

**РАЗДЕЛ IV. ЭФФЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ И САМОРЕАЛИЗАЦИЯ  
СУБЪЕКТА ТРУДА И ЖИЗНЕННОЙ СТРАТЕГИИ**

**SECTION IV. EFFECTIVE DEVELOPMENT AND SELF-REALIZATION  
OF THE SUBJECT OF LABOR AND LIFE STRATEGY**

**ЖИЗНЕННЫЙ ПУТЬ МОЛОДОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ КАК ПРОЕКЦИЯ  
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЛИЧНОСТИ**

DOI: 10.25629/НС.2021.06.15

**Дмитриева В.А.**

Российский государственный социальный университет

**Аннотация.** 2020 год стал тяжелейшим годом для экономики и особенно для предпринимательства. Вынужденная изоляция и различные меры по сдерживанию пандемии заставили предпринимателей проявить такие качества как: гибкость и мобильность, креативность, чтобы быстро подстроиться под новые вызовы. В условиях такой гонки за жизнью особенно актуальным выглядит анализ психологии современного молодого предпринимателя как авангарда экономики. Анализ научной литературы, посвященной социально-психологическим, личностным особенностям современного предпринимателя и теориям жизненного пути как зарубежных, так и отечественных исследователей показал актуальность новых исследований в области предпринимательства. В статье представлены результаты исследования социально-психологических особенностей современных молодых предпринимателей в контексте анализа жизненного пути. В исследовании приняло участие 82 человека в возрасте до 35 лет, 40 из которых являются предпринимателями. Для изучения жизненного пути выборки использовался авторский биографический опросник, для определения личностных характеристик тест жизнестойкости, толерантности к неопределенности, тест “Forma mentis”, семантический дифференциал, “якоря карьеры”. Сравнительный анализ группы респондентов-предпринимателей с группой респондентов - наемных сотрудников выявил ряд особенностей. Жизненный путь респондентов-предпринимателей характеризуется особенностями ситуаций взросления, проявляющихся в ранней самостоятельности, выбором профессионального пути в соответствии с собственными склонностями и целями. Личностные особенности молодых предпринимателей отличаются высокой жизнестойкостью, вовлеченностью в процесс жизни, склонностью к риску, ответственностью, способностью к волевому самоконтролю, инициативностью, способностью устанавливать эффективные функциональные отношения, независимостью. Для предпринимателей характерна особая значимость работы в жизни, положительное эмоциональное восприятие процесса работы, стремление создавать новые проекты, гибкое отношение к графику и месту работы.

**Ключевые слова:** психология предпринимателя, психология лидера, жизненный путь, личность молодого предпринимателя.

**Введение**

Исследования в области теории и практики отечественного предпринимательства, социально-психологических особенностей предпринимателей стали освещаться в нашей науке недавно. Это обусловлено тем, что и возрождение предпринимательства в России началось не так давно и подход отечественных исследователей в этой области отличается от зарубежных авторов. Во-первых, Российское предпринимательство ещё не до конца прошло путь оконча-

тельного становления, во-вторых, необходимо учитывать особенности менталитета отечественных предпринимателей и социально-экономических условий, в которых они осуществляют свою деятельность.

Поскольку предпринимательство за рубежом давно приобрело устойчивый характер, исследования западных психологов, например, таких как П. Друкер, Дж.М. Кейнс, Д. МакКлелланд, Й. Шумпетер и др. [14, 15, 23, 24], традиционно рассматривают ценностные ориентации, мотивацию достижений, склонность к риску, направленность локуса контроля, поведение в условиях неопределённости.

Й. Шумпетером ещё в 30–х г.г. XX века был составлен социально–психологический портрет современного предпринимателя. По мнению автора, представители данной социальной группы отличаются волей, способностью выделять основные (главные) моменты действительности и трезво их оценивать; умением завоёвывать авторитет у других людей и управлять ими; способностью действовать в одиночку в условиях неопределённости [12].

По мнению Американской Ассоциации управления, социально–психологические характеристики предпринимателя включают в себя:

- инициативность и поиск новых возможностей;
- настойчивость и упорство в достижении поставленных целей через коррекцию стратегии и многократные попытки;
- подготовленность к риску;
- стремление к эффективности и качеству;
- целеустремленность и контроль над информацией;
- высокие коммуникативные способности;
- уверенность в своих силах и стремление к независимости [1,4].

