

Научная статья
DOI: 10.37791/2687-0657-2026-20-2-122-143
EDN: HJORHG

ГРНТИ 06.56.21
БАК 5.2.6
УДК 378.1

Актуальные вопросы формирования ценностных ориентаций предпринимателей в системе среднего профессионального образования

Е. В. Алексеева¹, Д. П. Можжухин¹, А. Ю. Погорелова^{1*}, Э. Э. Сульчинская¹, Д. А. Филиппова¹

¹Университет «Синергия», Москва, Россия

*apogorelova@synergy.ru

Аннотация. В статье рассматриваются актуальные вопросы формирования ценностных ориентаций предпринимателей у обучающихся в системе среднего профессионального образования, что обеспечивает успешную профессиональную реализацию выпускников в условиях рыночной экономики и во многом зависит от целенаправленного развития правильных ценностных ориентаций, предрасполагающих к предпринимательской деятельности, которые выступают базисом экономической самостоятельности и инициативности будущего предпринимателя. Публикация содержит краткий анализ подходов к пониманию ценностей в целом и специфики ценностных ориентаций в частности, имеющих место в психологии и современной теории предпринимательства. Особое место занимают результаты авторских исследований ценностных ориентаций студентов-предпринимателей 1-го и 3-го курсов как ключевого компонента структуры предпринимательской компетентности, позволившие выявить общий уровень сформированности ценностных ориентаций предпринимателей у респондентов, статистически значимые различия в этой сфере в зависимости от курса и определить слабые зоны для дальнейшего формирования коррекционных, развивающих и обучающих мероприятий. В качестве наиболее значимых итогов проделанной работы наряду с результатами эмпирического исследования представлены практико-ориентированные рекомендации психолого-педагогического характера и обозначены дальнейшие направления исследования в данной области.

Ключевые слова: среднее профессиональное образование, ценности, ценностные ориентации, диагностика ценностей, предпринимательская компетентность, профессиональное становление, воспитание, формирование, развитие, обучение, предприниматели

Для цитирования: Алексеева Е. В., Можжухин Д. П., Погорелова А. Ю., Сульчинская Э. Э., Филиппова Д. А. Актуальные вопросы формирования ценностных ориентаций предпринимателей в системе среднего профессионального образования // Современная конкуренция. 2026. Т. 20. №2. С. 122–143. DOI: 10.37791/2687-0657-2026-20-2-122-143.

© Алексеева Е. В.,
Можжухин Д. П.,
Погорелова А. Ю.,
Сульчинская Э. Э.,
Филиппова Д. А.,
2026.

Статья доступна на условиях простой (неисключительной) лицензии, которая является безвозмездной, предоставляется на срок действия исключительного права и действует по всему миру. Данная лицензия предоставляет любому лицу право копировать и распространять материал на любом носителе и в любом формате и создавать производные материалы, видоизменять и преобразовывать материал при условии указания авторов, названия статьи, журнала, его года и номера (в том числе посредством указания DOI).

Research article

DOI: 10.37791/2687-0649-2026-20-2-122-143

Current Issues in the Formation of Entrepreneurial Values in the Secondary Vocational Education System

E. Alexeeva¹, D. Mozhzhukhin¹, A. Pogorelova^{1*}, E. Sulchinskaya¹, D. Filippova¹

¹Synergy University, Moscow, Russia

*apogorelova@synergy.ru

Abstract. The article discusses the current issues of the formation of entrepreneurial values among students in the system of secondary vocational education, which ensures the successful professional realization of graduates in the conditions of a market economy and largely depends on the purposeful development of the right value orientations that are predisposed to entrepreneurial activity, which serve as the basis for the economic independence and initiative of the future entrepreneur. The publication provides a brief analysis of the approaches to understanding values in general and the specifics of entrepreneurial values in particular, which are relevant in psychology and modern entrepreneurship theory. A special place is occupied by the results of the author's research on the value orientations of 1st and 3rd year entrepreneurial students as a key component of the structure of entrepreneurial competence, which allowed us to identify the general level of development of entrepreneurial values among the respondents, as well as statistically significant differences in this area depending on the course, and to identify weak areas for further correction, development, and training measures. As the most significant results of the work carried out, along with the results of the empirical study, we present practical recommendations of a psychological and pedagogical nature and outline further research areas in this field.

Keywords: secondary vocational education, values, value orientations, value diagnostics, entrepreneurial competence, professional development, education, formation, development, training, entrepreneurs

For citation: Alexeeva, E., Mozhzhukhin, D., Pogorelova, A., Sulchinskaya, E., & Filippova, D. (2026). Current Issues in the Formation of Entrepreneurial Values in the Secondary Vocational Education System. *Journal of Modern Competition*, 20(2), 122–143. <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2026-20-2-122-143>

© Alexeeva E.,
Mozhzhukhin D.,
Pogorelova A.,
Sulchinskaya E.,
Filippova D., 2026.

The article is available under a simple (non-exclusive) license, which is royalty-free, provided for the duration of the exclusive right, and is valid worldwide. This license grants any person the right to copy and distribute the material on any medium and in any format, and to create derivative materials, modify, and transform the material, provided that the authors, the article title, the journal, its year, and issue are credited (including by specifying the DOI).

Введение

Переход российского общества к новым социально-экономическим и политическим условиям развития актуализирует проблему подготовки современных специалистов, у которых будет сформирована психологическая готовность к предпринимательской

деятельности. Эта готовность должна стать основой для развития способностей к принятию самостоятельных решений и предпринимательских инициатив, стремления к конструктивному сотрудничеству, к выбору творческого и динамического варианта жизни, к проявлению социальной ответственности, коммуникабельности и толерантности.

Однако несовершенство системы формирования общепринятых ценностей и нормативных моделей предпринимательского поведения молодежи приводит к деструктивному конструированию социального пространства, к рассогласованию личностных и общественных детерминант экономического сознания, самосознания и поведения, к пренебрежению этическими нормами поведения и сложившимися межличностными связями и отношениями. Из этого следует, что российское общество нуждается в проведении масштабной работы, направленной на формирование психологической готовности молодежи к предпринимательской деятельности, которая может оказать существенное влияние на стабилизацию экономической ситуации и развитие института предпринимательства. Решение обозначенной проблемы позволит противостоять монополизации рынка, решить проблемы занятости, ускорить научно-технический прогресс, оказать непосредственное воздействие на формирование среднего класса. Способствуя интеграции молодежи в единое экономическое, политическое, социальное и культурное пространство, формирование психологической готовности молодежи к предпринимательской деятельности должно стать важнейшим направлением государственной молодежной политики. При этом необходимо помнить, что доминирование экономических проблем в социальной жизнедеятельности молодых людей без возможности их разрешения приводит к конфликту социальной идентичности, нарастанию психологических деформаций в целостной структуре личности, торможению профессионального становления и развития, замедлению процессов экономической социализации и возрастанию напряженности в обществе.

К настоящему времени в системе вузовского образования сложились два основных подхода к экономической подготовке молодежи, отражающие направленность на углубление ее фундаментальных основ и на формирование профессиональных и личностных компетенций будущих специалистов. Это закономерно, так как интенсивное развитие науки и связанных

с ней технологий производства ориентировано на экономическую социализацию личности, которая включает в себя развитие способности к присвоению экономического опыта, его переработке, к воспроизводству в предстоящей экономической деятельности, а также на органичное вхождение в социальную среду и приобретение экономического статуса.

Всё это делает актуальным вопрос формирования *профессиональных* ценностных ориентаций у предпринимателей уже на уровне среднего профессионального образования (СПО). **Объектом** исследования являются ценностные ориентации. **Предмет** – проблемы формирования ценностных ориентаций в системе среднего профессионального образования. **Цель** – выявить динамику формирования *характерных для представителей профессионального сообщества* ценностных ориентаций у студентов среднего профессионального образования и определить проблемные зоны для последующей оптимизации образовательного процесса ценностей у студентов-предпринимателей. **Задачи:** провести обзор актуальных исследований по данной проблеме; описать структуру ценностных ориентаций, характерных для современных предпринимателей; провести диагностику ценностных ориентаций у студентов-предпринимателей, обучающихся в учреждениях среднего профессионального образования; определить динамику и проблемные зоны процесса формирования ценностных ориентаций; наметить пути оптимизации учебного процесса в направлении формирования ценностно-профессиональной готовности учащихся. В качестве методов были использованы тестирование, статистический анализ, наблюдение.

Теоретический обзор

Ранее в статье «Некоторые вопросы диагностики предпринимательских способностей школьников и их склонности к занятию предпринимательством» [1] было дано обоснование модели диагностики склонностей и способностей к занятию бизнесом, которая построена

на функциональной теории предпринимательства, где уже на ранних стадиях профессиональной идентификации можно обнаружить у школьников склонности к ведению бизнеса и создать условия для их развития на следующих образовательных уровнях. Авторы методом экспертной оценки выделили параметры, которые относятся к профессионально значимым характеристикам и удовлетворяют функциям бизнеса, отражают личностные качества и склонности людей к занятию предпринимательством, дифференцируют школьников по параметру «предприимчивость» на ранних этапах профориентации, а также позволяют осуществлять диагностику наиболее важных личностных характеристик, определяющих предпринимательскую профессионализацию школьников в процессе обучения предпринимательству.

