

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Южно-уральский государственный университет»  
(национальный исследовательский университет)  
Институт социально-гуманитарных наук  
Факультет психологии  
Кафедра «Общая психология, психодиагностика  
и психологическое консультирование»

Рецензент, канд.психол.н.,  
доцент кафедры ОП  
\_\_\_\_\_З.А.Шакурова  
\_\_\_\_\_2019 г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ  
Заведующий кафедрой ОП,  
канд.психол.н., доцент  
\_\_\_\_\_С.В. Морозова  
«\_\_» \_\_\_\_\_2019 г.

**ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ  
ОРИЕНТАЦИЙ И ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ  
МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ И КАЗАХСТАНА**

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА  
К ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЕ  
ЮУрГУ–37.03.01.2019.472.ПЗ ВКР

Руководитель проекта  
канд. психол.н., доцент  
\_\_\_\_\_Т.В. Наливайко  
\_\_\_\_\_2019 г.

Автор проекта  
студент группы СГ-472  
\_\_\_\_\_А.С. Аккубинова  
\_\_\_\_\_2019 г.

Нормоконтролер  
\_\_\_\_\_Л.А. Донцова  
\_\_\_\_\_2019 г.

Челябинск, 2019

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|   |    |
|---|----|
| ВВЕДЕНИЕ .....  | 4  |
| ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ОСОБЕННОСТЕЙ<br>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ<br>ИССЛЕДОВАНИЯХ .....   | 7  |
| 1.1. Теоретические подходы к понятию предпринимательской<br>деятельности.....   | 7  |
| 1.1.1. Понятие предпринимательской деятельности и особенности ее<br>развития .....  | 7  |
| 1.1.2. Социально-психологические факторы успешности<br>предпринимательской деятельности .....   | 17 |
| 1.2. Жизнестойкость как психологическая характеристика<br>предпринимателей .....  | 22 |
| 1.3. Обзор литературы, посвященной исследованиям ценностных<br>ориентаций предпринимателей .....  | 25 |
| ГЛАВА 2. ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ СООТНОШЕНИЕ<br>ОСОБЕННОСТЕЙ ВЫРАЖЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ<br>ОРИЕНТАЦИЯ И ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ<br>МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ И КАЗАХСТАНА ..... | 29 |
| 2.1. Цель, объект, предмет, задачи и гипотеза исследования .....  | 29 |
| 2.2. Методики исследования.....   | 30 |
| 2.3. Методы математической и статистической обработки данных .....  | 33 |
| ГЛАВА 3. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗЛИЧИЙ<br>МЕЖДУ ПОКАЗАТЕЛЯМИ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ И УРОВНЯ<br>ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ .....                                 | 34 |
| 3.1. Результаты изучения уровня жизнестойкости у предпринимателей<br>России и Казахстана .....  | 34 |
| 3.2. Анализ данных, полученных при диагностике ценностных<br>ориентаций .....   | 37 |
| 3.3. Соотношение показателей ценностных ориентаций у<br>предпринимателей .....  | 40 |
| 3.4. Взаимосвязь жизнестойкости с ценностными ориентациями у<br>предпринимателей .....  | 45 |
| ВЫВОДЫ .....  | 48 |
| ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....   | 49 |
| БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....   | 51 |

|                    |    |
|--------------------|----|
| ПРИЛОЖЕНИЯ .....   | 56 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ А.....  | 56 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ Б ..... | 59 |
| ПРИЛОЖЕНИЕ В.....  | 67 |

## ВВЕДЕНИЕ

Постоянные изменения условий жизни в современном мире затрагивают все сферы общественной жизни. Такие условия диктуют определенные условия и требования к личности, и обществу в целом. Постоянное преобразование системы ценностей формирует новое отношение ко многим аспектам жизни социума. Формирование новых ценностей и новых идеалов в значительной степени связано с возникновением новых социальных общностей.

Одной из таких общностей выступают предприниматели. Влияние различных факторов, обусловленных деятельностью предпринимателей, формирует специфическую ценностную систему, которая не всегда соответствует стандартам современного общества. Предприниматели создают новые рабочие места, продукты и услуги, и являются важным субъектом экономической системы.

В настоящее время предприниматели выступают объектом научного интереса, к настоящему времени накоплен обширный материал, характеризующий психологические особенности деятельности личности предпринимателя. Однако прослеживается неоднозначное отношение к предпринимательству, система специфических ценностей предпринимателей вызывает огромный интерес общества, и поэтому их изучение и понимание является актуальным.

Такое отношение общества к предпринимателям, и постоянный прогресс социальной жизни подталкивает к рассмотрению такого критерия как жизнестойкость. Что, в свою очередь, является одним из важных компонентов эффективного решения жизненных проблем личности, имеющее огромное значение в жизни.

Под представителями малого бизнеса в работе понимаются предприниматели. В работе данные понятия являются синонимическими.

**Актуальность** изучение специфики жизнестойкости и ценностных ориентаций предпринимателей обусловлено в первую очередь тем, что предпринимательская деятельность характеризуется многообразием эмоциональных переживаний, повышенных умственных нагрузок и необходимостью регуляции собственной активности и общего состояния. Учитывая эти обстоятельства, особенность деятельности диктует необходимость регулирования и управления предпринимателями собственного поведения для эффективного преодоления трудностей, успешного достижения целей и дальнейшего развития.

Теоретико-методологической основой исследования является концепция жизнестойкости человека (С.Мадди, Д.А.Леонтьев, Е.И.Рассказова и др.), культурно-исторические концепции (М. Вебера, П. Друкера, М. Кассона, А. Коула, М. Питерса, Ф. Тоссита, Ф. Хайека, Р. Хизрича) по изучению психологических особенностей предпринимателей.

**Целью** работы является изучение особенностей жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей России и Казахстана.

Цель исследования определяет следующие **задачи**:

1. Выявить уровень жизнестойкости у предпринимателей.
2. Выявить ценностные ориентации предпринимателей.
3. Сравнить показатели уровня жизнестойкости и ценностных ориентаций предпринимателей.
4. Выявить взаимосвязь между показателями жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей.

Гипотеза исследования:

1. Существуют различия в выраженности ценностных предпочтений у предпринимателей России и Казахстана, обусловленные различными социально-культурными факторами.

2. Существует взаимосвязь между показателями жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей.

**Объект** – предприниматели.

**Предмет** – особенности выраженности жизнестойкости и ценностных ориентаций предпринимателей двух стран.

**Выборка:** в исследовании приняли участие 23 предпринимателя малого бизнеса г.Караганды, из них 7 женщин и 16 мужчин, и 23 предпринимателя малого бизнеса г.Челябинска, из них 9 женщин и 14 мужчин.

В качестве методов математической обработки данных в исследовании использовались: описательная математическая статистика, непараметрический критерий Колмогорова – Смирнова для определения нормального распределения признака, с помощью t-критерия Стьюдента определялась достоверность различий, корреляционный анализ по Пирсону.

В исследовании использовались следующие методики: тест жизнестойкости С.Мадди (адаптации Д.А.Леонтьева, Е.И.Рассказовой); Ценностный опросник Ш.Шварца.

**Объем и структура работы:** выпускная квалификационная работа состоит из введения, 3-х глав, выводов, заключения, списка литературы (всего 53 наименования) и 3-х приложений. В тексте работы имеется 3 рисунка и 5 таблиц. Общий объем работы 68 страниц.

# **ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

## **1.1. Теоретические подходы к понятию предпринимательской деятельности**

### **1.1.1. Понятие предпринимательской деятельности и особенности ее развития**

Одним из масштабных и значимых новообразований современного общества стало становление предпринимательства, которое выступает особым типом профессиональной деятельности. Изучение предпринимательской деятельности носит междисциплинарный характер, который вызывает интерес ученых разных сфер научной деятельности, затрагивая интерес психологов, социологов, культурологов, философов, экономистов, юристов. Анализ источников показывает, что за последние десятилетия XX века проблематика предпринимательства все чаще оказывается в центре психологических исследований. Работы исследователей (К.А. Абульханова [1], Р.Ф. Гибадуллин [4], Н.Н. Глушач [9], С.Т. Джанерьян [13], О.С. Дейнека [11], Т.Н. Заславская [21], А.Л. Журавлев [18], М.И. Мелия [31], Н.Э. Мусаэлян [33], В.П. Позняков [36], С.К. Рошин [40], Ю.О. и др.) показывают, что в настоящее время предприниматели прочно интегрировались в социально-психологическое пространство современного общества и сформировались как особая социальная группа, которая оказывает значительное влияние на экономическую жизнь страны и определяет условия жизни остальных социальных групп.

Обращение к понятиям предпринимательство через словарно-энциклопедические источники показывает их относительное отсутствие в психологических и философских словарях. Данные понятия раскрываются в Большой Советской Энциклопедии второго издания и Словаре иностранных слов. В этих источниках рассматривают такие

понятия как – бизнес и бизнесмен. Бизнес – понимается как коммерческая деятельность, которая в свою очередь связана с личными намерениями субъекта, и участием в каком-то деле, с извлечением определенной выгоды и капитала. Бизнесмен выступает индивидом, который извлекает данный капитал, опосредованный прибылью.

В зарубежных источниках понятие предпринимательской деятельности и предпринимательства параллельно раскрываются через категорию бизнеса. Где бизнес понимается как финансовая или торговая деятельность, направленная на совершенствование собственной деятельности с дальнейшим извлечением прибыли. Особо подчеркивается мотивационная составляющая – прибыль [17].

Анализ предпринимательства стоит начать с исторических аспектов данного явления. Самое раннее упоминание можно встретить в античной культуре. В греческом упоминании предпринимательство выступало как торговая деятельность, которая выражалась в понятиях «риск» и «свобода». Уже с античных времен, предпринимательство перестало восприниматься как исключительно торговая деятельность, и добавило в себя организационный компонент. Субъектами стали выступать организаторы представлений, в частности уличных, музыкальных и парадных [45].

На сегодняшний момент главной характеристикой предпринимательства выступает «риск», отражая ответственность, которую возлагает на себя субъект предпринимательской деятельности за выполнение взятых на себя обязательств [26].

Интенсивное развитие буржуазных отношений в Европе привело к разработке наиболее системного и научного подхода к пониманию данного феномена. Если мы обратимся к первым попыткам трактовки предпринимательства, то заметим тенденцию попыток, предпринятых в XVII веке ведущими экономистами той эпохи. Такие попытки связаны с



тем, что одним из культовых признаков предпринимательства выступает его большая роль в развитии экономики и общества, что подтверждают исследования видных теоретиков и практиков предпринимательской деятельности (И. Шумпетер [45], П. Друкер [15], А.Л. Журавлев [18], и др).

Также категория «риск» находит свое отражение в работах английского экономиста Р. Кантильона, который стал основоположником научных основ предпринимательства. Р.Кантильон ввел понятие «предприниматель» как организатора производства, который действует в категории понятия «риск». Другие попытки исследовать предпринимательство были в работах Бодо в 1797г., который определяет предпринимателя как «лицо, несущее ответственность за свое дело; тот, кто планирует, контролирует, организует и владеет предприятием» [26, 47].

А.Смит определяет феномен «предпринимательство» с точки зрения собственности, где субъект выступает владельцем собственного капитала.

В 1764 г. Ф. Кенэ выдвигает утверждение, что предприниматель не просто должен владеть, а он должен управлять собственным капиталом. Б. Гильдебранд, В. Рошер, Ж. Тюрго дополнили работы вышеуказанных авторов тем, что предпринимательство определяется не только владением и управлением собственного капитала, но оно так же должно включать в себя производственную составляющую. [из ист. 19].

Таким образом, мы видим, что в начальных разработках данного феномена особое внимание уделяется экономической составляющей и ведущим фактором выступает характер отношения к формам собственности, где конечным результатом выступает собственный капитал предпринимателя.

Работы Ж.Б. Сэя (1822), Дж. Милля (1863), Л. Вальраса (1900), Ф.Визера (1916), А. Маршалла (1920) отмечают, что происходит замещение конечного результата в виде капитала на сам процесс организации производства и труда. Производство в данных работах выступает главным признаком, который характеризует предпринимательскую активность [из ист. 100]. Таким образом, предприниматель выступает не собственником капитала, а непосредственным организатором производственной деятельности. В дальнейшем эти положения стали активно применяться в современных концепциях таких представителей как П. Друкер [15], Р. Хизрич [45], А.Коул [из ист. 38], где отмечается нейтральный характер предпринимателя по отношению к правам собственности.

Стоит отметить огромный вклад М. Вебера (1920) и В. Зомбарта в разработке теории предпринимательства. Ученые рассматривали представителя данной деятельности как лидера, который принимает участие в организации производства, не обладая при этом правом собственности. Экономический аспект в теории авторов заключался в договорных отношениях и получении прибыли.

