остаются лишь не подкрепленным действием желанием. В этом контексте особую актуальность приобретает вопрос оценки уровня предпринимательских намерений, в т. ч. измерения некоего предела, обеспечивающего переход от предпринимательских намерений к предпринимательской активности (активизации предпринимательской деятельности). В связи с этим возникает необходимость формирования методического подхода к оценке предпринимательских намерений.*

В статье исследуется проблема вовлечения людей в занятие предпринимательством. Анализируется процесс формирования предпринимательских намерений, которые предшествуют предпринимательской активности. Обосновывается мысль о том, что зачастую уровень сформировавшихся у индивида предпринимательских намерений не позволяет ему переходить к предпринимательским действиям. Представленная в исследовании методика оценки предпринимательских намерений базируется на автор-

ской модели восприятия предпринимательских возможностей — «Шесть Р». Модель «Шесть Р» позволяет оценивать уровень готовности индивида к переходу от предпринимательских намерений к предпринимательской активности по шести ключевым детерминантам: результат, работа, ресурсы, рынок, риск, решительность. С применением данной методики в исследовании был проанализирован уровень предпринимательских намерений студентов Уфимского университета науки и технологий, обучающихся по различным направлениям подготовки.

На основе проведенного анализа был сделан вывод о том, что предложенная авторская методика оценки уровня предпринимательских намерений за счет более четкого понимания предикторов предпринимательского поведения позволяет выявлять факторы, целенаправленное воздействие на которые дает возможность влиять на позитивное восприятие индивидом предпринимательства.

Ключевые слова: *предпринимательство, предпринимательские намерения, предпринимательская активность, предпринимательские возможности, модель «Шесть Р», результат, работа, ресурсы, рынок, риск, решительность, конфигурационный профиль предпринимательских намерений*

Финансирование: исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда по гранту № 23-28-00444, <https://rscf.ru/project/23-28-00444/>.

Для цитирования: Гришин К. Е., Газизова А. Р., Гирфутдинова А. Ф. Методика оценки предпринимательских намерений на основе модели восприятия предпринимательских возможностей — «Шесть Р» // Бизнес. Образование. Право. 2024. № 2(67). С. 179—185. DOI: 10.25683/VOLBI.2024.67.1007.

THE METHODOLOGY FOR ASSESSING ENTREPRENEURIAL INTENTIONS BASED ON THE MODEL OF PERCEPTION OF ENTREPRENEURIAL OPPORTUNITIES — “THE SIX RS”

5.2.3 — Regional and sectoral economy

Abstract. *Entrepreneurial intentions are the key element of the realizing entrepreneurial opportunities. However, with a high entrepreneurial potential of the country, these intentions do not always transform into entrepreneurial activity and in most cases remain unsupported by action. In this context, the issue of assessing the level of entrepreneurial intentions becomes particularly relevant, including measuring a certain limit that ensures the transition from entrepreneurial intentions to entrepreneurial activity (revitalization of entrepreneurial activity). In this regard, there is a need to form a methodological approach to assessing entrepreneurial intentions.*

The article examines the problem of involving people in entrepreneurship. The process of forming entrepreneurial intentions that precede entrepreneurial activity is analyzed. The idea is substantiated that often the level of entrepreneurial intentions formed in an individual does not allow him/her to move on to entrepreneurial actions. The methodology presented in the study for assessing entrepreneurial intentions is based on the

author’s Model of perception of entrepreneurial opportunities — “The Six Rs”. The Six Rs model allows us to assess the level of readiness of an individual to transition from entrepreneurial intentions to entrepreneurial activity according to such six key determinants as: result, work, resources, market, risk, resolve. Using this technique, the study analyzed the level of entrepreneurial intentions of students of Ufa University of Science and Technology studying in various fields of training. Based on the analysis, it was concluded that the proposed author’s methodology for assessing the level of entrepreneurial intentions due to a clearer understanding of the predictors of entrepreneurial behavior allows us to identify factors, the targeted impact on which makes it possible to influence an individual’s positive perception of entrepreneurship.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial intentions, entrepreneurial activity, entrepreneurial opportunities, the Six Rs model, result, work, resources, market, risk, resolve, configuration profile of entrepreneurial intentions*

Funding: The study was financially supported by the Russian Science Foundation under grant No. 23-28-00444, <https://rscf.ru/project/23-28-00444/>.

