

УДК 373

ПОТРЕБНОСТЬ В ДОСТИЖЕНИЯХ КАК ФАКТОР ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ: ОБЗОР ИССЛЕДОВАНИЙ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КЛАССАХ**А.В. Козлов**

Институт развития профильного обучения ГАОУ ВО МГПУ, Москва, email: kozlov-669@mgpu.ru

Аннотация. Статья посвящена анализу роли потребности в достижениях как фактора формирования предпринимательской активности в рамках проекта «Предпринимательский класс в московской школе». В статье систематизированы результаты современных эмпирических исследований, посвященных влиянию потребности в достижениях на предпринимательскую активность. На основе изучения современных эмпирических исследований автор обнаружил отсутствие прямой связи между мотивом потребности в достижениях и предпринимательскими намерениями. Тем не менее, связь проявлялась опосредованно через фактор самоэффективности. На основе выводов из данных исследований предложена педагогическая модель, базирующаяся на гипотезно-ориентированном подходе для бизнес-моделирования, что позволяет моделировать в школьной среде условия умеренного риска, личной ответственности и быстрой обратной связи. Освоение прикладных инструментов не только формирует у учащихся «опыт мастерства» (по А. Бандуре), но и развивает самоэффективность, посредством которой актуализируется потребность в достижениях.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, предприниматель, «Предпринимательский класс в московской школе», потребность в достижениях, черты личности предпринимателя.

THE NEED FOR ACHIEVEMENTS AS A FACTOR OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY: RESEARCH OVERVIEW AND DEVELOPMENT PROSPECTS IN ENTREPRENEURIAL CLASSES**A.V. Kozlov**

Institute for the Development of Specialized Education of the Moscow City University, Moscow, email: kozlov-669@mgpu.ru

Abstract. The article is devoted to the analysis of the role of the need for achievements as a factor in the formation of entrepreneurial activity within the framework of the project "Entrepreneurial class in a Moscow school". The article systematizes the results of modern empirical research on the impact of the need for achievements on entrepreneurial activity. Based on the study of modern empirical research, the author found that there is no direct connection between the motive of the need for achievements and entrepreneurial intentions. Nevertheless, the connection was indirectly manifested through the self-efficacy factor. Based on the conclusions from these studies a pedagogical model is proposed, based on a hypothesis-based approach to business modeling, which makes it possible to simulate conditions of moderate risk, personal responsibility and quick feedback in the school environment. Mastering applied tools not only forms students' "mastery experience" (according to A. Bandura), but also develops self-efficacy, through which the need for achievements is actualized.

Keywords: entrepreneurial activity, entrepreneur, "Entrepreneurial class in Moscow school", need for achievement, personality traits of an entrepreneur.

Дата поступления статьи в редакцию: 11.07.2026

Дата принятия статьи в печать: 12.09.2026

Введение

Укоренившийся в массовом сознании стереотип о «врожденной» природе предпринимательских способностей влечет за собой неверные ожидания, связанные с предпринимательским образованием: «успешно освоенные компетенции не ведут автоматически к созданию успешного бизнеса», «предпринимательству нельзя научить». В такой ситуации остается рассчитывать лишь на спонтанное проявление «таланта», а педагогические практики рассматривать как дополнение к уже имеющимся способностям. Традиционный подход предполагает простое погружение в профильную среду, что по идее должно стимулировать потребность в достижениях (need for achievement, nAch, далее — ПД), и далее вести к предпринимательской активности. ПД была фундаментально описана Д. Макклелландом как стремление «сделать что-то лучше, быстрее,

эффективнее, затрачивая меньше усилий», но при этом действуя «с умеренным риском», выбирая уровень сложности задачи [1], данный мотив рассматривался автором в качестве доминирующего у предпринимателей. В настоящее время отдельные эмпирические исследования ставят под сомнение линейность этой связи в молодежной среде [2].

Для успеха бизнеса применение навыков планирования, организации и бизнес-моделирования может оказаться более важным, чем наличие только мотивации, пусть даже и весьма выраженной, что отмечалось исследователями [3]. Проблема влияния на успех бизнеса отдельных факторов (в нашем случае – мотивации или конкретных навыков) остается актуальной и потребует учета при рассмотрении данной темы. Основной же фокус в работе будет сделан на обосновании адекватных педагогических механизмов, позволяющих интегрировать развитие ПД с формированием самооффективности, а также предпринимательских компетенций в предпрофильных классах.

