

*Захарова Анна Николаевна,
Дулина Галина Сергеевна,
Шиверова Светлана Михайловна*

DOI 10.31483/r-100711

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ

Аннотация: предпринимательство в России и Чувашской Республике переживает в настоящее время новые этапы развития и становления, появилось новое поколение предпринимателей, которое формировалось в современных социально-экономических условиях. В работе рассматриваются результаты проведенного эмпирического исследования психологических особенностей молодых предпринимателей, социально-психологических механизмов предпринимательской активности в молодежной среде, экономико-психологических и социально-психологических явлений в молодежном предпринимательстве. Анализируются особенности ценностной сферы, субъективного экономического благополучия, профессиональные типы личности, социально-психологические установки молодых предпринимателей, ведущих предпринимательскую деятельность в условиях Чувашской Республики, РФ.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, психологические особенности, социально-психологические механизмы, субъективное экономическое благополучие, ценностная сфера, условия COVID-19, Чувашская Республика.

Abstract: entrepreneurship in Russia and the Chuvash Republic is undergoing new phases of development, a new generation of entrepreneurs has appeared, the one that formed under contemporary socio-economic conditions. The article examines the results of the undertaken empiric research on psychological peculiarities of young entrepreneurs, socio-psychological mechanisms of entrepreneurial activity in modern environment, economic and psychological as well as socio-psychological phenomena in modern entrepreneurship. Features of value sphere, subjective economic wealth,

professional types of personality, socio-psychological setup of young entrepreneurs, engaging in entrepreneurial activity in the Chuvash Republic and Russia.

Keywords: *youth-led entrepreneurship, psychological peculiarities, socio-psychological mechanisms, subjective economic wealth, value sphere, COVID-19 conditions, the Chuvash Republic.*

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Чувашской Республики в рамках научного проекта №19-413-210007 p_a

В Российской Федерации в настоящее время ведется реализация национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» [1]. Отсутствие современных научных данных о психологических аспектах готовности молодежи к предпринимательской деятельности в регионе затрудняет эффективную реализацию и научно-методическое сопровождение программ поддержки предпринимательства, что и определяет актуальность исследований в этой научной области.

90-е года XX века и начало 2000-х годов были отмечены резким возрастанием научного интереса к предпринимательству, в том числе социальной психологии российского предпринимательства. С началом экономических реформ в России тема предпринимательства и различных ее аспектов, а также предпосылок успешности российских предпринимателей была освещена в трудах таких авторов как А.Л. Журавлев, Н.А. Журавлева, Т.В. Корнилова, В.В. Марченко, В.П. Позняков, В.А. Хащенко, Е.В. Шорохова, А.Е. Чирикова.

В условиях Чувашской Республики различным аспектам психологии предпринимательства были посвящены работы таких авторов как: В.П. Фоминых, Е.Л. Николаев, А.Н. Захарова, Г.С. Дулина, М.И. Вайберт, Г.Г. Вербина, С.А. Петунова, Н.В. Григорьева, И.В. Ермакова. Был издан ряд сборников научных трудов и монографий, посвященных данной тематике, защищены диссертации [2–12].

Следующим этапом развития и характерной особенностью состояния экономико-психологических исследований тех лет (в том числе психологии

предпринимательства) стал поиск социокультурных и региональных черт экономического сознания и поведения различных этнических и социальных групп: региональные особенности психологических отношений российских предпринимателей к предпринимательской деятельности (В.П. Позняков); социокультурный подход в экономической психологии (И.В. Андреева); экономической этнопсихологии (А.Д. Карнышев, М.А. Винокуров, Е.Л. Трофимова, Т.Д. Бурменко); культуры как фактора определяющего социально-экономическое развитие общества (Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко, Е.Г. Ясин).

Исследования А.Н. Захаровой по данной проблематике ведутся в контексте научной концепции «экономический менталитет в структуре российской полиментальности», раскрываемой в научных публикациях автора как тесной взаимосвязи различных менталитетов с экономическим поведением населения Российской Федерации, как комплекса психологических характеристик проявлений менталитета в сфере экономической жизнедеятельности человека в общей системной целостности [13]. Изучаются наиболее значимые особенности российского, советского и постсоветского, регионального этноменталитета, оказывающие влияние на экономическое поведение населения Чувашской Республики. Исследуются исторические тенденции формирования и развития экономического поведения населения на территории современной Чувашской Республики, характеристики традиционных моделей экономического поведения, отношения к труду, восприятия богатства и бедности, привычных форм и организации экономического поведения, закрепленных в этноменталитете народов, проживающих на территории Чувашской Республики [14; 15]. Описаны некоторые значимые характерные экономико-психологические аспекты этноменталитета населения Чувашии [16; 17].

С середины 2000-х гг. психологические исследования предпринимательства в России стали сокращаться, уменьшилось количество защищаемых диссертаций по экономико-психологической тематике, связанной с предпринимателями и предпринимательством [18].

Между тем, предпринимательство в России и в Чувашской Республике переживает в настоящее время новые этапы развития и становления. Появилось новое поколение предпринимателей, которое сформировалось в других социально-экономических условиях, иной социальной среды, иного пути становления предпринимательской карьеры, и возможно, иных психологических особенностей, по сравнению с изучавшимися в ранее проведенных исследованиях.

Поэтому в настоящее время актуальными и научно значимыми являются такие проблемы исследования, как:

- изучение психологических особенностей личности предпринимателей;
- выявление социально-психологических механизмов предпринимательской активности в молодежной среде, в том числе в целях повышения качества человеческого капитала и улучшения благосостояния населения Чувашии;
- исследование экономико-психологических и социально-психологических факторов, явлений, процессов в молодежном предпринимательстве.