Термин «ценность» в современном научном дискурсе рассматривается как объективно или субъективно значимый ориентир, определяющий важность тех или иных объектов, явлений или целей для человека. В психологическом контексте ценности рассматриваются как элементы внутренней структуры личности, которые задают содержание мотивационным наставлениям, определяют предпочтения в выборе действий, формируют субъективные представления о добре и зле, справедливости и несправедливости, успехе и неуспехе.

Ценностные ориентации являются ключевым феноменом в системе регуляции профессиональной деятельности личности, играя роль своеобразного «компас», определяющего направление, цели и этические основы трудового поведения. Они выступают интегральным показателем мотивационной сферы личности, формируются в процессе социализации, профессионального становления и под влиянием общекультурной среды. Понятие «ценностные ориентации» занимает особое место в научных поисках в сфере социальной психологии, психологии личности, философии и педагогики, ведь охватывает одновременно когнитивный, эмоциональный и поведенческий уровни функционирования индивида.

Формирование ценностных ориентаций личности в контексте профессионального развития является сложным, многоуровневым процессом, охватывающим ряд этапов от первичной социализации до профессиональной зрелости. Каждый из этих этапов имеет свои психологические особенности, задачи и риски, связанные с развитием или деформацией системы ценностей.

На начальном этапе (период обучения, выбора профессии) ключевую роль играют родительское воспитание, школьная среда, массмедиа, а также первые представления о престижности профессий, перспективах и социальной значимости труда. В этот период у молодого человека еще не сформированы глубокие профессиональные ценности, но уже происходит усвоение общих социальных представлений о «хорошей работе», «успешной карьере», «полезности профессии».

Именно поэтому роль системы образования на данном этапе является принципиальной. Высшая школа, в частности, выполняет не только функцию передачи знаний, но и активного формирования профессионально-этической, ценностной и личностной компетентности. Педагогическое влияние преподавателя, стиль учебного взаимодействия, атмосфера академического сообщества могут существенно менять отношение студента к профессии, к себе как к будущему специалисту, а также способствовать или мешать формированию ценностного ядра личности.

На этапе вхождения в профессиональную деятельность (молодой специалист) личность сталкивается с реальностью профессиональной жизни, где возникает необходимость соотносить собственные ожидания с практикой. Этот период сопровождается серьезной эмоционально-ценностной нагрузкой: сталкиваясь с трудностями, конфликтами, организационной рутинностью или противоречивыми этическими требованиями, человек вынужден переосмысливать собственные представления о смысле труда. Именно на этом этапе, как подчеркивает Б. Г. Ананьев, происходит глубокая внутренняя коррекция профессиональной

мотивации, сопровождающаяся пересмотром доминирующих жизненных ценностей. Если происходит согласование между личностными ориентирами и профессиональными условиями, то формируется стабильная положительная идентичность, служащая ресурсом для дальнейшего развития. В случае ценностного конфликта возможен уход от профессии, эмоциональное выгорание, апатия.

На стадии профессиональной зрелости (средний этап карьеры) ценностные ориентации личности обычно приобретают более структурированный и стабильный характер. Доминируют те ценности, которые обеспечивают ощущение реализованности, признания, значимости вклада. В этот период существенно возрастает роль самооценки и саморефлексии – человек всё больше опирается на внутренние критерии эффективности и профессионального успеха. Актуализируются вопросы смысла труда, моральной ответственности, наследства, которое оставляет специалист в профессиональной среде. В соответствии с концепцией логотерапии В. Франкла, именно осознание смысла труда обеспечивает жизнестойкость личности и ее способность преодолевать профессиональные кризисы.

На завершающем этапе профессионального пути (этап выхода из активной деятельности) происходит обобщение личного опыта, трансформация ценностей в направлении менторства, передачи знаний, поддержки последующих поколений специалистов. Ценности профессионального служения, этической ответственности, социального вклада начинают доминировать над индивидуально ориентированными мотивациями. Этот период чрезвычайно важен для формирования профессиональной традиции и организационной культуры [2–14]. Подробнее вопросы профессиональной, гражданской, личностной идентичности предпринимателей как субъектов особого вида профессиональной деятельности рассматриваются в монографии Ю. Б. Рубина [15].

Профессиональное образование, учитывая указанное, должно быть ориентировано не только на обучение функциональным умениям, но и на формирование способности к ценностной рефлексии, к пониманию этических дилемм, к сохранению личностной целостности в сложных профессиональных ситуациях. Роль преподавателя здесь приобретает значение наставника не только как источника знаний, но и как модели личности, которая живет в соответствии с собственной системой ценностей.

Уровень сформированности ценностных ориентаций варьируется в зависимости от индивидуальных предпочтений, региональной специфики и возможностей, предоставляемых системой образования и окружающей средой. Для повышения этого показателя необходимы дополнительные меры по популяризации предпринимательства, развитию инфраструктуры поддержки малого бизнеса и активному включению практиков и деловых игр в учебный процесс.

Результаты исследования

Проведенное эмпирическое исследование позволило сформировать надежные и репрезентативные данные о структуре и динамике ценностных ориентаций у студентов. В процессе получения образования по профильной специальности у студентов выявляется позитивная динамика в формировании ценностных ориентаций.

Для проведения исследования были использованы *методики*:

1. «Ценностные ориентации» М. Рокича [16].
2. Методика Ш. Шварца для изучения ценностей личности [17–22].
3. «Опросник терминальных ценностей «ОТеЦ» И. Г. Сенина¹.
4. «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности» С. С. Бубновой.

¹ Сенин И. Г. Опросник терминальных ценностей // Энциклопедия психодиагностики. URL: https://psylab.info/Опросник_терминальных_ценностей (дата обращения: 04.02.2026).

Характеристика выборки

В исследовании приняли участие 60 студентов дневной формы обучения факультета бизнеса колледжа АНО ВО «Московский университет «Синергия» в возрасте от 15 до 25 лет. Участники были отобраны по признаку заинтересованности в предпринимательской деятельности. Все студенты обучаются в одном образовательном учреждении, что обеспечивает однородность внешних условий.

Для более точного анализа изменений ценностных ориентаций с учетом стадии профессионального становления участники были распределены на две исследовательские группы:

- I группа (30 человек) – студенты 1-го курса колледжа. Эти участники находятся на начальном этапе профессионального самоопределения, их ценностные установки еще неустойчивы, что делает их особенно восприимчивыми к формирующему воздействию.
- II группа (30 человек) – студенты 3-го курса колледжа. У этих студентов уже имеется определенный опыт профессионального обучения и развития предпринимательских навыков, что позволяет оценить устойчивость и направленность ценностных ориентаций в динамике.

Каждая группа была сбалансирована по половому признаку: 15 девушек и 15 юношей в каждой. Такое распределение позво-

лило не только выявить возрастные и стадийные особенности формирования ценностей, но и сравнить динамику изменений в результате воздействия программы между начальным и продвинутым уровнями профессионального развития. Все участники проявляют интерес к предпринимательству и проходят обучение по данной специализации.

Этапы исследования:

1. Формирование выборки и подготовка тестовых материалов.
2. Диагностика респондентов по выбранным методикам.
3. Анализ результатов исследования и выявление проблемных зон в формировании ценностных ориентаций у испытуемых.
4. Сравнение степени сформированности ценностных ориентаций у студентов 1-го и 3-го курсов при помощи инструментов описательной статистики и статистического анализа с использованием U-критерия Манна – Уитни.
5. Разработка рекомендаций и дальнейших направлений исследования.

По результатам эмпирического исследования были получены первичные данные опрошенных по методике «Ценностные ориентации» М. Рокича [16] (табл. 1). На протяжении всего исследования, представленного в статье, для проверки значимости отличий между группами используется U-критерий Манна – Уитни.

Таблица 1. Терминальные ценностные ориентации по методике «Ценностные ориентации» М. Н. Рокича

Table 1. Terminal value orientations according to the "Value Orientations" method by M. N. Rokich

Шкала Scale	Ранг / Rank		
	1-й курс 1st course (n = 30)	3-й курс 3rd course (n = 30)	U-критерий Манна – Уитни Mann – Whitney U-test
Активная деятельная жизнь / Active life	9,67	11,53	U = 305,000
Жизненная мудрость / Life wisdom	8,50	9,77	U = 373,500
Здоровье / Health	2,10	7,50	U = 138,500*
Интересная работа / Interesting job	8,10	5,23	U = 208,000*

Окончание таблицы 1

Красота природы и искусства / <i>Beauty of nature and art</i>	5,43	9,13	U = 259,500*
Любовь / <i>Love</i>	3,93	12,53	U = 82,500*
Материально обеспеченная жизнь / <i>Financially secure life</i>	7,40	6,40	U = 331,000
Наличие хороших и верных друзей <i>Having good and loyal friends</i>	9,43	10,73	U = 311,000
Общественное признание / <i>Public recognition</i>	8,83	9,80	U = 352,000
Познание / <i>Cognition</i>	9,73	13,17	U = 371,000
Продуктивная жизнь / <i>Productive life</i>	12,27	10,13	U = 287,000*
Развитие / <i>Development</i>	9,53	7,97	U = 332,000
Развлечения / <i>Entertainments</i>	11,20	8,57	U = 339,500
Свобода / <i>Freedom</i>	10,63	9,87	U = 408,500
Счастливая семейная жизнь / <i>Happy family life</i>	3,43	8,13	U = 174,000*
Счастье других / <i>The happiness of others</i>	13,37	11,57	U = 344,500
Творчество / <i>Creativity</i>	11,97	6,97	U = 120,000*
Уверенность в себе / <i>Self-confidence</i>	10,43	5,73	U = 199,000*

Примечание: * – отличия обнаружены на уровне статистической значимости при $p \leq 0,01$.

