



DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-152-162
EDN: PAOEKX

САМООЦЕНКА ХАРАКТЕРИСТИК СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Малкина М.Ю.*, Гаранина А.А.

Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского
(603140, Россия, Нижний Новгород, проспект Ленина, 27)

*E-mail: mmuri@yandex.ru

Для цитирования:

Малкина М.Ю., Гаранина А.А. Самооценка характеристик современного российского предпринимателя // Народонаселение. — 2026. — Т. 29. — № 2. — С. 152-162. DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-152-162; EDN: PAOEKX

Аннотация. Целью статьи является анализ и оценка личностных характеристик, качеств, ценностей, мотивов современных российских предпринимателей на основе обобщения данных глубинного интервью с предпринимателями Нижегородской области, проведённого зимой-весной 2025 года. Согласно самооценкам респондентов, современный опытный (зрелый) предприниматель — это лидер, знающий, как грамотно выстроить работу в команде, готовый к принятию самостоятельных решений. Его ключевыми качествами являются коммуникабельность, способность к риску, гибкость и адаптивность, хорошая смекалка, эмоциональный подход. Инновационным предпринимателям свойственны повышенная склонность к риску, хорошее знание новых технологий, нестандартное критическое мышление, упорство, любознательность. Молодых предпринимателей отличает жизнерадостность, изобретательность, открытость новому, стеничность к препятствиям, быстрое принятие решений, но при этом отсутствие опыта, связей и денег. Главными ценностями современных российских предпринимателей являются семья, развитие и самореализация, здоровье, удовольствие, «след после себя», гармония. А мотивами — достижение (в том числе финансовый успех), лидерство, признание. Проведённое исследование может быть полезно для управления процессом формирования и развития предпринимательства в современных условиях. Работа основана на опросе предпринимателей Нижегородской области, поэтому отражает черты предпринимателя этого региона. Другие регионы обладают экономическими, культурными и социальными особенностями, влияющими на портрет местного предпринимателя. Однако в целом многие черты предпринимателей являются универсальными для регионов России в силу единства институциональной и макроэкономической среды, истории и культуры предпринимательства в стране.

Ключевые слова: предпринимательство, инновационное предпринимательство, молодёжное предпринимательство, портрет предпринимателя, ценностные ориентации предпринимателя.

Постановка проблемы

Эволюция предпринимательства, как носительно нового феномена в российской экономике, требует теоретического осмысления. Целью настоящего исследования является анализ и оценка личностных характеристик, качеств, ценностей, мотивов российских предпринимателей на основе обобщения данных глубинных интервью с предпринимателями Нижегородской области, проведенного зимой-весной 2025 года. Актуальность исследования обусловлена недостаточной изученностью социальных аспектов развития предпринимательства в России.

Зарождение основ теории предпринимательства восходит к началу XVIII века. Впервые термин «предприниматель» употребил в работе «Эссе о природе торговли в общем плане» Р. Кантильон¹. В последующем учёные изучали характеристики предпринимателей как особого социального слоя общества. М. Вебер в начале XX в. среди основных качеств, свойственных предпринимателю, выделял трудолюбие, бережливость, честность, рациональность, социальные связи, этические ценности, стремление к успеху и статусу. Он отмечал, что предпринимательство — это не только экономическая деятельность, но и культурное явление. Он обнаружил связь между протестантскими ценностями и развитием предпринимательства в период расцвета рыночной экономики². В. Зомбарт в то же время писал, что предприниматель должен обладать качествами завоевателя, организатора и торговца одновременно³. Т. Веблен, изучая ценности буржуазного общества начала XX в., определял большую группу предпринимателей как «праздный класс», для которого свойственны показное безделье, расточительность и демонстративное потребление⁴. Й. Шумпетер в первой

половине XX в. указывал на важность «интуитивного чувствования» предпринимателя, а способность к логическому мышлению считал причиной неудач в бизнесе. Он утверждал, что важными факторами успеха предпринимателя являются: умение принимать самостоятельные решения, отсутствие неуверенности и страха перед возможным сопротивлением действительности, способность управлять подчинёнными. И выделял следующие важные характеристики предпринимателя: инновационность и креативность, готовность к риску и неудачам, динамичность и лидерство, социальные связи⁵. Современные зарубежные специалисты в области теории и практики предпринимательства Р. Хизрич и М. Питерс определяют бизнесмена «как человека, который затрачивает на это всё необходимое время и силы, берет на себя финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение»⁶. К. Макконнелл и С. Брю называют предпринимательский талант особым человеческим ресурсом, играющим ключевую роль в экономике⁷.