Организация и методы исследования

В проведенном исследовании психологических особенностей предпринимателя в современной социально-экономической ситуации приняли участие 60 предпринимателей, ведущих свою предпринимательскую деятельность в социально-экономических и социокультурных условиях г. Чебоксары (РФ, Чувашская Республика), входящих в целевую группу «молодежное предпринимательство» (возраст до 35 лет). Из них: 30 мужчин, 30 женщин.

По фактору «семейное положение» респонденты разделились следующим образом: 1) женат (замужем) 29 человек; 2) неженат (не замужем) 31 человек.

По фактору «сфера бизнеса» респонденты указали осуществление предпринимательской деятельности в сфере услуг и ведения общей коммерческой деятельности: оптовая и розничная торговля, сфера услуг, в том числе в сфере красоты и здоровья, оказания тренинговых услуг.

Для эмпирического исследования были отобраны следующие методики.

1. Методика М. Рокича в модификации В.А. Хащенко [19].

2. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной [20].
3. «Опросник профессиональных предпочтений Дж. Голланда [21].
4. Опросник «Субъективное экономическое благополучие» В.А. Хащенко [22].
5. Модифицированный вариант Программы исследования экономико-психологических характеристик личности (ИП РАН, А.Л. Журавлёв, Н.А. Журавлёва, В.П. Позняков) [23].

Для обработки данных использовались статистические методы обработки: методы описательной статистики, корреляционный анализ.

Также был использован t-критерий Стьюдента, как статистический метод исследования, позволяющий производить сравнение параметров из двух разных выборок, областей.

Следует отметить, что на время проведения данного исследования пришлось резкое ухудшение эпидемиологической обстановки в мире, стране и регионе в связи с распространением пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, которая привела к сложнейшей социально-экономической реальности, затронувших все сферы российского общества, в том числе ухудшению условий ведения бизнеса молодых предпринимателей Чувашии. Подобного рода данные ранее еще не становились предметом научного изучения.

Результаты эмпирического исследования

В работе рассматривались совокупность экономико-психологических и социально-психологических факторов, явлений, которое позволит выявить и использовать особенности группировки психологических факторов в оптимизации экономических и социальных процессов, в том числе способствующих развитию предпринимательской активности в молодежной среде в современной социально-экономической ситуации, отягощенной условиями COVID-19.

Для исследования ценностно-смысловой сферы молодых предпринимателей, рассматриваемой нами как фактор детерминации реального экономического поведения [8], был использован адаптированный В.А. Ядовым вариант методики

М. Рокича в модификации В.А. Хащенко. В ней терминальные ценности «общая хорошая обстановка в стране», «общественное признание», «равенство», «самостоятельность» были заменены на «счастье других», «бессмертие», «богатство», «собственность», а инструментальные ценности «аккуратность», «высокие запросы» заменены на «предприимчивость», «богатство», «собственность». В результате респондентам предъявляется 18 терминальных и 19 инструментальных ценностей, среди которых предлагается проранжировать первые семь, наиболее значимых для них.

Выбор этой методики был также обусловлен наличием накопленного обширного массива данных ее использования [8; 15; 24; 25; 26]. Таким образом, применение методики М. Рокича дает возможность провести сравнительный анализ полученных нами данных о жизненных и экономических ценностях молодых предпринимателей г. Чебоксары Чувашской Республики с аналогичными данными. Так сравнительный анализ с данными 2001 г. позволяет изучить сходство и различия социально-психологических факторов детерминации экономического поведения предпринимателей Чувашии.

При обработке данных использовались математико-статистические методы, реализованные в программе Microsoft Excel. При последующем анализе рассматривались частотное распределение ответов, средние значения рангов. На первом этапе математической обработки полученных данных, т.е. результаты ранжирования 7 ведущих ценностей, рассчитывались процентное распределение ответов респондентов о ценностях. Далее подсчитывалось среднее значение рангов, присвоенных ценностям. Второй этап математической обработки позволил выполнить вторичное ранжирование, т.е. выстраивание в соответствии с возрастанием средних значений рангов. Вторичное ранжирование для полученных данных было также произведено согласно частотному распределению ответов.

Анализ структуры терминальных ценностей молодых предпринимателей Чувашии показал (табл. 1), что в иерархии ценностей-жизненных целей типичными оказались: здоровье (95%), семья (95%), любовь (85%). Эти ценности

наиболее важны для реализации потребностей физического и социального существования человека.

Таблица 1

Распределение рангов терминальных ценностей молодых предпринимателей

Терминальные ценности	Среднее значение рангов	Вторичное ранжирование по рангу	%	Вторичное ранжирование по %
Здоровье	3,22	15	95,00	1
Семья	3,50	18	95,00	2
Любовь	3,18	14	85,00	3
Свобода	3,38	17	78,33	4
Материальная обеспеченность	3,27	16	76,67	5
Работа	2,87	12	75,00	6
Уверенность в себе	2,73	9	71,67	7
Познание	2,67	7	68,33	8
Активная жизнь	2,83	11	66,67	9
Мудрость	2,77	10	66,67	10
Богатство	2,88	13	66,67	11
Друзья	2,42	5	63,33	12
Счастье других	2,62	6	60,00	13
Красота	2,70	8	60,00	14
Творчество	2,28	3	56,67	15
Развлечение	2,27	1	56,67	16
Собственность	2,35	4	56,67	17
Бессмертие	2,27	2	51,67	18

Наиболее часто предпринимателями выбирались такие цели жизни как: семья (95%), здоровье (95%), любовь (85%), свобода (78,33%), материальная обеспеченность (76,67%).

Достижение успехов в предпринимательской деятельности связано с ценностью «уверенностью в себе» и «работа» (75%). Важны для молодых предпринимателей ценности профессиональной самореализации: «Активная жизнь» – 66,67%, «работа» 75%.