Однако, отмечается что, наличие у индивида психологических черт, изученных учеными в рамках психологии предпринимательства, не является гарантией успеха в реальном бизнесе (Berings [16], De Fruyt & Bouwen [17]; Ciavarella et al. [18]; Wooten, Timmerman & Folger [25]). Кроме того, данные этих исследований характерны прежде всего для американских предпринимателей и не могут рассматриваться как релевантные в качестве задачи исследования образа российского предпринимателя [6].

Исследованием специфики отечественного предпринимательства сейчас занимаются многие российские экономисты, психологи и социологи, такие как: В.А. Бодров, В.В. Новиков, В.В. Марченко, А.Л. Журавлев, С.К. Рощин, О.И. Титова, Е.К. Завьялова, Т.В. Корнилова, Н.Ю. Круглова, А.Н. Лебедев, В.П. Позняков, С.Т. Посохова, А.Е. Чирикова, В.А. Хашченко, Е.Б. Филинкова и др. [4]. Анализ проводится по различным направлениям, в частности, изучение: мотивов предпринимательской деятельности, социальной психологии предпринимательства, гендерных особенностей российских предпринимателей, психологии индивидуально–личностных особенностей предпринимателей и ряда других вопросов.

Обширные исследования социально–психологических особенностей российских предпринимателей проводятся в Институте психологии РАН, где особое внимание уделяется:

- социально–психологическим факторам делового взаимодействия субъектов предпринимательской деятельности;
- социально–психологическим гендерным различиям.

Е.Б. Филинкова при анализе формирования отечественных предпринимателей как общности выделяет две группы факторов: психологические (субъективные) и объективные (внешние воздействия, т.е. условия, в которых эта общность формируется и которым придаётся первостепенное значение) [11].

Большое значение имеет исследование мотивов предпринимательской деятельности. Н.Ю. Крутлова считает ведущими мотивами: мотивы предпринимательских реакций; мотивы внутрифирменного предпринимательства; мотивы конкуренции и кооперации; мотивы предпринимательского риска [8]. Мотивы конкуренции и кооперации достаточно часто рассматриваются как инструмент окончательной идентификации и объединения общности отечественных предпринимателей в целом. С.А. Шапиро выделяет экономические и неэкономические мотивы. [13]. Рассматривается также позитивная мотивация и негативная мотивация (“вынужденное предпринимательство”) [2]. Исследование Кошарной Г.В. показало, что ведущими мотивами предпринимателей вне зависимости от размера капитала и вида деятельности является группа инновационно-творческих мотивов [7].

Теоретической базой нашего исследования стал онтопсихологический подход к психологии предпринимателя итальянского ученого А. Менегетти, который он сформулировал на основе многолетнего кросскультурного изучения особенностей предпринимателей разных стран и национальностей. По мнению А. Менегетти, основная движущая сила и организующая жизненные приоритеты цель предпринимателя – это его *core-business*. По мнению автора, “*core-business* – это точная цель, ради которой предприятие стремится к заработку, или специфическое средство централизации бизнеса. Это означает понимание того, что ты хочешь и что ты умеешь делать особенного для рынка и ради собственного удовлетворения. Ключевой ресурс успешной фирмы заключается в поддержании конкурентного преимущества своего *core-business*” [9, с.156]. Речь идет не просто о миссии предприятия, а об экзистенциальном смысле существования предпринимателя, который он реализует через свой бизнес. Определение собственного аутентичного *core-business* – это одна из первых задач, стоящих перед предпринимателем, как в начале жизненного пути, так и на протяжении всей жизни, при этом постоянно происходит уточнение его специфики. Выбор *core-business* и соответствующего ему жизненного пути осуществляется на основании соответствия бизнеса специфике природного потенциала предпринимателя. При этом природный потенциал рассматривается как уникальное сочетание психофизиологических задатков и направленности “природного проекта”, подкрепленного высоким уровнем жизнеспособности индивида, который реализуется через открытость, коммуникативность, амбицию, особую интуитивную чувствительность и желание действовать. Проводя глубинный анализ личности лидера в социальном контексте, А. Менегетти подчеркивает гуманистическую направленность предпринимателя-лидера [3], “лидер – это человек, который, удовлетворяя собственный эгоизм, реализует общественный интерес. Развивая собственную деятельность, он распределяет материальные блага и обеспечивает работой сотни людей. При этом попутно лидер стимулирует прогресс в обществе и вносит оживление в экономику, что дает толчок эволюции общества” [10, с 22]. В онтопсихологическом подходе выделяются семь основных качеств лидера-предпринимателя, приводящих к успеху в любой сфере деятельности: специфика и сила природного потенциала, технико-рациональное развитие, в соответствии с природным потенциалом, амбиция, любовь к собственному делу, высочайший уровень профессионализма, умение преодолевать стереотипы в собственной жизни, рациональность, основанная на интуиции [10]. Также обозначаются этапы жизненного пути, успешное прохождение которых важно для предпринимателя: 1-й этап до 6 лет связан с физико-психобиологической реализацией человека, 2-ой этап с 6 до 14 лет – рационально-психическое созревание и формирование сознания, 3-ий этап максимальной жизнеспособности и интеллектуальной плодотворности в плане познания и обогащения опытом, за счет вложения потенциала в деятельность, на 4-ом этапе субъект способен достичь полноценной зрелости и максимальной реализации следующих аспектов: здоровье, экономическое положение, свобода, уточненная амбиция к особому действию. На 4-ом этапе субъект корректирует свою позицию и определяется более четко со сферой своих вложений, он способен ответственно выбирать то, что приносит ему наивысшее удовлетворение, основываясь на природной предрасположенности. Каждый этап приводит субъекта к большей осознанности жизненной позиции главного и ответственного субъекта, способного совершать функциональные и полезные для своего становления выборы на основании идентичности их своей уникальной природе [10, 21].