Анализ терминальных ценностных ориентаций студентов 1-го и 3-го курса, проведенный с использованием методики М. Рокича

[16], позволил выявить как общие тенденции, так и статистически значимые различия в структуре их жизненных целей (рис. 1).

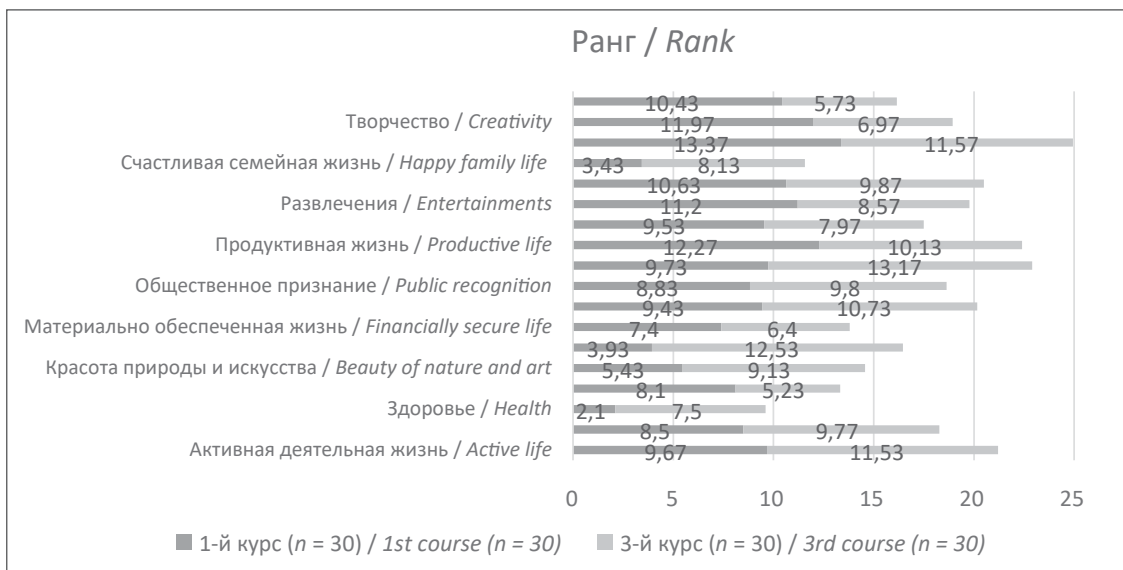


Рис. 1. Наиболее важные терминальные ценности студентов

Fig. 1. The most important terminal values for students

Результаты анализа показали, что студенты 1-го курса преимущественно ориентированы на фундаментальные жизненные ценности. Наибольшую значимость для них имеют здоровье, любовь и счастливая семейная жизнь, что подтверждается высокими рангами этих показателей и статистически значимыми различиями. Подобная ценностная направленность характерна для раннего этапа взросления, когда жизненные ориентиры сосредоточены на универсальных, эмоционально насыщенных категориях, связанных с личным благополучием и стабильностью.

В то же время у студентов 3-го курса наблюдается сдвиг ценностных приоритетов в сторону категорий, отражающих профессиональное самоопределение и стремление к самореализации. Более высокий уровень значимости приобретают такие ценности, как интересная работа, уверенность в себе, творчество и продуктивная жизнь, что указывает на актуализацию внутренних мотиваций, связанных с достижением успеха, самовыражением и эффективной деятельностью – важнейшими составляющими предпринимательского подхода.

Также заслуживает внимания повышение значимости ценности красоты природы и искусства среди студентов 3-го курса, что может свидетельствовать о развитии эстетического восприятия и способности к внутренней рефлексии. Эти качества играют важную роль в становлении креативного мышления, необходимого для успешной профессиональной самореализации.

Таким образом, по мере взросления и профессионального развития происходит заметная эволюция ценностных ориентаций: приоритет смещается от универсальных и экзистенциальных ценностей к более прикладным и деловым, характерным для предпринимательской деятельности. Это свидетельствует о важности целенаправленного формирования ценностной системы студентов в рамках профессионального образования с акцентом на те установки и ориентиры, которые способствуют развитию предпринимательского мышления, инициативности и деловой активности.

В таблице 2 представлены полученные результаты характеристик преобладающих инструментальных ценностных ориентаций по методике «Ценностные ориентации» М. Рокича [16].

Таблица 2. Инструментальные ценностные ориентации по методике «Ценностные ориентации» М. Н. Рокича

Table 2. Instrumental value orientations according to the "Value Orientations" method by M. N. Rokich

Шкала <i>Scale</i>	Ранг / Rank		
	1-й курс <i>1st course</i> (n = 30)	3-й курс <i>3rd course</i> (n = 30)	U-критерий Манна – Уитни <i>Mann – Whitney U-test</i>
Аккуратность / <i>Accuracy</i>	11,87	13,40	U = 330,000
Воспитанность / <i>Good manners</i>	6,53	9,97	U = 194,500*
Высокие запросы / <i>High requests</i>	4,47	6,63	U = 286,000*
Жизнерадостность / <i>Cheerfulness</i>	3,17	7,50	U = 212,500*
Исполнительность / <i>Sense of duty</i>	4,10	10,63	U = 265,000*
Независимость / <i>Independence</i>	10,23	8,40	U = 393,000
Непримиримость / <i>Intransigence</i>	5,23	10,70	U = 231,500*
Образованность / <i>Education</i>	6,47	8,53	U = 301,500
Ответственность / <i>Responsibility</i>	6,13	5,03	U = 298,000
Рационализм / <i>Rationalism</i>	7,23	10,47	U = 247,000*

Окончание таблицы 2

Самоконтроль / <i>Self-control</i>	8,63	10,90	U = 321,000
Смелость / <i>Courage</i>	9,17	8,00	U = 376,500
Твердая воля / <i>Strong will</i>	10,63	8,03	U = 300,500
Терпимость / <i>Tolerance</i>	11,20	8,37	U = 295,500
Широта взглядов / <i>Breadth of views</i>	11,77	8,90	U = 262,000*
Честность / <i>Honesty</i>	11,57	8,73	U = 302,500
Эффективность в делах / <i>Efficiency in business</i>	11,77	10,13	U = 363,000
Чуткость / <i>Sensitivity</i>	12,50	12,50	U = 375,000

Примечание: * – отличия обнаружены на уровне статистической значимости при $p \leq 0,01$.

Анализ инструментальных ценностных ориентаций студентов 1-го и 3-го курсов, проведенный по методике М. Рокича, позволил выявить как общие тенденции в формировании личностных установок, так и существенные различия в приоритетах поведения, отражающих предпринимательскую направленность.

Общая картина показывает, что у студентов 3-го курса в целом выше значимость поведенческих установок, связанных с профессиональной зрелостью, деловой этикой и рациональностью мышления. Так, по сравнению с первокурсниками, старшекурсники значительно выше оценивают такие ценности, как воспитанность, исполнительность, рационализм, широта взглядов и непримиримость. Это может говорить о том, что у студентов формируется установка на соблюдение профессиональных норм, умение трезво оценивать ситуацию и добиваться своих целей, при этом не отказываясь от собственных принципов.

Также у студентов 3-го курса выше значимость высоких запросов. Данный показатель может быть связан с ростом амбиций, ориентацией на успех и готовностью развиваться дальше. Такие установки во многом совпадают с хорошо развитым предпринимательским типом мышления. При этом возрастает и ценность жизнерадостности – возможно, это говорит о более осознанном отношении к балансу между работой и личной жизнью.

У студентов 1-го курса немного выше выражены такие качества, как ответственность, смелость и честность, но различия со студентами 3-го курса здесь несущественные. В целом эти характеристики можно рассматривать как базу, с которой начинается профессиональное развитие. На этом этапе система ценностей еще только формируется и остается достаточно общей.

Отдельно стоит отметить, что ценности, связанные с самоконтролем, эффективностью в делах и чуткостью, получили близкие ранги в обеих группах, что говорит об их стабильной значимости в структуре инструментальных ориентаций будущих предпринимателей. Это подтверждает важность этих качеств вне зависимости от стадии обучения.

На рисунке 2 представлен сравнительный анализ полученных результатов показателей преобладающих инструментальных ценностных ориентаций по методике «Ценностные ориентации» М. Н. Рокича студентов 1-го и 3-го курсов.

Таким образом, можно сделать вывод, что по мере продвижения по образовательной траектории у студентов происходит усложнение и профессионализация структуры инструментальных ценностей. Старшекурсники более выражено ориентированы на самодисциплину, логичность, амбициозность и профессиональное развитие. Эти сдвиги подтверждают необходимость целенаправленной работы по формированию у студен-

тов личностных установок, соответствующих предпринимательской деятельности.

По результатам эмпирического исследования получены первичные данные опрошенных

по методике Ш. Шварца для изучения ценностей личности [17–22] (табл. 3).