Современные исследователи [4] предостерегают от прямого переноса мотивационных структур реальных предпринимателей на подростков (последние имеют лишь начальный «предпринимательский интерес»), а статистически данные группы различаются. В пользу актуальности темы свидетельствует и пластичность данного мотива: ПД и самооффективность не являются фиксированными чертами, но могут быть целенаправленно развиты через образовательные практики [5; 6], а значит, актуальной задачей является проектирование образовательной среды, способной трансформировать абстрактную ПД в конкретное предпринимательское поведение при учете требований ФГОС СОО и специфики предпрофессиональных классов.

Цель исследования

Целью исследования является систематизация современных эмпирических данных о связи ПД и предпринимательской активности, выявление возможных ограничений влияния ПД в школьной среде, поиск адекватной педагогической модели для развития указанной черты.

Результаты исследования

Классическое определение ПД сформулировал известный американский психолог Д. Д. Макклелланд в монографии «Общество достижения» [1], изданной в 1961 году. В интерпретации автора ПД – это не абстрактное «желание преуспеть», а узконаправленная мотивационная диспозиция, которая проявляется в трёх специфических поведенческих аспектах: 1) выбор задач умеренной сложности, 2) принятие личной ответственности за результат и 3) активный поиск обратной связи о результатах своих действий [1]. Определение конкретных параметров позволило ставить научные задачи по измерению степени интенсивности проявлений данных черт. В дальнейших исследованиях ПД стала рассматриваться как один из наиболее значимых факторов предпринимательского поведения, в особенности на большом материале это подтвердили метааналитические исследования [6].

Риск предпринимателя – это не проявление авантюризма, а результат расчета и прогноза. Д. Макклелланд отмечал, что носитель высокого ПД избегает как рутины, где результат гарантирован (степень личной заслуги здесь невелика), так и ситуаций, исход которых зависит от случая (личной заслуги здесь нет вовсе). Иное дело – задачи умеренной сложности, которым и отдает предпочтение предприниматель [1]. Успех в такой ситуации определяется личным мастерством и расчётом, а критерием движения к цели оказывается периодически получаемая обратная связь. При ее отсутствии личный прогресс не регистрируется, что не соответствует потребностям личности с высоким ПД.

В предпринимательских классах выдвижение и проверка бизнес-гипотезы методически воспроизводят ту самую «умеренную сложность». Школьник сталкивается с просчитанным риском: его аналитические усилия напрямую влияют на результат, что исключает фактор случайной удачи.

Д. Макклелланд в своей работе доказывал, что всплескам экономического роста и предпринимательской активности исторически предшествовали изменения в культурных артефактах (детских сказках, литературе, фольклоре), отражающих рост «образов достижений» (achievement imagery) в общественном сознании [1]. Кроме того, с помощью метода тематического апперцептивного теста (ТАТ) он эмпирически подтвердил, что индивиды с высоким показателем ПД чаще выбирают карьеру, связанную с созданием нового бизнеса и инновациями, а не работу в найме, где преобладает рутинная [1]. Этот междисциплинарный подход, связавший психоме-

трику, историю и экономику, заложил основу для современного понимания предпринимателя как субъекта, движимого именно ПД, и подтвердил, что данный мотив поддается измерению и, как будет показано далее, педагогическому развитию.

В современных эмпирических исследованиях личностных черт предпринимателей популярным инструментом является модель «Большая пятерка» ("Big-5"). В контексте таксономии данной модели ПД является лишь субкомпонентом черты «Добросовестность» (Conscientiousness), одной из пяти широких личностных черт. Однако подобная операция содержит серьезную методологическую ловушку. Фактор «Добросовестность» включает, помимо прочего, два разнонаправленных элемента: «стремление к достижениям» (инициативность, ориентация на результат, готовность к просчитанному риску) и «следование правилам / надежность» (склонность строго соблюдать нормы и ожидания авторитетов). Однако данные субфакторы «добросовестности» работают в противоположных направлениях. Это отметили в своей работе А. Rauch и М. Frese, проведя метаанализ исследований. Если «стремление к достижениям» достоверно предсказывает запуск бизнеса, то «следование правилам» демонстрирует нулевую, а порой и отрицательную корреляцию с предпринимательской активностью [6]. Очевидно, что механическое объединение разнонаправленных величин в общий показатель по шкале «Добросовестность» взаимно нейтрализует их и размывает общий показатель.