Однако, авторы определяют предпринимательскую деятельность через ориентацию на договорные отношения и получение прибыли, тем самым, также подчеркивая экономический аспект данной деятельности. Помимо экономической составляющей ими выделяется так называемый «дух предпринимательства», составляющими которого является целый комплекс аспектов – готовность к риску, духовная свобода, богатство идей, воля и настойчивость, что определяет развитие душевных свойств, вытекающих в понятие «дух предпринимательства». В этой связи М.Вебером впервые выдвигается идея обусловленности европейского капитализма протестантским религиозно-этическим комплексом, обеспечивающим формирование таких предпринимательских качеств,

как трудолюбие, бережливость, честность, расчетливость, инициативность [22].

Дальнейшее развитие, начиная с XX века, получает другая важная особенность – инновационная составляющая предпринимательской деятельности. Данный компонент рассматривается в работах Й. Шумпетера (1934), Л. Мизеса (1960), Ф. Тоссита (1980), Г. Шмоллера (1990), П. Друкера, Р. Хизрича (1992) [из ист. 42]. Так, австрийский экономист И. Шумпетер [47], обращаясь к данному феномену, определяет предпринимателя как «субъекта творческой деятельности», это полностью опровергает сложившуюся экономическую составляющую и рушит ее равновесие, определяя предпринимателя как тип человека – иноватора.

П. Друкер (1992) в своей концепции обращает внимание на то, что предпринимательство не ограничивается только сферой экономики, оно так же может проявляться в самых разных сферах социальной деятельности [15].

Определение предпринимательства по Б. Карлофу представляется как процесс балансирования между интересами потребителей и оптимальной прибылью использования капиталов и ресурсов, с одной стороны, и творческого согласия в применении этих ресурсов - с другой. Хотя в каждой деятельности отмечаются два типа поведения: адаптивное (связанное с имеющимися у человека ресурсами) и творческое, определяемое как «созидательное разрушение», они в равной мере присутствуют в управлении фирмой [23].

Другую точку зрения на понятие предпринимательства дает А. Коул предлагая следующее определение данному феномену - предпринимательство представляет такую деятельность индивида или группы, которая предполагает создание, сохранение и увеличения ориентированной на получение прибыли организационной единицы.

Организационная единица является совокупностью ресурсов, и направлена на то, чтобы добиться определенной выгоды в денежном или другом ином эквиваленте. Что, в свою очередь, является мерой успеха во взаимодействии с экономическими, политическими и социальными институтами, условиями того периода развития общества, который позволяет значительную степень свободы принятия решения [38].

В целом, анализ источников и вышеуказанных авторов предопределяют, что вплоть до середины XX века, феномен предпринимательства рассматривается только в рамках экономических теорий.

В этот период в русле психологической науки так же появляется представление о предпринимателе как о личности, а не только как единице экономической теории.

Д. Кейнс при определении понятия предприниматель выделяет его как особый тип хозяйственника с определенным набором психологических качеств [24].

Такая точка зрения на проблему предпринимательства подчеркивает смещение внешних факторов на внутренние, то есть на самого субъекта активности – предпринимателя. Субъект деятельности выступает основой поведения, который сам организует, развивает деятельность с личными мотивационными целями, своими возможностями.

Представитель гуманистической психологии А.Маслоу (1954) в русле концепции самоактуализации рассматривает предпринимательство как метапотребность, которая возникает на метауровнях иерархической пирамиды. Однако, его последователи в дальнейшем отметили, что предпринимательская активность может быть обусловлена любыми уровнями [30].

Вклад в понимание предпринимательства вносят работы Д. Роттера (1966), который предложил и внес такое понятие как «локус контроля».

Автор понимал «локус контроля» как меру ответственности человека за поступки и действия в разных сферах жизнедеятельности, как в межличностных отношениях, так и в профессиональной деятельности и семье. Другими словами, достижения и неудачи людей, обусловленные внешними и внутренними ресурсами и усилиями. Полагаясь на исследования, ведущей характеристикой, у предпринимателей была выявлена интернальность - внутренние ресурсы, которые предполагают ответственность за собственные действия, способность управлять жизненными событиями, стремление к достижению результатов и гордость собой при эффективных результатах [из ист. 39, 46].

Анализ предпринимательской деятельности предполагает необходимость в сравнении с такой профессией как – менеджер.

Понятия «менеджер» и «менеджмент» были введены американским экономистом Й. Шумпетером, и на данный момент приобрели всеобщую известность. Менеджмент означает совокупность методов и форм управления производством, направленное на управление людьми и деятельностью. Искусство такого управления предполагает умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект, мотивы поведения других людей. Таким образом, менеджерами выступают субъекты управленческой деятельности [32].

Менеджер любой организации выступает не ее собственником, а наемным служащим, что обуславливает особенности его психологического восприятия ситуации и мотивационно-целевые основы деятельности – стабилизация, снижения риска, тщательное планирование и ориентация на длительную перспективу.

Предпринимателем же выступает владелец организационной единицы, направленной на получение прибылей, что психологически отличает его от менеджеров. Предприниматель стимулирует инициативу, принимает риск и ответственность за будущие результаты

на себя, внедряет собственную систему ценностей, энергетически заряжает людей, идущих за ним, и революционно ориентирован [15,48]. Для предпринимателя необходим быстрый результат, который оправдывает вкладываемые средства [45].

В работах М. Кете де Вриза [49,50] анализируется проблема профессионального становления предпринимателя. Данный процесс проявляется в его экономической субъектности. Стремление самостоятельно вести дела и нежелание выполнять роли второго плана делает потенциального предпринимателя трудным наемным работником, который комфортно себя чувствует только когда работает на себя.

Р.Л. Кричевским [27] при дифференциации менеджеров и предпринимателей, выделяется ряд критериев, позволяющих установить основные психологические различия данных групп.

В рамках мотивационного критерия, если менеджерами движет стремление продвижения по службе и корпоративным вознаграждениям, то активаторами деятельности свободного предпринимателя выступают стремление к независимости, творческая самореализация и получение денежной прибыли.

В рамках временной составляющей, если традиционные менеджеры отличаются тактическим подходом, который характеризует «бег на короткую дистанцию» (то есть постоянная отчетность на основе ежегодного планирования), то свободные предприниматели при определении основных целей, связанных с ростом и выживанием, ориентируются на длительный временной отрезок в пределах 5-10 лет. То есть, иными словами, классический предприниматель более направлен на стратегические цели.

Деловая активность менеджеров подразумевает стремление поручать и контролировать, нежели непосредственно участвовать в работе, в то

время как предприниматели полностью сами включаются в процесс работы. Менеджеры проявляют значимый интерес к статусной символике, в то время как предприниматели ей не интересуются. В данном случае мы не совсем согласны с данными утверждениями, так как символика выступает одним из эффективных инструментов развития бизнеса. По крайней мере, эта особенность характерна для современного российского общества, где статусно-ролевые отношения играют значительную роль в деловом взаимодействии.

В отношении риска, менеджеры стремятся к осторожности, в то время как предприниматели готовы умеренно рисковать. Как следствие, в отношении неудач и ошибок менеджеры стараются избегать неожиданностей, как возможных следствий неудач, в то время как предприниматели не боятся допускать ошибки, поскольку стремятся их преодолеть.

При принятии решений менеджеры зависимы от взглядов вышестоящего руководства, в то время как предприниматели следуют собственному видению проблемы. То есть, менеджеры видят источник опоры в других, а предприниматели в себе, что подчеркивает именно субъектный характер предпринимательской деятельности.

В отношениях с другими менеджеры стремятся к соблюдению формальных отношений на основе выстроенной иерархии, в то время как предприниматели в отношениях свободны и стремятся к установлению деловых контактов, как основы заключения будущих сделок.

Попытка разделения менеджеров и предпринимателей также предпринимается Р. Хизричем и М. Питерсом [45]. Авторами выделяются пять основных блоков несовпадения в данных видах профессиональной деятельности.

Главное отличие между предпринимателем и менеджером заключается в том, что предприниматель стремится к созданию новых организационных структур, что приносит ему прибыль, а менеджеры в свою очередь обеспечивают стабильное и эффективное функционирование деятельности.

А.Н.Леонтьев и его последователи выдвинули положение деятельного подхода, где структурными компонентами предпринимательства выступают цели, потребности и мотивы, а также условия деятельности [28].

Если затрагивать профессионализм предпринимателя, то можно рассматривать в соответствии с развитием личности и повышением профессионального мастерства. Подход рассматривает профессионализм, опираясь на внешние условия и индивидуально–психологические особенности человека, включенного в совокупность всех взаимосвязей.

А.А. Деркач с авторами выделяют такие взаимосвязи характеристик профессиональной деятельности как: объективные характеристики труда профессиональную деятельность; субъективные характеристики; характеристики субъекта профессиональной деятельности; объективные условия и факторы [12].

В работах исследователей цель выступает центральным компонентом структуры деятельности. Так, в исследованиях П.Друкера [15], цель заключается в использовании действующих возможностей с максимальной выгодой. В трудах Р. Хизрича и М. Питерса [45] цель выступает поиском новых идей и замыслов, где конечным результатом является воплощение этих замыслов. Однако иное толкование дают М.Вудкокон и Д.Френсис, в их работах предприниматели имеют конкретные цели профессиональной деятельности в прошлом, настоящем и будущем, что определяет их как более последовательных, а



ведение профессиональной деятельности, в свою очередь, более осмысленной [45].

Итак, в данном параграфе мы провели теоретический анализ, и рассмотрели основные подходы к понятию предпринимательства. Можно сделать вывод о том, что, предпринимательство выступает особой формой профессиональной деятельности. В свою очередь, такая форма определяется тем, что данный вид деятельности направлен на извлечение прибыли через инновационное начало, то есть, предприниматель сам выступает субъектом деятельности и сам определяет и реализовывает собственные цели. Стоит отметить, что главным специфическим аспектом также является ответственность самого субъекта деятельности, которая реализуется через его психологические свойства.

### **1.1.2. Социально-психологические факторы успешности предпринимательской деятельности**

В работах К.А.Абульхановой [2] предприниматели выступают как особая социально–психологическая группа, работа которой детерминируется социально- экономическими условиями и во многом обуславливает развитие других социальных групп. Результаты исследования дополняют работы А.Л. Журавлева и В.П. Познякова, которые посвящены особенностям системы взаимоотношения предпринимателей России в контексте активности и успешности предпринимательской деятельности. На этой основе авторы позиционируют предпринимательство как особую группу, которая характеризует высокую степень социально–психологической общности, взаимным доверием и поддержки друг друга [18]. Другие авторы отмечают, что в большинстве случаев предприниматели не склонны доверять кому-либо, а степень доверия субъектов предпринимательской

деятельности фокусируется на принадлежности к «своему кругу». Авторы Е.К. Завьялов и С.Т. Посохова, объясняют это тем, что в настоящее время отсутствуют четкие представления о специфике межличностного взаимодействия предпринимателей, опосредованного их психологическими особенностями [20]. В большинстве случаев, особенности межличностного отношения предпринимателей могут объясняться именно спецификой восприятия феномена предпринимательства в общественном сознании и общего отношения социальных групп. Положение В.Н. Мясищева [34] объясняет механизм функционирования и формирования взаимоотношений в межличностном пространстве. Некоторые исследования определяют особенности восприятия феномена предпринимательства, выделяя определенные противоречия социально-психологического плана. Ряд исследований, посвященных этому подходу, присутствуют в работах А.А. Вильданова, Т.Л. Аланидзе и Е.В. Антонюка. Они постулируют, что обществом одновременно достаточно позитивно воспринимается феномен предпринимательства как необходимое и закономерное явление в развитии общества, но, с противоположной стороны, субъекты данной деятельности, то есть – предприниматели, воспринимаются достаточно негативно обществом [7]. Результаты исследований С.Т. Джанерьяна, С.В. Рудаковой, Л.В. Ничепуренко, также показывают отношение общества, направленное на негативное восприятие предпринимателей как субъектов предпринимательской деятельности. На основе такого отношения общества у предпринимателей формируется механизм психологической защиты, который и подтверждает положение авторов о существовании «своего круга» и способствует высокой степени поддержки внутри данной группы [19].

Если опираться на работы М.В. Розина и М.И. Мелия (1993), то в своих работах авторы выделяют несколько образов, которые существуют в сознании общественной группы: – герой, своеобразный борец за справедливость, и приверженец бюрократической системы правления; злодей – человек ведущий свою деятельность нечестным путем и коммерсант, который с легкостью продаст все для удовлетворения своей выгодной позиции [31]. Опираясь на анализ источников, второй образ предпринимателя встречается и звучит чаще первого.

Данная проблема требует большого внимания со стороны исследователей, и требует дальнейшего изучения. К сожалению, на данный момент большой акцент ставится на описательную составляющую. Общество разделилось на два противоположных полюса по отношению к субъектам предпринимательской деятельности, однако нет четких объяснений какие механизмы послужили возникновению данного противоречия.

По нашему мнению, такое восприятие субъекта предпринимательской деятельности во многом опирается на традиционное понимание предпринимательской деятельности как скандального и главным образом незаконного деяния. При советском правлении такая свобода коммерческой деятельности позволяла получать высокие доходы и ассоциировалась у людей советского времени, как правило, незаконным делами. Отсюда и вытекало неуважение и презрение социума к предпринимателям.

