



## ПСИХОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ

**Муравьева О.И., Мацута В.В., Ерлыкова Ю.Н.**

Личностные особенности предпринимателей малых городов

*Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 11-06-01073.*

*В работе поднята проблема психологических предпосылок для развития предпринимательства в малых городах России. Представлены данные о личностных особенностях предпринимателей малых городов. Приведены результаты сравнительного исследования ценностей, жизнестойкости и толерантности к неопределенности, свойственные предпринимателям и непредпринимателям г.т. Ширы республики Хакасия (малый город). Выявлены различия жизнестойкости, толерантности к неопределенности и ценностных ориентаций предпринимателей малых (г.т. Ширы) и крупных городов (г. Томск). Выдвинуто предположение о разрушении традиционной системы ценностей как условия развития предпринимательских качеств личности.*

**Ключевые слова:** предприниматели, малые и крупные города, жизнестойкость, толерантность к неопределенности, ценности.

В настоящее время в России проблема предпринимательства приобретает особую социально-практическую значимость в связи с поставленной на государственном уровне задачей по развитию малого и среднего бизнеса [см. 15]. Проблема предпринимательства всегда являлась междисциплинарной областью знания и активно разрабатывалась различными науками, такими как экономика, социология, психология [1, 2, 4, 8, 17 и др.]. Однако характерной особенностью этих исследований является то, что они преимущественно посвящены изучению различных аспектов предпринимательства в крупных городах\*. Достаточно привести следующий факт – на V съезде Российского психологического общества [12], который проходил в Москве 14–18 февраля 2012 года, были представлены доклады, касающиеся психологии жителей крупных городов, психологических

\* Согласно Федеральному закону Российской Федерации № 131 – Ф3 [14], современные города делятся на

- малые (до 50 тысяч жителей);
- средние (50 – 100 тысяч);
- большие (100 – 250 тысяч);
- крупные (250 – 500 тысяч);
- крупнейшие (500 тысяч – 1 миллион);
- города-миллионеры (свыше 1 миллиона жителей).



особенностей предпринимателей крупных городов и проблем, с которыми они сталкиваются в ходе реализации своей деятельности, тогда как феномену предпринимательства в малых городах практически не уделяется никакого внимания. Однако данная проблема является сегодня чрезвычайно актуальной, поскольку, по мнению социологов и экономистов, малые города находятся в глубоком кризисе [7, 21], проявляющемся в том, что малые города существенно отстают в социально-экономическом отношении от крупных [1].

Экономисты и социологи видят решение проблемы малых городов в развитии предпринимательства [7, 21]. Они предлагают различные социально-экономические меры по улучшению ситуации, однако нам кажется существенным, что реализация этих мер может встретить препятствие в виде психологической неготовности населения к предпринимательской деятельности. В этой связи данную проблему необходимо рассматривать с психологической точки зрения.

Что же является психологическими условиями развития предпринимательства? Уже с первых работ, посвященных предпринимательству, экономисты и социологи говорят о так называемом «личностном синдроме предпринимательства». Фактически они говорят о том, что предпринимательство является не столько экономической, сколько психологической категорией и обеспечивается личностными особенностями предпринимателя. Так, Р. Кантильон и А. Смит называли важной особенностью предпринимателя готовность к риску [18]. А.Р.Ж. Тюрго добавил к этой характеристике организаторские и творческие способности [20]. По мнению одного из первых создателей психологического портрета предпринимателя В. Зомбарта [5], предприниматель должен обладать следующими качествами: духовная свобода, воля и энергия, упорство и постоянство, лидерские и организаторские способности. Д. Макклеланд [11] считает, что отличительной психологической особенностью предпринимателей является высокий уровень мотивации достижения. Дж. Роттер [23] утверждает, что предприниматели характеризуются более высоким уровнем интернальности, чем не предприниматели. Р. Брокхауз [22] полагает, что успешные предприниматели характеризуются предпочтением умеренного риска. В.Н. Дружинин [3] главное внимание уделяет мотивации (прежде всего, потребности в самоактуализации, направленной на реализацию своего личностного потенциала), самооценке, уровню притязаний, способности принимать решения и идти на риск.