Для анализа жизненного пути предпринимателя мы также опирались на теории жизненного пути личности (С. Л. Рубинштейн, Б. Г. Ананьев, А. Н. Леонтьев, Н.А. Логинова, К.В. Карпинский и др.) и на исследования профессионального развития личности (Э.Ф. Зеер, Э.Э. Сыманюк, Ю. П. Поваренков, Е.В. Снегова, А.А. Пилигин и др.) по С.Л. Рубинштейну человек способен стать субъектом своей жизни в том случае, когда он самостоятельно сможет выработать способ решения жизненных противоречий и осознает свою ответственность перед самим собой, а также перед людьми за последствия принятых им решений. Событийный подход к изучению профессионального жизненного пути реализован Э.Ф. Зеер и Э.Э. Сыманюк в концепции анализа критических ситуаций в профессиональном становлении, на базе которой была разработана методика ретроспекции критических событий профессиональной биографии [4]. Определяющую роль раннего детского опыта и врожденной потребности в самоактуализации, детерминирующей личность и ее жизненный путь, подчеркивали в своих исследованиях З. Фрейд, Ш. Бюлер, А. Маслоу. Э. Эриксон в своей концепции личностного развития, подчеркивал особенности развития и новообразования личности, возникающие в каждом возрастном периоде через разрешение связанных с ним кризисов. Пьер Мария Феликс Жане (1859–1947). Его теория основывается на соотношении возрастных фаз и биографических ступеней жизненного пути.

Успех и возможность самореализоваться и найти свое место в этом мире непосредственно связаны с ключевыми выборами на пути профессиональной деятельности человека. Из этого следует, что для понимания тенденций, обуславливающих профессиональное и личное самоопределение и становление личности необходимо рассматривать её в целостном контексте жизненной истории.

### **Выборка и методы исследования**

В исследовании приняли участие молодые люди, в возрасте до 35 лет, 11 человек в пилотном исследовании и 82 человека в основном (29,3% мужчин и 70,7% женщин). В основном этапе: 1 группа состояла из 40 человек молодых предпринимателей в различных сферах: производство, образование, торговля, дизайн, продажи, имеющие в подчинении от 1 до 500 человек (средний возраст 31 год), и 2 группа - 42 человека наемных сотрудников: руководители и специалисты (средний возраст 27 лет).

Для исследования был разработан биографический опросник\*, состоящий из 72 вопросов, для разработки которого на этапе пилотажного исследования был проведен опрос молодых предпринимателей, состоявший из 10 вопросов. Полученные результаты позволили сформулировать основные направления анализа жизненного пути респондентов: особенности ситуации взросления, самостоятельность в детстве и юности, уровень достижений и притязаний в детстве и юности; особенности начала профессионального пути респондентов; особенности отношения респондентов к работе (мотивация, ценности, критерии выбора деятельности), особенности оценки респондентами своей актуальной жизненной ситуации (активность жизненной позиции, уровень удовлетворенности, здоровье и жизненный тонус, жизненные приоритеты, профессиональное развитие). В варианте биографического опросника для группы наемных сотрудников, были исключены вопросы о предпринимательской деятельности, при этом добавлены вопросы о желании и планах организации собственного бизнеса.