For citation: Grishin K. E., Gazizova A. R., Girfutdinova A. F. The methodology for assessing entrepreneurial intentions based on the model of perception of entrepreneurial opportunities — “The Six Rs”. *Biznes. Obrazovanie. Pravo = Business. Education. Law.* 2024;2(67):179—185. DOI: 10.25683/VOLBI.2024.67.1007.

Введение

Актуальность. Интерес к предпринимательской деятельности со стороны населения нашей страны продолжает оставаться достаточно высоким. Согласно данным международного исследовательского проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства 2022/2023» (*GEM*), в России в 2022 г. наблюдался рекордный уровень предпринимательских намерений, который впервые за всё время наблюдений достиг показателя 29,9 %. Важнейшей особенностью наличия у населения предпринимательских намерений является то, что о планах открыть свое дело в ближайшие три года заявили 44 % респондентов в возрасте от 18 до 34 лет. Это косвенно подтверждает, что для значительной части молодых людей предпринимательская карьера является весьма привлекательным профессиональным треком. Кроме того, весьма интересным и значимым является то, что в России доля потенциальных предпринимателей (т. е. тех, кто уже пытается открыть собственный бизнес) среди студентов составляет 42 %, что существенно выше показателя в рамках международной выборки — 28 %. Доля активных предпринимателей (тех, кто уже ведет собственный бизнес), достигает 12 %, что незначительно превышает аналогичный показатель в рамках международной выборки. При этом, согласно Глобальному исследованию предпринимательского духа студентов, сразу после окончания учебы 23 % студентов видят начало своего карьерного пути в качестве предпринимателей. Таким образом, как показывают исследования, желание попробовать себя в занятии предпринимательством демонстрируют относительно широкие слои российской молодежи. Вместе с тем предпринимательские намерения не всегда трансформируются в предпринимательскую активность и в значительной части случаев остаются лишь не подкрепленным действием жела-

нием. В этом контексте особую актуальность приобретает вопрос оценки уровня предпринимательских намерений, в т. ч. измерение некой «критической величины» данного уровня, обеспечивающего переход от предпринимательских намерений к предпринимательской активности.

К настоящему времени лишь немногие исследования рассматривают предпринимательство с действительно системной точки зрения, что приводит к недооценке многих факторов, часто имеющих решающее значение для успешного развития и активизации предпринимательской деятельности: к переходу от предпринимательских намерений [1] к предпринимательской активности.

Предпринимательское намерение — это реальная готовность индивида действовать в целях создания экономической ценности и ее обмена на рынке, по цене, превышающей себестоимость, как путем создания новой фирмы, так и посредством интрапренерства [2—4]. Предпринимательские намерения предшествуют предпринимательской активности, которая предполагает уже четкую последовательность действий человека, решившего стать предпринимателем. В научной литературе подчеркивается положительная и значимая связь между отношением к предпринимательскому поведению и предпринимательским намерением [5; 6]. Имеющиеся исследования подтверждают, что наличие предпринимательских намерений позволяет предсказать фактическое предпринимательское поведение — создание собственного дела [7; 8].

Намерение людей основать новый бизнес оказалось фундаментальной, устойчивой и часто используемой конструкцией в исследованиях предпринимательства [9]. Намерение заняться предпринимательством рассматривается как определяющий фактор, влияющий на любое решение, направленное на выбор в пользу предпринимательской деятельности.

Понимание предпосылок предпринимательских намерений имеет существенное значение для решения задач мотивации людей для открытия собственного бизнеса. При изучении предпринимательских намерений в большинстве исследований использовалась теория запланированного поведения (*Theory of Planned Behavior, TPB*) [10]. *TPB* — довольно популярная концептуальная основа, используемая при изучении человеческого поведения [11], которая широко применяется для исследований и в области предпринимательских намерений. Теория запланированного поведения рассматривает намерение начать новое предприятие как зависящее от трех контекстуальных элементов: личного отношения к результатам поведения; воспринимаемые социальные нормы; воспринимаемый поведенческий контроль. Первые две конструкции (отношение и субъективные нормы) отражают воспринимаемую желательность намерений, а третья (воспринимаемый поведенческий контроль) — воспринимаемую осуществимость намерений [12—15]. В исследованиях предпринимательства отношение к предпринимательским намерениям измеряет ожидания людей относительно открытия нового бизнеса. В целом можно говорить, что теория запланированного поведения включает в себя некоторые ключевые концепции из социальных и поведенческих наук и определяет эти понятия таким образом, чтобы открыть возможность для предсказания и понимания конкретного поведения в определенном контексте.