Ряд исследований посвящён изучению современного российского предпринимателя. Так, В. В. Радаев в своём курсе лекций по «Экономической социологии» охарактеризовал качества, необходимые современному предпринимателю: интеллект и нацеленность на новое знание, воображение и изобретательность, личная энергия и воля к действию, сочетание ума и фантазии⁸. Между тем, в ходе развития предпринимательства в России все эти качества формируются постепенно, вместе с эволюцией экономической, социальной, политической, институциональной среды. А. В. Ярашева в своей работе «Поведенче-

¹ Кантильон Р. Опыт о природе торговли в общем плане. — Москва: Наука, 1975. — 400 с.

² Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. — Москва: Планета, 1990. — 326 с.

³ Зомбарт В. Современный капитализм. 2-е изд. — Москва: Типолитография Т-ва И. Н. Кушнерев и К^о, 1904.

⁴ Веблен Т. Теория праздного класса. — Москва: Прогресс, 1984. — 367 с.

⁵ Шумпетер Й. Теория Экономического развития. Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры. — Москва: Прогресс, 1982. — 455 с.

⁶ Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. — Москва: Прогресс-Универс, 1991. — 160 с.

⁷ Макконнелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: Принципы, проблемы, политика. — Москва: Инфра-М, 1999. — 974 с.

⁸ Радаев В. В. Российские предприниматели: кто они? // Вестник статистики. — 1993. — № 9. — С. 28–35.

ская экономика: исследование ожиданий и стратегий населения» обратила внимание на то, что трансформация экономического поведения разных слоёв населения происходит под влиянием изменения как рациональных оснований принятия решений, так и ментальных (психологических) мотивов выбора стратегии [1].

Понимание качеств современного российского предпринимателя невозможно без изучения их эволюции в процессе развития рыночной экономики. Согласно исследованию А.Н.Боханова⁹, ценностные ориентации в советское время были сложными и противоречивыми, обусловленными спецификой экономической системы и идеологией. Они были нацелены на материальное благополучие и выживание. Период с 1917 по 1953 гг. автор характеризовал как инкубационный в развитии предпринимательства в России, сопровождающийся периодическим усилением репрессий. С 60-х годов XX века склонные к предпринимательству люди реализовывали себя в управленческой деятельности, в политике и теневой экономике.

Переход от плановой к рыночной экономике с начала 90-х годов XX века ознаменовался появлением новых типов российских предпринимателей, форм собственности, видов бизнеса и его организационно-правовых структур. Российские экономисты и социологи Т.И.Заславская [2], О.И.Шкаратан¹⁰, З.Т.Голенкова [3], А.Е.Чирикова [4] изучали социальный портрет предпринимателя периода становления рыночной экономики в России. Социально-экономические аспекты предпринимательства также исследовались в работах А.И.Агеева¹¹, Г.К.Гинса¹², В.Г.Рябокова¹³.

⁹ Боханов А.Н. Крупная буржуазия России. — Москва: Наука, 1992. — 30 с.

¹⁰ Шкаратан М.О. Феномен предпринимателя: интерпретация понятий. // Мир России. — 1994. — № 2. — С. 151–189.

¹¹ Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. — Москва: Наука, 1991. — 238 с.

¹² Гинс Г.К. Предприниматель. — Москва: Посев, 1992. — 156 с.

¹³ Рябоков В.Г. Российское предпринимательство: социально-философский аспект. — Москва: КОИНФ, 1994. — 302 с.

А.Н.Боханов выделял два типа российских предпринимателей начала 1990-х гг.: «авантюристы» и «капиталисты»⁹. Институт социологии РАН в 1994 г. провёл исследование на тему «Молодые миллионеры», где охарактеризовал процесс формирования новой социокультурной общности предпринимателей, отличавшихся быстрым продвижением по социальной лестнице, упорной борьбой за место в бизнесе и политической элите России. В результате новая структура общности предпринимателей была представлена двумя группами: уважаемые бизнесмены, занимающиеся цивилизованным бизнесом в окологосударственных коммерческих структурах, и предприниматели, представляющие криминал, «теневики» и иные группировки¹⁴.

В то же время А.Ю.Чепуренко писал о непривлекательности предпринимательской деятельности для большей части российского общества, объясняя это отсутствием сформированных социокультурных предпосылок. Он отмечал, что идеал многих россиян не предприниматель — инноватор, а «начальник». А.Ю.Чепуренко также разработал концепцию вынужденных предпринимателей в России — тех, кто начинал свой бизнес не по собственному желанию, а из сложившихся обстоятельств. Вынужденные предприниматели зачастую были готовы работать без прибыли, в надежде на улучшение положения в будущем [5].