С преобразованием экономических систем мнение общества со временем менялось в положительную сторону за счет признания данной деятельности законом, с одной стороны; но, менталитет советского общества, не позволял выйти за рамки негативного восприятия предпринимательской деятельности на протяжении долгого времени.

Таким образом, одним из факторов, показывающих успешность предпринимательской деятельности, заключается в необходимом условии быть частью общества и входить в образ предпринимателя, как стабильного и необходимого элемента социальной группы.

Обращаясь к зарубежным исследованиям, можно заметить, что на западе картина восприятие субъекта предпринимательской деятельности ровно противоположна постсоветскому пространству. В частности, в США, люди создающие и управляющие собственным делом, получают ощущение уважения и признания со стороны общества. Предприниматели, добиваясь больших финансовых успехов, становятся более мотивированными, и процент уровня собственной самооффективности возрастает за счет положительного общественного мнения. Р.Хизрач и М.Питерс [45] считают, что такое отношение складывается за счет особенностей культуры, которая выступает важным социально–психологическим компонентом в развитии предпринимательской деятельности. Такая позиция, выросшая из буржуазных предпосылок, очень активно поддерживается правительством. Разрабатываются различные проекты по развитию и ведению бизнеса, организовываются различные образовательные программы.

На сегодняшний момент такое внедрение развивающей системы, позволяет детям с ранних лет овладеть определенными навыками и сформировать «дух предпринимательства» за счет так называемых бизнес-игр или бизнес-курсов.

Последние тенденции современного общества начинают менять курс отношения власти к предпринимательству. К примеру, выделяя новые приоритеты российской и казахстанской политики, отражает определение качественные и конструктивные сдвиги в сторону поддержания предпринимательской деятельности. Стоит привести как

пример высказывание Р. Рейгана на президентской компании по облагораживанию образа предпринимателя в США: «Возращение к традициям в духе американских ценностей: семья, труд, добрососедство».

Позитивным звеном в обеих странах постсоветского пространства можно считать постоянное внедрение и стремление преуспеть за западными коллегами в развитии предпринимательства за счет обучения и внедрения программ по поддержки талантливых и способных детей, организации различных бизнес игр и бизнес школ.

Ранее мы отметили, то, что такой социально-психологический феномен разностороннего отношения к предпринимательской деятельности в российской, казахстанской и зарубежной культуре, объясняется через призму особенностей менталитета в обществе. Менталитет постсоветского человека до революционных преобразований во многом держался на общинном, а далее – на коллективном начале. Откуда и вытекает формирование «равности и бедности». Приводя пример российского государственного деятеля П.А.Столыпина, который в качестве главной цели видел развитие «зажиточных крестьян», в которых он видел средний класс, а значит и развитие будущей России.

Одним из важных социально–психологических факторов, которые способствуют развитию предпринимательской деятельности, выделяется идеология, как система представлений субъектов предпринимательской деятельности о своей роли в социальном обществе и принципах взаимодействия их социальной общности с другими группами и обществом в целом [41].

Другим же наиболее значимым фактором является система сформировавшихся моральных принципов предпринимателей. К концу XX века Российское предпринимательство следовало системе

моральных принципов царско-советского режима, где доминирование чиновничьих представлений о жестокости иерархии власти выступало основной характеристикой. Такая позиция привела к тому, что значительная часть предпринимателей выступает из коррумпированных экономических групп, что в свою очередь негативно отражается на социально–психологическом облике субъектов предпринимательской деятельности в целом.

Таким образом, социально–психологические факторы выступают ключевым моментом в предпринимательской деятельности. Культура и развитие общества формируют отношение общества к предпринимательству и предпринимателям в целом.

## **1.2. Жизнестойкость как психологическая характеристика предпринимателей**

Проблема устойчивости личности к определенным жизненным трудностям и ситуациям, всегда привлекала внимание научного сообщества. Современные условия, и ритм жизни не может не затронуть такой интерес к данному вопросу.

В этих сложных условиях актуализируются проблемы, связанные с решением возникающих перед ним трудных жизненных ситуаций. Эта проблема актуальна для каждого общества, так как социальные условия, как правило, требуют максимальной адаптации. Для некоторых людей трудные жизненные ситуации выступают в качестве повода для депрессивных состояний, другие же в подобных ситуациях проявляют свою жизнестойкость [16].

Понятие жизнестойкости «hardiness» впервые было введено С. Мадди и С. Кобейс, которое вытекает из теории личности как экзистенциальной персонологии, и включает в себя 3 важных компонента: «вовлеченность», «контроль» и «принятие риска».

Исследования жизнестойкости ведутся как за рубежом, так и в России и Казахстане. Однако, в большей степени в странах постсоветского пространства проблема является относительно новой. До сих пор не существует термина, который бы полностью соответствовал понятию жизнестойкости С.Мадди.

Сам С.Мадди рассматривал данный феномен гораздо шире, включая его в контексте социальной экологии, считая, что это качество является практически основой жизнестойкости, не только индивидуальной, но и организационной. Он определял жизнестойкость как систему определенных установок или убеждений, подающихся формированию и развитию. Жизнестойкость рассматривают как системное психологическое свойство, возникающее у человека вследствие особого сочетания установок и навыков, которые позволяют ему превращать проблемные ситуации в новые возможности [52].

Само понятие «hardiness» или жизнестойкость, используется в контексте проблематики совладения со стрессом. Жизнестойкость подчеркивает готовность к действию, которое мотивирует личность преобразовывать стрессогенные события жизни. Другими словами, жизнестойкость определяет готовность человека эффективно управлять и определять внутренние ресурсы, которые помогают совладать с трудностями в жизни.

Обращаясь к разным литературным источникам, в целом, можно найти достаточное количество определений жизнестойкости. Так, Л.А.Александрова под жизнестойкостью понимает интегральную способность человека, которая лежит в основе ее адаптации. Д.А. Леонтьев понимает под жизнестойкостью черту личности, которая характеризуется мерой преодоления заданных обстоятельств, и в результате, мерой преодоления личностью самой себя [52].

Работы Ю.И. Совы определяют жизнестойкость как личностное качество, которое позволяет воспринимать кризисные ситуации в качестве менее травматичных за счет личной активной позиции, получения положительного опыта из жизненного опыта. Жизнестойкое отношение человека при переживании кризисного события выражается в уменьшении значимости события, в вовлеченности в разрешении проблем, принятии ответственности за полученный результат. Авторами выделено два основных компонента, что включают в себя жизнестойкость: жизненное поведение и жизнестойкое отношение. Первое подразумевает активное преодоление кризисных событий, второе проявляется в восприятие событий, их субъективной оценке как наименее кризисных и значимых. За счет уверенности в своих силах, осознания собственной силы одолевать кризисные ситуации, творческого подхода к решению жизненных трудностей и гибкости поведения человек способен положительно переосмысливать значимость события, получая для себя положительный, ценный опыт и сосредоточиваясь на личностном росте [44].

М.В. Логинова, анализируя проблему, посвященную жизнестойкости, отмечает, что данное понятие рассматривается и как определённая степень «живучести», и как «отвага быть», «действовать вопреки» (Александрова А.Л., Тиллих П., Хайдеггер М.) [3].

Результаты исследования Ю.В. Сметановой и Р.А. Бахтиярова на российской выборке, показывают, что предприниматели обладают достаточным уровнем жизнестойкости и в целом обладают достаточной способностью противостоять стрессовым и экстремальным жизненным ситуациям, которые характерны для их сферы деятельности. Высокие показатели были получены по шкале вовлеченность. В целом, им свойственно тревожиться, когда наступает необходимость решать проблемы, которые не имеют готовых способов решения. [43].



Другое исследование, проведенное на белорусской выборке, проведенное с молодыми предпринимателями в целом, показали высокий уровень жизнестойкости. В данном исследовании были получены высокие показатели «принятия риска» и «уровня контроля». Однако показатели степени вовлеченности были невысоки [10].

Таким образом, жизнестойкость – личностное образование, которое развивается в течении всей жизни человека, в процессе освоения культуры и развития общества. При развитой жизнестойкости, характер взаимодействия личности с миром становится более открытым.

### **1.3. Обзор литературы, посвященной исследованиям ценностных ориентаций предпринимателей**

Предпринимательство является особым типом деятельности, где на первый план выходит взаимосвязь предпринимателя с личностью и ее свойствами. Если предпринимательство выступает деятельностью конкретного человека, значит, характер развития зависит от активности самого субъекта.

Выше мы рассмотрели, что предпринимательство и предприниматель как субъект профессиональной деятельности влияет на экономическую эффективность и в конечном итоге на благосостояние всего общества. Отсюда следует, что все это происходит благодаря сформировавшейся отчетливо системе убеждений и ценностей конкретного предпринимателя. Вопросы, которые связаны с описанием портрета предпринимателя, выходят на первый план. В отечественной литературе существует определенный пробел в изучении данного вопроса.

Ценности являются центральным звеном в культуре, а значит и критерием формирования индивидуального бытия личности [35]. Предпринимательство в свою очередь является своеобразным полигоном, на котором проверяются ценностные ориентации.

Исследования О.В. Корнейко [25] несут попытку разобраться в исследовании иерархии ценностей предпринимателей. К профессиональным ценностям автор приводит, прежде всего, эндогенные факторы, которые свидетельствуют о признании ответственности личности за результаты своего дела. А также потребность в независимости, связанная с социальной позицией в обществе. На одном уровне с независимостью выступает, на наш взгляд, самая очевидная ценность – деньги или мотив в желании заработать. Однако, исследование полагается на внутреннюю систему ценностей и трактует цели современного предпринимателя не с позиции максимизации прибыли, а с сочетания личной выгоды с учетом пользы для общества.

В современных исследованиях авторы делают акцент на профессиональные ценности предпринимателя, к которым относят, прежде всего, рациональность, социальную ответственность, инициативность, независимость [35]. Однако в странах запада нет четких разграничений между ценностями предпринимателей и ценностями населения в целом.

Страны постсоветского пространства разделяют такие ценности как коллективизм, патернализм и так далее, в силу определяющей роли правительства в различных сферах деятельности на протяжении долгих столетий. Именно с этим связано нежелание и отказ заниматься предпринимательской деятельностью, что приводит к тому, что общество ориентировано на ценности советского периода – традиции, к примеру. Такие статистические показатели ставят акцент на том, что предпринимательская активность в российском и казахстанском обществе является довольно низкой по сравнению со странами Европы, к примеру [35].

Источником ценностей, которые выступают наперекор деятельности предпринимателя, выступают основные институты общества, которые лишь на уровне формальности соответствуют ценностям предпринимательства. Как мы выяснили, активность предпринимателя тем выше, чем больше в нем доля лиц, которые разделяют ценности субъекта предпринимательской деятельности. Поэтому устранение причин, которые негативно влияют на развитие предпринимательской деятельности, не приведет к увеличению активности населения в сфере бизнеса. Как правило, ценности, приобретённые в процессе социализации через социальные институты – университет, семья, религия, а также экономические и политические институты, влияют на эту активность.

Как показывает анализ источников, специфика ценностных ориентаций общества в целом, и представителей предпринимательской деятельности, влияет на поведенческие практики и характер социальной адаптации. К примеру, субъекты российского предпринимательства склонны ориентироваться на ценности, полагаясь на свой собственной субъективной опыт, а не на провозглашенных государством идеальных ориентиров модернизации и инноваторства.

В исследовании М.С. Васянина [6] показатели ценностных ориентаций свидетельствуют, что предприниматели более всего разделяют ценности семьи и общения. Ниже располагаются независимость, инициативность и свобода.

М.Кон [51] в своем исследовании проанализировал предпринимателей, в частности мужчин в США, где он дал оценку предпринимательства, субъекты предпринимательской деятельности, обозначил ее как сложную работу с более высоким доходом, но с большим риском потерять бизнес в системе деятельности, что в

структуре ценностей позволило им сделать упор на максимизацию прибыли.

В своей работе Паркер (2004) [53] выделил три психологических качества, общие для предпринимателей. Первое — это необходимость успеха, или необходимость в достижении цели, которая является одной из самых важных составляющих в структуре предпринимательской деятельности. Автор также отметил, что «компания с более высоким уровнем все больше энергетических предпринимателей создают потребность в успехе, что, в свою очередь, создает быстрый экономический рост». Активное поведение также связано с этим свойством, нелюбовь к рутинной работе, ответственность за свои действия и разумное отношение к риску. Второе и третье, - выступающее ценностным компонентом является внутренний локус контроля и риск, предприниматель осуществляет контроль над своими действиями, и сам несет ответственность за свои решения, то есть, внешние факторы не влияют на успешность предпринимательской деятельности [53].

## **ГЛАВА 2. ПРОГРАММА ИССЛЕДОВАНИЯ СООТНОШЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ВЫРАЖЕННОСТИ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЯ И ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МАЛОГО БИЗНЕСА РОССИИ И КАЗАХСТАНА**

### **2.1. Цель, объект, предмет, задачи и гипотеза исследования**

**Целью** работы является изучение проявления особенностей жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей России и Казахстана.