Еще одним инструментом исследования предпринимательских намерений является модель предпринимательских событий Шаперо (*SEE*) [16], в которой предпринимательские намерения зависят от трех элементов:

- а) восприятия желательности;
- б) склонность к действию;
- в) восприятие осуществимости [17].

Он утверждает, что желательность, осуществимость и склонность к действию являются наиболее важными факторами, влияющими на намерение человека создать предприятие (стать предпринимателем). Более того, конкретная желательность и воспринимаемая самооэффективность описываются как важные основы восприятия желательности и осуществимости. В целом, Шаперо предполагал, что процесс формирования намерений может оказаться сложным. Склонность к действию, вероятно, также будет иметь косвенное влияние на отношения в модели, поэтому нам следует проверить наличие смягчающих эффектов склонности к действию. Шаперо также предполагает, что намерения могут зависеть только от порогового уровня восприятия осуществимости и желательности [17].

Несмотря на большое количество проведенных исследований, научно-методическое обеспечение теории предпринимательства характеризуется низким уровнем проработанности, что не позволяет на практике реализовывать задачи для решения проблем предпринимательства. Всё это обуславливает необходимость методического обеспечения оценки реализации региональной политики в сфере предпринимательства, базирующейся на оценке уровня предпринимательских намерений.

Теоретическая значимость проведенного исследования состоит в том, что полученные результаты расширяют и обогащают теоретико-методическую базу исследований в сфере молодежного предпринимательства. В частности, результаты проведенного исследования могут быть использованы при разработке национальной и региональной социально-экономической политики, направленных на активизацию предпринимательской активности.

Практическая значимость. Предложенная авторами методика оценки уровня предпринимательских намерений за счет более четкого понимания предикторов предпринимательского поведения позволяет посредством применения различных средств и методов осуществлять целенаправленное воздействие на позитивное восприятие индивидом предпринимательства и, соответственно, стимулирование его к предпринимательской активности.

Научная новизна статьи состоит в том, что авторами предложена модель восприятия предпринимательских возможностей — «Шесть Р», позволяющая оценить уровень готовности начинающего предпринимателя к переходу от предпринимательских намерений к предпринимательской активности по шести ключевым детерминантам: результат, работа, ресурсы, рынок, риск, решительность.

Методология. В исследовании использовались такие общенаучные методы, как систематизация, синтез, обобщение, с помощью которых был проведен теоретический анализ работ зарубежных и отечественных для конкретизации понятий; метод проведения опросов, моделирование и графические методы.

Цель. В рамках данной статьи как раз предпринята попытка обосновать новый методический подход к оценке предпринимательских намерений, который, по мнению авторов, позволяет более точно идентифицировать уровень готовности индивида к предпринимательским действиям. В этой связи была поставлена **задача** поиска и идентификации триггеров, которые позволяют запустить механику перевода предпринимательских намерений в активную деятельность, направленную на практическую реализацию предпринимательских проектов. В этом контексте поставлена и решена еще одна задача: более детально разобраться в понятии «предпринимательские намерения».

Основная часть

В основе нашей методики оценки уровня предпринимательских намерений молодежи лежит авторская модель восприятия предпринимательских возможностей (*Entrepreneurial Opportunity Perception Model*) — «Шесть Р», которая, в свою очередь, опирается на модель предпринимательских событий Шаперо (*SEE*) [16]. Модель «Шесть Р» представляет собой более детализированное понимание используемых в модели Шаперо элементов: восприятия желательности; склонность к действию и восприятие осуществимости. Необходимость детализации (структуризации) и уточнения содержания элементов модели Шаперо, обусловлена целесообразностью выявления однозначно трактуемой «объектности» восприятия индивидом этих элементов, что, в свою очередь, позволит обеспечить возможность целенаправленного воздействия не на абстрактную составляющую (например, желательность), а на четко идентифицированную и понимаемую компоненту, напрямую влияющую на поведение индивида. В результате наших исследований (проводимых прежде всего на основе глубинного интервьюирования как действующих, так и потенциальных предпринимателей) было определено, что желательность предпринимательства индивидом в значительной мере может определяться (оценивается) через детерминанту (фактор), которую мы называем «результат» (ключевой вопрос, характеризующий детерминанту: зачем мне это надо?). Осуществимость предпринимательства в основном оценивается через призм трех детерминант: «работа» (ключевой вопрос, характеризующий детерминанту: что надо сделать?); «ресурсы»