Особое внимание исследователи уделяли формированию и эволюции ценностных ориентаций российских предпринимателей и связывали их с видом активности [6]. В работе А.Л.Журавлева и В.П.Позняка в числе доминирующих ценностных ориентаций российских предпринимателей выделялись следующие: семья, здоровье, материальная обеспеченность, уверенность в себе, работа, свобода, друзья, любовь¹⁵. Психологи Тюменского государственного университета и Института психологии РАН изучали

¹⁴ Щекина, Е.Г. Субкультура новых русских предпринимателей. — Комсомольск-на-Амуре, 2005. — 166 с.

¹⁵ Журавлев А.Л., Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства. Концепция психологических отношений. — Москва: Институт психологии РАН, 2012. — 480 с.

систему ценностных ориентаций владельцев малого бизнеса. В ходе проведённого в 2020 г. исследования они выяснили, что для предпринимателей прежде всего важна прибыль, а далее по значимости идут: профессионализм, ответственность, порядочность во взаимодействии с деловыми партнёрами и самореализация. При этом почти половина предпринимателей отметили приоритет семьи перед бизнесом¹⁶.

Особое место исследователи уделяли молодёжи как наиболее активному и адаптивному социальному слою, потенциально более способному к предпринимательской деятельности, исследовали мотивы и стимулы к развитию молодыми людьми собственного бизнеса. Например, О.А.Александрова с соавторами в своём исследовании установили, что треть российских студентов задумывается о собственном бизнесе прежде всего как о способе достижения финансового благополучия. Молодёжь предпочитает вести дела на формальной основе, без привлечения друзей и родственников [7]. М.Ю.Малкина и Д.Ю.Рогачев на основе обобщения данных глубинного интервью выявили характеристики, которые в представлении молодёжи способствуют достижению финансового успеха: целеустремлённость, коммуникабельность, решительность, финансовая грамотность, нестандартное (стратегическое) мышление, эгоизм [8].

Важную роль в выявлении портрета российского предпринимателя и его эволюции играют социологические опросы. В докладе Высшей школы менеджмента СПбГУ «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2018/2019» говорится, что за 30 анализируемых лет российский бизнес стал безопаснее, стала цениться деловая репутация. Меняется гендерный состав предпринимательского сообщества — в 1990 г. женщин в рядах предпринимателей было не более 15%. По сравнению с началом 2000-х гг., когда лишь каждый 20-й был вовлечён в предпринимательскую де-

ятельность, в 2018 г. уже каждый десятый респондент в возрасте 25–34 лет имел своё дело¹⁷. Исследование, проведённое в октябре 2019 г., также подтвердило кардинальные изменения в российском бизнесе за последние 30 лет. Портреты предпринимателей 1990-х и второго десятилетия 2000-х противоположны. Современный предприниматель отличается образованностью (33% респондентов), целеустремлённостью (18%), ответственностью (62%), компетентностью (71%), честностью (48%). В то время как предприниматель 1990-х гг. характеризовался рискованностью (22%), находчивостью (14%), типажом вор/бандит (62%), нахальностью (56%), наличием связей (45%)¹⁸.

Пандемия, антироссийские санкции, глобальные шоки отразились на портрете российского предпринимателя. Фонд «Общественное мнение» в рамках проекта «Социология малого бизнеса» в 2021 г. опросил предпринимателей из 23 регионов России. Основой вопроса исследования — чему научил кризис, вызванный пандемией COVID-19. Согласно полученным результатам, российские предприниматели усвоили урок необходимости подушки безопасности, стали чаще отказываться от кредитов, осваивать онлайн-технологии, появилась потребность обновлять знания, быть интеллектуально мобильными, способными отслеживать тренды. Сформировались навыки быстрого принятия решений, зачастую рискованных, работы на опережение, развились гибкость, клиентоориентированность, стрессоустойчивость. В то же время проявились понимание невозможности долгосрочного планирования, внутреннее ожесточение¹⁹.

¹⁷ Доклад «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2018/2019» подготовлен Высшей школой менеджмента СПбГУ в рамках проекта Global Entrepreneurship Monitor (GEM). 2019. — URL: https://gsom.spbu.ru/files/folder_17/otchot_fin_rgb.pdf (дата обращения: 02.06.2025).

¹⁸ Российский бизнес глазами «отцов» и «детей» // PwC совместно с Аналитическим центром НАФИ. 2019. — URL: <https://nafi.ru/en/analytics/issledovanie-rossiyskiy-biznes-glazami-ottsov-i-detey/> (дата обращения: 03.06.2025).

¹⁹ Влияния пандемического кризиса на развитие российского предпринимательства // ФОМ. 2021. — URL: <https://biz360.ru/materials/uroki-krizisa-chemu-rabota-v-pandemiyu-nauchila-rossiyskikh-predprinimateley/> (дата обращения: 04.07.2025).