Социально-экономическая ситуация определяет общую тенденцию к возрастанию значимости таких ценностей как «собственность», «богатство»,

«материальная обеспеченность» и изучение ценностной структуры, проведенные в группах населения с различным профессиональным и социально-экономическим статусом, показали, что экономические ценности наряду с такими традиционно высокими ценностями, как «здоровье» и «семья», входят в число наиболее предпочитаемых ценностей фактически во всех группах [27; 28].

При анализе роли «экономических ориентаций» в общей иерархии ценностей предпринимателей рассмотрим такие ценности как материальная обеспеченность, богатство, свобода, собственность. Из «экономических ориентаций» в число наиболее актуальных вошли ценности: «свобода (78,33%)», «материальная обеспеченность» (76,67%), меньшее число опрошенных отметило важность «богатства» как цели жизни (66,67%), тем самым разделяя понятия «материальная обеспеченность» и «богатство». Терминальная ценность «собственность» оказалась поставленной лишь на 17 место, предпоследнее из возможных.

Сравнительный анализ с данными исследования в 2001 г. показал, что в 2001 г наиболее часто предпринимателями выбирались такие цели жизни как: здоровье (94,6%), материальная обеспеченность (87,4%), семья (86,8%), работа (74,9%), любовь (64,7%), друзья (58,1%), уверенность в себе (50,9%). Таким образом, различие наиболее ярко проявилось в более часто выбираемой молодыми предпринимателями терминальной ценности «свобода» (в 2001 г указывалась 40% респондентов, в 2021 г. – 78,33%).

Изучение структуры инструментальных ценностей (ИЦ) молодых предпринимателей Чувашии (табл. 2) показало, что наиболее часто предпринимателями выбирались такие средства достижения жизненных целей как: терпимость (86,67%), воспитанность (указали 81,67% респондентов), предприимчивость (78,33%), самоконтроль (76,67% респондентов), чуткость (76,67%).

Таблица 2

Распределение рангов инструментальных ценностей предпринимателей
Чувашии (средние ранги)

Инструментальные ценности	Среднее значение рангов	Вторичное ранжирование	%	Вторичное ранжирование по %

Терпимость	2,65	9	86,67	1
Воспитанность	3,02	14	81,67	2
Предприимчивость	2,47	6	78,33	3
Чуткость	2,70	10	76,67	4
Самоконтроль	2,88	13	76,67	5
Исполнительность	2,17	2	75,00	6
Собственность	2,27	3	71,67	7
Честность	3,37	18	70,00	8
Рационализм	2,35	4	66,67	9
Жизнерадостность	3,03	16	65,00	10
Непримиримость к недостаткам	2,08	1	65,00	11
Эффективность в делах	2,38	5	63,33	12
Широта взглядов	2,77	11	63,33	13
Твердая воля	2,60	7	60,00	14
Ответственность	2,78	12	58,33	15
Независимость	3,18	17	58,33	16
Образованность	3,48	19	56,67	17
Смелость и отстаивание своих взглядов	2,62	8	55,00	18
Богатство	3,02	15	51,67	19

В качестве «экономических ориентаций» среди ИЦ можно выделить такие ценности как: предприимчивость, богатство, собственность, эффективность в делах.

К числу ожидаемых тенденций отнесем большое количество выбравших такую инструментальную ценность как «предприимчивость» – её отметили 78,33% отвечающих молодых предпринимателей (3 ранг). Для достижения своих жизненных целей предприниматели не столь высоко ценят эффективность в делах (65%, 9 ранг), «собственность» (71,67%), меньше всего из этих ценностей выбиралось «богатство» (51, 67%, 19 ранг).

На основании полученных результатов, можно сделать вывод, что среди наиболее часто выбираемых инструментальных ценностей, важное место занимают такие ценности, как: «терпимость» (86,67%, 1 ранг по количеству отметивших эту ИЦ в числе ведущих), «воспитанность» (81,67%, 2 ранг), «чуткость» и «самоконтроль» (76,67%, 4–5 ранг) Эти инструментальные ценности можно отнести к группе «альтруистических ценностей», «ценностей общения», «этических ценностей». Можно предположить, что во время периода самоизоляции,

карантинных мероприятий во время COVID-19, для молодых предпринимателей оказались важны инструментальные ценности, связанные не с конкурентной средой бизнеса, а с взаимоотношениями в ближайшем окружении.

Сравнительный анализ с данными 2001 г. показал наиболее яркие различия в возрастании значимости ИЦ «собственность» (в 2001 г. указывалась только 9% респондентов, в 2021 г. – 71,67%), понижение ИЦ «образованность» (2001 г. – 80,2% респондентов; 2021 г. – 56,67%).

Целью следующего этапа исследования являлось выявление степени выраженности социально-психологических установок молодых предпринимателей в мотивационно-потребностной сфере. В таблице 3 приведены значения по параметрам «ориентация на труд», «ориентация на свободу», «ориентация на власть» и «ориентация на деньги» у респондентов.

Таблица 3

Социально-психологические установки
«ориентация на труд», «ориентация на свободу»,
«ориентация на власть» и «ориентация на деньги»

№	Социально-психологические установки	Среднее значение		
		общее	жен.	муж.
1	Ориентация на свободу	7,10±1,5	7,13±1,66	7,07±1,36
2	Ориентация на труд	5,58±1,96	5,67±1,86	5,30±2,07
3	Ориентация на власть	3,50±1,5	3,93±2,32	3,07±1,84
4	Ориентация на деньги	3,17±1,47	3,60±1,43	2,73±1,41

Для молодых предпринимателей оказалась наиболее важна социально-психологическая установка на «свободу», что показывает, что их главная ценность – это свобода, что подтверждается их выбором терминальной ценности «свобода» среди наиболее значимых для них.