(ключевой вопрос, характеризующий детерминанту: какие ресурсы нужны для этого ресурсу, есть ли они у меня и где их взять?); «рынок» (ключевой вопрос, характеризующий детерминанту: кому нужно то, что я сделаю?). И наконец, склонность к действию оценивается детерминантами «риск» (ключевой вопрос, характеризующий детерминанту: насколько я готов к неблагоприятным исходам?) и «решимость» [ключевой вопрос, характеризующий детерминанту: насколько я готов действовать (осуществить свое решение)?].

Схематично модель представлена на рис. 1.



Рис. 1. Схема формирования предпринимательских намерений на основе модели восприятия предпринимательских возможностей — «Шесть Р»

Таким образом, наша методика оценки предпринимательских намерений предполагает измерение уровня восприятия, осмысления и оценки ключевых детерминант предпринимательства (результат, работа, ресурсы, рынок, риск, решимость). Для измерения детерминант была разработана анкета, ответы на вопросы которой оценивались по девятибалльной шкале. Затем полученные данные визуализировались в виде диаграмм, которые можно представить в виде конфигурационного многоугольника. Далее для оценки конфигурационных профилей использовались площадные значения, в совокупности образуемые этими показателями. Такой подход позволяет визуально объединить все анализируемые данные в общую картину. Использование площадей как образов конфигураций обеспечивает большое разнообразие новых аналитических возможностей, например, позволяет проводить сопоставление конфигураций путем наложения конфигурации исследуемой группы на наиболее эффективную конфигурацию, сформированную на основе лучших показателей среди исследуемой выборки [15].

Всего в опросе приняли участие 343 студента Уфимского университета науки и технологий (далее — УУНиТ). Наибольшую долю среди опрошенных составили студенты I курса (37 %). Для оценки уровня предпринимательских намерений студентов, имеющих различный склад мышления, анкетированные условно были поделены на три группы, примерно равные по количественному составу:

- 1) обучающиеся на экономических направлениях подготовки;
- 2) обучающиеся на инженерно-технических направлениях подготовки;
- 3) обучающиеся на гуманитарных направлениях подготовки.

Результаты. Как показало проведенное тестирование методики, в целом наивысший балл получила оценка значимости детерминанты «результат». Это является

свидетельством того, что ребятам интересно предпринимательство, они понимают зачем им заниматься этим видом деятельности и что они ожидают от этого. При этом наиболее низко опрашиваемые оценивают свои возможности находить и концентрировать соответствующие ресурсы. В целом, как видно на диаграммах, именно восприятие детерминанты «ресурсы» (оценка ниже среднего) зачастую блокирует процесс перехода предпринимательских намерений к предпринимательским действиям (рис. 2). В принципе это в определенной мере коррелирует с другими исследованиями в рамках, которых в качестве причин отказа от занятия предпринимательством люди зачастую указывают на «отсутствие финансовых и иных ресурсов».

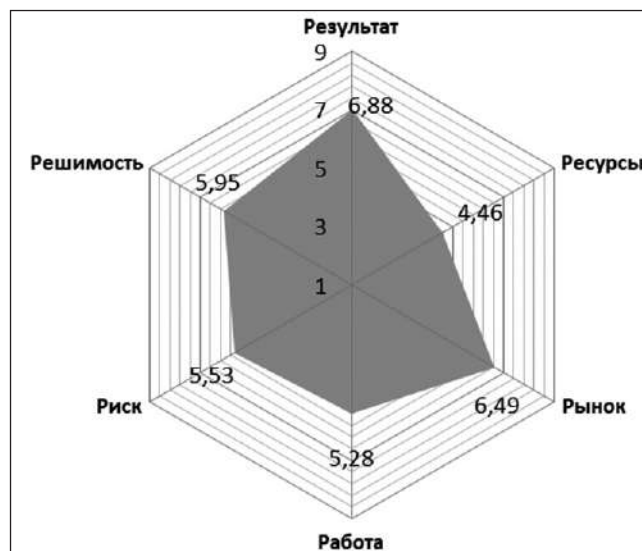


Рис. 2. Конфигурационный профиль предпринимательских намерений студентов УУНиТ

Также весьма интересным представляется сопоставление показателей предпринимательских намерений студентов экономических, инженерно-технических и гуманитарных направлений подготовки (рис. 3—5).