¹⁶ Исследование ценностных ориентаций бизнесменов ТюмГУ и Института психологии РАН. 2020. — URL: <https://naked-science.ru/article/column/psihologi-uznali-tsennost> (дата обращения: 01.06.2025).

Современные опросы обращают внимание на активный образ жизни предпринимателя. Так, по итогам обследования населения 2023 г., было дано следующее определение типичного российского предпринимателя: обычно это мужчина в возрасте 31–49 лет с высшим образованием, со спортивным хобби, оптимистично смотрящий в будущее и готовый вкладываться в своё развитие. Среди хобби предприниматели чаще всего упоминали: фитнес, борьба, командный спорт, а также охота, рыбалка, путешествия и чтение²⁰. ВЦИОМ в 2024 г. провёл опрос «Предпринимательство в России: мониторинг». Согласно полученным результатам, типичный российский предприниматель — это мужчина трудоспособного возраста (25–44 лет), с высшим образованием, имеющий хорошее материальное положение, активный пользователь Интернет²¹.

Таким образом, исследователи охарактеризовали эволюцию российского предпринимателя. Между тем, в современных условиях, отличающихся нестабильностью, а также особым вниманием российского государства к развитию предпринимательства и наличием многих мер его поддержки, остаётся потребность в более глубоком изучении характеристик, мотивов и ценностей современного предпринимателя с особым акцентом на особенностях молодёжного предпринимательства. Эти задачи ставятся в настоящей работе с использованием данных глубинных интервью и полученных на их основе самооценок предпринимателей.

Методология и результаты исследования

Для уточнения социально-экономического и психологического портрета современного российского предпринимателя

в 2025 г. авторами данной статьи были проведены глубинные интервью с 40 молодыми и опытными (зрелыми) предпринимателями Нижегородской области на тему «Образ российского предпринимателя: личностные характеристики, меры поддержки, барьеры на пути становления и развития». Предмет исследования — восприятие самими предпринимателями характеристик современного предпринимателя: опытного (зрелого), молодого, а также выяснение особых качеств инновационно активного предпринимателя. Опрашиваемые выбирались по следующим критериям: наличие собственного дела (независимо от отрасли); возрастная категория — до 44 лет; активно занимающиеся развитием бизнеса (участники различных проектов). По стажу предпринимательства респонденты распределились следующим образом: стаж 1–3 года — 30%, стаж 4–7 лет — 30%, стаж 8–12 лет — 30%, стаж 13–20 лет — 7,5%, стаж 21–22 года — 2,5%.

Анализ результатов интервью позволил выявить воспринимаемый нижегородскими предпринимателями на основе самооценки портрет зрелого предпринимателя, его основные черты и характеристики. Наиболее часто респонденты упоминали такие черты, свойственные предпринимателю, как лидерство или обладание лидерскими качествами, умение грамотно выстроить работу в команде и принимать самостоятельные решения. На втором месте по количеству упоминаний — умение грамотно общаться, налаживать контакты и располагать к себе, коммуникабельность и харизматичность. Следующими по распространённости в ответах респондентов фигурируют ответственность, готовность к риску, аналитические способности. Кроме того, предприниматели отмечают в числе собственных ключевых качеств: предприимчивость, креативность, способность к генерации идей. Респонденты убеждены, что предприниматель — это тот, кто «обладает чуйкой на тренды», «видит новые возможности», «обладает уверенностью, упорством, целеустремлённостью, гибкостью, стрессоустойчивостью, амбициозностью». Назы-

²⁰ Исследование ФОМ и Минэкономразвития // Предприниматели России: исследовательский мониторинг. 2023. — URL: <https://topfranchise.ru/stati/portret-rossiyskogo-predprinimatelya-v-2023-godu/> (дата обращения: 01.06.2025).

²¹ Мониторинг ВЦИОМ об отношении россиян к предпринимательству. 2024. — URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskiy-obzor/predprinimatelstvo-monitoring> (дата обращения: 02.06.2025).

вались и другие качества, необходимые для современного российского предпринимателя: пунктуальность, инициативность, настойчивость, скорость действий, смелость, решительность, рациональность, находчивость, организаторские способности, «приносит пользу людям», «принимает нестандартные решения», «может думать горизонтально и вертикально, как стратегически, так и тактически», «способность двигаться в условиях неопределённости».