Также в исследовании использовались: тест “Якоря карьеры” Э. Шейна, адаптированный В.А. Чикер, тест жизнестойкости С. Мадди в адаптации Д. А. Леонтьева, тест Forma Mentis К. Менкарелли, методика семантический дифференциал для понятий “Я”, “Моя жизнь”, “Бизнес”, методика “Толерантность к неопределенности” Д. Маклейна в адаптации Е.Г. Луковицкой. Для анализа были использованы методы статистической обработки данных, включая сравнение распределения рангов с применением непараметрического критерия U–Mann Whitney.

### **Аналитическая часть**

**Анализ жизненного пути.** Анализ литературных источников, а также проведенных ранее исследований, в которых рассматривалась личность лидера [3,19,20,22], позволил предположить основные направления для изучения психологических и биографических особенностей жизненного пути и особенностей профессиональных выборов молодых предпринимателей. В

данном исследовании был сделан акцент на начале профессионального пути и отношении участников к своему профессиональному становлению.

Респонденты обеих групп родом из различных по размеру населенных пунктов, статистически значимых различий по этому параметру обнаружено не было. Также не было обнаружено значимых различий в уровне образования родителей респондентов. Каждый пятый предприниматель (22,5%) отметил, что его отец занимается предпринимательской деятельностью, среди сотрудников - отцы-предприниматели у 4,8%. Матери у группы предпринимателей в 25% случаев были домохозяйками, в отличие от группы сотрудников (0%). Респонденты по-разному характеризуют свои отношения с родителями: отношения с матерью доверительными обозначили 40,0% предпринимателей и 47,6% сотрудников, отсутствие доверительности и близости отметили 50,0% предпринимателей и 35,7% сотрудников. С отцом близкие и доверительные отношения были у 35% предпринимателей и 47,6% сотрудников, отсутствие близости отметили 52,5% предпринимателей и 28,6% сотрудников. В целом, на основании пилотного и основного исследования можно отметить, что респондентам-предпринимателям самовосприятие самостоятельности присуще с детства. Большинство респондентов (61%) обеих групп росли в семье не одни, а имели братьев или сестер, различий, обусловленных сиблинговой позицией также не обнаружено.

В ходе исследования вызвал интерес анализ достатка родительской семьи (таблица 1), однако, этот фактор статистически значимых различий между предпринимателями и рядовыми сотрудниками не выявил, что может указывать на примерно равные, так называемые, стартовые позиции респондентов обеих групп - большинство респондентов обеих групп росли в семье со средним достатком.

Таблица 1 – Оценка респондентами достатка в родительской семье

<b>Достаток родительской семьи</b>	<b>Предприниматели</b>	<b>Сотрудники</b>
безусловно, ниже, чем у большинства	10,0%	4,8%
пожалуй, ниже, чем у большинства	25,0%	14,3%
примерно соответствующий среднему уровню	45,0%	66,7%
пожалуй, выше, чем у большинства	15,0%	14,3%
безусловно, выше, чем у большинства	5,0%	0,0%

Становление самостоятельности респондентов в детстве и юности имеет различия (таблица 2). Все респонденты довольно высоко оценивают свою самостоятельность в детстве. Однако респонденты-предприниматели статистически значимо ( $p=0,033$ ) оценили свою самостоятельность выше респондентов-наемных сотрудников.

Таблица 2 – Самооценка респондентами уровня самостоятельности в детстве

<b>Можете ли Вы охарактеризовать себя как самостоятельного ребенка в детстве</b>	<b>Предприниматели</b>	<b>Сотрудники</b>
однозначно, нет	2,5%	2,4%
скорее всего, нет	5,0%	19,0%
не могу определиться	10,0%	23,8%
скорее всего, да	30,0%	33,3%
однозначно, да	52,5%	21,4%

Также мы обнаружили статистически значимые различия между группами по ответу на вопрос: “Следили ли родители за Вашей успеваемостью?” в школьные годы ( $p=0,034$ ). Группа предпринимателей вновь характеризуется большей самостоятельностью, 45% из них сообщают, что учились “самостоятельно”, 40% ответили, что родители уделяли внимание их успеваемости

только в младших классах, тогда как 52,4% сотрудников сообщают, что родители всегда контролировали их учебу. 50% предпринимателей считают, что почувствовали себя самостоятельными еще в раннем подростковом возрасте, до 13 лет, так же считают только 23,8% сотрудников.