Для школьной педагогики эта дифференциация носит критический характер. Традиционная система образования исторически поддерживает тех, кто следует правилам: это и поиск единственного верного ответа при выполнении заданий, и негативные (в основном при отсутствии позитивных) санкции за ошибки. Форсируя этот аспект, мы не просто не развиваем бизнес-потенциал, но и подавляем его, поскольку в действительности предпринимательство предполагает навигацию в неопределенности. Следовательно, использование «Большой пятерки» и иных широких личностных моделей в предпринимательской педагогике может быть не вполне эффективным. Важным представляется целенаправленное развитие именно ПД как узкой, специфической черты.

Как преодолеть это противоречие? А. Rauch и М. Frese предлагают сменить оптику: отказаться от оценки общих черт в пользу концепции «черт, соответствующих задаче» (task-matched traits) [6]. Логика данного подхода предполагает, что сначала необходимо проанализировать специфические задачи предпринимателя (работа в условиях неопределенности, выявление возможностей, принятие решений при ограниченных ресурсах), и лишь затем определять те узкие личностные характеристики, которые непосредственно способствуют их решению. К числу таких «соответствующих задач» черт исследователи относят собственно ПД, проактивность, самоэффективность, стрессоустойчивость, потребность в автономии и внутренний локус контроля.

Данный теоретический конструкт имеет прямое проекционное значение для педагогического дизайна «Предпринимательского класса в московской школе». Если образовательная среда методически выверена и моделирует реальные предпринимательские задачи (итеративная проверка гипотез, работа с дефицитом ресурсов, поиск инсайтов через Customer Development), она естественным образом требует от учащегося активации именно тех узких черт, которые соответствуют данной роли.

Эмпирические исследования потребности в достижениях

Эмпирические исследования ПД затрагивают как учащуюся молодежь, так и действующих предпринимателей, в каждом случае имеют место свои специфические особенности, которые требуют отдельного рассмотрения, поскольку представляются значимыми для проектирования школьного образования. Формальное наличие предпринимательского образования и высокой ПД не всегда гарантирует автоматическое формирование предпринимательских намерений. Современные эмпирические данные демонстрируют, что в образовательной среде эта связь носит нелинейный характер и требует обязательного когнитивного опосредования. Высокая внутренняя мотивация к успеху без сформированной веры в свои когнитивные и практические способности не конвертируется в предпринимательские намерения, что отмечали F. Nursafaat и др. в исследовании 2024 года. Была рассмотрена выборка из 182 учащихся 11 классов. Авторы сделали вывод: «обучение предпринимательству, предпринимательская мотивация и потребность в достижениях оказывают значительное влияние на предпринимательские намерения через самоэффективность учащихся» [2]. В качестве дополнительного обоснования собственного вывода исследователи ссылаются на пять других работ 2019–2023 гг., в которых утверждается подобная

точка зрения. Вместо прямой связи факторов исследователи указывают на механизм опосредования. Образование и ПД влияют на предпринимательские намерения исключительно через самоэффективность: «Самоэффективность может быть мостом, который соединяет эти переменные с предпринимательскими намерениями» [2].

Если у старшеклассников [2] ПД не приводит к предпринимательским намерениям без обязательного опосредования самоэффективностью, то у старшей молодежи [7] именно мотивация достижения становится ключевым медиатором между предпринимательским образованием и формированием предпринимательского мышления. Под предпринимательским мышлением А.Т. Амра и др. понимают способ мышления, который характеризуется «способностью распознавать возможности, принимать просчитанные риски, быть инновационным и инициативным, и сосредоточенным на создании ценности во всех контекстах, как в бизнесе, так и в других профессиональных действиях» [7]. Конечно, наличие предпринимательского мышления еще не свидетельствует о наличии предпринимательских намерений, так как предпринимательский потенциал может быть реализован не только в сфере бизнеса, что также отмечают авторы. Однако вывод исследователей важен для предпринимательского образования, подчеркивая значение влияния ПД на формирование предпринимательского мышления.