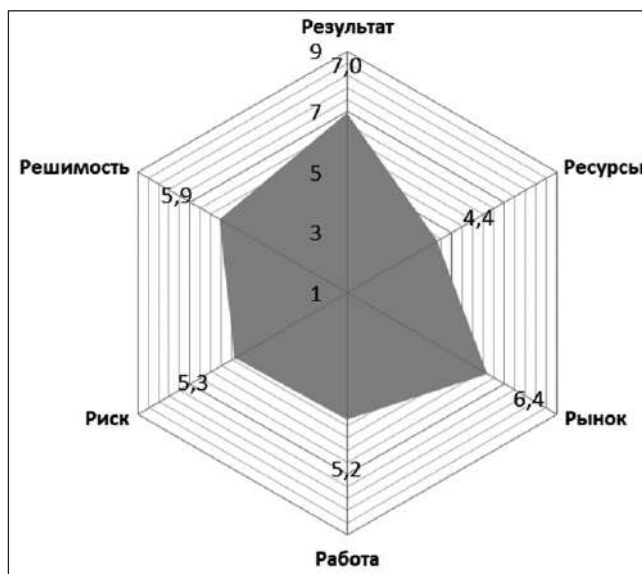


Рис. 3. Конфигурационный профиль предпринимательских намерений студентов экономических направлений подготовки (группа 1)

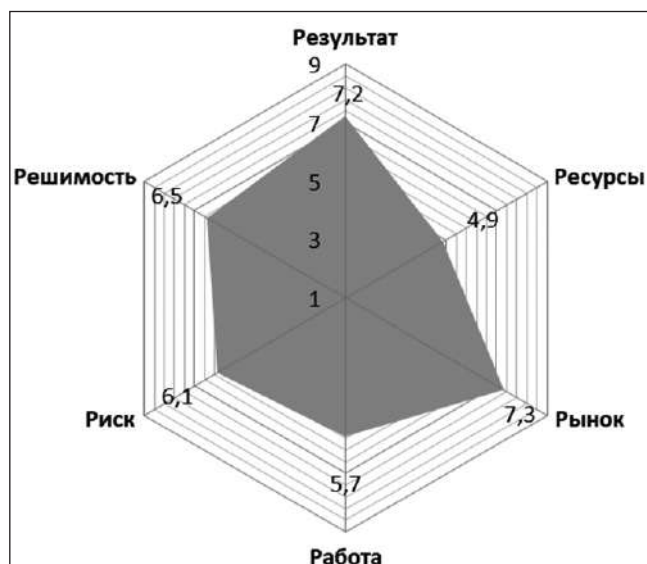


Рис. 4. Конфигурационный профиль предпринимательских намерений студентов инженерно-технических направлений подготовки (группа 2)

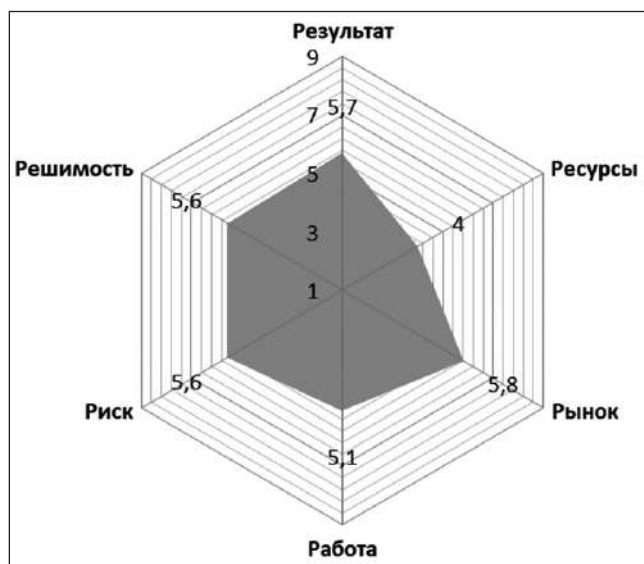


Рис. 5. Конфигурационный профиль предпринимательских намерений студентов гуманитарных направлений подготовки (группа 3)

Далее были проведены расчеты площади полученных фигур, которые были сопоставлены между собой, а также с площадью условно-идеального конфигурационного многоугольника [со сторонами, равными 9 (максимальный балл)], представляющего собой максимальный уровень предпринимательских намерений (по умолчанию, данный уровень должен обеспечивать высокую веро-

ятность перехода от предпринимательских намерений к предпринимательской активности, см. табл.). Совокупная площадь конфигурационного многоугольника предпринимательских намерений у экономистов составила 83,1 ед., у студентов инженерно-технических специальностей — 100,9 ед., у студентов гуманитарных направлений подготовки — 72,5 ед.