В ходе исследования структуры нормативных ценностей студентов-предпринимателей

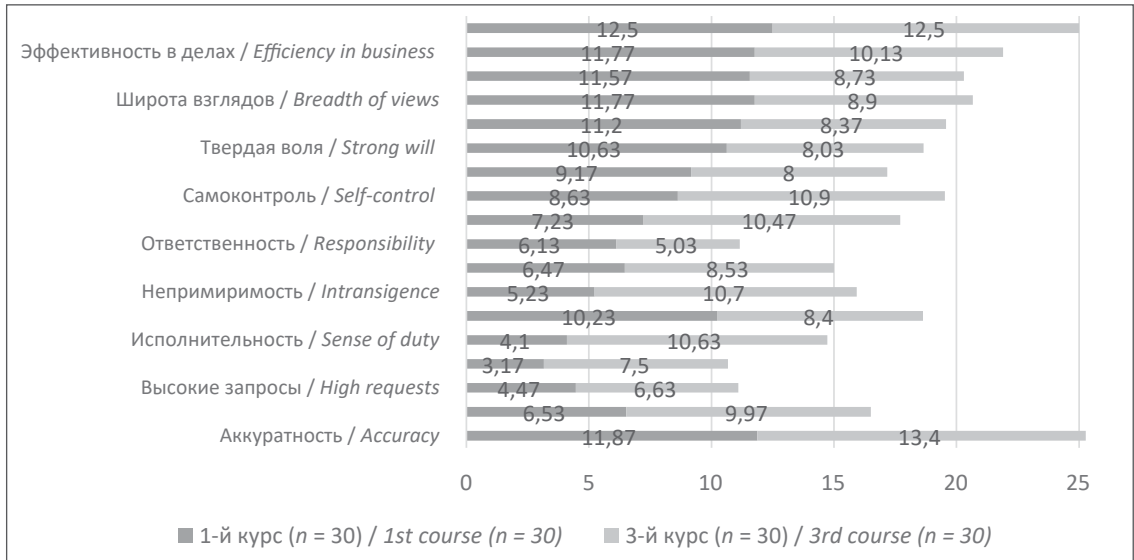


Рис. 2. Наиболее важные инструментальные ценности студентов

Fig. 2. The most important instrumental values of students

Таблица 3. Средние показатели значимости типов ценностей на уровне нормативных идеалов по методике Шварца для изучения ценностей личности

Table 3. Average indicators of the significance of value types at the level of normative ideals according to Schwartz's methodology for studying personality values

Типы ценностей / Types of values	Ранг / Rank		
	1-й курс / 1st course (n = 30)	3-й курс / 3rd course (n = 30)	U-критерий Манна – Уитни / Mann – Whitney U-test
Конформность / Conformity	2,68	3,33	U = 177,500*
Традиции / Traditions	2,91	3,02	U = 401,000
Доброта / Kindness	2,74	3,31	U = 199,500*
Универсализм / Universalism	2,83	3,45	U = 168,500*
Самостоятельность / Independence	2,67	3,18	U = 230,500*
Стимуляция / Stimulation	2,94	3,67	U = 173,000*
Гедонизм / Hedonism	2,58	2,96	U = 330,500
Достижения / Progress	2,83	3,09	U = 349,000
Власть / Power	2,93	3,51	U = 259,000*
Безопасность / Safety	3,65	4,56	U = 164,500*

Примечание: * – отличия обнаружены на уровне статистической значимости при $p \leq 0,01$.

с использованием методики Ш. Шварца [17–22] были проанализированы средние показатели значимости 10 базовых ценностных типов у студентов 1-го и 3-го курсов (рис. 3).

Анализ данных показывает, что у студентов старших курсов одновременно усиливается значимость как личных, так и социальных ценностей. Это особенно актуально при подготовке к предпринимательской деятельности, где важно уметь сочетать собственные цели и интересы с работой с людьми.

Наиболее заметные различия между группами проявились по нескольким ценностям.

Безопасность. У студентов 3-го курса она занимает более высокое место. Это говорит о стремлении к стабильности, понятным условиям и уверенности в будущем. Вероятно, по мере обучения появляется более серьезное отношение к планированию своей карьеры и жизни в целом.

Универсализм. Старшекурсники чаще ориентируются на ценности, связанные с уважением к другим людям и учетом их интересов. Это может говорить о развитии более широкого взгляда на взаимодействие с окружающими и о понимании важности этичного поведения, в том числе в бизнесе.

Стимуляция. У студентов 3-го курса сильнее выражено стремление к новизне, изменениям и готовность идти на риск. Это важная установка, которая связана с инициативностью и готовностью пробовать новое.

Конформность и самостоятельность. Интересно, что у третьекурсников растет значимость сразу двух, на первый взгляд противоположных, установок: следование правилам и стремление к независимости. Скорее всего, это говорит о более зрелом подходе – умении действовать самостоятельно, но при этом учитывать существующие нормы и ограничения.

Власть. У третьекурсников отмечается более выраженная ориентация на власть, что отражается в формировании лидерских качеств, стремлении к влиянию, авторитету и контролю над ресурсами. Данная тенденция полностью соответствует логике предпринимательской активности.

Что касается таких ценностей, как гедонизм, достижения и традиции, то статистически значимых различий между группами по ним выявлено не было. Тем не менее они сохраняют устойчивые позиции в общей иерархии ценностей студентов, что подчерки-

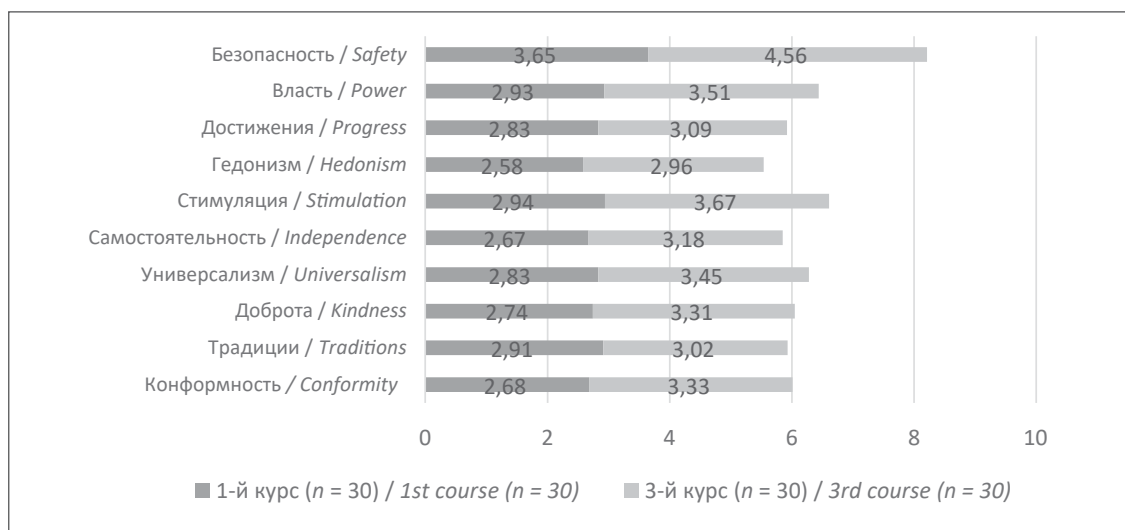


Рис. 3. Средние показатели значимости типов ценностей на уровне нормативных идеалов

Fig. 3. Average values of the types of values at the level of normative ideals

вает универсальность таких базовых потребностей, как стремление к получению удовольствия от жизни и достижению успеха.

Сравнительный анализ показывает, что по мере взросления и продвижения по образовательной траектории у студентов отмечается усиление нормативных ценностей, лежащих в основе предпринимательского мышления. К их числу относятся стремление к безопасности, самостоятельность, социальная ответственность, лидерские установки и ориентация на личностный рост.

Полученные результаты свидетельствуют о необходимости дальнейшей целенаправленной работы по формированию ценностной базы будущих предпринимателей. В качестве основного инструмента такой работы целесообразно использовать современные социально-психологические технологии, позволяющие системно влиять на становление ключевых личностных ориентиров (табл. 4).

Анализ индивидуальных ценностных приоритетов студентов 1-го и 3-го курсов на основе методики Ш. Шварца позволил выявить динамику развития ценностной сферы будущих предпринимателей, зафиксировав зна-

чимые различия по большинству ключевых типов ценностей (рис. 4).

На уровне индивидуального выбора, в отличие от нормативных идеалов, более отчетливо проявляется внутренняя мотивация и субъективная значимость жизненных установок. Данные свидетельствуют о том, что с профессиональным и возрастным ростом у студентов наблюдается усиление приоритетов, напрямую связанных с предпринимательским поведением и личностной зрелостью.

Так, наиболее значимые отличия между студентами 1-го и 3-го курсов обнаружены по следующим ценностям.

Безопасность, традиции и конформность: у старшекурсников эти ценности приобретают большую значимость. Это может говорить о формировании у студентов более взвешенного отношения к порядку, стабильности и социальной приемлемости поведения, что, в свою очередь, свидетельствует о зрелости и способности к адаптации в сложной внешней среде.