В рамках интервью респондентов просили дать определение, как они понимают, кто такой предприниматель. Продолжая фразу «Предприниматель — это человек, который ...», интервьюируемые выделяли основные функции предпринимателя: 1) управленческая, организаторская функция: «Занимает руководящий пост»; «Занимает все должности — и управленец, и бухгалтер, и маркетолог, погружается во все процессы, человек-оркестр»; «Может организовать бизнес-процессы для извлечения прибыли», «Может организовать себя, людей вокруг, все процессы»; 2) новаторская, креативная функции: «Тестирует определённые бизнес-гипотезы в поисках наиболее интересной, с целью получения прибыли»; «Делает что-то новое, что-то привносит на рынок»; «Генератор идей для заработка денег»; «Воплощает свои идеи в реальность»; «Не идёт по существующему пути, а пытается найти свой»; 3) социальная функция: «Создаёт для экономики рабочие места», «Видит потребности рынка и решает проблему»; «Что-то предпринимает, изобретает и делает жизнь людей лучше»; 4) преобразовательная функция: «Не хочет жить, как написано, а пишет сам»; «Воздействует на реальность, делает её такой, какой она нужна ему, а не таким, каким реальность хочет видеть его»; «Хочет изменить мир вокруг себя».

В рамках интервью отдельно задавался вопрос относительно особенностей российских предпринимателей. Респонденты отметили следующие особенности: «рискованные», «более гибкие и адаптивные», «готовы к малой прибыли», «с хорошей смекалкой», «с эмоциональным под-

ходом», «с иным способом принятия решений», «ему сказали «нет» — значит «да», «всё сам», «умеют работать в ограниченных условиях, мыслят глобально, умеют строить доверительные отношения». Кроме позитивных качеств, респонденты отмечали и негативные или неоднозначные особенности российских предпринимателей: «отсутствие системности», «авось проскочим», «не стремятся к долгосрочной перспективе», «умеют и любят торговаться, наглые, быстрые, изобретательные, изворотливые», «в России покупают у конкретного человека, а на Западе — конкретный продукт».

Кроме того, исследование выявило особенности инновационного предпринимательства в России. Для этого сначала выяснялось, как респонденты понимают, что такое рыночные инновации. Среди ответов фигурировали: «вывод наукоёмкого товара на рынок», «новое, уникальное, запатентованное», «инновация подразумевает MVP (Minimum Viable Product — *Минимально жизнеспособный продукт*), что значительно усложняет». В своих ответах они также делали акцент на большей неопределённости и рискованности инновационного предпринимательства («больше рисков, больше неизведанного», «когда ты не до конца понимаешь свою нишу, свой рынок, свою аудиторию, идёшь с полузакрытыми глазами»), большей затратности («инновации требуют изучения большого объёма информации», «другие люди, другой склад ума, другие возможности, трудозатратнее и по времени, и по деньгам», «внедрение новых технологий требует инвестора»). Кроме того, респонденты отмечали сложности инновационного предпринимательства, связанные с поиском и обработкой информации и меньшей вероятностью успеха («рынок не проверен, вывести товар на рынок не всегда возможно», «наличие хаотичного спроса», «можно сделать то, что никто не купит, так как рынок ещё не готов», «высокая вероятность быстрого закрытия бизнеса»).

Следующим вопросом интервью стало определение характеристик инновационного предпринимателя. Респон-

денты отмечали такие характеристики предпринимателя-инноватора, как целеустремлённость, самостоятельность, интеллект, образованность, особенно в области новых технологий, нестандартное, критическое, аналитическое мышление, инициативность, решительность, упорство и настойчивость, рискованность, трудолюбие, любознательность и здоровый авантюризм. «Человек, который находится на стыке новых технологий и может продавать»; «Скрупулёзный человек, готовый потратить годы на изучение чего-либо»; «Мыслит нестандартно и предлагает новые решения»; «Инновационный предприниматель — это уникальная комбинация мечтателя и реалиста, лидера и команды, риска и расчётливости. Именно такие люди становятся двигателями прогресса и вдохновляют других на новые идеи и их реализацию»; «Скорость, мышление, креатив, умение действовать, умение принимать решения»; «Прогрессивное мышление. Технологический идеализм»; «Он должен уметь выживать, не питаясь вообще. Человек должен быть очень рискованным от природы. Он понимает, что, если это не выстрелит, ему никто не поможет»; «Больше развит интеллект, критическое мышление, способность к анализу»; «Предприниматель — исследователь»; «Любопытство и технологичность. Он должен быть постоянно в тренде, изучать инновации».