Исходя из этого, цель нашей работы заключается в определении психологического потенциала развития предпринимательства в малых городах, содержание которого раскрывается через личностные особенности предпринимателей. В нашей работе приводятся результаты сравнительного эмпирического исследования таких личностных особенностей предпринимателей, как: ценности, жизнестойкость и толерантность к неопределенности. Исследование проходило в два этапа. На первом этапе (август–октябрь 2011 г.) были выявлены особенности жизнестойкости и толерантности к неопределенности у лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, и лиц, деятельность которых не связана с предпринимательством. В исследовании приняли участие жители пгт. Шира



Республики Хакасия, имеющего статус малого города: 60 предпринимателей (владельцы небольших магазинов, кафе и гостиниц в возрасте от 22 лет до 57 лет) и 60 сотрудников государственных учреждений (милиционеры, врачи и педагоги в возрасте от 22 до 55 лет). На втором этапе (январь–март 2012 г.) были выявлены особенности ценностей в той же выборке предпринимателей г.г. Ширы, а также особенности жизнестойкости, толерантности к неопределенности и ценностей у 60 предпринимателей г. Томска (в возрасте от 22 до 56 лет).

Сбор первичных данных производился с помощью опросных методов. Для определения особенностей жизнестойкости применялся «Опросник жизнестойкости» С. Мадди, адаптированный Д.А. Леонтьевым и Е.И. Рассказовой [9], для изучения толерантности к неопределенности – «Шкала толерантности к неопределенности» STAT-1 Д. Маклейна, адаптированная Е.Г. Луковицкой [10], для выявления ценностей – «Ценностный опросник» Ш. Шварца, адаптированный В.Н. Карандашевым [6].

Рассмотрим результаты сравнительного анализа жизнестойкости и толерантности к неопределенности у предпринимателей и не предпринимателей г.г. Ширы Республики Хакасия. Как видно из табл. 1, в группе предпринимателей средние значения таких показателей жизнестойкости, как вовлеченность, контроль и принятие риска, значимо выше средних значений аналогичных показателей в группе не предпринимателей.

Таблица 1

**Результаты сравнительного анализа особенностей жизнестойкости и толерантности к неопределенности в группах предпринимателей (n=60) и не предпринимателей (n=60)**

Шкалы «Опросника жизнестойкости» и «Шкалы толерантности к неопределенности»	Средние значения в группе предпринимателей	Средние значения в группе не предпринимателей	Значение критерия Стьюдента (t-value)	Уровень значимости (p)
Вовлеченность	42,09	23,57	10,19	0,00
Контроль	32,15	17,20	9,52	0,00
Принятие риска	18,29	10,18	7,61	0,00
Суммарный показатель жизнестойкости	92,53	50,95	11,15	0,00
Толерантность к неопределенности	97,07	55,60	10,27	0,00

Опираясь на интерпретацию таких шкал используемых опросников, как «вовлеченность» и «контроль» [см. 9], можно утверждать, что предпринимателей г.г. Ширы в большей степени, чем не предпринимателей, характеризует убежденность в том, что вовлеченность в деятельность и борьба дает шанс найти нечто стоящее в жизни и повлиять на результат происходящего, пусть даже это



влияние не абсолютно и успех не гарантирован. Большая выраженность у предпринимателей показателей таких шкал как «принятие риска» и «толерантность к неопределенности» [см. 9, 10], свидетельствует о том, что они отличаются более высоким уровнем готовности действовать на свой страх и риск в отсутствие надежных гарантий успеха, менее склонны рассматривать неопределённые ситуации как потенциально угрожающие, но, напротив, скорее как возможности чему-то научиться. Они менее склонны бояться трудностей, которые могут быть связаны с риском и неопределенностью.

Полученные нами данные о личностных особенностях предпринимателей малых городов подтверждают уже приводимые выше представления о том, что предприниматели в целом обладают более высоким уровнем интернальности, готовности к риску и мотивации достижения, более упорны и энергичны. Понятно, что особую значимость эти качества приобретают в нашей стране, где требуются дополнительные, причем очень существенные усилия по преодолению тех препятствий, с которыми сталкиваются предприниматели: бюрократические барьеры, коррупция, политическая ангажированность правовой сферы, ситуация тотальной экономической неопределенности и социальной нестабильности и т. п.

Если же теперь попытаться ответить на главный вопрос нашего исследования – существуют ли психологические основания развития предпринимательства в нашей стране – то, на первый взгляд, на этот вопрос можно дать положительный ответ. Однако это лишь на первый взгляд. Сравнивая полученные данные с нормативными показателями используемых нами методик [9, 10], можно видеть (см. табл. 2), что у предпринимателей они не выходят за границы средних нормативных значений, а у непредпринимателей – существенно ниже их.