Ориентация на «свободу» сочетается с ориентацией на «труд», данная ориентация на втором месте. Молодые предприниматели понимают, что достижение свободы и независимости возможно благодаря упорному, напряженному труду. Обычно предприниматели, ориентирующиеся на труд, всё своё время

используют для того, чтобы что-то сделать, не жалея своего отпуска и выходных дней. Предпринимательство приносит им больше удовлетворения и радости, чем любая другая профессия.

Следующая по выраженности установка – это ориентация на власть. В нашем исследовании и мужчины, и женщины были одинаково ориентированы на власть.

В нашем исследовании социально-психологическая установка «на деньги» оказалась наименее выраженной.

Успех в профессиональной деятельности зависит от сочетания типа профессиональной среды и типа личности, каждому типу личности соответствует определенный тип профессий. Концепция Дж. Голланда связывает выбор человеком профессии, соответствующую его профессиональному типу личности, и достижение в ней наибольшей эффективности и удовлетворения от работы. Использование опросника профессиональных предпочтений Дж. Голланда позволило получить следующие результаты (табл. 4).

Таблица 4

Профессиональные типы личности по Дж. Голланду
у молодых предпринимателей

№	Типы личности	Значение
1	Предприимчивый	7,82±2,48
2	Социальный	7,75±2,38
3	Артистический	7,38±2,57
4	Реалистичный	6,0±1,31
5	Интеллектуальный	6,25±1,56
6	Конвенциальный	5,15±2,12

На основе интересов и ценностных ориентаций Голланд выделяет шесть профессионально-ориентированных типов личности:

Преобладающими профессиональными типами по Дж. Холланду, по общей выборке, включающей в себя и предпринимателей-мужчин и женщин, является предприимчивый (7,8±2,48) и социальный профессиональный тип (7,75±2,38). Предпринимательский тип личности, по Дж. Голланду, активный

профессиональный тип с необходимостью постоянно принимать самостоятельные решения, риском и отсутствием однообразия и монотонности; требующий большого количества энергии, организаторских способностей и развитых коммуникативных навыков. Социальный тип личности – профессии, связанные с взаимодействием с социальной средой: обучение, воспитание, лечение, обслуживание, консультирование. Действительно, умение общаться, взаимодействовать с покупателями, сотрудниками, просто необходимо предпринимателю.

Следующим по представленности в выборке молодых предпринимателей идёт профессиональный тип личности ($7,4 \pm 2,57$) – воображение и интуиция необходимы в бизнес-среде. Это тип личности, испытывающий потребность в самовыражении, избегающий однообразной и физической работы.

Все типы, получившие максимальные баллы, находятся на одной стороне шестиугольника Голланда, что говорит о том, все три типа сходны с соседями, непротиворечиво сочетаются.

Менее представлены в данной выборке интеллектуальный, реалистичный, конвенциональный профессиональный тип.

Интеллектуальный тип личности ($6,25 \pm 1,56$) – у данного типа в работе на первый план выходит умственный труд, аналитические способности, рационализм и оригинальность мышления. Действительно, респонденты нашего исследования заняты не «интеллектуальным» предпринимательством [29], а розничной и оптовой торговлей, сферой услуг, предполагающей способности в области.

Реалистический тип личности ($6,0 \pm 1,31$) – направлен на создание материальных вещей, обслуживание технических устройств и технологических процессов.

Офисный (Конвенциональный) тип личности ($5,15 \pm 2,12$) ориентирован на обработку и систематизация информации в виде текста, чисел, формул, ведение документации, предпочитающий структурированную деятельность, избегающий неопределенных и напряженных ситуаций, предпочитает традиционные, консервативные ценности. Данный тип часто называют качестве противоположного «предпринимательскому» типу.

Применение метода t-критерий Стьюдента выявило различия между мужчинами предпринимателями и женщинами предпринимательницами по показателям: Реалистичный тип личности (по Дж. Холланду) ($T=2,01$; $p=0,0487$).

Опросник «Субъективное экономическое благополучие» (В.А. Хашченко) разработан для оценки общего уровня СЭБ, определяемого как интегральный психологический показатель жизни человека, который выражает отношение человека к материальным аспектам жизни и его жизненную позицию в сфере материальных устремлений и потребления.

Таблица 5

Индексы оценки субъективного экономического благополучия СЭБ
у молодых предпринимателей (по методике В.А. Хашченко)

	Общий показатель	Мужчины	Женщины
ИЭО индекс экономического оптимизма	14,43±3,48	13,67±3,43	15,20±3,42
ИАД индекс субъективной адекватности дохода запросам и потребностям личности	8,30±2,28	8,30±2,38	8,30±2,22
ИНД индекс финансовой депривированности	17,32±3,46	17,73±2,88	16,90±3,97
ИБС индекс текущего благосостояния семьи	8,58±2,14	8,53±2,13	8,63±2,19
ИЭТ индекс экономического беспокойства и тревожности	20,03±4,4	21,17±4,75	18,90±3,96

В проведенном исследовании индекс экономического беспокойства и тревожности, отражающий отсутствие или степень выраженности финансового стресса (ИЭТ) по общей выборке соответствовал $20\pm4,4$.

Индекс финансовой депривированности (ИНД) отражающей степень достатка или недостатка финансовых средств, по общей выборке соответствовал $17,3\pm3,46$, отражая восприятие и оценку материальной обеспеченности предпринимателей.

Индекс ИЭО (индекс экономического оптимизма и уверенности) (значение $14,43\pm3,48$), отражающий оптимистичную оценку внутренних и внешних условий и роста материального благосостояния. Он показывает, что даже после всех

эпидемических ограничений предприниматели не теряют уверенности в завтрашнем дне.