Цель исследования определяет следующие **задачи**:

1. Выявить уровень жизнестойкости у предпринимателей.
2. Выявить ценностные ориентации предпринимателей.
3. Сравнить показатели уровня жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей.
4. Выявить взаимосвязь между показателями жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей.

**Гипотеза** исследования:

3. Существуют различия ценностных предпочтений у предпринимателей.
4. Существует взаимосвязь между показателями жизнестойкости и ценностных ориентаций у предпринимателей.

**Объект** – предприниматели.

**Предмет** – особенности выраженности жизнестойкости и ценностных ориентаций.

**Выборка**: в исследовании приняли участие 23 предпринимателя малого бизнеса г.Караганды, из них 7 женщин и 16 мужчин, и 23 предпринимателя малого бизнеса г.Челябинска, из них 9 женщин и 14 мужчин.

**Методики** исследования:

- 1) Тест жизнестойкости С.Мадди, (в адаптации Д. А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой).

## 2) Ценностный опросник Ш. Шварца.

**Практическая значимость исследования:** заключается в возможности использования его результатов при проведении практической работы по консультированию людей в предпринимательской деятельности, как действующих, так и начинающих, профессиональной ориентации и подготовке молодежи к предпринимательству. Результаты открывают возможности понимания социально-психологических факторов повышения эффективности предпринимательской деятельности.

### 2.2. Методики исследования

*Тест жизнестойкости С.Мадди, (в адаптации Д. А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой).*

Опросник «Hardiness Survey», разработанный американским психологом С.Мадди в 1984г, используется в адаптации Д.А.Леонтьева и Е.И.Рассказовой в 2006г. Опросник предназначен для оценки общего показателя уровня жизнестойкости, и представляет собой систему убеждений о себе и мире, об отношении с миром. Опросник включает в себя три компонента: вовлеченность, контроль и принятие риска.

**Шкала вовлеченность:** определяется как убежденность личности в том, что сопричастность в происходящее даст наибольшую возможность найти что-то стоящее и интересное для него самого. Данный компонент способствует получению удовольствия и удовлетворенности от своей деятельности.

**Шкала контроль:** представляет собой систему убеждений личности, в том, что борьба помогает влиять на результаты происходящего. Хорошо сформированный компонент - контроль, позволяет охарактеризовать человека как самостоятельного и направляющего свой вектор жизненного и профессионального пути целенаправленно и с большой уверенностью.

**Шкала принятие риска:** человек с развитой шкалой принятия риска, как правило убежден в том, что любое происшествие в его жизни и старания направленные на преодоление трудностей, только благотворно влияют на развитие личности, независимо от характера протекания данного опыта. Результаты теста жизнестойкости оценивают меру способности человека переживать стрессовую ситуацию, сохраняя при этом внутреннее спокойствие и баланс. Таким образом, выраженность уровня жизнестойкости и ее компонентов не предполагают возникновения в стрессовых ситуациях внутреннего напряжения и противостоят негативному воздействию стресса на организм человека.

При интерпретации теста, учитывают прямые и обратные вопросы, которым присваиваются баллы от 0 до 3 на прямые пункты («нет» – 0 баллов, «скорее нет, чем да» – 1 балл, «скорее да, чем нет» – 2 балла, «да» – 3 балла) и от 3 до 0 на обратные пункты («нет» – 3 балла, «да» – 0 баллов).

Далее все набранные баллы по всем показателям жизнестойкости суммируются. Жизнестойкость является интегральным показателем и высчитывается как сумма трех других показателей. Нормы по показателям: Жизнестойкость – 80,72; Вовлеченность 37,64; Контроль – 29,17; Принятие риска – 13,91[20].

Инструкция, стимульный материал и ключ для обработки представлены в Приложении А.

### ***Ценностный опросник Ш.Шварца***

Опросник Ш.Шарца предназначен для исследования динамики изменения ценностей как в группах (культурах) в связи с изменениями в обществе, так и для личности в связи с ее жизненными проблемами.

В основе опросника ценности, которые делятся на две группы: *социальные* ценности и *индивидуальные* ценности. Сам опросник состоит из 2 частей, испытуемым предлагается два этапа диагностики.

Первая часть опросника предназначена для изучения ценностей, идеалов и убеждений, оказывающих влияние на личность. Список состоит из 57

ценностей, который испытуемый оценивает по шкале от 7 до -1, где 7 предполагает- исключительно важную в качестве руководящего принципа жизни ценность человека, и -1 противоположно принципам, которым следует человек.

Вторая часть опросника состоит из 40 описаний некоторых людей, каждое из которых, испытуемый оценивает исходя из субъективного восприятия, и оценивает себя по шкале от 4 до «-1», где: 4 - «очень похож»; 3 «похож»; 2 – «в некоторой степени похож; 1 – «немного похож»; 0 – «не похож»; «-1» - «совсем не похож.

В методике выделяется 10 основных шкал ценностных ориентаций:

1. Конформность – сдерживание действий и побуждений, которые могут навредить другим и не соответствует социальным ожиданиям.
2. Традиции – уважение и принятие существующих культурных идей.
3. Доброта – сохранение благополучия общества, и людей, в частности, с которыми человек находится в личных контактах.
4. Универсализм – терпимость и понимание людей, защита благополучия окружающей среды.
5. Самостоятельность – самоуправление, полный контроль над выбранными действиями и собственной активной позицией.
6. Стимуляция – стремление к новизне и глубоким переживаниям.
7. Гедонизм – чувственное удовольствие и наслаждение жизнью.
8. Достижение – личный успех через проявление компетентности в соответствии с социальными стандартами.
9. Власть – достижение социального статуса и признания обществом.
10. Безопасность – гармония и стабильность в обществе.

Инструкция, стимульный материал и ключ для обработки представлен в Приложении Б.



### **2.3.Методы математической и статистической обработки данных**

В качестве метода математической обработки данных использовалась описательная математическая статистика.

В исследовании был использован t-критерий Стьюдента для независимой выборки, который предназначен для оценки различий между двумя выборками по уровню какого-либо признака, количественно измеренного.

### ГЛАВА 3. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ИССЛЕДОВАНИЯ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ ПОКАЗАТЕЛЯМИ В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТЕЙ И УРОВНЯ ЖИЗНЕСТОЙКОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

#### 3.1. Результаты изучения уровня жизнестойкости у предпринимателей России и Казахстана

На первом этапе исследования проводилась диагностика уровня жизнестойкости предпринимателей двух стран России и Казахстана. В исследовании принимали участие 46 представителей малого бизнеса. Нами был использован тест-опросник жизнестойкости С. Мадди в адаптации Д.А. Леонтьева, Е. И. Рассказовой.

По результатам диагностики были получены одноуровневые результаты.

Для наглядности составим диаграмму распределения уровня жизнестойкости у предпринимателей. Полученные результаты изображены на рисунке 1.

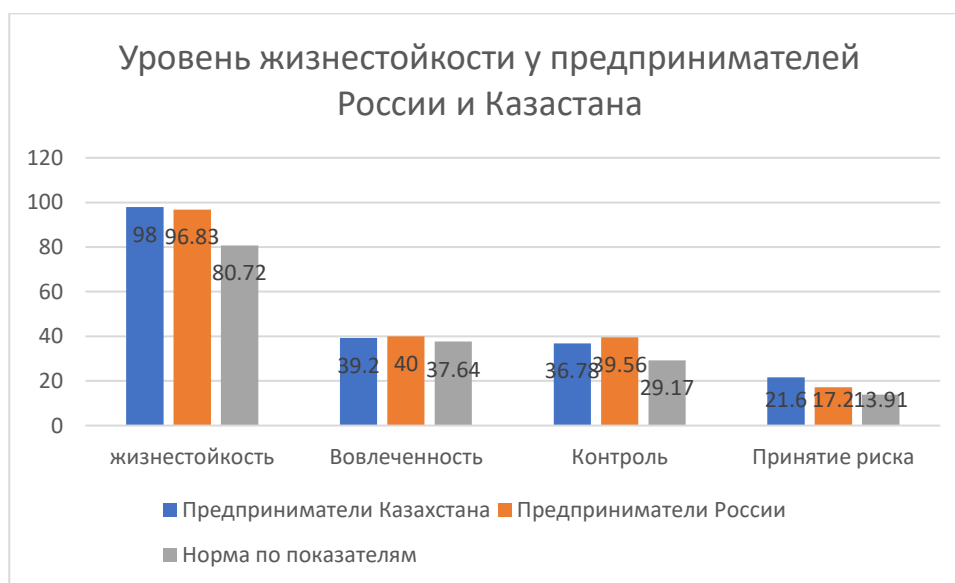


Рис. 1. – Распределение уровня жизнестойкости у предпринимателей России и Казахстана.

На рисунке мы можем видеть, что средние показатели уровня жизнестойкости и его компонентов выше уровня нормы, в обеих выборках. Данные результаты характеризуют предпринимателей как людей жизнестойких, с высокой уверенностью в своих возможностях и активным уровнем преодоления трудностей.

Далее, с помощью программы SPSS мы провели статистический анализ, применив непараметрический критерий Колмогорова-Смирнова. Было установлено, что распределение показателей жизнестойкости и входящих компонентов не отличаются от нормального. Представленные результаты показаны в таблице 1.

Таблица 1

Критерий Колмогорова – Смирнова при критическом значении 0,14 для  $p \leq 0,05$

| Шкала          | Асимптотическая значимость (двусторонняя) |
|----------------|---|
| Вовлеченность  | 0,414                                     |
| Контроль       | 0,468                                     |
| Принятие риска | 0,924                                     |
| Жизнестойкость | 0,878                                     |

Далее, провели расчет среднего арифметического, стандартного отклонения, ошибки средней арифметической. С помощью t-критерия Стьюдента определялась достоверность различий. Полученные результаты приведены в таблице 2.

Таблица 2

Различия в выраженности жизнестойкости предпринимателей  
России и Казахстана

| Критерий              | КЗп(n-23) |              |             | РФп (n-23)   |              |             | t            | p                          |
|-----------------------|-----------|--------------|-------------|--------------|--------------|-------------|--------------|----------------------------|
|                       | М         | $\delta$     | m           | М            | $\delta$     | m           |              |                            |
| Вовлеченность         | 39,2      | 6,5          | 1,6         | 40           | 8,3          | 1,7         | 0,710        | 2,013<br>при<br>$p < 0,05$ |
| Контроль              | 36,78     | 7,59         | 1,6         | 39,56        | 7,61         | 1,6         | 0,568        |                            |
| Принятие риска        | 21,6      | 6,7          | 1,4         | 17,2         | 7,2          | 1,4         | 0,890        |                            |
| <b>Жизнестойкость</b> | <b>98</b> | <b>16,58</b> | <b>3,45</b> | <b>96,83</b> | <b>15,82</b> | <b>3,30</b> | <b>0,629</b> |                            |

Условное обозначение:  $M$  – среднее арифметическое;

$\delta$  – стандартное отклонение;  $m$  – ошибка средней;  $t$  – критерий Стьюдента;  $p$  – уровень значимости; КЗп – предприниматели Казахстана; РФп – предприниматели России.

Средние значения обеих выборок по показателям практически не отличаются, также различия между показателями стандартного отклонения практически не разнятся.

Показатели среднего арифметического и стандартного отклонения близки по значениям и проведенный расчет показал отсутствие статистических различий между Российской и Казахской выборками (все значения  $t$ -критерия Стьюдента находятся в зоне незначимости, при критическом значении 2,013 для  $p < 0,05$ ).

Таким образом, опираясь на полученные результаты на начальном этапе, по «Тесту жизнестойкости» С. Мадди, на наш взгляд, можно предварительно сделать вывод о том, что основная гипотеза не подтверждается.

Такие результаты могут говорить нам о том, что представители малого бизнеса обеих стран имеют тенденцию к преодолению схожих жизненных ситуаций, что характеризует их как уверенных, не склонных к переживаниям или склонным к нечастым переживаниям, сильных людей.

Как отмечено в результатах одинаковое проявление жизнестойкости не связано с социальными факторами, такими как разные средовые компоненты и разная культурная принадлежность. Схожесть тесно связано с историческим фактором и факт ценностного единства является результатом дружеских отношений между народами, которые складывались на протяжении столетий. Так же, необходимо отметить такой критерий как – территориальная близость. Схожесть показателей определяется, вероятно, тем, что жизнестойкость, являясь более личностной характеристикой, опосредуется похожими условиями осуществления профессиональной деятельности, которая диктует определенные критерии, для соблюдения которых предпринимателю так или иначе необходимо иметь высокий

уровень жизнестойкости – стрессовые ситуации, сопровождающиеся эмоциональными переживаниями, возможные трудности ведения бизнеса и так далее.

Исходя из полученных результатов, предприниматели как люди жизнестойкие считают, что они ничего не опасаются, что легко могут быть вовлечены в события вокруг них, не боясь принимать риск.

При наличии общей схожести уровня жизнестойкости, были установлены статистически незначимые различия в содержании жизнестойкости предпринимателей двух стран. В целом, казахстанские предприниматели имеют незначительно выше показатель уровня жизнестойкости.