Полученные различия могут быть, конечно, обусловлены социально-экономическими условиями развития крупных и малых городов. Так, среди негативных факторов малых городов экономисты и социологи выделяют депопуляцию, массовые миграции в крупные города, высокий уровень безработицы, низкий уровень доходов населения и бедность [21]. Социальные проблемы влекут за собой проблемы психологические: жители малых городов испытывают высокий уровень стресса [16], имеют низкую самооценку, переживают по поводу собственной компетентности, что ведет к снижению адаптационных возможностей и социальной пассивности населения малых городов [19]. Однако, по нашему мнению, причинами данных различий могут быть и более глубинные, психологические особенности жителей малых городов. Опираясь на концепцию личностного потенциала Д.А. Леонтьева [8], который, с одной стороны, относит параметры жизнестойкости и толерантности к неопределенности к важнейшим характеристикам личностного потенциала, с другой стороны, утверждает, что личностный потенциал опосредуется ценностями, мы предполагаем, что именно различия в ценностных ориентациях могут быть теми глубинными психологическими основаниями, которые обуславливают различия в жизнестойкости и толерантности к неопределенности предпринимателей в малых и крупных городах.



Таблица 2

**Результаты сравнительного анализа нормативных средних значений и средних значений по шкалам «Опросника жизнестойкости» и «Шкалы толерантности к неопределенности» в группах предпринимателей (n=60) и непредпринимателей (n=60)**

Шкалы «Опросника жизнестойкости» и «Шкалы толерантности к неопределенности»	Нормативные средние значения	Стандартное отклонение	Средние значения в группе предпринимателей	Средние значения в группе непредпринимателей
Вовлеченность	37,64	8,08	41,90	23,56
Контроль	29,17	8,43	31,80	17,20
Принятие риска	13,91	4,39	18,30	10,18
Суммарный показатель жизнестойкости	80,72	18,53	92,03	50,94
Толерантность к неопределенности	98,00	19,10	97,11	55,60

Таблица 3

**Результаты сравнительного анализа по t-критерию Стьюдента особенностей жизнестойкости и толерантности к неопределенности в группах предпринимателей пгт. Шира (n=60) и предпринимателей г. Томска (n=60)**

Шкалы «Опросника жизнестойкости» и «Шкала толерантности к неопределенности»	Средние значения в группе предпринимателей пгт. Шира	Средние значения в группе предпринимателей г. Томска	Значение критерия Стьюдента (t-value)	Уровень значимости (p)
Вовлеченность	41,93	46,13	-2,28	0,03
Контроль	31,80	37,40	-3,58	0,00
Принятие риска	18,30	21,13	-2,80	0,01
Суммарный показатель жизнестойкости	92,03	104,67	-3,40	0,00
Толерантность к неопределенности	97,12	111,02	-3,65	0,00



Для проверки данного предположения был проведен сравнительный анализ ценностей в группе предпринимателей пгт. Ширы и группе предпринимателей г. Томска (см. табл. 4).

Ш. Шварц [см. 6], автор используемой нами методики «Ценностный опросник», выделяет два уровня ценностей: уровень нормативных идеалов – ценности как внутренние ориентиры, идеалы, убеждения (аналог терминальных ценностей М. Рокича) и уровень индивидуальных приоритетов – ценности, проявляющиеся в реальном поведении (аналог инструментальных ценностей М. Рокича). Первый уровень более стабилен и отражает представления человека о том, как нужно поступать, определяя тем самым его жизненные принципы поведения. Второй уровень более зависим от внешней среды, например, от группового давления и соотносится с конкретными поступками человека.

Как видно из табл. 4, на этих двух уровнях у предпринимателей пгт. Ширы по сравнению с предпринимателями г. Томска более выражены такие «ценностные типы», как конформность, традиции, доброта, универсализм, безопасность, и менее выражены – самостоятельность, достижение, власть и стимуляция.

Согласно Ш. Шварцу [см. 6], ценности организованы в две биполярные оси измерения. Первая – «открытость изменениям – консерватизм». Причем, полюс «открытость изменениям» включает ценности самостоятельности и стимуляции, а «консерватизм» – ценности безопасности, конформности и традиций. Вторая ось – «самовозвышение – самотрансцендентность». Полюс «самовозвышение» включает ценности власти и достижений, а «самотрансцендентность» – универсализм и доброту.