В работе Т.М. Ndofirepi исследовалась выборка из 308 студентов профессионально-технического колледжа в Зимбабве, завершающих обязательный курс предпринимательства [8]. Результаты оказались красноречивыми: воспринимаемый эффект от обучения сильнее всего коррелировал именно с ПД, заметно обогнав такие факторы, как склонность к риску или локус контроля. ПД оказалась единственным статистически значимым показателем, связывающим предпринимательское образование и карьерные намерения студентов. Данные Т.М. Ndofirepi на эмпирическом материале подтверждают, что ПД не является жестко заданной чертой, которая проявляется лишь у избранных. Она поддается формированию через целенаправленное обучение.

Парадоксальные результаты получил О.С. Hansemark. В исследовании 1998 года он обнаружил, что участие в предпринимательской программе приводит к статистически значимому росту ПД и смещению локуса контроля в интернальную сторону [9]. Это был почти предсказуемый результат, подтверждающий пластичность ПД. Однако последующее лонгитюдное исследование того же автора [10] и той же когорты, длившееся 11 лет, привело к неожиданным результатам: повышенный уровень ПД не показал себя как значимый прогностический фактор фактического входа в предпринимательство (создания бизнеса) в будущем. Сформулированный вывод противоречил данным, полученным в других исследованиях, о значимом влиянии ПД на предпринимательские намерения и активность взрослых предпринимателей. Данное противоречие отчасти снимается при учете фактора среды. Сам по себе факт прохождения образовательной программы и рост ПД у учащихся не трансформируется в предпринимательское действие автоматически. Для перехода от «интереса» к «действию» необходим вспомогательный фактор (самоэффективность) и специфическая среда, предоставляющая опыт преодоления посильных трудностей. Таким образом, школа имеет возможность успешно формировать мотивационный фундамент, но для его актуализации требуются специфические педагогические инструменты.

Вопрос о том, является ли ПД надежным предиктором выбора предпринимательской карьеры для тех, кто уже вышел на рынок, долгое время оставался предметом дискуссий. Ситуация изменилась с появлением масштабных метааналитических обзоров. Фундаментальная работа W.H. Stewart и P.L. Roth [11], агрегировавшая данные 18 исследований, затронувших более 3 тысяч респондентов, доказала, что предприниматели в целом демонстрируют статистически значимо более высокий уровень ПД по сравнению с наемными менеджерами.

Подтверждением данного тезиса в контексте российской действительности выступают результаты эмпирического исследования, проведенного А. Л. Журавлевым и В. П. Позняковым. Изучив профиль действующих российских предпринимателей (владельцев малого и среднего бизнеса), авторы доказали, что для них, в отличие от наемных работников, характерно выраженное преобладание мотивации достижения успеха над мотивацией избегания неудачи, что формирует ориентированную на самостоятельность, умеренный риск и личную ответственность структуру мотивации, которую авторы характеризуют как «маскулинную». При этом выявлены устойчивые гендерные особенности: у мужчин-предпринимателей разрыв между выраженностью мотива достижения успеха и избегания неудачи значительно шире, чем у женщин-предпринимателей, у которых мотив избегания неудачи представлен более явно [12].

Масштабный метааналитический обзор Collins, Hanges и Locke (2004) подтверждает значимую роль ПД в предпринимательстве. Данный фактор позволяет контрастнее дифференцировать основателей бизнеса от представителей неуправленческих профессий, чем предпринимателей от наемных менеджеров, поскольку последние также действуют в условиях умеренного риска и персональной ответственности. Более того, исследования выявили, что ПД выступает даже более сильным предиктором предпринимательского успеха (роста и выживания фирмы), чем факта первоначального выбора карьеры. Это объясняется способностью носителей высокой ПД эффективнее преодолевать организационные барьеры, конкурировать и оптимально использовать ресурсы для обеспечения жизнеспособности бизнеса [6].