Далее выяснялись характеристики и качества, свойственные молодому предпринимателю. Респонденты особо выделяли такие качества молодых предпринимателей, как жизнерадостность, эмоциональность, быстрота принятия решений, открытость новому и способность осваивать новое, изобретательность, но при этом отсутствие опыта, связей и денег. «Быстрые, гибкие, открыты к новому, быстро ловят тренды»; «Технологичные, высокая цифровая грамотность, активные пользователи социальных сетей»; «Предлагают решения, которые не на поверхности»; «Не видят преград, все делают на драйве»; «Больше эмоций, более горящие»; «Горят глаза на дело»; «Живут круглосуточно своей идеей»; «Живые, энергичные,

оптимистичные, весёлые»; «Отличие только в объёме знаний, компетенций, опыта»; «Степень страха у молодых ниже. Молодёжь сейчас активнее впитывает всё, что связано с инновациями. Их ограничивает только количество денег, которое они могут взять для развития бизнеса»; «Обладают способностью выживать, антихрупкостью»; «Если в традиционном бизнесе, где руководит человек 50+, не будет молодёжи, с «новыми мозгами», то этот бизнес зачахнет. Молодая кровь приходит с идеями»; «Хотят изменить мир»; «Хотят принести пользу людям»; «Ищут себя»; «Хорошо одеваются, стильно выглядят». Респонденты также указывают на негативные или неоднозначные характеристики молодых предпринимателей: «розовые очки, отсутствие опыта, капитала, много свободного времени», «с наглечой», «больше смелости, глупости и отваги», «мало опыта, порою даже не хватает, чтобы заплатить налог», «больше идеалистических порывов, чем прагматичных вещей», «им нужны тьюторы».

Один из вопросов интервью касался выявления ключевых ценностей у опрошенных предпринимателей. Самым распространённым ответом оказался семья (отметили 13 из 40 респондентов). Второй по значимости ценностью, по мнению респондентов, являются развитие и самореализация (10 респондентов). Далее упоминаются здоровье (4), удовольствие (4), «след после себя» (4), гармония (3). Также встречались следующие ответы: «счастье и радость в окружении», «любовь к тому, что ты делаешь, и любовь к себе за то, что ты делаешь», «свобода», «не останавливаться», «природное любопытство».

В интервью выявлялись также мотивы к предпринимательской деятельности (что побудило респондентов заняться предпринимательством). Опрошываемые называли мотивы, относящиеся к группам лидерства, достижения и признания. Упоминались экономические мотивы: денежный («Удовольствие от денег»), трудовой и мотив профессионального роста («Отсутствие развития в найме»); социальные и психологические мотивы: саморазвитие, самореализация («Желание воплотить свои идеи»,

«Оставить что-то после себя, иметь что-то свое», «Мечта детства»), значимость, общественное признание («Сделать то, что другие не могут», «Возможность повлиять на мир», «Примеры великих людей — Стив Джобс, Илон Маск»), творческая и прочая свобода («Свобода»), стремление к независимости («Образ будущего», «Семейный ресурс, сила рода»), влияние и одобрение других людей («Окружение», «Влияние наставника», «Случайное предложение от партнёра»); морально-этические («Приносить пользу людям»). Таким образом, проведённый опрос отразил восприятие представителями нижегородского предпринимательства основных характеристик и личностных качеств современного российского предпринимателя.

Заключение

Социально-экономический и социально-психологический портрет предпринимателя меняется вместе с ситуацией в стране. Портрет российского предпринимателя позволяет определить личностные качества, важные для успешного ведения и развития бизнеса в современных условиях, установить мотивы и ценности современных российских предпринимателей. Это необходимо для эффективного управления процессом развития предпринимательства в современных условиях. В результате исследования проанализирована эволюция качеств, характеристик, мотивов и ценностных ориентаций предпринимателей в ходе становления современной рыночной экономики. Посредством проведения глубинного интервью с нижегородскими предпринимателями сформированы современные портреты опытного (зрелого), молодого, инновационного предпринимателя, выявлены их отличительные особенности, а также ценностные ориентиры российских предпринимателей и мотивы заниматься предпринимательской деятельностью в современных российских условиях.

Портрет предпринимателя, по их самооценкам, отличается такими качествами как лидерство, умение грамотно выстро-

ить работу в команде и принимать самостоятельные решения. Российский предприниматель — «рискованный», «гибкий и адаптивный», «готов к малой прибыли», «с хорошей смекалкой», «с эмоциональным подходом». Среди характеристик инновационного предпринимателя отмечены целеустремлённость, самостоятельность, интеллект, образованность, особенно в области новых технологий, нестандартное мышление, инициативность, решительность, упорство, рискованность, трудолюбие, любознательность и здоровый авантюризм. В свою очередь, молодые предприниматели жизнерадостны, эмоциональны, стеничны к препятствиям, быстро принимают решения, открыты новому, изобретательны, но им не хватает опыта, социальных связей и средств. Ключевыми ценностями предпринимателей являются: семья, развитие и самореализация, здоровье, удовольствие, «след после себя», гармония. Кроме того, выявлены мотивы к предпринимательской деятельности: экономические (денежный, трудовой и мотив профессионального роста), социальные и психологические (саморазвитие и самореализация, значимость, общественное признание, творческая и прочая свобода, влияние и одобрение других людей), морально-этические (польза людям).