Стимуляция, гедонизм и достижения: у студентов 3-го курса выше стремление к новизне, удовольствию от жизни и достижению

Таблица 4. Средние показатели значимости типов ценностей на уровне индивидуальных приоритетов по методике Шварца для изучения ценностей личности

Table 4. Average values of the types of values at the level of individual priorities according to the Schwartz method for studying personality values

Типы ценностей <i>Types of values</i>	Ранг / Rank		
	1-й курс <i>1st course</i> (n = 30)	3-й курс <i>3rd course</i> (n = 30)	U-критерий Манна – Уитни <i>Mann – Whitney U-test</i>
Конформность / <i>Conformity</i>	2,70	3,18	U = 219,500*
Традиции / <i>Traditions</i>	2,91	3,66	U = 191,000*
Доброта / <i>Kindness</i>	2,82	3,32	U = 292,000
Универсализм / <i>Universalism</i>	2,93	3,32	U = 244,000*
Самостоятельность / <i>Independence</i>	2,68	3,25	U = 215,000*
Стимуляция / <i>Stimulation</i>	2,73	3,69	U = 196,500*
Гедонизм / <i>Hedonism</i>	2,84	3,69	U = 184,000*
Достижения / <i>Progress</i>	2,90	3,70	U = 186,500*
Власть / <i>Power</i>	2,52	2,99	U = 277,500
Безопасность / <i>Safety</i>	2,91	3,49	U = 182,000*

Примечание: * – отличия обнаружены на уровне статистической значимости при $p \leq 0,01$.

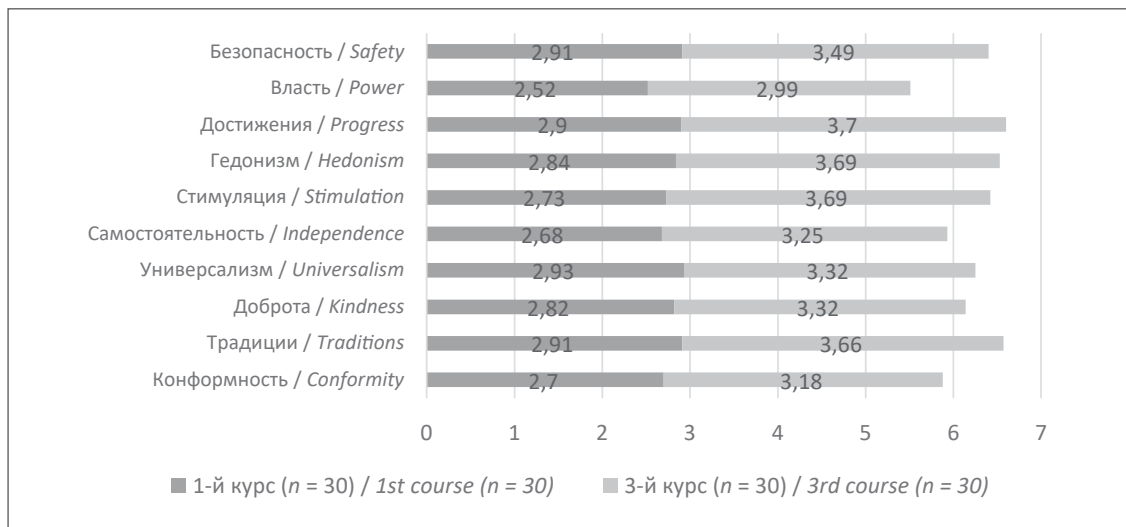


Рис. 4. Средние показатели значимости типов ценностей на уровне индивидуальных приоритетов

Fig. 4. Average values of types of values at the level of individual priorities

целей. Это является прямым индикатором роста предпринимательской инициативности, готовности к риску, ориентации на успех и внутреннюю мотивацию к действию.

Самостоятельность и универсализм: также приобретают большую значимость у старшекурсников. Это говорит о стремлении действовать независимо, принимать собственные решения, а также сохранять внимание к гуманистическим установкам и глобальным ценностям.

Несмотря на то что такие ценности, как доброта, власть и достижения, также повышаются в значимости у третьекурсников, различия по ним не во всех случаях достигли статистической значимости. Однако общее направление изменений позволяет говорить о формировании сбалансированной ценностной структуры, в которой сочетаются личностный рост, стремление к признанию и социальной ответственности.

Таким образом, переход от 1-го к 3-му курсу сопровождается качественным сдвигом в системе индивидуальных ценностей студентов-предпринимателей. Усиливаются приоритеты, связанные с внутренней свободой, активностью, достижениями и одновременно с этим – с порядком, устойчивостью и от-

ветственностью. Это подтверждает высокую степень взаимосвязи между профессиональным развитием и личностным становлением в образовательной среде, ориентированной на предпринимательскую подготовку.

По результатам эмпирического исследования получены первичные данные опрошенных по методике «Опросник терминальных ценностей (ОТеЦ)» И.Г. Сенина (табл. 5).

Исследование терминальных ценностей студентов 1-го и 3-го курсов по методике И.Г. Сенина позволило проследить закономерную динамику изменений в значимости жизненных целей и предпочтительных сфер самореализации. Полученные данные иллюстрируют процесс формирования предпринимательских установок, а также этапы личностного и профессионального роста обучающихся (рис. 5).

У обучающихся 3-го курса фиксируется более выраженная значимость ряда базовых жизненных ориентиров, связанных с профессиональным самоопределением и социальной реализацией. В сравнении со студентами 1-го курса ценностная структура студентов старшего курса становится более оформленной и направленной. Наиболее заметно усиливается ряд установок.

Таблица 5. Средние показатели терминальных ценностей и жизненных сфер по методике «Опросник терминальных ценностей (ОТеЦ)» И.Г. Сенина

Table 5. Average values of terminal values and life spheres according to the Terminal Values Questionnaire (TVQ) by I. G. Senin

Шкала Scale	Ранг / Rank		
	1-й курс 1st course (n = 30)	3-й курс 3rd course (n = 30)	U-критерий Манна – Уитни Mann – Whitney U-test
Собственный престиж / <i>Own prestige</i>	27,03	31,30	U = 170,000*
Высокое материальное положение / <i>High financial position</i>	29,37	30,60	U = 350,000
Креативность / <i>Creativity</i>	28,20	32,23	U = 182,500*
Активные социальные контакты / <i>Active social contacts</i>	26,10	30,13	U = 182,500*
Саморазвитие / <i>Self-development</i>	26,23	30,00	U = 184,000*
Достижения / <i>Progress</i>	28,17	31,77	U = 203,500*
Духовное удовлетворение / <i>Spiritual satisfaction</i>	27,23	29,87	U = 262,500*
Сохранение собственной индивидуальности <i>Preserving your own identity</i>	24,67	28,40	U = 156,000*
Сфера профессиональной жизни / <i>The sphere of professional life</i>	45,00	50,77	U = 175,500*
Сфера обучения и образования / <i>The sphere of education and training</i>	42,10	49,70	U = 97,000*
Сфера семейной жизни / <i>The sphere of family life</i>	44,73	48,10	U = 243,500*
Сфера общественной жизни / <i>The sphere of public life</i>	44,47	48,43	U = 224,500*
Сфера увлечений / <i>The sphere of hobbies</i>	43,67	50,23	U = 93,000*

Примечание: * – отличия обнаружены на уровне статистической значимости при $p \leq 0,01$.

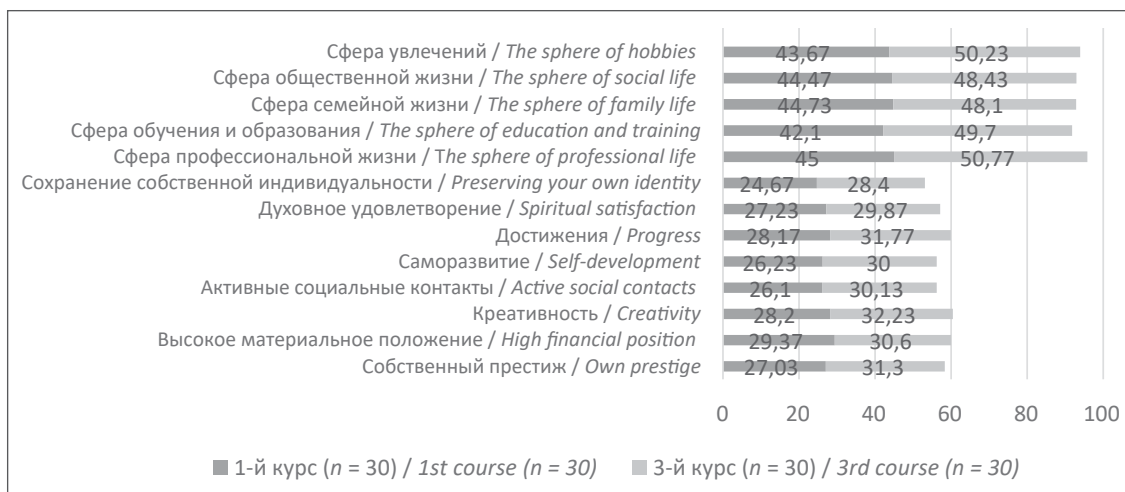


Рис. 5. Средние показатели терминальных ценностей и жизненных сфер

Fig. 5. Average values of terminal values and life spheres

Так, желание социального признания и статуса становится более значимым посредством увеличенной потребности в уважении со сто-

роны профессионального сообщества. Также формируется запрос на авторитет и подтверждение собственной компетентности. Это

свидетельствует о постепенном укреплении образа «профессионального Я» и осознании своих ресурсов.