Стратификация выборок в исследовании W.H. Stewart и P.L. Roth (2007) позволила выявить тонкие различия внутри самой предпринимательской популяции. Уровень ПД радикально различается в зависимости от подтипа предпринимателя: основатели бизнеса имеют более высокие показатели, чем наследники семейного дела; предприниматели, ориентированные на рост, статистически значимо превосходят тех, кто ориентирован исключительно на стабильный доход [11]. Это подтверждает классическую гипотезу о том, что высокий ПД предрасполагает к созданию нового дела, где индивид может реализовать свою тягу к личным достижениям. Обобщающий метаанализ A. Rauch и M. Frese [6], охвативший 116 независимых выборок, количественно закрепил этот вывод: скорректированный коэффициент корреляции между ПД и фактом создания бизнеса составил $r = 0,219$.

Исследование H. Kong и S. Choo (2022), охватившее репрезентативную выборку из 10 тыс. респондентов от 13 до 69 лет, выявило гендерные различия в механизмах формирования предпринимательских намерений под влиянием ПД. У мужчин высокая внутренняя мотивация к успеху непосредственно транслируется в намерение открыть собственное дело. У женщин, напротив, мотивация к успеху не ведет к предпринимательским намерениям, тем не менее их ПД оказывает более сильное косвенное (опосредованное) влияние, то есть женская мотивация не срабатывает напрямую, а требует предварительной трансформации в конкретные предпринимательские компетенции и установки (например, инновационность, проактивность и готовность к управлению рисками), которые, в свою очередь, формируют итоговое намерение стать предпринимателем [13].

В исследованиях также были сделаны выводы, что наличие высокой ПД прогнозирует быструю первичную адаптацию к рынку. По данным Kessler и др. [5], ПД достоверно предсказывает ранний успех бизнеса (факт получения первой выручки).

Метаанализ A. Rauch и M. Frese [6] демонстрирует, что скорректированный коэффициент корреляции между высокой ПД и успехом бизнеса (измеряемым через рост, выживаемость и прибыль) составляет $r = 0,304$, а это существенно превышает показатели для этапа входа в предпринимательство, то есть ПД предсказывает предпринимательский успех значительно надежнее, чем такая черта, как «склонность к риску», размер эффекта для которой оказался статистически незначимым, и исследователи подтверждают, что бизнесменом движет стремление к эффективности и умеренному, просчитанному риску.

Итак, выводы на базе эмпирических данных позволяют развести два вектора влияния. Для взрослых предпринимателей ПД является валидным предиктором осознанного входа в бизнес и раннего успеха, но для учащихся, как показал анализ, эта черта проявляется лишь в качестве потенциала, который может быть использован при условии целенаправленного формирования предпринимательской самоэффективности и создания в образовательной среде условий, соответствующих реальным предпринимательским задачам.

Вместе с тем, эмпирические данные вносят важное уточнение, разделяя детерминанты успеха на разных этапах жизненного цикла фирмы. H. Frank и др. [3] эмпирически разделили предпринимательский процесс на три последовательные стадии: формирование намерения, факт создания бизнеса (реализация) и последующий ранний успех. Их данные показали, что личностные факторы, включая ПД и интернальный локус контроля, являются надежными предикторами намерений и факта стартапа. Однако их прогностическая сила резко падает при оценке выживаемости и успеха фирмы. Для обеспечения раннего успеха бизнеса решающее значение приобретают не личностные диспозиции, а человеческий капитал (образование, опыт), финансовая подушка и специфические бизнес-стратегии. Как отмечает H. Frank и др., на смену личностным факторам приходят «конфигурации процессов»: «Среда/Ресурсы» и «Процесс». Фактор

«Среда/Ресурсы» включает внешние условия и доступные активы: наличие ролевых моделей, поддержку консультационных институтов на этапе подготовки, значимость профессиональных сетей, финансовое положение и человеческий капитал (образование и отраслевой опыт). Фактор «Процесс» (Process) отражает конкретные управленческие действия и поведенческие паттерны: организационные усилия (поиск помещения, создание детального бизнес-плана), активное использование информации (поиск грантов, анализ рыночных данных) и критический учет возможных неудач (риск-менеджмент). Наибольшие шансы на успех стартапа, по утверждению авторов [3], получают те основатели, которые тщательно готовятся и опираются на внешнюю поддержку, причем вне зависимости от врожденных качеств. Иными словами, высокий ПД обеспечивает старт и получение первых результатов, но для масштабирования требуются управленческие компетенции и способность выстраивать системные бизнес-процессы.