### **3.2. Анализ данных, полученных при диагностике ценностных ориентаций**

Для достижения задачи исследования по выявлению ценностных ориентаций у предпринимателей был проведен опросник «Ценностных ориентаций Ш.Шварца».

Автором предложено 10 основных ценностей на уровне *социальных* и *индивидуальных* ценностей. Мы проанализировали ведущие ценности среди предпринимателей.

Проранжировав средние величины ценностных ориентаций у предпринимателей, мы получили следующие показатели ведущих ценностей, на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных показателей. Для наглядности полученные результаты показаны на рисунке 2 и 3.

Значения выраженности ранговых показателей на уровне нормативных и индивидуальных показателей с учетом средних значений, представлены в Приложении В.



Рис.2. – Ранговое соотношение ценностных ориентаций у предпринимателей Казахстана.

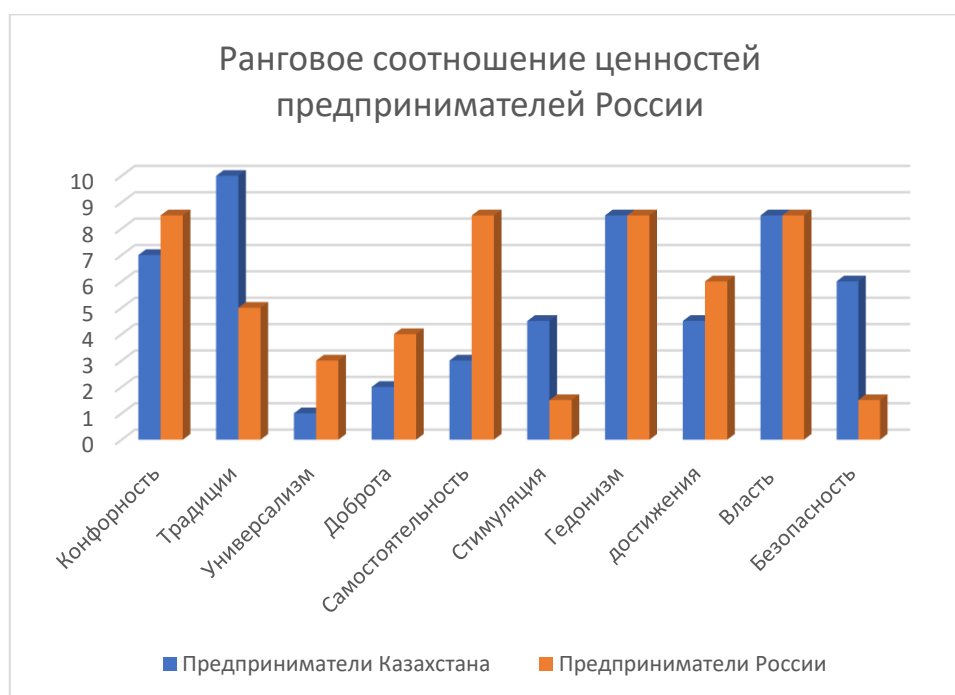


Рис.3. – Ранговое соотношение ценностных ориентаций предпринимателей России.

Как можно заметить, оценка ценностных ориентаций в приоритетном соотношении расходится в показателях у предпринимателей России и Казахстана. Учитывая особенности выбранного нами опросника, результаты, полученные по двум частям, обычно не совпадают, так как ценностные

ориентации личности на уровне нормативных идеалов не всегда могут быть реализованы в поведении человека, вследствие определенных ограничений, связанных с групповым давлением, соблюдением определенных норм и традиций. Часто это может быть следствием следования образцам поведения общества.

На уровне индивидуальных и нормативных приоритетов в казахстанской выборке выступают «традиции», это характеризует то, что, казахстанские предприниматели предпочитают следовать ценностям обусловленных традициями, что является символом групповой солидарности. Это говорит о склонности к определенным видам деятельности, а также предпочтение определенного «этикета» ведения дел, обусловленными национальными традициями, мировоззрением, господствующей религией, и особенностями национального исторического и социокультурного развития. Далее на уровне индивидуальных приоритетов следует «стимуляция», что характеризует предпринимателей как склонных к стремлению к новизне и потребности в стимуляции за счет глубоких переживаний.

У российской выборки «стимуляция» так же является первостепенной на уровне индивидуальных показателей. Схожесть данного показателя, обусловлена скорее всего социальным опытом предпринимательской деятельности.

«Власть» выступает ведущей ценностью в казахстанской выборке на уровне нормативных идеалов, однако по показателям индивидуальных приоритетов, она занимает только пятое место. Возможно такое несовпадение связано с большим давлением общества и навязанных стандартов и особенностей ведения данной деятельности. Что не скажешь о «конформности» в казахстанской выборке. Эти показатели совпали на обоих уровнях ценностных ориентаций. Что говорит нам о том, что в своем поведении казахстанские предприниматели достаточно сдержанны, и вежливы. Обладают социальной дисциплиной и более склонны соответствовать социальным ожиданиям.

Уровень нормативных ценностей у российской выборки, показывает, что «универсализм», «доброта», характеризующие «Выход за пределы своего «Я» и «самостоятельность», как показатель «Открытости изменениям», выступают ведущими ценностями. Однако, на уровне индивидуальных показателей данные ценности имеют ниже ранг. В особенности, показатель «самостоятельности», это значит, что в своей деятельности, российские предприниматели в реальной жизни, больше склонны делегировать свои обязанности, и руководствоваться в первую очередь не на себя, а мнение окружающих в выборе способа действия.

### **3.3. Соотношение показателей ценностных ориентаций у предпринимателей**

Далее, для изучения характера отношений между ценностями мы подсчитали коэффициенты корреляции между значимостью типов ценностей на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных приоритетов для каждой группы испытуемых. Результаты представлены в таблице 3 и таблице 4.

Значения выраженности шкал ценностных ориентаций на уровне нормативных идеалов по среднему и стандартному отклонению близки по значению в обеих группах. Однако, полученные данные, различия между ценностными показателями между предпринимателями двух стран, рассчитанных по формуле  $t$  – критерия Стьюдента, оказались статистически значимы. Если значимость меньше 0,05, между группами существуют статистически значимые различия. Так, из результатов видно, что по шкалам традиции, универсализм, доброта, гедонизм и власть, существуют различия в выборках.



Различия выраженности ценностных ориентаций у  
предпринимателей двух стран на уровне нормативных идеалов

| Параметры         | Средние значения и стандартные отклонения |            |            | Уровень значимости $p < 0,05$ |
|-------------------|---|------------|------------|-------------------------------|
|                   |   | КЗп        | РФп        |                               |
| Конформность      | <i>M</i>                                  | 4,9        | 4,2        | 0,147                         |
|                   | $\delta$                                  | 1,5        | 1,2        |                               |
| Традиции          | <i>M</i>                                  | <b>5,5</b> | <b>3,8</b> | <b>0,003</b>                  |
|                   | $\delta$                                  | <b>1,3</b> | <b>0,9</b> |                               |
| Универсализм      | <i>M</i>                                  | <b>3,7</b> | <b>5,1</b> | <b>0,002</b>                  |
|                   | $\delta$                                  | <b>1,3</b> | <b>1,6</b> |                               |
| Доброта           | <i>M</i>                                  | <b>3,4</b> | <b>4,9</b> | <b>0,001</b>                  |
|                   | $\delta$                                  | <b>1,4</b> | <b>1,6</b> |                               |
| Самостоятельность | <i>M</i>                                  | 4,3        | 4,6        | 0,458                         |
|                   | $\delta$                                  | 0,7        | 0,9        |                               |
| Стимуляция        | <i>M</i>                                  | 4,3        | 4,4        | 0,782                         |
|                   | $\delta$                                  | 0,7        | 1,1        |                               |
| Гедонизм          | <i>M</i>                                  | <b>4,7</b> | <b>3,7</b> | <b>0,003</b>                  |
|                   | $\delta$                                  | <b>0,8</b> | <b>1,1</b> |                               |
| Достижение        | <i>M</i>                                  | 4,3        | 4,4        | 0,910                         |
|                   | $\delta$                                  | 0,7        | 1,1        |                               |
| Власть            | <i>M</i>                                  | <b>5,1</b> | <b>3,7</b> | <b>0,001</b>                  |
|                   | $\delta$                                  | <b>1,3</b> | <b>0,9</b> |                               |
| Безопасность      | <i>M</i>                                  | 4,8        | 4,3        | 0,117                         |
|                   | $\delta$                                  | 1,4        | 1,1        |                               |

Условное обозначение: *M* – среднее значение;  $\delta$  - стандартное отклонение; КЗп- казахстанские предприниматели; РФп – российские предприниматели.

Высокий показатель в казахстанской выборке по шкале традиции на уровне нормативных идеалов, говорит нам о том, что, предприниматели

Казахстана, в большей степени подвержены влиянию традиций и сформированных культурных факторов. В российской выборке по показателям степени рангов, традициям присвоен последний ранг из списка ценностей, что говорит о том что, российские предприниматели не отмечают традиции в качестве ведущей ценности.

Другим показателем с противоположными полюсами по двум выборкам является «универсализм», здесь ситуация обстоит прямо противоположно. В списке ценностей «универсализм» занимает предпоследнюю строчку в казахстанской выборке, а в российской «универсализму» присвоен первый ранг. Это может быть связано с тем, что, российские предприниматели склоняются в большей степени воспринимать точку зрения других людей, и умеют применять различные подходы для решения определенной задачи, то что Шварц определяет как «Выход за пределы своего «Я». Социальная справедливость является ключевым моментом в данной ценности.

Статистически значимой ценностью также считается «доброта». Из таблицы нормативных идеалов видно, что в российской выборке у предпринимателей лежит в основе доброжелательность и фокусировка на благополучие в повседневном взаимодействии с близкими, скорее за счет стиля воспитания и навязанных идей взаимодействия, для сохранения благополучия людей. В выборке казахстанских предпринимателей, респонденты не видят ценность, полезность и честность в личных контактах.

«Гедонизм» и «Власть» так же статистически выше по показателям в казахстанской выборке. Казахстанские предприниматели считают, что получать удовольствие от жизни, один из основных жизненных ценностей, и ставят данную ценность выше, нежели представители российской выборки. Это является показателем преобладания стремления самоутвердиться представителей данной выборки.

Показатели «власти», которые в казахстанской выборке выступают одной из главных значимых ценностей, говорят нам о важности обладания высокого уровня в достижении социального статуса или престижа.

Авторитет и богатство подчёркивают важность в достижении и сохранении доминантной позиции в казахстанской выборке.

Далее мы проанализировали результаты на уровне индивидуальных приоритетов, представленные в таблице 4.

Таблица 4

Различия выраженности ценностных ориентаций у предпринимателей  
двух стран на уровне индивидуальных приоритетов

| Параметры         | Средние значения и стандартные отклонения |            |            | Уровень значимости<br>$p < 0,05$ |
|-------------------|---|------------|------------|----------------------------------|
|                   |   | КЗп        | РФп        |                                  |
| Конформность      | М   | 1,9        | 1,7        | 0,286                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,5        | 0,7        |                                  |
| Традиции          | М   | 2,1        | 1,9        | 0,160                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,7        | 0,9        |                                  |
| Универсализм      | <b>М</b>                                  | <b>1,6</b> | <b>2,1</b> | <b>0,001</b>                     |
|                   | $\delta$                                  | 0,4        | 0,8        |                                  |
| Доброта           | <b>М</b>                                  | <b>1,8</b> | <b>2,0</b> | <b>0,032</b>                     |
|                   | $\delta$                                  | 0,6        | 0,4        |                                  |
| Самостоятельность | М   | 1,6        | 1,7        | 0,600                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,7        | 0,9        |                                  |
| Стимуляция        | М   | 2,1        | 2,2        | 0,534                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,7        | 1,1        |                                  |
| Гедонизм          | М   | 1,6        | 1,7        | 0,610                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,6        | 0,5        |                                  |
| Достижение        | М   | 1,4        | 1,8        | 0,144                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,6        | 0,8        |                                  |
| Власть            | М   | 1,7        | 1,7        | 0,918                            |
|                   | $\delta$                                  | 0,6        | 0,8        |                                  |
| Безопасность      | <b>М</b>                                  | <b>1,6</b> | <b>2,2</b> | <b>0,010</b>                     |
|                   | $\delta$                                  | <b>0,6</b> | <b>0,8</b> |                                  |

Условное обозначение: М – среднее значение;  $\delta$  – стандартное отклонение; КЗп – казахстанские предприниматели; РФп – российские предприниматели.

Таким образом, как видно из таблицы 4, статистически значимыми получились различия в выраженности таких ценностей как «универсализм», «доброта», и «безопасность».

В российской выборке такая ценность как «универсализм» на уровне индивидуальных приоритетов снова выступает одним из главных ценностных предпочтений, это значит, что уровень индивидуальных и нормативных ценностей совпадают по данному показателю в российской выборке, и российские предприниматели более склонны к терпимости и пониманию, чем казахстанские предприниматели. Также основной определяющей целью данной ценности является защита благополучия людей и природы.