У студентов старших курсов заметно усиливается ориентация на творческий подход в работе. Они чаще говорят о важности гибкого мышления, умении находить нестандартные решения и проявлять инициативу. Эти качества напрямую связаны с предпринимательской средой и показывают готовность решать реальные практические задачи.

Также становится более значимым общение с другими людьми. Возрастает интерес к расширению деловых контактов, развитию навыков командной работы и умению выстраивать коммуникацию. Это говорит о том, что у студентов развиваются социальные и коммуникативные навыки.

Для третьекурсников характерно стремление постоянно развиваться: учиться новому, повышать уровень подготовки и работать над собой. Это отражает внутреннюю мотивацию к долгосрочному росту.

При этом усиливается желание оставаться собой. Студенты чаще опираются на собственные принципы, увереннее принимают решения и ориентируются на свои внутренние критерии. Это важно для формирования устойчивой профессиональной позиции.

В целом у студентов 3-го курса более явно проявляется стремление к самореализации, развитию в профессии и раскрытию своего потенциала.

Кроме того, для них становятся более важными достижение результатов и ощущение удовлетворения от своей деятельности. Это говорит о переходе от краткосрочных целей к более долгосрочным и осмысленным.

Если говорить о разных сферах жизни, то старшекурсники в целом выше оценивают их значимость. Особенно заметна разница в отношении к учебе и собственным интересам. При этом высокая учебная мотивация сохраняется, но уже не в ущерб другим сторонам жизни.

Профессиональная сфера также начинает играть более важную роль. С ростом опыта

и углублением в специальность у студентов формируется более осознанное отношение к карьере и своим будущим целям.

Небольшие, но устойчивые различия наблюдаются и в шкалах, отражающих значимость семейной и общественной жизни, что говорит о возрастающем чувстве социальной ответственности и стремлении студентов к включению в значимые социальные роли.

В процессе обучения у студентов происходит заметная трансформация структуры терминальных ценностей. К 3-му курсу приоритеты приобретают более выраженную профессиональную направленность, становятся индивидуализированными и социально значимыми. В центре внимания оказываются личностное развитие, стремление к признанию, креативность, а также устойчивое продвижение в образовательной и профессиональной сферах. Эти изменения свидетельствуют о результативности образовательной среды, включая применение социально-психологических технологий, и формировании у студентов установок, соответствующих предпринимательскому мышлению и стилю деятельности.

По результатам эмпирического исследования получены первичные данные опрошенных по методике «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности С.С. Бубнова» (табл. 6).

Результаты исследования, проведенного с использованием методики С.С. Бубнова, показали значимые различия в актуальной (реально действующей) системе ценностных ориентаций студентов 1-го и 3-го курсов (рис. 6). Данная методика позволяет выявить не просто декларируемые цели, а те, которые действительно лежат в основе поведенческих мотиваций личности. У студентов 3-го курса практически по всем шкалам отмечаются существенно более высокие показатели, что свидетельствует о формировании зрелой, осознанной системы жизненных приоритетов, соответствующей как возрастным особенностям, так и профессиональному

Таблица 6. Средние показатели реальной структуры ценностных ориентаций личности по методике «Диагностика реальной структуры ценностных ориентаций личности С. С. Бубнова»

Table 6. Mean indicators of the real structure of personal value orientations based on S. S. Bubnov's "Diagnostics of the Real Structure of Personal Value Orientations" method

Шкала Scale	Ранг / Rank		
	1-й курс 1st course (n = 30)	3-й курс 3rd course (n = 30)	U-критерий Манна – Уитни Mann – Whitney U-test
Приятное времяпрепровождение, отдых / <i>Have a good time, relax</i>	3,03	4,33	U = 223,000*
Высокое материальное благосостояние / <i>High material well-being</i>	3,20	4,57	U = 188,500*
Поиск и наслаждение прекрасным / <i>Finding and enjoying the beautiful</i>	2,93	4,40	U = 194,500*
Помощь и милосердие к другим людям <i>Helping and showing mercy to other people</i>	3,00	4,27	U = 246,500*
Любовь / <i>Love</i>	3,17	4,57	U = 167,000*
Познание нового в мире, природе, человеке <i>Learning about the world, nature, and people</i>	3,10	4,53	U = 175,000*
Высокий социальный статус и управление людьми <i>High social status and people management</i>	2,97	4,07	U = 213,500*
Признание и уважение людей и влияние на окружающих <i>Recognition and respect from people and sculpting on others</i>	3,07	4,40	U = 186,500*
Социальная активность для достижения позитивных изменений в обществе <i>Social activity for achieving positive changes in society</i>	3,20	4,50	U = 216,000*
Общение / <i>Communication</i>	2,87	4,60	U = 135,500*
Здоровье / <i>Health</i>	3,10	4,37	U = 212,500*

Примечание: * – отличия обнаружены на уровне статистической значимости при $p \leq 0,01$.

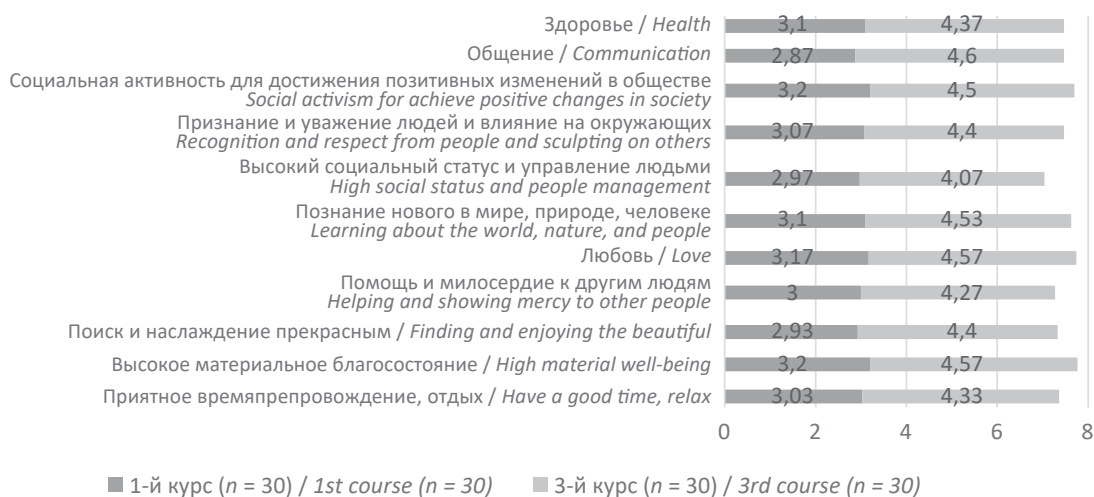


Рис. 6. Средние показатели реальной структуры ценностных ориентаций личности
Fig. 6. Average indicators of the real structure of an individual's value orientations

развитию. Наиболее выраженные различия зафиксированы по следующим направлениям: общение – ценность, значительно более выраженная у третьекурсников, что указывает на развитие у них коммуникативных компетенций, умения выстраивать межличностные и деловые связи, т. е. ключевых навыков в предпринимательской сфере; любовь и познание нового о мире, природе и человеке приобретают у старшекурсников более высокую значимость, что отражает усиление экзистенциальных и гуманистических ориентиров, интерес к личностным отношениям, миру и саморазвитию; высокий уровень материального благополучия, признание и уважение, влияние и управление людьми отражают усиление значимости ценностей, напрямую связанных с карьерным ростом, лидерством, финансовой самостоятельностью и социальным престижем, т. е. ключевыми аспектами предпринимательской самореализации.

У студентов старших курсов заметно возрастает значимость таких ценностей, как отдых, приятное проведение свободного времени и интерес к культуре и эстетике. Это может говорить о том, что у них постепенно формируется более сбалансированный образ жизни, где есть место не только учебе и работе, но и восстановлению и личным интересам.

Также становится более выраженной ориентация на помощь другим, участие в жизни общества и проявление заботы о людях. Такая динамика показывает, что у студентов усиливается чувство социальной ответственности и появляется интерес к социально значимой деятельности. Вероятно, это связано как с личностным взрослением, так и с влиянием образовательной среды.

Кроме того, более важное место в системе ценностей начинает занимать здоровье. Это отражает более осознанное отношение к себе, понимание своих ресурсов и необходимости их сохранять, особенно с учетом будущих профессиональных нагрузок.

В целом у студентов 3-го курса система ценностей выглядит более сформированной

и содержательной по сравнению с первокурсниками. Это говорит о том, что за время обучения происходит заметный рост как в личностном, так и в профессиональном плане. Важную роль здесь играет и образовательная среда, и накопленный опыт. В результате усиливаются ценности, которые напрямую связаны с предпринимательством: инициативность, умение общаться, лидерские качества, стремление к признанию, развитию и социальной ответственности.

Проведенное исследование позволило получить достаточно надежные данные о том, как меняются ценности студентов в процессе обучения. Сравнение первокурсников и третьекурсников показало, что их ценностные ориентиры действительно различаются, и эти различия отражают процесс профессионального становления.