Для школьного предпринимательского образования это означает необходимость смены фокуса. Попытки искусственно «разогнать» мотивацию учащихся, игнорируя прикладные навыки, заведомо неэффективны. Да, высокий уровень ПД повышает вероятность того, что подросток вообще решится на запуск учебного проекта. Но чтобы этот проект выжил в условиях неопределенности, школьнику необходимо внимание к процессам: расчету юнит-экономики, гипотезно-ориентированному моделированию, работе с обратной связью и т.п. Осваивая профессиональные знания, ученик фактически погружается в ту самую среду, которая способствует развитию черт, соответствующих предпринимательским задачам. И уже в процессе выполнения этих конкретных рабочих задач (а не через абстрактные рассуждения об успехе) у него формируется предпринимательская самоэффективность.

Потребность в достижениях в школьной среде: проблемы и перспективы

Перенос эмпирических данных о взрослых предпринимателях в плоскость школьного образования сталкивается с рядом методологических ограничений. Как показали исследования на молодежных выборках, в образовательной среде ПД не выступает прямым драйвером предпринимательских намерений. Ее влияние носит опосредованный характер и зависит от когнитивного фактора — предпринимательской самоэффективности [2]. Без сформированной веры в собственные способности высокая ПД у старшеклассника может трансформироваться не в проактивность, а в тревожность и избегание неудач.

Дополнительную сложность создает архитектура традиционной школьной системы. Исследования выявляют устойчивый «парадокс академической успеваемости»: высокие академические баллы часто отрицательно коррелируют с предпринимательскими намерениями [14]. Традиционная школа исторически поощряет субфактор «следование правилам» (поиск единственно верного ответа, избегание ошибок, исполнительность), который, согласно метаанализу А. Rauch и М. Frese [6], имеет нулевую или отрицательную связь с предпринимательской активностью.

Попытка напрямую «стимулировать» ПД через абстрактные лекции о мотивации или постановку амбициозных целей методологически ошибочна и может привести к демотивации. Педагогическая задача предпринимательских классов заключается не в форсировании создания реального бизнеса «здесь и сейчас» и не в психометрическом отборе «талантов», а в проектировании специфической образовательной среды. Эта среда должна быть выстроена так, чтобы через освоение прикладных навыков (hard skills) и через развитие черт, соответствующих предпринимательским задачам, целенаправленно развивать самоэффективность и, как следствие, актуализировать ПД.

ПД активируется и развивается только при наличии трех обязательных условий: вызова умеренной сложности, личной ответственности и быстрой обратной связи [1]. Процесс построения и проверки бизнес-модели (с использованием шаблона бизнес-модели А. Остервальдера, методологии Customer Development, расчета юнит-экономики) методически точно воспроизводит эти условия в школьном контексте.

Во-первых, ориентир на умеренный риск и сложность может реализовываться в процессе выдвижения бизнес-гипотезы, который представляет собой не гарантированно верное знание из учебника и не является лотереей. Здесь успех зависит от аналитических усилий ученика, а потому риск оказывается просчитанным. И такая ситуация полностью соответствует психологической потребности носителя высокого ПД в задачах, где результат определяется личным мастерством, а не удачей [1].

Во-вторых, фактором, обеспечивающим необходимую автономию и персональную ответственность обучающихся за принятые решения, является сам факт и процесс разработки школь-

ником собственного бизнес-проекта, выдвижения гипотезы и ее качественной проверки. Основой для формирования самостоятельности служит сама ситуация, в которой учитель не может предложить исчерпывающих и окончательных рекомендаций, гарантированно направляющих проектную деятельность к успеху. Неизбежно обучающимся в таких условиях приходится действовать на свой страх и риск.