Исходя из этой концепции, можно утверждать, что ценности предпринимателей пгт. Ширы и ценности предпринимателей г. Томска находятся на противоположных полюсах. Если ценности предпринимателей пгт. Ширы тяготеют к полюсам «консерватизм» и «самотрансцендентность», то ценности предпринимателей г. Томска – к полюсам «открытость к изменениям» и «самовозвышение». Таким образом, главной особенностью, обнаруженной нами в ценностной структуре предпринимателей крупных и малых городов, является различие в ценностях предпринимателей пгт. Ширы и предпринимателей г. Томска.

Наши результаты подтверждают данные социологических исследований, полученных ранее и посвященных изучению ментальности жителей малых городов. Так, М.В. Никитский приходит к выводу, что, поскольку жителям малых городов свойственен сильный социальный контроль жизни и общения людей, элементы традиционной соседской общины, почти полная невозможность анонимного существования человека, постольку «большинство рассуждений и переживаний жителей малого города базируется на традиционных народных представлениях и ценностях, которые, в свою очередь, как правило, просоциальны» [13, с. 63]. Ж.Д. Ефремова [4] в своем исследовании выделила следующие особенности ментальности жителей малых городов: постоянный переход из крайности в крайность, тяга к абсолютным ценностям и связанные с этим утопизм сознания, аффективность,



преобладание чувственного восприятия над рациональным, приоритет духовно-нравственных ценностей над практическими результатами, неразвитость индивидуалистического начала.

Таблица 4

**Результаты сравнительного анализа ценностей на уровнях нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов по t-критерию Стьюдента в группах предпринимателей пгт. Ширы (n=60) и предпринимателей г. Томска (n=60)**

Шкалы «Ценностного опросника» Ш. Шварца	Средние значения в группе предпринимателей пгт. Ширы	Средние значения в группе предпринимателей г. Томска	Значение критерия Стьюдента (t-value)	Уровень значимости (p)
<b>На уровне нормативных идеалов</b>				
Конформность	<b>3,69</b>	<b>2,28</b>	<b>4,61</b>	<b>0,00</b>
Традиции	<b>3,57</b>	<b>2,03</b>	<b>5,64</b>	<b>0,00</b>
Доброта	<b>4,88</b>	<b>2,99</b>	<b>5,74</b>	<b>0,00</b>
Универсализм	<b>4,55</b>	<b>2,21</b>	<b>8,38</b>	<b>0,00</b>
Самостоятельность	<b>5,36</b>	<b>7,71</b>	<b>-6,61</b>	<b>0,00</b>
Стимуляция	<b>3,12</b>	<b>4,56</b>	<b>-4,69</b>	<b>0,00</b>
Гедонизм	3,58	2,90	1,94	0,06
Достижение	<b>4,48</b>	<b>6,23</b>	<b>-4,31</b>	<b>0,00</b>
Власть	<b>4,53</b>	<b>5,78</b>	<b>-2,33</b>	<b>0,02</b>
Безопасность	<b>5,66</b>	<b>2,90</b>	<b>8,72</b>	<b>0,00</b>
<b>На уровне индивидуальных приоритетов</b>				
Конформность	<b>6,63</b>	<b>2,03</b>	<b>19,38</b>	<b>0,00</b>
Традиции	<b>6,37</b>	<b>2,18</b>	<b>17,97</b>	<b>0,00</b>
Доброта	<b>6,16</b>	<b>2,62</b>	<b>14,16</b>	<b>0,00</b>
Универсализм	<b>5,18</b>	<b>2,40</b>	<b>11,28</b>	<b>0,00</b>
Самостоятельность	<b>3,25</b>	<b>7,71</b>	<b>-16,45</b>	<b>0,00</b>
Стимуляция	<b>2,77</b>	<b>5,28</b>	<b>-10,63</b>	<b>0,00</b>
Гедонизм	2,97	2,76	0,84	0,40
Достижение	<b>3,42</b>	<b>5,75</b>	<b>-7,93</b>	<b>0,00</b>
Власть	<b>3,49</b>	<b>6,06</b>	<b>-8,76</b>	<b>0,00</b>
Безопасность	<b>7,95</b>	<b>2,40</b>	<b>21,98</b>	<b>0,00</b>

**Примечание:** жирным шрифтом выделены статистически значимые различия.



Конечно, на основании полученных данных нельзя однозначно утверждать, что именно ценностные характеристики определяют актуализацию тех личностных особенностей, которые необходимы для осуществления предпринимательской деятельности, но есть все основания утверждать, что эти качества достаточно тесно взаимосвязаны друг с другом.