Так, студенты 3-го курса чаще ориентируются на цели, результат и самостоятельность. Для них становятся более значимыми креативность, социальный статус, финансовая независимость и активная позиция в обществе. При этом большее внимание начинает уделяться внутренним аспектам: для студентов становится важнее получать удовлетворение от своей деятельности, сохранять индивидуальность, быть ответственными и уметь контролировать себя. Также возрастает способность принимать обдуманные решения. Всё это можно рассматривать как признаки более высокого уровня личностной зрелости и ориентации на предпринимательскую деятельность.

В исследовании использовались разные методики (Рокича, Шварца, Сенина, Бубновой), благодаря чему удалось рассмотреть ценности с нескольких сторон. Результаты в целом показывают, что в процессе обучения происходит переход от более общих и ситуативных установок к устойчивым и осознанным ориентирам, связанным с будущей профессией.

Таким образом, можно сделать вывод, что система ценностей студентов не является фиксированной – она развивается и меняется под влиянием обучения. Это значит,

что с помощью образовательных и социально-психологических программ можно целенаправленно формировать качества, важные для профессиональной реализации.

Полученные данные также подтверждают выдвинутую гипотезу: в ходе обучения у студентов действительно формируются ценностные ориентации предпринимателей. Если на 1-м курсе они еще недостаточно оформлены, то к 3-му курсу становятся более устойчивыми и приближаются к предпринимательскому типу. За время обучения происходит качественное изменение системы ценностей – она становится более осмысленной, устойчивой и ориентированной на реализацию в профессии.

Исходя из вышеперечисленного, ценностные ориентации предпринимателей не являются врожденными, а поддаются формированию в условиях специально организованной среды – через участие в целенаправленных программах, интеграцию социально-психологических технологий, включение студентов в практическую деятельность, рефлексию и групповое взаимодействие. Это создает базу для подготовки новой генерации предпринимателей, способных действовать не только эффективно, но и этически, ориентируясь на устойчивое развитие и общественное благо.

Рекомендации

Формирование ценностных ориентаций у будущих предпринимателей целесообразно начинать со старших классов школы и дальше развивать на всех уровнях системы образования. Проблематика данного исследования требует более углубленного исследования в системе среднего профессионального образования и расширения направлений исследования на студентах высшей школы. В работе с будущими предпринимателями необходимо больше уделять внимания формированию ценностно-профессиональной компоненты личности специалиста и проводить мониторинг уровня сформированности ценностных ориентаций предпринимателей на каждом курсе. Для ре-

шения данной задачи имеет смысл применять наряду с традиционными и инновационными образовательными технологиями современные социально-психологические технологии.

Заключение

Ценностные ориентации являются ключевым феноменом в системе регуляции профессиональной деятельности личности, играя роль своеобразного «компаса», определяющего направление, цели и этические основы трудового поведения. Они выступают интегральным показателем мотивационной сферы личности, формируются в процессе социализации, профессионального становления и под влиянием общекультурной среды. Понятие «ценностные ориентации» занимает особое место в научных поисках в сфере социальной психологии, психологии личности, философии и педагогики, ведь охватывает одновременно когнитивный, эмоциональный и поведенческий уровни функционирования индивида.

Важно, что ценностные ориентации не являются статичными – они могут трансформироваться под влиянием жизненного опыта, профессиональных успехов и неудач, изменений в организационной культуре. Поэтому периодическая диагностика должна стать регулярной составляющей психологического сопровождения специалистов, позволяющей поддерживать их профессиональный баланс и личностную гармонию.

Предпринимательство как уникальная сфера профессиональной деятельности выделяется среди других видов занятости своей сложностью, многофункциональностью и высокими требованиями к личности субъекта, осуществляющего эту деятельность. В отличие от других профессий, где структура обязанностей и компетенций частично или полностью регламентирована стандартами, должностными инструкциями и системой профессиональной подготовки, предпринимательство требует от человека не только базовых экономических знаний, но и способности работать

в условиях неопределенности, нестабильности, постоянных изменений рынка. Это и формирует основу для трактовки предпринимательства именно как особого типа профессиональной деятельности.

Предпринимательство – это больше, чем просто деятельность по генерированию прибыли. Это особый тип профессионального участия в обществе, сочетающий экономические функции со значительной социальной ответственностью и инновационной миссией. Предпринимательство требует не только технической компетентности, но прежде всего психологической зрелости, моральной устойчивости, способности к самоорганизации и к действию в условиях неопределенности. Именно поэтому мы имеем все основания говорить о предпринимательстве как уникальной сфере профессиональной деятельности, которая имеет свою внутреннюю логику, специфику, профессиональные требования и социально-этические стандарты.

Сравнительный анализ результатов студентов 1-го и 3-го курсов выявил значимые

изменения в системе ценностных ориентаций, отражающих процесс их профессионального формирования как будущих предпринимателей.

Формирование и развитие ценностей у студентов-предпринимателей является комплексным процессом, требующим интеграции различных образовательных и социально-психологических технологий. Современные социально-психологические технологии представляют собой сложный и динамичный набор практик, направленных на оптимизацию межличностных, групповых и институциональных взаимодействий в обществе.

Таким образом, можно сделать вывод о динамичности системы ценностных ориентаций студентов-предпринимателей и ее восприимчивости к целенаправленному влиянию. Это подчеркивает необходимость разработки и внедрения специализированных социально-психологических программ, направленных на развитие профессионально значимых ценностей, чему будет посвящена следующая статья.

Список литературы

1. Алексеева Е. В., Можжухин Д. П., Позина М. Б., Рубин Ю. Б. Некоторые вопросы диагностики предпринимательских способностей школьников и их склонности к занятию предпринимательством // Современная конкуренция. 2021. Т. 15 № 1. С. 123–143. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-1-123-143.
2. Здравомыслов А. Г., Ядов В. А. Отношение к труду и ценностные ориентации // Социология в СССР. 1966. Т. 2. С. 197–198.
3. Бакушкин И. А., Ильичева И. М. Изучение ценностей и ценностных ориентаций личности в истории психологии // Вестник МПГУ. Серия: Педагогика и психология. 2021. № 2 (56). С. 136–148. DOI: 10.25688/2076-9121.2021.56.2.08.
4. Кузьмина Е. И., Кузьмина З. В. Самооценка, уровень притязаний и ценностные ориентации как факторы готовности к профессиональной деятельности // Актуальные проблемы профессионально-практической психологии (Дьяченковские чтения – 2022): сборник научных трудов I Международной научно-практической конференции. 2022. С. 225–230. EDN: BUVNFD.
5. Гоштаутас А., Семенов А. А., Ядов В. А. Ценностные ориентации. В кн.: Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция / В. А. Ядов, А. А. Семенов, В. В. Водзинская [и др.]. М., 2013. С. 262–264. EDN: YDRFIN.
6. Кузнецов В. И. Динамика ценностных ориентаций российской молодежи (по материалам социологических исследований ценностных ориентаций российской молодежи): монография. Ростов н/Д., 1999. 335 с. EDN: TUOQTV.
7. Максимов С. В. Характеристика ценностных ориентаций российского студенчества в современных условиях // Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева (Вестник КГПУ). 2006. № 3. С. 208–218. EDN: JXVEHP.

8. Тагариева И.Р., Камалиева Г.Р. Профессионально-значимые ценности как фактор формирования профессионального самоопределения обучающихся // Современное педагогическое образование. 2024. № 12. С. 137–142. EDN: WDBKOK.
9. Алексеева Е.А., Тихонова Н.А., Борщевская Ю.М. Этика в профессиональном обучении: формирование профессиональных ценностей у обучающихся // Проблемы современного педагогического образования. 2025. № 88-4. С. 31–33. EDN: GXHHAJ.
10. Воронова А.Г. Практика работы с ценностными ориентирами подростков // Эйдос. 2022. № 4. Ст. 10. EDN: KYZEOZ.
11. Воронова А.Г. Становление жизненной позиции подростка через ценностные ориентиры М. Рокич // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2016. Т. 5. № 4 (17). С. 98–100. EDN: XRUFJA.
12. Воронова А.Г. Структурирование ценностных ориентаций М. Рокич как алгоритм достижения жизненных целей подростка // Проблемы современного педагогического образования. 2017. № 54-5. С. 103–109. EDN: YHMPYH.
13. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб. : Речь, 2004. 70 с.
14. Рубин Ю.Б., Шадриков В.Д. Личностные качества, профессионально важные для занятия предпринимательством // Психологический журнал. 2024. Т. 45. № 2. С. 65–79. DOI: 10.31857/S0205959224020068.
15. Рубин Ю.Б. Предпринимательство: очерки функционального прагматизма: монография. М. : Университет «Синергия», 2026. 656 с. DOI: 10.37791/978-5-4257-0598-3-2026-1-656.
16. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. Free Press.
17. Schwartz, S.H. (2005). *Basic Human Values: Their Content and Structure across Countries*. In: Tamayo, A., & Porto, J. (eds.) *Valores e trabalho [Values and work]*. Vozes Publ.
18. Schwartz, S.H. (2005). Robustness and Fruitfulness of a Theory of Universals in Individual Human Values In: Tamayo, A., & Porto, J. (eds.) *Valores e trabalho [Values and work]*. Vozes Publ.
19. Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries (pp. 1–65). In: *Advances in Experimental Social Psychology, vol. 25*. Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
20. Schwartz, S.H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross Cultural Replications. *Journal of Personality and Social Psychology, 58*(5), 878–891. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.5.878>
21. Schwartz, S.H., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the Structure of Human Values with Confirmatory Factor Analysis. *Journal of Research in Personality, 38*(3), 230–255. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00069-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00069-2)
22. Панюшева Т.Д., Ефремова М.В. Анализ русскоязычной версии опросника ценностных ориентаций (SVS) Ш. Шварца методом когнитивного интервью // Социальная психология и общество. 2012. № 3. С. 116–128. EDN: PETDVR.