Расчетные показатели конфигурационных профилей предпринимательских намерений студентов

Профиль предпринимательских намерений	Площадь многоугольника предпринимательских намерений студентов, ед.	Отклонение от площади условно-идеального конфигурационного многоугольника предпринимательских намерений студентов	
		абсолютное, ед.	относительное, %
Условно-идеальный профиль	210,4	—	—
Общий профиль студентов	85,3	-125,1	-59,5
Профиль группы 1	83,1	-127,3	-60,5
Профиль группы 2	100,9	-109,5	-52,04
Профиль группы 3	72,5	-137,9	-65,54

Примечание: рассчитано авторами.

Как видно из представленных конфигурационных профилей предпринимательских намерений и сравнения площадных значений их результатов, молодыми людьми наиболее низко оценивается детерминанта «Ресурсы». Необходимо отметить, что и в прежних исследованиях авторы, изучая мотивы молодежи относительно занятия предпринимательством, сталкивались с тем, что именно отсутствие ресурсов, прежде всего финансов, являлось основным обоснованием для отказа от предпринимательской карьеры. Проведенное тестирование новой методики подтвердило этот тренд. Как показало исследование, наибольший уровень предпринимательских намерений продемонстрировали студенты инженерно-технических направлений подготовки, далее следуют студенты экономических, а затем гуманитарных направлений подготовки. Наше предположение, почему так произошло, заключается в том, что на это повлияло более четкое представление этими ребятами условного продукта (ценности), с которым они могут гипотетически выйти на рынок.

Это понимание (в отличие от несколько размытого понимания ценности, которую можно предложить рынку у экономистов и гуманитариев) в некоторой степени способствует структуризации и систематизации дальнейших действий, что в определенной мере снижает уровень неопределенности (и соответственно риска), а также снижает (повышает) уровень решительности и готовности к действию. Вместе с тем такое суждение еще является достаточно спорным и требует дальнейшего накопления данных подтверждающих, либо опровергающих данное предположение

Заключение

Проведенное тестирование авторской методики позволило в некоторой степени подтвердить адекватность предложенного методического подхода. Косвенно это может быть подтверждено следующим образом:

1. Участвовавшие в анкетирование студенты в основной своей массе низко оценивают именно свои возможности

доступа к ресурсам, что в принципе соответствует распространённому в обществе мнению, согласно которому для начала занятия предпринимательской деятельностью «необходим достаточный уровень капитала (прежде всего финансового), а у меня его нет».

2. Согласно полученному результату, наиболее высокий уровень предпринимательских намерений продемонстрировали студенты инженерно-технических направлений подготовки, на втором месте студенты-экономисты, на третьем — гуманитарии. Такой расклад соответствует трендам, обозначенным в целом ряде других исследовательских проектов. Например, согласно исследованию «Рейтинг предпринимательских университетов и бизнес-школ России 2023», которое проводит АЦ «Эксперт» из 4 тыс. предпринимателей (конечно, здесь речь идет о технологических предпринимателях), которые находятся в базе этого центра, более половины получило техническое образование. При этом экономическое или бизнес-образование являются вторыми по популярности.

Также в результате проведенной работы было выявлено, что студенты наиболее высоко оценивают применительно к себе желательность предпринимательства (6,88), далее идет готовность действовать (5,74) и, наконец, на послед-

нем месте восприятие возможности (5,41). Выявленный разрыв между тремя составляющими предпринимательских намерений не позволяет рассчитывать на то, что в среднем опрошенные студенты настроены на то, чтобы перейти к реальной предпринимательской активности. Скорее всего, относительно невысокий уровень восприятия возможности предпринимательства будет способствовать блокировке реальных действий. Однако это средние оценки в целом по выборке и, конечно же, в этой массе есть студенты вполне готовые к предпринимательской активности.