Индекс ИБС (индекс текущего благосостояния семьи) среднее значение 8,6 отразил, что уровень достатка в семьях предпринимателей выше среднего.

Индекс ИАД (индекс субъективной адекватности дохода запросам и потребностям личности) среднее значение 8,3, что говорит о том, что опрошиваемые разумно тратят деньги, учитывая все факторы рисков.

Применение метода t – критерия Стьюдента выявило различия между мужчинами предпринимателями и женщинами предпринимательницами по показателям: индекс экономической тревожности ($T=2,01$; $p=0,0493$).

Модифицированный вариант Программы исследования экономико-психологических характеристик личности (ИП РАН, А.Л. Журавлёв, Н.А. Журавлёва, В.П. Позняков) как комплексная методика изучения экономического поведения предпринимателей послужила инструментом, выявляющим специфику социально-психологических механизмов предпринимательской активности, экономико-психологических и социально-психологических явлений в молодежном предпринимательстве.

На первом этапе данного исследования было определено субъективное восприятие социально-экономической ситуации в стране, направленные на оценку экономической активности респондентов (табл. 6).

Таблица 6

Восприятие предпринимателями социально-экономической ситуации
в стране, %

Вариант ответа	Общее
Побуждает к активным действиям, желанию больше работать, чтобы лучше жить	50
Вызывает чувство протеста, сопротивления	25
Рождает готовность потерпеть в ожидании перемен к лучшему	13,4
Рождает чувство апатии, безысходности	11,6

50% опрошенных предпринимателей высказали мнение, что современная социально-экономическая ситуация в стране побуждает к желанию больше

работать, активно двигаться. У четверти респондентов появилось чувство протеста (25%), так как они не ожидали такого быстрого изменения экономической ситуации в стране и регионе, введения многих ограничений бизнеса, особенно в сфере оказания услуг. У 13,4% респондентов ситуация вызывает готовность потерпеть, и они верят в лучшее будущее. Исходя из ответов на этот вопрос, понятно, что предприниматели достаточно оптимистично смотрят в будущее, самый низкий процент набрал пункт чувства апатии и безысходности (11,6%).

Далее изучался такой показатель экономического сознания предпринимателей как субъективная оценка уровня приспособленности, адаптированной к современным условиям, респондентам задавался вопрос: «Как Вы считаете, смогли ли Вы приспособиться к существующим экономическим условиям и обеспечить себе достойный уровень материального благосостояния?» (табл. 7).

Таблица 7

Субъективная оценка приспособленности
к современным экономическим условиям, %

Вариант ответа	Общее
Да, смог (ла) без особых усилий	20
Смог (ла), но это потребовало большого напряжения сил	75
Нет, не смогу, если не изменятся условия	5

Исследование показало, что 95% предпринимателей в целом смогли приспособиться к современной постоянно меняющейся экономической среде в условиях пандемии, но только 20% это удалось без особых усилий, так как достигли такого материального достатка, который позволяет не сильно задумываться о завтрашнем дне. И только 5% выражают особую тревогу, что не смогут приспособиться к изменениям во время ограничительных мер COVID 19.

Из числа наиболее типичных для них сугубо психологических проблем, затрудняющих занятия бизнесом в настоящих условиях, 22% предпринимателей называют недостаточность знаний в сфере бизнеса; 19% опрошенных чувствуют неуверенность в своих силах. 6% респондентов испытывают затрудненность в общении с людьми.

Таблица 8

Проблемы психологического порядка в предпринимательской деятельности, %

Вариант ответа	Общее
Неуверенность в своих силах	19
Недостаточность знаний	22
Затрудненность в общении с людьми	6

Судить о степени удовлетворенности предпринимателей бизнесом позволил вопрос «Принесло ли Вам занятие бизнесом личное удовлетворение?». Предлагалось несколько вариантов ответов: «нет личного удовлетворения», «незначительное личное удовлетворение», «неопределенное», «некоторое личное удовлетворение», «высокое личное удовлетворение» (табл. 9).

Таблица 9

Удовлетворённость предпринимательской деятельностью, %

Вариант ответа	Общее
нет личного удовлетворения	1,7
незначительное личное удовлетворение	11,6
Неопределенное	18,5
некоторое личное удовлетворение	48,3
высокое личное удовлетворение	20

Практически все респонденты в целом положительно относятся к собственному труду, они получают удовлетворение от предпринимательской деятельности. Отсутствие личного удовлетворения от своей деятельности указал только 1 респондент. Данные опроса свидетельствуют о том, что для 68,3% респондентов занятие бизнесом приносит достаточно высокое личное удовлетворение (ответы – высокое личное удовлетворение, некоторое личное удовлетворение).

Склонность и способность к активному экономическому поведению позволил определить вопрос: «Если Вам пришлось бы выбирать, что бы Вы предпочли?» (табл. 10).

Таблица 10

Предпочитаемая форма экономического поведения, %

Вариант ответа	Общее
----------------	-------

Иметь пусть не очень большой, но стабильный заработок	20
Иметь собственное дело, которое потребует большой отдачи сил, но в случае успеха принесет значительный доход	50
Иметь крупное дело, связанное с экономическим риском.	5

Судя по результатам опроса, наиболее часто выбирался вариант ответа «Иметь собственное дело, которое потребует большой отдачи сил, но в случае успеха принесёт значительный доход» (50%). Значит, эта часть молодых предпринимателей преодолела пути устаревших социальных стереотипов, финансовых установок, сковывающих предпринимательскую инициативу, демонстрируют гибкость в принятии экономических решений. Для 20% опрошиваемых, для них главное – гарантированный доход, «пусть не очень большой, но стабильный заработок». 5% респондентов не боятся экономических рисков и готовы взяться за крупное дело.