Самооценка амбициозности в детстве показала, что 65% респондентов-предпринимателей стремились быть лучше других в школе, среди респондентов-сотрудников - 38%.

Стремление к независимости: 60% предпринимателей и 48% сотрудников перестали жить вместе с родителями до 22 лет. Первые самостоятельно заработанные деньги значимо раньше получили респонденты-предприниматели (таблица 3) и, возможно именно этот факт оказал существенное влияние на формирование убеждения “я могу заработать сам”, которое уже в подростковом возрасте определило стиль мышления будущих предпринимателей.

Таблица 3 – Оценка респондентами возраста первого самостоятельного заработка

Возраст первого заработка	Предприниматели	Сотрудники
раньше 15ти лет	80,0%	33,3%
в 16–18 лет	10,0%	38,1%
в 19–23 года	10,0%	23,8%
после 23 лет	0,0%	4,8%

Важным для исследования представляется вопрос о профессиональном старте респондентов, а именно воспоминания респондентов о планах относительно своего будущего (рисунок 1). Статистически значимые различия в ответах респондентов двух групп были получены по фактору “добиться успеха, признания”, никто из группы предпринимателей не отметил как юношескую цель создание семьи и зарабатывать много денег. Эти данные позволяют высоко охарактеризовать амбициозность и целенаправленность респондентов, будущих предпринимателей, проявляющуюся еще с детства, а также не характерное для молодой выборки отсутствие стремления к деньгам.

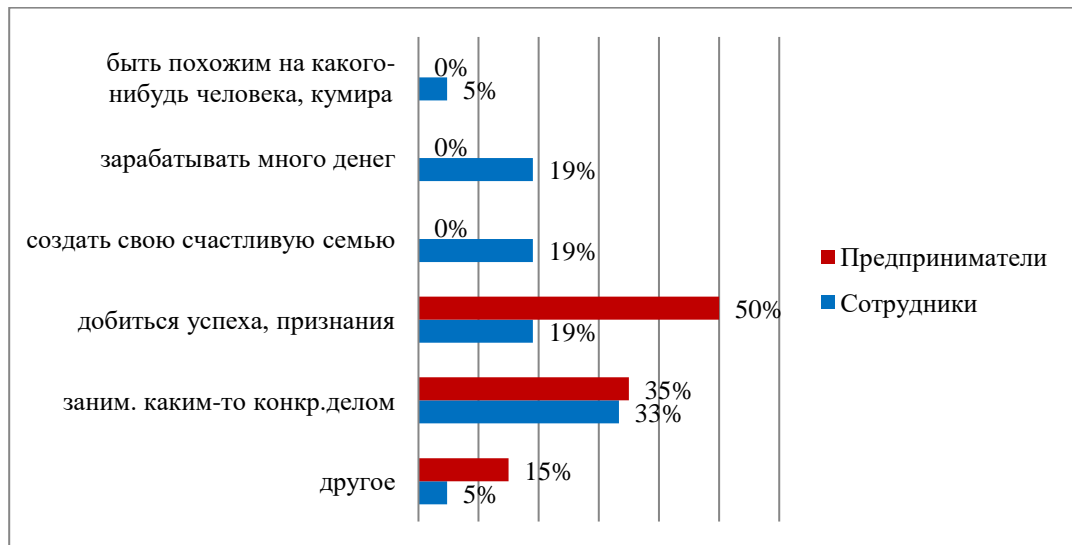


Рисунок 1 – Мнения респондентов о планах на будущее в юношеском возрасте

Особенности ситуации выбора будущей профессии респондентами также является информативным фактором для составления представления о личности предпринимателя. Были обнаружены статистически значимые различия в том, что повлияло на выбор профессии. 50% предпринимателей сообщает, что это были их склонности и предрасположенность, тогда как в группе

сотрудников наиболее популярными стали ответы “случай” (28,6%) или “интерес” (28,6%). Эти данные демонстрируют автономную позицию респондентов, ориентацию на внутренний критерий. Необходимо отметить, что финансовая выгода в выборе профессии привлекала 19% сотрудников, в группе предпринимателей этот мотив не являлся определяющим вообще (0%). Также для наемных работников характерен случайный выбор профессии (28,6%).

Респонденты обеих групп начали работать и полностью самостоятельно себя обеспечивать в возрасте 19–20 лет. По этому фактору между группами обнаружено статистически значимое различие: 70% предпринимателей положительно отзываюся о своем первом опыте работы, тогда как наемные сотрудники только в 33,3% случаев. Вероятно, предпринимателей в целом характеризует более позитивное отношение к практической деятельности и нравится то, что они получают от этого. Основным мотивом первой работы у участников были деньги и независимость.