В целом, можно заключить, что предложенная авторами методика оценки уровня предпринимательских намерений за счет более четкого понимания предикторов предпринимательского поведения позволяет посредством применения различных средств и методов осуществлять целенаправленное воздействие на позитивное восприятие индивидом предпринимательства и, соответственно, стимулирование его к предпринимательской активности. Вместе с тем предложенный подход нуждается в дополнительном обосновании, прежде всего через дальнейшее его прикладное тестирование, которое позволит подтвердить или, возможно, опровергнуть его эффективность.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Fini R., Grimaldi R., Marzocchi G., Sobrero M. The foundation of entrepreneurial intention // *Social entrepreneurship & Entrepreneurship Research Study Group Meeting*. Cleveland, USA : Case Western Reserve University, 2009. Pp. 414—438.
2. Влияние мультиконтекстуальности на интенсивность открытия и эксплуатации бизнес возможностей в региональной предпринимательской экосистеме / К. Е. Гришин, М. Р. Богатырева, Р. И. Маликов и др. Уфа : Аэтерна, 2023. 152 с.
3. Солодилова Н. З., Гришин К. Е. Маликов Р. И. Конфигурационный подход к исследованию региональной экосистемы предпринимательства // *Экономическая политика*. 2018. Т. 13. № 5. С. 134—155.
4. Ишмухаметов Н. С. Человеческий потенциал молодежного предпринимательства: региональный аспект // *Проблемы и перспективы развития молодежного предпринимательства : сб. тр. I Междунар. науч.-практ. конф. Уфа : Уфим. ун-т науки и технологий, 2023. С. 4—8.*
5. A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches / J. J. Ferreira, M. L. Raposo, R. G. Rodrigues et al. // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2012. Vol. 19. Iss. 3. Pp. 424—440. DOI: 10.1108/14626001211250144.
6. Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources // *Journal of Business Venturing*. 2007. Vol. 22. Iss. 4. Pp. 566—591. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.002.
7. Colombo M., Dagnino G., Lehmann E., Salmador M. The governance of entrepreneurial ecosystems // *Small Business Economics*. 2019. Vol. 52. Iss. 2. Pp. 419—428. DOI: 10.1007/s11187-017-9952-9.
8. Cunningham J., Matthias M., Katharine W. Entrepreneurial ecosystem governance: a principal investigator-centered governance framework // *Small Business Economics*. 2019. Vol. 52. Iss. 3. Pp. 545—562. DOI: 10.1007/s11187-017-9959-2.
9. Alvedalen J., Boschma R. A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda // *European Planning Studies*. 2017. Vol. 25. Iss. 6. Pp. 887—903. DOI: 10.1080/09654313.2017.1299694.
10. Acs Z. A., Stam E., Audretsch D. B., O'Connor A. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach // *Small Business Economics*. 2017. Vol. 49. Iss. 1. Pp. 1—17. DOI: 10.1007/s11187-017-9864-8.
11. Ajzen I. Nature and operation of attitudes // *Annual review of psychology*. 2001. Vol. 52. Iss. 1. Pp. 27—58. DOI: 10.1146/annurev.psych.52.1.27.
12. Баумоль У. Микротеория инновационного предпринимательства / пер. с англ. Ю. Каптуревского ; под ред. Т. Дробышевой. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2013. 420 с.
13. Alexander I. K., Honig B. Entrepreneurial intentions: a cultural perspective // *Africa Journal of Management*. 2016. Vol. 2. Iss. 3. Pp. 1—23. DOI: 10.1080/23322373.2016.1206801.
14. Stam E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique // *European Planning Studies*. 2015. Vol. 23. Iss. 9. Pp. 1759—1769. DOI: 10.1080/09654313.2015.1061484.
15. Urban B., Van Vuuren J. J., Owen R. H. Antecedents to entrepreneurial intentions: Testing for measurement invariance for cultural values, attitudes and self-efficacy beliefs across ethnic groups // *SA Journal of Human Resource Management*. 2008. Vol. 6. No. 1. Art. 132. DOI: 10.4102/sajhrm.v6i1.132.
16. Ranga V., Jain S., Venkateswarlu P. Exploration of Entrepreneurial Intentions of Management Students Using Shapero's Model // *Theoretical Economics Letters*. 2019. Vol. 9. No. 4. Pp. 959—972. DOI: 10.4236/tel.2019.94062.
17. Shapero A., Sokol L. The Social Dimensions of Entrepreneurship // *The Encyclopedia of Entrepreneurship* / Ed. A. Shapero. Englewood Cliffs : Prentice Hall, 1982. Pp. 72—90.