Сделанные выводы могут быть полезны как предпринимателям, так и управленческим структурам, ответственным за развитие предпринимательства, в том числе молодёжного и инновационного. Работа основана на опросе предпринимателей Нижегородской области, поэтому отражает черты прежде всего предпринимателя этого региона. Другие регионы России обладают экономическими, культурными и социальными особенностями, влияющими на портрет местного предпринимателя. Предпринимательство на Дальнем Востоке и в Сибири будет отличаться как по структуре, так и по характеру взаимодействия с властью и обществом. Столичные предприниматели более амбициозны и нацелены на масштабные проекты, выходящие как за пределы региона, так и страны. Однако в целом

многие черты предпринимателей являются универсальными для регионов России в силу единства институциональной и макроэкономической среды, истории и культуры предпринимательства в стране.

Литература и Интернет-источники

1. **Ярашева, А.В.** Поведенческая экономика: население на рынке кредитных услуг / А.В. Ярашева, С.В. Макап, Ю.А. Симагин // *Народонаселение*. — 2020. — Т. 23. — № 3. — С. 48–58. DOI: 10.19181 / population.2020.23.3.5; EDN: HRYZTW
2. **Заславская, Т.Н.** Бизнес-слой российского общества: понятие, структура, идентификация / Т.Н. Заславская // *Экономические и социальные перемены: Мониторинг общественного мнения*. — 1994. — № 5. — С. 7–15. EDN: HUAKYN
3. **Голенкова, З.Т.** Российский предприниматель: некоторые аспекты современной жизни / З.Т. Голенкова, Е.Д. Игитханян // *Социологические исследования*. — 2006. — № 11(271). — С. 29–37. EDN: OPCKSZ
4. **Чирикова, А.Е.** Человек больше богатства (этическое измерение лидеров российского предпринимательства) / А.Е. Чирикова // *Социологические исследования*. — 1997. — № 11. — С. 78–90. EDN: VRMXYY
5. **Чепуренко, А.Ю.** Что такое предпринимательство и какая политика в отношении предпринимательства нужна России? (заметки на полях работ современных зарубежных классиков) / А.Ю. Чепуренко // *Журнал Новой экономической ассоциации*. — 2012. — № 2(14). — С. 102–124. EDN: OZNIKJ
6. **Позняков, В.П.** Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей / В.П. Позняков // *Россия в глобализирующемся мире*. — Москва : Наука, 2007. — С. 517–528. EDN: SWNIET
7. **Александрова, О.А.** Предпринимательские установки как элемент финансово-экономической культуры студенческой молодежи / О.А. Александрова, А.Г. Тюриков, Д.А. Кунижева, [и др.] // *Народонаселение*. — 2022. — № 3. — С. 103–115. DOI: 10.19181 / population.2022.25.3.8; EDN: HGLAHT
8. **Малкина, М.Ю.** Влияние ценностей на финансовое поведение студенческой молодежи / М.Ю. Малкина, Д.Ю. Рогачев // *Народонаселение*. — 2024. — Т. 27. — № 3. — С. 165–179. DOI: 10.24412 / 1561-7785-2024-3-165-179; EDN: CCPACE

Сведения об авторах:

Малкина Марина Юрьевна, д.э.н., проф., главный научный сотрудник, Центр макро- и микроэкономики, Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия.

Контактная информация: e-mail: mmuri@yandex.ru; ORCID 0000-0002-3152-3934; ПИНЦ SPIN-код: 5055-0218.

Гаранина Алёна Александровна, аспирант, Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия.

Контактная информация: e-mail: garanina@unn.ru; ORCID 0009-0001-5767-241X; ПИНЦ SPIN-код: 3223-9148.

DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-152-162

SOCIO-ECONOMIC PORTRAIT OF A MODERN RUSSIAN ENTREPRENEUR

Marina Yu. Malkina*, Alyona A. Garanina

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod
(27 Lenina prospect, Nizhny Novgorod, Russia, 603140)

*E-mail: mmuri@yandex.ru

For citation:

Malkina M. Yu., Garanina A. A. Socio-economic portrait of a modern Russian entrepreneur. *Narodonaselenie [Population]*. 2026. Vol. 29. No. 2. P. 152-162. DOI: 10.24412/1561-7785-2026-2-152-162 (in Russ.)