Далее респондентам было предложено ответить на вопрос: «Какую форму организации труда Вы бы предпочли при прочих равных условиях?», данные приводятся в табл. 11.

Таблица 11

Предпочитаемая форма организации экономического поведения, %

Вариант ответа	Общее
Работать в коллективе большого предприятия	25
Работать в небольшом коллективе хорошо знакомых людей	45
Работать только с членами своей семьи	6,6
Работать индивидуально	23,4

Большинство молодых предпринимателей выбирают, при прочих равных условиях, работать в небольшом коллективе хорошо знакомых людей (45%); работать же с членами своей семьи выбирает только 6,6%. Работать в коллективе большого предприятия желали бы 25% опрошенных. На индивидуальную предпринимательскую деятельность ориентированы 23,4% респондентов. В зарубежных исследованиях предпринимательства (Kets de Vries M. S, 1977) часто указывается, что у предпринимателей в качестве преобладающие у них личностных

черт выделяют: нонконформизм, упорство, недоверие к авторитетам, нежелание работать в коллективе [30].

В изучении некоторых сторон экономического поведения предпринимателей нами были рассмотрены следующие показатели:

- их оценка отношения населения к богатым, состоятельным людям, предпринимателям;
- мнения предпринимателей о путях достижения преуспевания и богатства в современной социально-экономической ситуации;
- о приписываемых мотивах, побуждающих людей заниматься предпринимательской деятельностью;
- об олицетворении богатства.

Ответы на вопрос: «Как по Вашему мнению, большинство окружающих Вас людей относится к богатым, состоятельным людям (предпринимателям)?» приведены в табл. 12.

Таблица 12

Оценка отношения населения к богатым, состоятельным людям, %

Вариант ответа	Общее
Враждебно	5
Скорее враждебно, чем одобрительно	30
Нейтрально	33,3
Скорее одобрительно, чем враждебно	15
Одобрительно	16,7

Результаты опроса свидетельствуют, что большая часть (65%) склонна полагать, что население не относится к богатым людям враждебно. Из них нейтральное отношение видит 33,3% респондентов, одобрительное – 21,7%.

Ответы на вопрос: «Достижение преуспевания и богатства в современной социально-экономической ситуации, по – Вашему, зависит от:» приведены в табл. 13. Можно было указывать несколько вариантов ответа.

Таблица 13

Пути достижения преуспевания и богатства
в современной социально-экономической ситуации, %

Вариант ответа	Общее
Наличия связей, знакомств	75
Желания	67
Личных качеств человека	50
Экономической и политической ситуации в стране	50
Умения спекулировать, обманывать	42
Наличия первичного капитала	33
Напряжённой работы	28
Высокого профессионализма	25
Специальности, профессии	25

Самым главным для достижения преуспевания и богатства в современной социально-экономической ситуации респонденты нашего исследования назвали наличие связей и знакомств (75%). Важным, по мнению молодых предпринимателей Чувашии, является желание (67%), личные качества (50%), экономическая и политическая ситуация в стране (50%).

Меньше всего набрали такие пункты, как: высокий профессионализм (25%), профессия (25%), напряжённая работа (28%). Вызывает удивление, что 42% опрошенных респондентов выбрал такой вариант ответа, как умение спекулировать, обманывать.

Изучить преобладающую мотивацию экономического поведения предпринимателей позволили анализ ответов респондентов на вопрос: «Что, по Вашему мнению, побуждает людей заниматься предпринимательской деятельностью?» (табл. 14).

Таблица 14

Мотивы предпринимательской деятельности, %

Вариант ответа	Общее
Стремление к экономической свободе и независимости	40
Стремление обеспечить себе высокий уровень материального благосостояния	35
Желание реализовать свои способности	16,67
Экономическая необходимость, желание уйти от нужды	13,38
Социальный статус	0

Косвенная формулировка этого вопроса позволяет получить более искренние ответы о мотивации экономического поведения предпринимателей. По мнению молодых представителей бизнес-среды, тремя основными мотивами для вступления в предпринимательскую деятельность являются стремление к экономической свободе и независимости (40%), которые понимаются как возможность стать владельцем собственного бизнеса, а не быть наемным работником; дальнейшее обеспечение высокого уровня материального благосостояния (35%).

Желание реализовать свои способности в качестве мотивации предпринимательством указали 16,67% респондентов.

Экономическая необходимость, желание уйти от нужды как мотив был подчеркнут в своих ответах только у 13,38% отвечающих.

Ни один из молодых предпринимателей не выбрал ответ, что его мотивом заниматься предпринимательством стал «социальный статус», что ярко свидетельствует о необходимости популяризировать предпринимательство и предпринимательскую деятельность в российском обществе и в системе образования,

Мотивационные факторы экономического поведения предпринимателей раскрывает также ответы респондентов и на такой вопрос: «Что в вашем представлении олицетворяет богатство?» (табл. 15). Можно было выбирать несколько вариантов ответа.

Таблица 15

Олицетворение богатства для предпринимателей, %

Вариант ответа	Общее
Возможность путешествовать	36,67
Возможность дать детям престижное образование	35
Наличие собственного дела	33,33
Наличие сбережений	31,67
Возможность помогать близким	31,67
Наличие собственности	30
Возможность не думать о завтрашнем дне	26,67
Наличие хорошей квартиры и машины	25
Наличие высокооплачиваемой работы	21,67
Возможность жить там, где хочется	1,67

Для молодых предпринимателей богатство связывается с наличием хорошей квартиры и машины (25%), возможности путешествовать (36,67%), т.е. и с реализацией наиболее важных потребностей для молодых семей, и, в определенной мере, со статусными покупками.