Сведения об авторах

Алексеева Елена Валентиновна, ORCID 0000-0002-4505-3638, SPIN 5405-0266, доцент кафедры предпринимательства и конкуренции, директор Студии предпринимательства, Университет «Синергия», Москва, Россия, eturchaninova@synergy.ru

Можжухин Данила Петрович, ORCID 0000-0001-8742-0769, SPIN 4173-6290, доцент кафедры предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия»; исполнительный директор, Национальная ассоциация обучения предпринимательству (РАОП), Москва, Россия, dmozhhukhin@synergy.ru

Погорелова Анна Юрьевна, ORCID 0000-0001-8364-8395, SPIN 6917-5762, доцент кафедры предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, arogorelova@synergy.ru

Сульчинская Эллина Энерговна, ORCID 0009-0007-2347-8532, SPIN 5859-9908, канд. психол. наук, доцент кафедры психологии, Университет «Синергия», Москва, Россия, elsu@bk.ru

Филиппова Диана Андреевна, ORCID 0009-0006-2827-5462, SPIN 4233-7521, преподаватель кафедры предпринимательства и конкуренции, Университет «Синергия», Москва, Россия, dfilippova@synergy.ru

Конфликт интересов

Погорелова Анна Юрьевна является заместителем главного редактора журнала.

Статья поступила 26.03.2026, рассмотрена 22.04.2026, принята 30.05.2026

References

1. Alekseeva, E., Mozhzhukhin, D., Pozina, M., & Rubin, Yu. (2021). Some Diagnostic Issues of Schoolchildren Entrepreneurial Abilities and Their Propensities to Entrepreneurship. *Journal of Modern Competition*, 15(1), 123–143. <https://doi.org/10.37791/2687-0657-2021-15-1-123-143>
2. Zdravomyslov, A., & Yadov, V. (1966). *Otnoshenie k trudu i cennostnye orientacii* [Attitude to Labor and Value Orientations]. *Sociologiya v SSSR*, 2, 197–198.
3. Bakushkin, I., & Ilicheva, I. (2021). Study of Values and Value Orientations of the Individual in the History of Psychology. *Vestnik MPGU. Seriya: Pedagogika i psihologiya*, 2(56), 136–148. <https://doi.org/10.25688/2076-9121.2021.56.2.08>
4. Kuzmina, E. I., & Kuzmina, Z. V. (2022). *Samoocenka, uroven' prityazaniy i cennostnye orientacii kak faktory gotovnosti k professional'noy deyatel'nosti* [Self-Esteem, Level of Ambition, and Value Orientations as Factors of Readiness for Professional Activity] (pp. 225–230). In: *Aktual'nye problemy professional'no-prakticheskoy psihologii (D'yachenkovskie chteniya – 2022): sbornik nauchnyh trudov I Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferencii* [Actual Problems of Professional and Practical Psychology (Dyachenkov Readings – 2022): Proceedings of the I International Scientific and Practical Conference]. <https://elibrary.ru/buvnfd>
5. Gostautas, A., Semenov, A. A., & Yadov, V. A. (2013). *Cennostnye orientacii* [Value Orientations] (pp. 262–264). In: Yadov, V. A., Semenov, A. A., Vodzinskaya, V. V. et al. *Samoregulyaciya i prognozirovaniye social'nogo povedeniya lichnosti: Dispozicionnaya koncepciya* [Self-Regulation and Prediction of Social Behavior of an Individual: The Dispositional Concept]. <https://elibrary.ru/ydrfin>
6. Kuznetsov, V. I. (1999). *Dinamika cennostnyh orientaciy rossijskoy molodezhi (po materialam sociologicheskikh issledovaniy cennostnyh orientaciy rossijskoy molodezhi): monografiya* [Dynamics of the Value Orientations of Russian Youth (Based on Sociological Research of the Value Orientations of Russian Youth): monograph]. <https://elibrary.ru/tuoqtv>
7. Maksimov, S. V. (2006). Characteristics of the Value Orientations of Russian Students in Modern Conditions. *Bulletin of Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafyev*, 3, 208–218. <https://elibrary.ru/jxvehp>
8. Tagariyeva, I. R., & Kamaliyeva, G. R. (2024). Professionally Significant Values as a Factor in the Formation of Professional Self-Determination of Students. *Modern Pedagogical Education*, 12, 137–142. <https://elibrary.ru/wdbkok>
9. Alekseeva, E. A., Tikhonova, N. A., & Borshchevskaya, Yu. M. (2025). Ethics in Professional Training: The Formation of Professional Values among Students. *Problems of Modern Pedagogical Education*, 88-4, 31–33. <https://elibrary.ru/gxhhaj>
10. Voronova, A. G. (2022). *Praktika raboty s cennostnymi orientirami podrostkov* [The Practice of Working with the Value Orientations of Teenagers]. *Eydos*, 4, 10. <https://elibrary.ru/kyzeoz>
11. Voronova, A. G. (2016). The Formation of Life Position of the Adolescent through Value Orientations M. Rokich. *Azimut of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, 5(4), 98–100. <https://elibrary.ru/xrufaj>
12. Voronova, A. G. (2017). Structuring of Value Orientations of M. Rokich as a Way to Achieve Goals in Life of a Teenager. *Problems of Modern Pedagogical Education*, 54-5, 103–109. <https://elibrary.ru/yhmpyh>

13. Karandashev, V. N. (2004). *Metodika Shvarca dlya izucheniya cennostey lichnosti: koncepciya i metodicheskoe rukovodstvo* [Schwartz's Methodology for Studying Personal Values: Concept and Methodological Guide]. Rech Publ.
14. Rubin, Yu., & Shadrikov, V. D. (2024). Professionally important personal prerequisites for entrepreneurship. *Psychological Journal*, 45(2), 65–79. <https://doi.org/10.31857/S0205959224020068>
15. Rubin, Yu. (2026). *Predprinimatel'stvo: ocherki funkcional'nogo pragmatizma: monografiya* [Entrepreneurship: Essays on Functional Pragmatism: A Monograph]. Synergy University Publ. <https://doi.org/10.37791/978-5-4257-0598-3-2026-1-656>
16. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. Free Press.
17. Schwartz, S. H. (2005). *Basic Human Values: Their Content and Structure across Countries*. In: Tamayo, A., & Porto, J. (eds.) *Valores e trabalho* [Values and work]. Vozes Publ.
18. Schwartz, S. H. (2005). Robustness and Fruitfulness of a Theory of Universals in Individual Human Values In: Tamayo, A., & Porto, J. (eds.) *Valores e trabalho* [Values and work]. Vozes Publ.
19. Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries (pp. 1–65). In: *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 25. Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
20. Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the Universal Content and Structure of Values: Extensions and Cross Cultural Replications. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58(5), 878–891. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.5.878>
21. Schwartz, S. H., & Boehnke, K. (2004). Evaluating the Structure of Human Values with Confirmatory Factor Analysis. *Journal of Research in Personality*, 38(3), 230–255. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(03\)00069-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(03)00069-2)
22. Panyusheva, T. D., & Efremova, M. V. (2012). *Analiz russkoyazychnoj versii oprosnika cennostnykh orientacij (SVS) Sh. Shvarca metodom kognitivnogo interv'yu* [Analysis of the Russian-Language Version of Schwartz's Value Survey (SVS) Using the Cognitive Interview Method]. *Social'naya psihologiya i obshchestvo*, 3, 116–128. <https://elibrary.ru/petdvr>

About the authors

Elena V. Alexeeva, ORCID 0000-0002-4505-3638, SPIN 5405-0266, Associate Professor at Entrepreneurship and Competition Department, Director of Entrepreneurship Studio, Synergy University, Moscow, Russia, eturchaninova@synergy.ru

Danila P. Mozzhukhin, ORCID 0000-0001-8742-0769, SPIN 4173-6290, Associate Professor at Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University; CEO, Russian Association for Entrepreneurship Education, Moscow, Russia, dmozzhukhin@synergy.ru

Anna Yu. Pogorelova, ORCID 0000-0001-8364-8395, SPIN 6917-5762, Associate Professor at Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, apogorelova@synergy.ru

Ellina E. Sulchinskaya, ORCID-0009-0007-2347-8532, SPIN 5859-9908, Cand. Sci. (Psychol.), Associate Professor at Psychology Department, Synergy University, Moscow, Russia, elsu@bk.ru

Diana A. Filippova, ORCID 0009-0006-2827-5462, SPIN 4233-7521, Lecturer at Entrepreneurship and Competition Department, Synergy University, Moscow, Russia, dfilippova@synergy.ru

Conflict of interest

Anna Yu. Pogorelova is a deputy chief editor of the journal.

Received 26.03.2026, reviewed 22.04.2026, accepted 30.05.2026