Abstract. *Entrepreneurs make a special social group of the Russian population, on whose activities the economic development of the country, the success and prosperity of the society and the realization of the personal potential of one of the most creative parts of the population depend. The purpose of the article is to analyze and evaluate the personal characteristics, qualities, values, motives of modern Russian entrepreneurs based on generalization of the data from an in-depth interview with entrepreneurs of Nizhny Novgorod oblast, conducted in winter-spring 2025. As a result of the study, a portrait of modern Russian entrepreneur was formed, his key characteristics, functions, value orientations and motives for doing business in the views of the entrepreneurs themselves, as well as the distinctive features of innovative and youth entrepreneurship were identified. According to the results obtained, modern mature entrepreneur is a leader who knows how to competently organize work in a team and is ready to make independent decisions. His key qualities are communication skills, risk-taking ability, flexibility and adaptability, good ingenuity, and an emotional approach. Innovative entrepreneurs are characterized by an increased propensity to take risks, good knowledge of new technologies, unconventional critical thinking, persistence, and curiosity. Young entrepreneurs are characterized by cheerfulness, inventiveness, openness to new things, resistance to obstacles, quick decision-making, but at the same time lack of experience, connections and money. The main values of modern Russian entrepreneurs are family, development and self-realization, health, pleasure, «leaving a trace behind», harmony. And the motives are achievement (including financial success), leadership, recognition. The conducted study can be useful for managing the process of formation and development of Russian entrepreneurship in modern conditions.*

Keywords: *entrepreneurship, innovative entrepreneurship, youth entrepreneurship, portrait of entrepreneur, value orientations of entrepreneur, motives of entrepreneur.*

References and Internet sources

1. Yarasheva A. V., Makar S. V., Simagin Yu. A. Povedencheskaya ekonomika: naseleniye na rynke kreditnykh uslug [Behavioral economy: population in the credit services market]. *Narodonaselenie. [Population]*. 2020. Vol. 23. No. 3. P. 48–58. DOI: 10.19181/population.2020.23.3.5 (in Russ.)
2. Zaslavskaya T. N. Biznes-sloy rossiyskogo obshchestva: ponyatiye. struktura. identifikatsiya. [The business stratum of Russian society: the concept, structure, and identification]. *Ekonomicheskiye i sotsialnyye peremeny: Monitoring obshchestvennogo mneniya [Economic and Social Changes: Monitoring of Public Opinion]*. 1994. No. 5. (in Russ.)
3. Golenkova Z. T., Igithanyan E. D. Rossiyskiy predprinimatel: nekotoryye aspekty sovremennoy zhizni [Russian entrepreneur: some aspects of modern life]. *Sotsis [Sociological Studies]*. 2006. No. 11(271). P. 29–37. (in Russ.)

4. Chirikova A. E. Chelovek bolshe bogatstva [Man is greater than wealth]. Sotsis [*Sociological Studies*]. 1997. No. 11. P. 78–90. (in Russ.)
5. Chepurenko A. Yu. Chto takoye predprinimatelstvo i kakaya politika v otnoshenii predprinimatelstva nuzhna Rossii? [What is entrepreneurship and what entrepreneurship policy does Russia need?]. Zhurnal Novoy ekonomicheskoy assotsiatsii [*Journal of the New Economic Association*]. 2012. No. 2(14). P. 102–124. (in Russ.)
6. Poznyakov V. P. Predprinimatelstvo kak tsennost i tsennosti rossiyskikh predprinimateley [Entrepreneurship as a value and values of Russian entrepreneurs]. Rossiya v globaliziruyushchetsya mire [*Russia in a Globalizing World*]. 2007. P. 517–528. (in Russ.)
7. Alexandrova O. A., Tyurikov A. G., Kunizheva D. A., et al. Predprinimatelskiye ustanovki kak element finansovo-ekonomicheskoy kultury studencheskoy molodezhi [Entrepreneurial attitudes as an element of the financial and economic culture of students]. Narodonaselenie [*Population*]. 2022. No. 2. P. 103–115. DOI: 10.19181/population.2022.25.3.8 (in Russ.)
8. Malkina M. Yu., Rogachev D. Yu. Vliyaniye tsennostey na finansovoye povedeniye studencheskoy molodozhi [Impact of values on financial behavior of student youth]. Narodonaselenie [*Population*]. 2024. No. 3. P. 165–179. DOI: 10.24412/1561-7785-2024-3-165-179 (in Russ.)

Information about the authors:

Malkina Marina Yurievna, Doctor of Economics, Professor, Chief Researcher, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia.

Contact Information: e-mail: mmuri@yandex.ru; ORCID: 0000-0002-3152-3934; Elibrary SPIN-code: 5055–0218.

Garanina Alyona Alexandrovna, Postgraduate Student, Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Nizhny Novgorod, Russia.

Contact Information: e-mail: garanina@unn.ru; ORCID: 0009-0001-5767-241X; Elibrary SPIN-code: 3223–9148.

Статья поступила в редакцию 27.07.2025, утверждена 15.05.2026, опубликована 30.06.2026.