Отвечая же на главный вопрос нашего исследования – имеются ли психологические предпосылки для развития предпринимательства в малых городах России, можно утверждать, что наши данные не позволяют ответить на этот вопрос положительно.

Помимо изложенных выше позитивных результатов, наше исследование актуализирует как минимум два вопроса, которые определяют перспективу исследования поставленной проблемы. Обязательным ли условием развития предпринимательских качеств личности является разрушение традиционной системы ценностей? За счет каких позитивных или негативных трансформаций ценностно-смысловой структуры, т. е. какой «личностной» ценой достигается развитие тех психологических характеристик, которые обеспечивают эффективность предпринимательской деятельности? Являются ли эти трансформации естественным и гармоничным процессом или же, напротив, «противоестественным» форсированием, разрушающим целостность личности со всеми вытекающими отсюда последствиями? Эти вопросы мы оставляем открытыми до следующей публикации.

### **Литература**

1. Анимец Е.Г., Медведева И.А., Сухих В.А. Малые и средние города региона: тенденции и стратегия социально-экономического развития: Монография. – Екатеринбург: Урал. гос. эконом. ун-т, 2004. – 208 с.
2. Богомаз С.А., Каракулова О.В. Личностный и коммуникативный потенциалы инновационно-предпринимательски-ориентированных субъектов // Сибирский психологический журнал. – 2010. – № 37. – С. 48–51.
3. Дружинин В.Н. Психология: учебник для экономических вузов. – СПб: Питер, 2002. – 672 с.
4. Ефремова Ж.Д. Формирование и функционирование менталитета населения малого провинциального города: автореф. дис. ... канд. социол. наук. – М., 2006. – 24 с.
5. Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994. – 442 с.
6. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. – СПб.: Речь, 2004. – 70 с.
7. Кузнецова Т.Е. Малые города России: экономический аспект // Куда идет Россия? Социальная трансформация постсоветского пространства / под ред. Т.И. Заславской. – М., 1996 – С. 384–388.
8. Леонтьев Д.А. Личностный потенциал: структура и диагностика / под ред. Д.А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2011. – 680 с.





9. Леонтьев Д.А., Рассказова Е.И. Тест жизнестойкости. – М.: Смысл, 2006. – 63 с.
10. Луковицкая Е.Г. Социально-психологическое значение толерантности к неопределенности: дис. ... канд. психол. наук. – СПб., 1998. – 173 с.
11. Маккелланд Д. Мотивация человека. – СПб.: Питер, 2007–669 с.
12. Научные материалы V съезда Российского психологического общества. Том II. – М., 2012. – 464 с.
13. Никитский М.В. Социальный климат малых городов России (штрихи к социально-педагогическому аспекту российской глубинки) // Вестник ПСТГУ IV: Педагогика. Психология. – 2010. – № 2(17). – С. 57–67.
14. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: федер. закон Рос. Федерации от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ // Рос. газ. – 2003. – 8 октября.
15. О развитии малого и среднего предпринимательства: федер. закон Рос. Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ // Рос. газ. – 2007. – 31 июля.
16. Пельцман Л. Стрессовые состояния у людей, потерявших работу // Психологический журнал. – 1992. – № 1. – С. 126–130.
17. Сметанова Ю.В. Личностный потенциал как ресурсная составляющая инновационно-предпринимательской направленности: автореф. дис. ... канд. психол. наук. – Томск, 2012. – 24 с.
18. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. – М.: Эксмо, 2007. – 960 с.
19. Сучкова Е.Л. Социально-психологический портрет женщин, живущих за чертой бедности: дис. ... канд. психол. наук. – СПб., 1999. – 164 с.
20. Тюрго А.Р.Ж., Кенэ Ф., Дюпон де Немур П.С. Физиократы. Избранные экономические произведения. – М.: Эксмо, 2008. – 1200 с.
21. Юмаева О.В. Повышение инвестиционной привлекательности малых городов РФ – эффективный путь улучшения социально-экономического положения регионов РФ и России в целом // Регионы России: проблемы и перспективы экономического развития. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 22–29 марта 2010 г.) / под общ. ред. О.Н. Мельникова. – М.: Креативная экономика, 2010. – 188 с. – С. 51–55.
22. Brockhause R.H. The psychology of the entrepreneur // Encyclopaedia of entrepreneurship / C.A. Kent, D.L. Sexton, K.H. Vesper. – NJ: Prentice Hall, 1982. – P. 39–56.
23. Rotter J. Generalized expectation for internal versus external control of reinforcement // Psychological Monographs. – 1966. – № 80(608). – P. 1–27.