Более «добрыми» оказались также российские предприниматели. Данный тип ценностей является производным от потребности в позитивном взаимодействии и обеспечении процветания группы, а основными составляющими являются честность, дружба, полезность, ответственность, лояльность, снисходительность, зрелая любовь.

#### **3.4. Взаимосвязь жизнестойкости с ценностными ориентациями у предпринимателей**

С помощью корреляционного анализа Пирсона, мы рассмотрели корреляционную связь жизнестойкости с показателями ценностных ориентаций на уровне нормативных и идеальных приоритетов предпринимателей России и Казахстана.

При исследованиях не было выявлено связей между показателями жизнестойкости и ценностей на уровне нормативных идеалов как у предпринимателей России, так и Казахстана.

Взаимосвязь на уровне индивидуальных приоритетов была выявлена у предпринимателей России. В таблице 5 мы видим наличие связей жизнестойкости с ценностными ориентациями.

Таблица 5

Взаимосвязь жизнестойкости с ценностными ориентациями на уровне индивидуальных приоритетов у предпринимателей России.

| ЦО                | Жизнестойкость | Вовлеченность | Контроль | Принятие риска |
|-------------------|----------------|---------------|----------|----------------|
| Конформность      | 0,173          | 0,239         | -0,020   | 0,151          |
| Традиции          | 0,098          | -0,048        | 0,193    | 0,042          |
| Доброта           | -0,186         | -0,054        | 0,035    | <b>-0,361*</b> |
| Универсализм      | -0,025         | 0,204         | 0,045    | <b>-0,298*</b> |
| Самостоятельность | 0,038          | 0,143         | 0,164    | -0,202         |
| Стимуляция        | -0,052         | 0,057         | 0,074    | -0,243         |
| Гедонизм          | 0,059          | 0,078         | 0,181    | 0,132          |
| Достижения        | -0,011         | -0,035        | 0,136    | -0,103         |
| Власть            | 0,114          | 0,193         | -0,045   | 0,107          |
| Безопасность      | 0,078          | 0,102         | 0,277    | -0,225         |

Примечание: \* - корреляция значима при уровне значимости  $p < 0,05$ .

Как видно из таблицы 5 показателя методики «Ценностные ориентации Ш.Шварца», имеют значимые отрицательные взаимосвязи с показателями «Опросника жизнестойкости М.Мадди». Так, были зафиксированы обратные взаимосвязи с показателями «доброта» ( $p < 0,05$ ), и «универсализм» ( $p < 0,05$ ), отрицательная взаимосвязь говорит о том, что, чем выше уровень принятия риска в российской выборке, тем ниже уровень таких ценностей как «доброта» и «универсализм». Это может быть связано с тем, что принятие

риска так или иначе связано с агрессивностью, поэтому такая ценность как «доброта» отвергается.

Содержание ценности «Универсализм», Ш.Шварц трактует так: «Мотивационные цели универсализма производны от тех потребностей выживания групп и индивидов, которые становятся явно необходимыми при вступлении людей в контакт с кем-либо вне своей среды или при расширении первичной группы», таким образом такой компонент как принятие риска у предпринимателей России не диктуется потребностями выживания, а сама мотивация не определяет их поведение и отвергается.

## ВЫВОДЫ

1. При изучении уровня жизнестойкости у предпринимателей России и Казахстана, не было выявлено значимых различий. У казахстанской и российской выборки показатели жизнестойкости находятся выше уровня нормы, то есть выборки имеют высокий уровень показателя жизнестойкости и ее компонентов.

2. При исследовании ценностных ориентаций было обнаружено, что приоритеты ценностных предпочтений на уровне нормативных и индивидуальных приоритетов имеют разные ранговые показатели в обеих выборках. В казахстанской выборке доминируют такие ценности как «конформность» и «традиции». В российской выборке предпочтительны такие ценности как «универсализм», «доброта». Между данными показателями были выявлены статистические значимые различия. Различия обусловлены различными социальными и культурными факторами.

3. Взаимосвязь жизнестойкости с ценностными ориентациями была выявлена только в российской выборке на уровне индивидуальных приоритетов. В казахстанской выборке полностью отсутствует связь жизнестойкости и ценностных ориентаций. Корреляции на уровне индивидуальных приоритетов в российской выборке имеет отрицательную взаимосвязь между компонентом жизнестойкости «принятие риска» с такими ценностями как «доброта» и «универсализм».



## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Дипломная работа посвящена изучению особенностей выраженности жизнестойкости и ценностных ориентаций предпринимателей России и Казахстана. В теоретической части работы рассматривались различные подходы к определению психологических особенностей предпринимателей. Так же были изучены подходы к раскрытию понятия жизнестойкости и ценностных ориентаций, приведен обзор исследований посвященных изучению данных феноменов.

Целью эмпирического исследования являлось выявление особенностей выраженности жизнестойкости и ценностных ориентаций предпринимателей. В результате исследования были выявлены показатели жизнестойкости в обеих выборках и приоритеты в ценностных предпочтениях. Так же были исследованы взаимосвязи между показателями жизнестойкости и ценностных ориентаций на уровне нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов.

В результате исследования были обнаружены сходства в показателях жизнестойкости и ее отдельных компонентов у предпринимателей России и Казахстана. Так же были выявлены разные показатели в приоритетах между показателями ценностных ориентаций. Были выявлены связи жизнестойкости с ценностными предпочтениями на уровне индивидуальных приоритетов у предпринимателей России.

Полученные результаты могут применяться в психологическом индивидуальном и групповом консультировании. А также могут содействовать более детальному изучению жизнестойкости и ее связи с ценностными ориентациями у предпринимателей, применяться в различных психологических работах, направленных на развитие, повышение качеств жизнестойкости. Результаты исследования также можно использовать в

психологических тренингах, направленных на повышение уровня жизнестойкости.

Дальнейшее подробное и углубленное изучение связи жизнестойкости и ценностных ориентаций можно осуществить с помощью увеличения выборки, исследования различных демографических групп, а также дополнения полученных результатов лонгитюдным исследованием.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абульханова, К.А. Психология и сознание личности / К.А.Абульханова. – М.: Моск. социальн. инст-т, 1999. – 218 с.
2. Абульханова, К.А. Личностные механизмы регуляции деятельности / К.А.Абульханова. – М., 1982. – С.32–41.
3. Александрова, Л.А. К концепции жизнестойкости в психологии. Сибирская психология сегодня: сб. науч. тр. / под ред. М. М. Горбатовой [и др.]. – Кемерово., 2004. Вып. 2. – С. 147–154.
4. Альгин, А.П. Риск: сущность, функции, детерминация, разновидности, методы оценки (социально-философский анализ): автореф. дис....докт. философ, наук /А.П.Альгин. – М., 1990. – 208с
5. Бодалев, А.А. Рабочая книга практического психолога: пособие для специалистов, работающих с персоналом / А.А. Бодалев, А.А. Деркач, Л.Г. Лаптев. – М.: Институт психотерапии, 2006. – 640с.
6. Васянин, М.С. Ценности и ценностные ориентации предпринимателей в современном российском обществе: дис ...к.соц.наук / М.С.Васянина. – Пенза, 2013. – 164 с.
7. Вильданова, А.А.. Восприятие частного предпринимателя и частных предпринимателей /А.А.Вильданова, Т.Л. Алавидзе, Е.В.Антонюк // Вестник МГУ. – Сер. 14. - Психология. –1997. – №4. – С. 65 – 72.
8. Гибадуллин, Р.Ф. Предпринимательской слой - важнейший элемент рыночной социально-экономической системы / Р.Ф.Гибадуллин. – М.: Новина, 2000. – 233с.
9. Глушач, Н.Н. Индивидуально-психологические особенности предпринимателей: дис. ...канд. психол. наук /Н.Н.Глушач. – М., 1998. –142с.

10. Гофанова, Г. Психологические характеристики молодых предпринимателей: жизнестойкость / Г. Гофанов // Психология. – 2017. – № 2. – С.12-18.
11. Дейнека, О.С. Экономическая психология: учеб. Пособие / О.С.Дейнека.– СПб.: Изд - во Спб ГУ, 2000-е.133 – 155.
12. Деркач, А.А. Акмеологическая культура личности: содержанием, закономерности, механизмы развития / А.А. Деркач. - М.: МПСИ, 2006.- 496с.
13. Джанерьян, С.Т. Опыт изучения личностных особенностей представителей частного сектора экономики / С.Т.Джанерьян, С.В.Рудакова, Л.В.Ничепуренко // Психологическая адаптация личности к условиям рыночной экономики: сб. статей; отв. ред. Т.Ю. Синченко. – Ростов Н/Д: ЮРГИ, 1999. С.217 – 227 с.
14. Дружинин, В.Н. Руководитель корпорации - новый социально-психологический тип личности / В.Н. Дружинин, Г. Коваленко // Российский эконом .журн. – 1994. - №12. – С.73–79.
15. Друкер, П.Ф. Эффективный управляющий / П.Ф. Друкер. – М.: СП Бук Чембер Интернэшнл, 1994. – 266с.
16. Егорова, Л.З. Воспитать стрессоустойчивую личность / Л.З.Егорова // Воспитание школьников. – 2000.-№ 4. – С. 3–12.
17. Емельянов, Е.Н. Психология бизнеса / Е.Н.Емельянов, С.Е.Поварницына. – М.: Армада, 1998. –511с.
18. Журавлев, А.Л. Предприниматель в структуре социальных отношений /А.Л.Журавлев, В.П.Позняков // Социологические исследования. – 1994. – №5. – С.23–30.
19. Журавлёв, А.Л. Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. – 1993. – Т. 14. – №6.- С. 18–25.

20. Завьялова, Е.К. Психология предпринимательства: учеб. пособие / Е.К.Завьялова, С.Т.Посохова. – Спб.: Изд-во Спб ГУ, 2004. – 296с.
21. Заславская, Т.И. Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура статус //Социологические исследования. – 1995. – №3. – С. 312.
22. Зомбарт, В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека / В.Зомбарт. – М.: Наука, 1994. – 442с.
23. Карлоф,Б. Деловая стратегия. Концепция, содержание, символы / Б.Карлоф. – М.: Экономика, 1991. – 238с.
24. Кейнс, Дж. Общая теория занятости, процент и денег / Дж.Кейнс. – М.: Прогресс, 1978. – 494с.
25. Корнейко, О.В. Ценностные ориентации современного предпринимательства в России / О.В.Корнейко // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2017. - № 5 – С.169 – 182.
26. Корнилова, Т.В. Психология риска и принятия решений: учеб. пособие / Т.В.Корнилова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 232с.
27. Кричевский, Р.Л. Если вы руководитель: элементы психологии менеджмента в повседневной работе / Р.Л.Кричевский. – М.: Дело, 1996. – 381 с.
28. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н.Леонтьев. – М.: Политиздат, 1977. – 304с.
29. Леонтьев, Д. А. Тест жизнестойкости / Д. А. Леонтьев, Е. И. Рассказова. – М.: Смысл, 2006. – 65 с.
30. Маслоу, А. Мотивация и личность / А.Маслоу. – М.: Наука, 1970. – 365с.
31. Мелия, М.И. Формирование позитивного образа предпринимателя в общественном сознании / М.И.Мелия, М.В.Розин // Вопросы психологии. 1993. – №1. – С. 54 – 61.
32. Мескон, М. Основы менеджмента / М.Мескон. – М.: Дело, 1997. – 451с.