REFERENCES

1. Fini R., Grimaldi R., Marzocchi G., Sobrero M. The foundation of entrepreneurial intention. *Social entrepreneurship & Entrepreneurship Research Study Group Meeting*. Cleveland, USA, Case Western Reserve University, 2009. Pp. 414—438.
2. Grishin K. E., Bogatyreva M. R., Malikov R. I. et al. The influence of multicontextuality on the intensity of the discovery and exploitation of business opportunities in the regional entrepreneurial ecosystem. Ufa, Aehterna, 2023. 152 p. (In Russ.)
3. Solodilova N. Z., Grishin C. E., Malikov R. I. Configuration approach to researching regional entrepreneurial ecosystems. *Ekonomicheskaya Politika*. 2018;13(5):134—155. (In Russ.)
4. Ishmukhametov N. S. The human potential of youth entrepreneurship: regional aspect. *Problemy i perspektivy razvitiya molo-dezhnogo predprinimatel'stva = Problems and prospects of youth entrepreneurship development. Proceedings of the I international scientific and practical conference*. Ufa, Ufa University of Science and Technology publ., 2023:4—8. (In Russ.)
5. Ferreira J. J., Raposo M. L., Rodrigues R. G. et al. A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 2012;19(3):424—440. DOI: 10.1108/14626001211250144.
6. Souitaris V., Zerbini S., Al-Laham A. Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*. 2007;22(4):566—591. DOI: 10.1016/j.jbusvent.2006.05.002.
7. Colombo M., Dagnino G., Lehmann E., Salmador M. The governance of entrepreneurial ecosystems. *Small Business Economics*. 2019;52(2):419—428. DOI: 10.1007/s11187-017-9952-9.
8. Cunningham J., Matthias M., Katharine W. Entrepreneurial ecosystem governance: a principal investigator-centered governance framework. *Small Business Economics*. 2019;52(3):545—562. DOI: 10.1007/s11187-017-9959-2.
9. Alvedalen J., Boschma R. A critical review of entrepreneurial ecosystems research: Towards a future research agenda. *European Planning Studies*. 2017;25(6):887—903. DOI: 10.1080/09654313.2017.1299694.
10. Acs Z. A., Stam E., Audretsch D. B., O'Connor A. The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach. *Small Business Economics*. 2017;49(1):1—17. DOI: 10.1007/s11187-017-9864-8.
11. Ajzen I. Nature and operation of attitudes. *Annual review of psychology*. 2001;52(1):27—58. DOI: 10.1146/annurev.psych.52.1.27.
12. Baumol W. J. The Microtheory of innovative entrepreneurship. Yu. Kapturevsky (transl.). T. Drobysheva (ed.). Moscow, Gaidar Institute publ., 2013. 420 p.
13. Alexander I. K., Honig B. Entrepreneurial intentions: a cultural perspective. *Africa Journal of Management*. 2016;2(3):1—23. DOI: 10.1080/23322373.2016.1206801.
14. Stam E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: sympathetic critique. *European studies in planning*. 2015;23(9):1759—1769. DOI: 10.1080/09654313.2015.1061484.
15. Urban B., Van Vuuren J. J., Owen R. H. Antecedents to entrepreneurial intentions: Testing for measurement invariance for cultural values, attitudes and self-efficacy beliefs across ethnic groups. *SA Journal of Human Resource Management*. 2008;6(1):132. DOI: 10.4102/sajhrm.v6i1.132.
16. Ranga V., Jain S., Venkateswarlu P. Exploration of Entrepreneurial Intentions of Management Students Using Shapero's Model. *Theoretical Economics Letters*. 2019;9(4):959—972. DOI: 10.4236/tel.2019.94062.
17. Shapero A., Sokol L. The Social Dimensions of Entrepreneurship. *The Encyclopedia of Entrepreneurship*. A. Shapero (ed.). Englewood Cliffs, Prentice Hall, 1982. Pp. 72—90.

Статья поступила в редакцию 24.03.2024; одобрена после рецензирования 17.04.2024; принята к публикации 28.04.2024.
The article was submitted 24.03.2024; approved after reviewing 17.04.2024; accepted for publication 28.04.2024.