Важна также возможность дать детям престижное образование (35%); наличие собственного дела (33,33%), собственности (30%), сбережений (31,67%).

Наименее воплощает богатство, по мнению опрошенных, Наличие высокооплачиваемой работы (21,67%), возможность жить там, где хочется (1,67%).

Чтобы выявить проблемы, которые являются препятствием для эффективного экономического поведения предпринимателей, предлагалось из списка причин выбрать те, которые имеют значимость для них (табл. 16).

Таблица 16

Наиболее типичные проблемы в предпринимательской деятельности, %

Вариант ответа	Общее
Изменяющиеся экономические условия	56,8
Проблемы со сбытом товаров, услуг	15
Неуверенность в политической ситуации	13,5
Свои способности	6,4
Большие налоги	5
Нехватка денежных средств	3,3

Наиболее типичными проблемами стали изменяющиеся экономические условия (56,8%), проблемы со сбытом товаров и услуг (15%), неуверенность в политической ситуации (13,5%). Меньшая часть предпринимателей указывает на нехватку денежных средств (3,3%), большие налоги (5%) и свои способности (6,4%).

Для анализа взаимосвязей полученных результатов исследования проводился корреляционный анализ по Пирсону.

По общей выборке (мужчины и женщины). *Корреляционный анализ* по результатам исследования выявил значимую взаимосвязь между реалистичным и предприимчивым типом ($r = 0,27$; $r \leq 0,05$); интеллектуальным и предприимчивым

типом ($r=0,28$; $r\leq 0,05$); артистичным и предприимчивым типом ($r=-0,27$; $r\leq 0,05$); артистичным и социальным типом ($r=0,3182$; $r\leq 0,05$).

Субъективное экономическое благополучие индекса экономической тревожности имеет значимую отрицательную взаимосвязь с «ориентацией на деньги» ($r=-0,28$; $r\leq 0,05$).

Комплексное исследование экономическо-психологических аспектов становления молодежного предпринимательства в и социокультурных условиях Чувашской Республики дало возможность получить и ввести в научный оборот научные знания о психологических аспектах развития молодежного предпринимательства в Чувашии.

Результаты нашли свое применение в научном и методическом просвещении молодежи в сфере экономической психологии и поведенческой экономической теории; в том числе:

– преподавании учебной дисциплины «Экономическая психология» в Чувашском госуниверситете имени И.Н. Ульянова;

– результаты исследования обсуждались на секции «Социокультурные и региональные особенности становления экономической, учебной, гражданской активности молодежи ЧР» Международной конференции «Культура и искусство: традиции и современность. БОУ ВО «ЧГИКИ» Минкультуры Чувашии;

– на секции «Экономическая психология и подготовка кадров на современном этапе развития общества» Международной 55-й научной студенческой конференции по техническим, гуманитарным и естественным наукам, посвященной Году науки и технологий, 60-летию первого полёта человека в космос и трудовому подвигу строителей Сурского и Казанского оборонительных рубежей, апрель 2021 г., ЧГУ имени И.Н. Ульянова;

– на секции «Психологическое благополучие личности в изменяющемся обществе» Всероссийского Фестиваля студентов и молодежи «Человек. Гражданин. Ученый» (ЧГУ-2021).

Полученные результаты возможно использовать для решения социально-экономических проблем региона в сфере экономико-психологической

поддержки предпринимательской деятельности молодежи [31–35] в рамках таких направлений, как:

- проведение различных мероприятий по популяризации предпринимательской деятельности среди молодежи, направленных на создание положительного образа предпринимателя и предпринимательства в целом;

- оказание консультаций субъектам малого и среднего предпринимательства и гражданам, желающим открыть собственный бизнес;

- в сфере проведения обучающих семинаров по тематике, связанной с психологическими аспектам ведения предпринимательской деятельности и открытия собственного бизнеса;

- психологическом подборе потенциальных слушателей программ молодежного предпринимательства, мотивированных на будущую предпринимательскую деятельность;

- проведение тренинговых форм работы, направленных на развитие предпринимательских способностей и преодоление существующих психологических барьеров и затруднений в предпринимательской деятельности у начинающих предпринимателей.

Список литературы

1. Паспорт национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» (утв. президентом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. №16)).

2. Исследование гендерных особенностей предпринимательской деятельности населения Чувашской Республики: сборник статей республиканской научно-практ. конф. / отв. ред. В.П. Фоминых. – Чебоксары, 2001.

3. Психология в изменяющейся России: материалы II съезда психологов Чувашии / отв. ред. В.П. Фоминых. – Чебоксары, 2002.

4. Гендерный компонент в структуре предпринимательского климата Чувашии: сборник статей республиканской научно-практ. конф. / отв. ред. В.П. Фоминых. – Чебоксары, 2003.

5. Проблемы региональной экономической психологии: сборник статей и тезисов / под общ. ред. А.Н. Захаровой. – Чебоксары, 2007.

6. Социально-психологические проблемы улучшения экономической и духовно-нравственной жизни населения Приволжского федерального округа: материалы региональной научно-практ. конф. / отв. ред. В.П. Фоминых. – 2008.

7. Психология человека в условиях мирового финансового кризиса: проблемы, научные исследования, психологическая практика: сборник научных трудов / под общ. ред. А.Н. Захаровой. – Чебоксары, 2009.

8. Захарова А.Н. Социально-психологические факторы в структуре экономического поведения предпринимателей: дис. ... канд. психол. наук / А.Н. Захарова. – Ярославль, 2001

9. Дулина Г.С. Социально-психологические аспекты личностного потенциала предпринимателей: дис. ... канд. психол. наук / Г.С. Дулина; Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова. – Ярославль, 2004.