В-третьих, условия для получения конкретной обратной связи непосредственно встроены в сам стартап-подход к разработке бизнес-проекта. Последний предполагает разработку и проверку гипотезы, решающую проблему потенциального клиента, обязательный итеративный подход в ходе проверки гипотезы через проблемные интервью или маркетинговые тесты. Подтверждение или опровержение гипотезы для начинающего предпринимателя является индикатором эффективности его действий, в котором он психологически нуждается. Как итог, освоение инструментов бизнес-моделирования, маркетинга, финансов бизнеса, управления проектами, правовых аспектов предпринимательства в данном контексте перестает быть обычным процессом передачи специальных знаний. В этом случае педагогические практики предпринимательских классов выполняют также задачу развития предпринимательской самоэффективности (через целенаправленное накопление «опыта мастерства» [15]) и устойчивой ПД, а абстрактная мотивация конвертируется в готовность к проактивным действиям в условиях неопределенности, присущих предпринимательской деятельности по определению.

Неизбежно в условиях фокусировки в рамках педагогического процесса на развитии черт, соответствующих задачам предпринимательской деятельности, должна корректироваться и роль педагога. Последний в своей деятельности переходит от трансляции готовых знаний к поддержке проектной деятельности и фасилитации. Главным методическим принципом становится декомпозиция сложных предпринимательских задач на последовательные микро-этапы (например, путь генерации бизнес-идеи, формулирование ценностного предложения и т.п.), что обеспечивает учащемуся регулярное получение «опыта мастерства» (по А. Бандуре), когда он поэтапно выполняет понятные и посильные профессиональные задачи, получая уверенность в своих способностях.

Особое внимание в предпринимательских классах должно уделяться отношению к ошибкам и неудачам. Традиционно в школе ошибка негативно санкционируется снижением балла, что может блокировать инициативу будущего предпринимателя и способствовать формированию боязни провала. В предпринимательском классе ошибка (неподтвержденная гипотеза, негативный отзыв целевой аудитории, неудача бизнес-проекта в целом) должна трактоваться как необходимый этап итеративного подхода, ценная обратная связь и источник неповторимого опыта, значимого для развития компетенций начинающего предпринимателя и формирования у него психологической установки, направленной на достижения после неудачи и снижение уровня тревожности.

Проходя через цикл «выдвижение гипотезы — проверка — анализ обратной связи — коррекция», школьник учится действовать в условиях неопределенности, используя инструменты бизнес-моделирования и подкрепляя собственную самоэффективность путем формирования устойчивой убежденности в способности организовывать и осуществлять действия, необходимые для решения нестандартных и непредвиденных предпринимательских задач.

Для эффективной реализации ПД в виде предпринимательских намерений необходимо развитие самоэффективности как медиатора. В грамотно спроектированной педагогической среде накопленная самоэффективность выступает «когнитивным мостом», переводящим абстрактное желание «сделать лучше и эффективнее» в конкретное проактивное предпринимательское поведение: самостоятельную генерацию бизнес-идей, создание оптимальных бизнес-моделей, поиск контактов и обратной связи у экспертов и потенциальных клиентов. Освоение прикладных инструментов не должно сводиться к узкопрофессиональной подготовке, оно должно выступать надежным психолого-педагогическим инструментом, который комплексно развивает самоэффективность и формирует зрелую ПД.

Заключение

Анализ современных исследований показывает, что связь между ПД и предпринимательскими намерениями в школьной среде не является прямой. Фактор самоэффективности для обучающихся средней школы в данном случае играет важную роль посредника. Отсутствие

сформированной веры в собственные способности для начинающих предпринимателей заключается в себе риск того, что высокая ПД у старшеклассников трансформируется не в проактивность, а в тревожность и избегание.

В предпринимательских классах представляется целесообразным применять педагогические практики, развивающие у школьников черты, соответствующие предпринимательским задачам. Практическим ответом на вызовы школьного образования становится гипотезно-ориентированное бизнес-моделирование. Осваивая процесс итеративной проверки гипотез, школьник естественным образом удовлетворяет свои потребности в умеренном просчитанном риске, личной ответственности и конкретной обратной связи.

Фокус методики обучения должен быть смещен с оценки умения избегать ошибок на оценку способности к итеративной проверке гипотез, работе в условиях неопределенности и извлечению уроков из неудач (формированию «опыта мастерства»).