33. Мусаэлян, И.Е. Психология предпринимательства - новая область отечественной психологической науки / И.Е.Мусаэлян, Ю.О. Сливницкий // Вестник МГУ. – Сер. 14. –Психология. – 1995. – №1. – С.3–8.
34. Мясищев, В.Н. Психология отношений / под ред. А.А. Бодалева. – М.: Изд-во Института практической психологии, 1995. – 365с.
35. Петровская, О.В. Ценности «креативного класса» в культуре посиндустриального общества: дис...канд.фило.наук / О.В.Петровская. – Ростов-на-Дону, 2013. –176 с.
36. Позняков, В.П. Психология успешного предпринимательства: опыт исследования и практической работы / В.П.Позняков, Е.Б.Филинкова // Прикладная психология. – 1995. – №5-6. – С.32.
37. Психология предпринимательской деятельности / под ред. В.А. Бодрова. – М.: Институт психологии РАН, 1995. – 175с.
38. Райзберг, Б.А. Психологические основы управления: учеб. пособие / Б.А.Райзберг, А.К.Тутунджян. – М.: Юнити, 2005. – 240с.
39. Реан, А.А. Проблемы и перспективы развития концепции локуса контроля личности // Психологический журнал. – Т. 19. – №4. – 1998. – С.3.
40. Роцин, С.К. Психология успешного предпринимательства в США / С.К.Роцин // Психологический журнал. – 1993. –Т.14. – №5. – с.56 – 69.
41. Роцин, С.К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология / С.К.Роцин // Психологический журнал. – 1995. – Т. 16. – №1. – С.31 – 42.
42. Рюттингер, Р. Культура предпринимательства / Р. Рюттингер. – М.: ЭКОМ, 1992. – 237с.
43. Сметанова, Ю.В. Особенности личностного потенциала предпринимателей с разным уровнем успешности бизнеса / Ю.В.Сметанова, Р.А.Бахтиярова // Наука и образование: материалы II

- Международ. науч.-практ. конф. / науч. ред. С. В. Галачиева. Москва, 2014. С. 176 – 179.
44. Сотниченко, Д.М. Жизнестойкость как психологический феномен. /Д.М.Сотниченко // Вестник Томского Государственного педагогического университета. – 2009. №8. – С. 104 – 107.
45. Хизрич, Р. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха / Р.Хизрич, М.Питере / под ред. В.С. Загашвили. – Вып.4. – М.: Прогресс-Универс, 1993. – 173с.
46. Хьел, Л. Теории личности / Л.Хьел, Д.Зиглер. – Спб.: Питер, 2002. – 608с.
47. Шумпетер, И. Теория экономического развития / И.Шумпетер – М.: Прогресс, 1992. – С.455.
48. Якокка, Л. Карьера менеджера / Л.Якокка / под ред. С.Ю. Медведев. – М.: Прогресс, 1991. – 384с.
49. Kets de Vries, M. The entrepreneurs peronality // Journal of Managment Studies. – 1977. – V.14. – P.50 – 75.
50. Kets de Vries. The dark side of entrepreneurship // Harvard Business Review. – 1985. – №63. – P. 160 – 167.
51. Kohn Melvin, Carmi Schooler. “Job conditions and personality: A longitudinal assessment of their reciprocal effects”, American Journal of Sociology, vol.87, no.6. May, 1982, str. 1257 – 1286.
52. Maddi, S. R. The Search for Meaning // The Nebraska Symposium on Motivation 1970 / ed. by W. J. Arnold, M. H. Page. Lincoln, 1971. P. 137–186.
53. Parker, Simon. “Economics of self employment and entrepreneurship”, New York, USA: Cambridge university Press, 2004. 308str.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### ПРИЛОЖЕНИЕ А

Тест жизнестойкости С. Мадди

(в адаптации Д. А. Леонтьева, Е.И. Рассказовой). Текст методики.

**Инструкция:** Перед Вами ряд утверждений. Ответьте на следующие вопросы, отмечая галочкой или «+» тот ответ, который наилучшим образом отражает Ваше мнение. Помните, что нет правильных или неправильных ответов.

| №  | Вопросы (утверждения)   | нет | скорее<br>нет,<br>чем да | скорее<br>да, чем<br>нет | да |
|----|---|-----|--------------------------|--------------------------|----|
| 1  | Я часто не уверен в собственных решениях.                                     |     |                          |                          |    |
| 2  | Иногда мне кажется, что никому нет до меня дела.                              |     |                          |                          |    |
| 3  | Часто, даже хорошо выспавшись, я с трудом заставляю себя встать с постели.    |     |                          |                          |    |
| 4  | Я постоянно занят, и мне это нравится.  |     |                          |                          |    |
| 5  | Часто я предпочитаю «плыть по течению».                                       |     |                          |                          |    |
| 6  | Я меняю свои планы в зависимости от обстоятельств.                            |     |                          |                          |    |
| 7  | Меня раздражают события, из-за которых я вынужден менять свой распорядок дня. |     |                          |                          |    |
| 8  | Непредвиденные трудности порой сильно утомляют меня.                          |     |                          |                          |    |
| 9  | Я всегда контролирую ситуацию настолько, насколько это необходимо.            |     |                          |                          |    |
| 10 | Порой я так устаю, что уже ничто не может заинтересовать меня.                |     |                          |                          |    |
| 11 | Порой все, что я делаю, кажется мне бесполезным.                              |     |                          |                          |    |
| 12 | Я стараюсь быть в курсе всего происходящего вокруг меня.                      |     |                          |                          |    |
| 13 | Лучше синица в руках, чем журавль в небе.                                     |     |                          |                          |    |
| 14 | Вечером я часто чувствую себя совершенно разбитым.                            |     |                          |                          |    |



## Продолжение приложения А

|    |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|
| 15 | Я предпочитаю ставить перед собой труднодостижимые цели и добиваться их.   |  |  |  |  |
| 16 | Иногда меня пугают мысли о будущем.  |  |  |  |  |
| 17 | Я всегда уверен, что смогу воплотить в жизнь то, что задумал.  |  |  |  |  |
| 18 | Мне кажется, я не живу полной жизнью, а только играю роль.   |  |  |  |  |
| 19 | Мне кажется, если бы в прошлом у меня было меньше разочарований и невзгод, мне было бы сейчас легче жить на свете. |  |  |  |  |
| 20 | Возникающие проблемы часто кажутся мне неразрешимыми.  |  |  |  |  |
| 21 | Испытав поражение, я буду пытаться взять реванш.   |  |  |  |  |
| 22 | Я люблю знакомиться с новыми людьми.   |  |  |  |  |
| 23 | Когда кто-нибудь жалуется, что жизнь скучна, это значит, что он просто не умеет видеть интересное.                 |  |  |  |  |
| 24 | Мне всегда есть чем заняться.  |  |  |  |  |
| 25 | Я всегда могу повлиять на результат того, что происходит вокруг.   |  |  |  |  |
| 26 | Я часто сожалею о том, что уже сделано.  |  |  |  |  |
| 27 | Если проблема требует больших усилий, я предпочитаю отложить ее до лучших времен.                                  |  |  |  |  |
| 28 | Мне трудно сблизиться с другими людьми.  |  |  |  |  |
| 29 | Как правило, окружающие слушают меня внимательно.  |  |  |  |  |
| 30 | Если бы я мог, я многое изменил бы в прошлом.  |  |  |  |  |
| 31 | Я довольно часто откладываю на завтра то, что трудно осуществимо, или то, в чем я не уверен.                       |  |  |  |  |
| 32 | Мне кажется, жизнь проходит мимо меня.   |  |  |  |  |
| 33 | Мои мечты редко сбываются.   |  |  |  |  |
| 34 | Неожиданности дарят мне интерес к жизни.   |  |  |  |  |
| 35 | Порой мне кажется, что все мои усилия тщетны.  |  |  |  |  |
| 36 | Порой я мечтаю о спокойной размеренной жизни.  |  |  |  |  |
| 37 | Мне не хватает упорства закончить начатое.   |  |  |  |  |
| 38 | Бывает, жизнь кажется мне скучной и бесцветной.  |  |  |  |  |

Продолжение приложения А

|    |   |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|
| 39 | У меня нет возможности влиять на неожиданные проблемы.                    |  |  |  |  |
| 40 | Окружающие меня недооценивают.  |  |  |  |  |
| 41 | Как правило, я работаю с удовольствием.                                   |  |  |  |  |
| 42 | Иногда я чувствую себя лишним даже в кругу друзей.                        |  |  |  |  |
| 43 | Бывает, на меня наваливается столько проблем, что просто руки опускаются. |  |  |  |  |
| 44 | Друзья уважают меня за упорство и не преклонность.                        |  |  |  |  |
| 45 | Я охотно берусь воплощать новые идеи.                                     |  |  |  |  |

Ключи к Тесту жизнестойкости.

|                | Прямые пункты             | Обратные пункты                          |
|----------------|---------------------------|--|
| Вовлеченность  | 4, 12, 22, 23, 24, 29, 41 | 2, 3, 10, 11, 14, 28, 32, 37, 38, 40, 42 |
| Контроль       | 9, 15, 17, 21, 25, 44     | 1, 5, 6, 8, 16, 20, 27, 31, 35, 39, 43   |
| Принятие риска | 34, 45                    | 7, 13, 18, 19, 26, 30, 33, 36            |

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Ценностный опросник Ш.Шварца. Текст методики.

Данный опросник состоит из двух частей. В первом блоке опросника будут представлены 57 ценностей. Вам нужно ответить на вопрос: «Какие ценности важны для Вас как руководящие принципы жизни и какие ценности менее важны для Вас?». Ниже Вам приведены два списка ценностей, взятых из различных культур.

Для начала просмотрите ценности из **Списка № 1**, выберите одну из них, которая является самой важной для Вас, и оцените ее значимость (отметка «7»). Далее выберите ценность, которая наиболее противоречит Вашим принципам, и оцените ее (отметка «- 1»). Если нет такой ценности, выберите ценность, наименее важную для Вас, и оцените ее отметкой «0» или «1», в соответствии с ее значимостью. Затем оцените все остальные ценности из **Списка № 1**. Проведите подобную работу с ценностями из **Списка № 2**.

Во втором блоке опросника будут представлены 40 описаний.

### БЛАНК ПЕРВОЙ ЧАСТИ ОПРОСНИКА ШВАРЦА, ОБЗОР ЦЕННОСТЕЙ

#### СПИСОК ЦЕННОСТЕЙ № 1

| №  |   | Отметки |
|----|---|---------|
| 1  | РАВЕНСТВО (равные возможности для всех)                         |         |
| 2  | ВНУТРЕННЯЯ ГАРМОНИЯ (быть в мире с самим собой)                 |         |
| 3  | СОЦИАЛЬНАЯ СИЛА (контроль над другими, доминантность)           |         |
| 4  | УДОВОЛЬСТВИЕ (удовлетворение желаний)                           |         |
| 5  | СВОБОДА (свобода мыслей и действий)                             |         |
| 6  | ДУХОВНАЯ ЖИЗНЬ (акцент на духовных, а не материальных вопросах) |         |
| 7  | ЧУВСТВО ПРИНАДЛЕЖНОСТИ (ощущение, что другие заботятся обо мне) |         |
| 8  | СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК (стабильность общества)                      |         |
| 9  | ЖИЗНЬ, ПОЛНАЯ ВПЕЧАТЛЕНИЙ (стремление к новизне)                |         |
| 10 | СМЫСЛ ЖИЗНИ (цели в жизни)                                      |         |
| 11 | ВЕЖЛИВОСТЬ (предупредительность, хорошие манеры)                |         |
| 12 | БОГАТСТВО (материальная собственность, деньги)                  |         |
| 13 | НАЦИОНАЛЬНАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ (защищенность своей нации от врагов)  |         |

Продолжение приложения Б

|    |  |  |
|----|--|--|
| 14 | САМОУВАЖЕНИЕ (вера в собственную ценность)                                   |  |
| 15 | УВАЖЕНИЕ МНЕНИЯ ДРУГИХ (учет интересов других людей, избегание конфронтации) |  |
| 16 | КРЕАТИВНОСТЬ (уникальность, богатое воображение)                             |  |
| 17 | МИР ВО ВСЕМ МИРЕ (свобода от войны и конфликтов)                             |  |
| 18 | УВАЖЕНИЕ ТРАДИЦИЙ (сохранение признанных традиций, обычаев)                  |  |
| 19 | ЗРЕЛАЯ ЛЮБОВЬ (глубокая эмоциональная и духовная близость)                   |  |
| 20 | САМОДИСЦИПЛИНА (самоограничение, устойчивость к соблазнам)                   |  |
| 21 | ПРАВО НА УЕДИНЕНИЕ (право на личное пространство)                            |  |
| 22 | БЕЗОПАСНОСТЬ СЕМЬИ (безопасность для близких)                                |  |
| 23 | СОЦИАЛЬНОЕ ПРИЗНАНИЕ (одобрение, уважение других)                            |  |
| 24 | ЕДИНСТВО С ПРИРОДОЙ (слияние с природой)                                     |  |
| 25 | ИЗМЕНЧИВАЯ ЖИЗНЬ (жизнь, наполненная проблемами, новизной и изменениями)     |  |
| 26 | МУДРОСТЬ (зрелое понимание мира)   |  |
| 27 | АВТОРИТЕТ (право быть лидером или командовать)                               |  |
| 28 | ИСТИННАЯ ДРУЖБА (близкие друзья)   |  |
| 29 | МИР КРАСОТЫ (красота природы и искусства)                                    |  |
| 30 | СОЦИАЛЬНАЯ СПРАВЕДЛИВОСТЬ (исправление несправедливости, забота о слабых)    |  |

**СПИСОК ЦЕННОСТЕЙ № 2**

| №  |  | Отметка |
|----|--|---------|
| 31 | САМОСТОЯТЕЛЬНЫЙ (надеющийся на себя, самодостаточный)              |         |
| 32 | СДЕРЖАННЫЙ (избегающий крайностей в чувствах и действиях)          |         |
| 33 | ВЕРНЫЙ (преданный друзьям, группе)                                 |         |
| 34 | ЦЕЛЕУСТРЕМЛЕННЫЙ (трудолюбивый, вдохновенный)                      |         |
| 35 | ОТКРЫТЫЙ К ЧУЖИМ МНЕНИЯМ (терпимый к различным идеям и верованиям) |         |
| 36 | СКРОМНЫЙ (простой, не стремящийся привлечь к себе внимание)        |         |
| 37 | СМЕЛЫЙ (ищущий приключений, риск)                                  |         |
| 38 | ЗАЩИЩАЮЩИЙ ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ (сохраняющий природу)                  |         |
| 39 | ВЛИЯТЕЛЬНЫЙ (имеющий влияние на людей и события)                   |         |
| 40 | УВАЖАЮЩИЙ РОДИТЕЛЕЙ И СТАРШИХ (проявляющий уважение)               |         |
| 41 | ВЫБИРАЮЩИЙ СОБСТВЕННЫЕ ЦЕЛИ (отбирающий собственные намерения)     |         |