10. Захарова А.Н. Психология экономического поведения предпринимателей: монография / А.Н. Захарова. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2002. – 175 с.

11. Дулина Г.С. Психология личностного потенциала предпринимателей: монография / Г.С. Дулина. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006. – 197 с.

12. Дулина Г.С. Экономический потенциал предпринимателей: конспект лекций / Г.С. Дулина. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2006.

13. Захарова А.Н. Экономический менталитет в структуре российской полиментальности: анализ научной категории / А.Н. Захарова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2012. – №3 (75). – С. 74–81.

14. Захарова А.Н. Проблема экономической активности женщин Чувашии: социокультурный контекст / А.Н. Захарова // Вестник Чувашского государственного педагогического университета им. И.Я. Яковлева. – 2013. – №1–1 (77). – С. 49–54.

15. Захарова А. Н. Экономический менталитет в структуре российской полиментальности / А.Н. Захарова. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2011. – 336 с.
16. Захарова А.Н. Экономико-психологические аспекты этноменталитета населения Чувашии / А.Н. Захарова // Вестник Чувашского университета. – 2013. – №1. – С. 85–92.
17. Захарова А.Н. Экономическая психология: кросс-культурные, социокультурные, региональные особенности / А.Н. Захарова. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2013.
18. Яковлева Т.В. Анализ научно-инновационного потенциала Чувашии: некоторые исторические аспекты развития экономической психологии / Т.В. Яковлева; под ред. О.Н. Широкова [и др.] // Новое слово в науке: стратегии развития: сб. материалов II Междунар. науч.-практ. конф. – 2017. – С. 29–33.
19. Хащенко В.А. Ценностные ориентации различных социальных групп в условиях разных форм собственности / В.А. Хащенко // Социально-психологическая динамика в условиях экономических изменений. – М., 1998. – С. 107–122.
20. Козлов В.В. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – Изд. 2-е, дополн. / В.В. Козлов, В.А. Мазиллов, Н.П. Фетискин. – М.: Изд-во «Институт психотерапии и клинической психологии», 2018.
21. Воробьев А.Н. Опросник профессиональных предпочтений (Адаптация теста Д. Голланда «Самонаправленный поиск»). Руководство / А.Н. Воробьев, И.Г. Сенин, В.И. Чирков. – Ярославль: НПЦ «Психодиагностика», 1993.
22. Хащенко В.А. Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация / В.А. Хащенко // Экспериментальная психология. – 2011. – Т. 4, №1. – С. 106–127.
23. Журавлев А.Л. Программа социально-психологического исследования экономического сознания личности / А.Л. Журавлев, Н.А. Журавлева // Современная психология: Состояние и перспективы исследований. Ч. 5: Программы и методики психологического исследования личности и группы. – М.: Изд-во ИП РАН, 2002. – С. 11–42.

24. Прокошенкова Л.П. Духовные ценности народа и этнокультуральная направленность обучения / Л.П. Прокошенкова, А.Н. Захарова. – Чебоксары: Изд-во ВФ МАДИ (ГТУ), 2010.

25. Захарова А.Н. Ценностные приоритеты студенческой молодежи в условиях регионального полиментального образовательного пространства / А.Н. Захарова, Г.С. Дулина // В мире научных открытий. – 2015. – №7.1 (67).

26. Захарова А.Н. Аксиологические аспекты российской полиментальности / А.Н. Захарова // В мире научных открытий. – 2015. – №3-1 (63). – С. 818–832.

27. Проблемы экономической психологии. Т. 1 / под. ред. А.Л. Журавлева, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.

28. Проблемы экономической психологии. Т. 2 / отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.

29. Полещенко К.Н. Интеллектуальное предпринимательство: понятийный и образовательный аспекты / К.Н. Полещенко, Е.В. Верхогляд // Вестник Омского университета. – 2011. – №2. – С. 334–338.

30. Kets de Vries M. The entrepreneurial personality: a person at the crossroads. *Journal of Management Studies*. 1977. 14. P. 34–57.

31. Петунова С.А. Проблема развития молодежного предпринимательства: экономические и психологические механизмы поддержки / С.А. Петунова, А.Н. Захарова, Г.С. Дулина // Фундаментальные исследования. – 2019. – №11. – С. 127–132.

32. Захарова А.Н. Анализ программ поддержки молодежного предпринимательства / А.Н. Захарова, С.А. Петунова, Г.С. Дулина // Экономика и управление: современные тенденции: сборник статей. – Чебоксары: ИД «Среда», 2019. – С. 57–62.

33. Таланова Т.В. Проблемы развития молодежного предпринимательства / Т.В. Таланова, А.Н. Захарова // РОСТ – Развитие, Образование, Стратегии, Технологии: материалы IV Всерос. науч.-практ. конф. – Чебоксары: Изд-во Чуваш. ун-та, 2021. – С. 372–377.

34. Захарова А.Н. Становление молодежного предпринимательства в образовательных учреждениях: опыт зарубежных и отечественных исследований / А.Н. Захарова, Т.В. Таланова // Право, экономика и управление: актуальные вопросы: материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием (Чебоксары, 8 окт. 2021 г.). – Чебоксары: ИД «Среда», 2021. – С. 98–103.

35. Смирнов В.В. Анализ возможностей экономики региона для развития молодежного предпринимательства / В.В. Смирнов, А.Н. Захарова, Г.С. Дулина // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2020. – Т. 16, №2 (383). – С. 277–294.

Захарова Анна Николаевна – канд. психол. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», Чебоксары, Россия.

Дулина Галина Сергеевна – канд. психол. наук, доцент, ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова», Чебоксары, Россия.

Шиверова Светлана Михайловна, Чебоксары, Россия.