Таким образом, обучение предпринимательским задачам выступает тем самым механизмом, который развивает самоэффективность и, как следствие, актуализирует устойчивую ПД, подготавливая выпускника к осознанному выбору предпринимательской деятельности.

Литература

1. McClelland D.C. The Achieving Society. Princeton: D. Van Nostrand, 1961. 556 p. DOI: 10.1037/14359-000.
2. Nursafaat F., Afriza E.F., Widyaningrum B. The Effect of Entrepreneurship Education, Entrepreneurial Motivation, and the Need for Achievement on Entrepreneurial Intentions Through Self-Efficacy // Journal of Educational Analytics. 2024. Vol. 3. 2. P. 131-150. DOI: 10.55927/jeda.v3i2.8888 EDN: EVAJLY.
3. Frank H., Lueger M., Korunka C. The significance of personality in business start-up intentions, start-up realization and business success // Entrepreneurship & Regional Development. 2007. Vol. 19. P. 227-251. DOI: 10.1080/08985620701218387 EDN: XTIIDP.
4. Salmony F., Kanbach D. Personality trait differences across types of entrepreneurs: a systematic literature review // Review of Managerial Science. 2022. Vol. 16(6). P. 713-749. DOI: 10.1007/s11846-021-00466-9 EDN: UXMHIR.
5. Kerr S. P., Kerr W. R., Xu T. Personality Traits of Entrepreneurs: A Review of Recent Literature. NBER Working Paper No. 24097. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2017. 51 p. DOI: 10.3386/w24097.
6. Rauch A., Frese M. Let's put the person back into entrepreneurship research: a meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success // European Journal of Work and Organizational Psychology. 2007. Vol. 16(4). P. 353-385. DOI: 10.1080/13594320701595438.
7. Ampa A.T., Rijal S., Tadampali A.C.T., Nurwahida, Purnamasari W. Entrepreneurial Mindset of Generation Z: The Role of Self-Efficacy and Achievement Motivation in Entrepreneurship Education // Journal Pendidikan Progresif. 2026. Vol. 16. 1. P. 367-383. DOI: 10.23960/jpp.v16i1.pp367-383 EDN: ERJOEW.
8. Ndofirepi T. M. Relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial goal intentions: psychological traits as mediators. Journal of Innovation and Entrepreneurship. 2020. Vol. 9(1). P. 1-20. DOI: 10.1186/s13731-020-00132-6 EDN: BXTMHT.
9. Hansemark O.C. The Effects of an Entrepreneurship Program on Need for Achievement and Locus of Control of Reinforcement // International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research. 1998. Vol. 4. P. 28-50. DOI: 10.1108/13552559810203957 EDN: EBGTV.
10. Hansemark O. C. Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: a longitudinal study // Journal of Economic Psychology. 2003. Vol. 24(3). P. 301-319. DOI: 10.1016/S0167-4870(02)00188-5 EDN: DZYKXR.
11. Stewart W.H., Roth P.L. A meta-analysis of achievement motivation differences between entrepreneurs and managers // Journal of Small Business Management. 2007. Vol. 45(4). P. 401-419. DOI: 10.1111/j.1540-627X.2007.00220.x.
12. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства: концепция психологических отношений / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012. 480 с. ISBN: 978-5-9270-0235-1 EDN: SUNAML.
13. Kong H., Choo S. Gender Differences in the Relationship Between Achievement Motivation and Entrepreneurial Intention: A Conditional Process Model of Entrepreneurship and Gender // SAGE Open. 2022. Vol. 12(2). DOI: 10.1177/21582440221097897.

14. Mohamad M.H., Siraj S.A., Jantan M. Systematic Literature Review: The Importance of Work Motivation Need for Achievement to Performance // Journal of Management and Business. 2025. Vol. 10. P. 212-225. DOI: 10.23917/benefit.v10i2.16890.

15. Козлов А.В. Самоэффективность как ключевой ориентир формирования предпринимательских компетенций в проекте «Предпринимательский класс в Московской школе» // Управленческий учет. 2025. № 11. С. 680-688. EDN: HZFPGZ.