Продолжение приложения Б

|    |   |  |
|----|---|--|
| 42 | ЗДОРОВЫЙ (не больной физически или душевно)                                   |  |
| 43 | СПОСОБНЫЙ (компетентный, способный эффективно действовать)                    |  |
| 44 | ПРИНИМАЮЩИЙ ЖИЗНЬ (подчиняющийся жизненным обстоятельствам)                   |  |
| 45 | ЧЕСТНЫЙ (откровенный, искренний)  |  |
| 46 | СОХРАНЯЮЩИЙ СВОЙ ИМИДЖ (защита собственного «лица»)                           |  |
| 47 | ПОСЛУШНЫЙ (исполнительный, подчиняющийся правилам)                            |  |
| 48 | УМНЫЙ (логичный, мыслящий)  |  |
| 49 | ПОЛЕЗНЫЙ (работающий на благо других)   |  |
| 50 | НАСЛАЖДАЮЩИЙСЯ ЖИЗНЬЮ (наслаждение едой, сексом, развлечениями и др.)         |  |
| 51 | БЛАГОЧЕСТИВЫЙ (придерживающийся религиозной веры и убеждений)                 |  |
| 52 | ОТВЕТСТВЕННЫЙ (надежный, заслуживающий доверия)                               |  |
| 53 | ЛЮБОЗНАТЕЛЬНЫЙ (интересующийся всем, пытливый)                                |  |
| 54 | СКЛОННЫЙ ПРОЩАТЬ (стремящийся прощать другого)                                |  |
| 55 | УСПЕШНЫЙ (достигающий цели)   |  |
| 56 | ЧИСТОПЛОТНЫЙ (опрятный, аккуратный)   |  |
| 57 | ПОТВОРСТВУЮЩИЙ СВОИМ ЖЕЛАНИЯМ (занимающийся тем, что доставляет удовольствие) |  |

## БЛАНК ВТОРОЙ ЧАСТИ МЕТОДИКИ ШВАРЦА, ПРОФИЛЬ ЛИЧНОСТИ

**ИНСТРУКЦИЯ:** ниже приведены описания некоторых людей. Пожалуйста, прочитайте каждое описание и подумайте, насколько каждый человек похож или не похож на Вас. Поставьте крестик в одной из клеточек справа, которая показывает, насколько описываемый человек похож на Вас.

|          |   | Очень похож на меня | Похож на меня | В некоторой степени похож на меня | Немного похож на меня | Не похож на меня | Совершенно не похож на меня |
|----------|---|---------------------|---------------|-----------------------------------|-----------------------|------------------|-----------------------------|
| <b>1</b> | Придумывать что-то новое и быть изобретательным важно для него. Он любит поступать по-своему, на свой лад.                                |                     |               |                                   |                       |                  |                             |
| <b>2</b> | Для него важно быть богатым. Он хочет, чтобы у него было много денег и дорогих вещей.   |                     |               |                                   |                       |                  |                             |
| <b>3</b> | Он считает, что важно, чтобы с каждым человеком в мире обращались одинаково. Он верит, что у всех должны быть равные возможности.         |                     |               |                                   |                       |                  |                             |
| <b>4</b> | Для него очень важно показать свои способности. Он хочет, чтобы люди восхищались тем, что он делает.                                      |                     |               |                                   |                       |                  |                             |
| <b>5</b> | Для него важно жить в безопасном окружении. Он избегает всего, что может угрожать его безопасности.                                       |                     |               |                                   |                       |                  |                             |
| <b>6</b> | Он считает, что важно делать много разных дел в жизни. Он всегда стремится к новизне.   |                     |               |                                   |                       |                  |                             |
| <b>7</b> | Он верит, что люди должны делать то, что им говорят. Он считает, что люди должны придерживаться правил всегда, даже когда никто не видит. |                     |               |                                   |                       |                  |                             |

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 8  | Для него важно выслушать мнение людей, которые отличаются от него. Даже если он не согласен с ними, он все равно хочет их понять. |  |  |  |  |  |  |
| 9  | Он считает, что важно не просить большего, чем имеешь. Он верит, что люди должны довольствоваться тем, что у них есть.            |  |  |  |  |  |  |
| 10 | Он всегда ищет повод для развлечения. Для него важно делать то, что доставляет ему удовольствие.                                  |  |  |  |  |  |  |
| 11 | Для него важно самому решать, что делать. Ему нравится быть свободным в планировании и выборе своей деятельности.                 |  |  |  |  |  |  |
| 12 | Для него очень важно помогать окружающим. Он хочет заботиться об их благополучии.   |  |  |  |  |  |  |
| 13 | Для него очень важно преуспеть в жизни. Ему нравится производить впечатление на других людей.                                     |  |  |  |  |  |  |
| 14 | Для него важна безопасность его страны. Он считает, что государство должно быть готово к защите от внешней и внутренней угрозы.   |  |  |  |  |  |  |
| 15 | Он любит рисковать. Он всегда ищет приключений.   |  |  |  |  |  |  |
| 16 | Для него важно всегда вести себя должным образом. Он хочет избегать действий, которые люди сочли бы неверными.                    |  |  |  |  |  |  |
| 17 | Для него важно быть главным и указывать, что делать. Он хочет, чтобы люди делали то, что он говорит.                              |  |  |  |  |  |  |

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 18 | Для него важно быть преданным своим друзьям. Он хочет посвятить себя своим близким.   |  |  |  |  |  |  |
| 19 | Он искренне верит, что люди должны заботиться об окружающей среде, это важно для него.  |  |  |  |  |  |  |
| 20 | Быть религиозным важно для него. Он очень старается следовать своим религиозным убеждениям.                                   |  |  |  |  |  |  |
| 21 | Для него важно, чтобы вещи содержались в порядке и в чистоте. Ему не нравится беспорядок.                                     |  |  |  |  |  |  |
| 22 | Он считает, что важно интересоваться многим. Ему нравится быть любознательным и пытаться понять разные вещи.                  |  |  |  |  |  |  |
| 23 | Он считает, что все народы мира должны жить в гармонии. Установлению мира между всеми группами людей на земле важно для него. |  |  |  |  |  |  |
| 24 | Он думает, что важно быть честолюбивым. Ему хочется показать насколько он способный.  |  |  |  |  |  |  |
| 25 | Он думает, что лучше всего поступать в соответствии с традициями. Для него важно соблюдать обычаи, которые он усвоил.         |  |  |  |  |  |  |
| 26 | Для него важно получать удовольствие от жизни. Ему нравится «баловать» себя.  |  |  |  |  |  |  |
| 27 | Для него важно быть чутким к нуждам других людей. Он старается поддерживать тех, кого знает.                                  |  |  |  |  |  |  |



Продолжение приложения Б

|    |   |  |  |  |  |  |  |
|----|---|--|--|--|--|--|--|
| 28 | Он полагает, что всегда должен проявлять уважение к своим родителям и людям старшего возраста. Для него важно быть послушным. |  |  |  |  |  |  |
| 29 | Он хочет, чтобы со всеми поступали справедливо, даже с людьми, которых он не знает. Для него важно защищать слабых.           |  |  |  |  |  |  |
| 30 | Он любит сюрпризы. Для него важно, чтобы его жизнь была полна ярких впечатлений.  |  |  |  |  |  |  |
| 31 | Он старается не заболеть. Сохранение здоровья очень важно для него.   |  |  |  |  |  |  |
| 32 | Продвижение вперед в жизни важно для него. Он стремиться делать все лучше, чем другие.  |  |  |  |  |  |  |
| 33 | Для него важно прощать людей, которые обидели его. Он старается видеть хорошее в них и не держать обиду.                      |  |  |  |  |  |  |
| 34 | Для него важно быть независимым. Ему нравится полагаться на себя.   |  |  |  |  |  |  |
| 35 | Иметь стабильное правительство важно для него. Он беспокоится о сохранении общественного порядка.                             |  |  |  |  |  |  |
| 36 | Для него очень важно быть вежливым с другими людьми. Он старается никогда не раздражать и не беспокоить других.               |  |  |  |  |  |  |
| 37 | Он по-настоящему хочет наслаждаться жизнью. Хорошо проводить время очень важно для него.                                      |  |  |  |  |  |  |

|    |  |  |  |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|--|--|--|
| 38 | Для него важно быть скромным. Он старается не привлекать к себе внимание.                                  |  |  |  |  |  |  |
| 39 | Он всегда хочет быть тем, кто принимает решения. Ему нравится быть лидером.                                |  |  |  |  |  |  |
| 40 | Для него важно приспособливаться к природе, быть частью ее. Он верит, что люди не должны изменять природу. |  |  |  |  |  |  |

### Ключ для обработки

При обработке первого блока опросник — результаты по спискам 1 и 2 суммируются. Далее подсчитывается общий балл по 10 основным ценностям. Ниже приведен ключ подсчета баллов.

| Тип ценности      | Номера пунктов опросника      |                      |
|-------------------|-------------------------------|----------------------|
|                   | Обзор ценностей               | Профиль личности     |
| Конформность      | 11, 20, 40, 47                | 7, 16, 28, 36        |
| Традиции          | 18, 32, 36, 44, 51            | 9, 29, 25, 38        |
| Доброта           | 33, 45, 49, 52, 54            | 12, 18, 27, 33       |
| Универсализм      | 1, 17, 24, 26, 29, 30, 35, 38 | 3, 8, 19, 23, 29, 40 |
| Самостоятельность | 5, 16, 31, 41, 53             | 1, 11, 22, 34        |
| Стимуляция        | 9, 25, 26                     | 6, 15, 30            |
| Гедонизм          | 4, 50, 57                     | 10, 26, 37           |
| Достижения        | 34, 39, 43, 55                | 4, 13, 24, 32        |
| Власть            | 3, 12, 27, 46                 | 2, 17, 39            |
| Безопасность      | 8, 13, 15, 22, 56             | 5, 14, 21, 31        |

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Ранговое значение показателей ценностных ориентаций предпринимателей на уровне нормативных идеалов

| №  | Ценность          | Ср.каз. | Ранг | Ср.рос. | Ранг |
|----|-------------------|---------|------|---------|------|
| 1  | Конфорность       | 4,9     | 3    | 4,2     | 7    |
| 2  | Традиции          | 5,5     | 1    | 3,8     | 10   |
| 3  | Универсализм      | 3,7     | 9    | 5,1     | 1    |
| 4  | Доброта           | 3,4     | 10   | 4,9     | 2    |
| 5  | Самостоятельность | 4,3     | 7    | 4,6     | 3    |
| 6  | Стимуляция        | 4,3     | 7    | 4,4     | 4,5  |
| 7  | Гедонизм          | 4,7     | 5    | 3,7     | 8,5  |
| 8  | Достижения        | 4,3     | 7    | 4,4     | 4,5  |
| 9  | Власть            | 5,1     | 2    | 3,7     | 8,5  |
| 10 | Безопасность      | 4,8     | 4    | 4,3     | 6    |

Условные обозначения: Ср.каз – среднее значение в казахстанской выборке; Ср.рос. – среднее значение в российской выборке; Ранг каз. – ранговое значение в казахстанской выборке; Ранг рос. – ранговое значение в российской выборке.

### Ранговое значение показателей ценностных ориентаций предпринимателей на уровне индивидуальных приоритетов

| № | Ценность          | Ср.каз. | Ранг | Ср.рос. | Ранг |
|---|-------------------|---------|------|---------|------|
| 1 | Конфорность       | 1,9     | 3    | 1,7     | 8,5  |
| 2 | Традиции          | 2,1     | 1,5  | 1,9     | 5    |
| 3 | Универсализм      | 1,6     | 7,5  | 2,1     | 3    |
| 4 | Доброта           | 1,8     | 4    | 2,0     | 4    |
| 5 | Самостоятельность | 1,6     | 7,5  | 1,7     | 8,5  |
| 6 | Стимуляция        | 2,1     | 1,5  | 2,2     | 1,5  |
| 7 | Гедонизм          | 1,6     | 7,5  | 1,7     | 8,5  |
| 8 | Достижение        | 1,4     | 10   | 1,8     | 6    |

|    |              |     |     |     |     |
|----|--------------|-----|-----|-----|-----|
| 9  | Власть       | 1,7 | 5   | 1,7 | 8,5 |
| 10 | Безопасность | 1,6 | 7,5 | 2,2 | 1,5 |

Условные обозначения: Ср.каз – среднее значение в казахстанской выборке; Ср.рос. – среднее значение в российской выборке; Ранг каз. – ранговое значение в казахстанской выборке; Ранг рос. – ранговое значение в российской выборке.