100% опрошенных предпринимателей считает себя амбициозными, из них 60,0% абсолютно в этом уверены, среди опрошенных нанятых сотрудников 14,4 % считают, что не амбициозны, а 71,4% отвечает, что, пожалуй, их можно было бы назвать амбициозными. Различия между группами статистически значимы на высоком уровне  $p=0,005$ . Действительно, амбициозность во многом является движущей силой предпринимателя, чтобы достичь чего-либо, нужно, прежде всего, этого желать и к этому стремиться.

Предпринимателям был задан вопрос о том, как давно они создали свой бизнес и опирались ли они на чью-то помощь при этом. 90,2% всех респондентов создали бизнес с нуля, без чьей-либо помощи. Для 25,0% из них то дело, которым они занимаются сейчас, не является первым. В основном наши респонденты могут быть названы начинающими предпринимателями, т.к. единицы занимаются собственным бизнесом более пяти лет. В качестве толчка к началу бизнеса респонденты указывают желание независимости, свободы, интерес.

**Анализ личностных характеристик респондентов.** Для оценки личностных характеристик участников исследования применялся тест жизнестойкости С. Мадди, основными шкалами которого являются вовлеченность, контроль и принятие риска. Тест создавался для выявления менеджеров, способных в критической ситуации мобилизовать свои внутренние ресурсы и преуспевать. Результаты, полученные обеими группами, выше нормативных, однако, результаты, полученные сотрудниками, не превышают диапазон, заданный с учетом стандартных отклонений по всем показателям, кроме шкалы “принятие риска” (рисунок 2). Корреляционный анализ показал, что по трем из четырех измеренных показателей между группами есть статистически значимые различия: вовлеченность ( $p=0,002$ ), принятие риска ( $p=0,039$ ), жизнестойкость ( $p=0,012$ ).

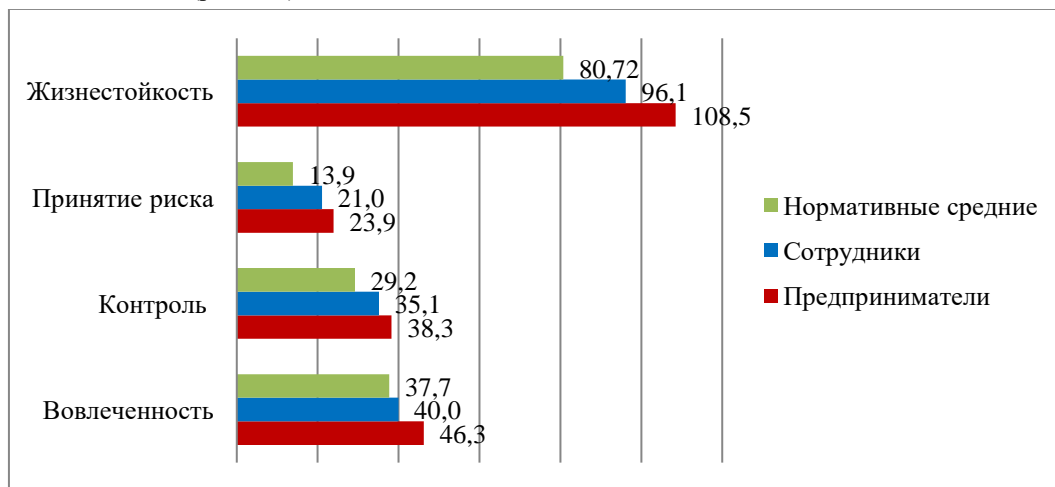


Рисунок 2 – Показатели теста жизнестойкости для группы респондентов-предпринимателей и группы-сотрудников

Для профессиональной оценки личностных характеристик респондентов использовался, также тест Forma Mentis (FM), который разрабатывался в целях организационной диагностики человеческого капитала компании. Тест FM содержит пять шкал: ответственность, автономия, воля, дух инициативы и направленность на решение проблем, способность выстраивать с другими функциональные отношения. Качества, оцениваемые по этим шкалам, характеризуют во многом “образ мышления” и те его характеристики, которые важны для эффективной деятельности, для людей, занимающих, прежде всего, лидерские позиции (рисунок 3). Результаты, полученные предпринимателями, находятся на границе среднего и высокого уровня проявления характеристик, тогда как показатели сотрудников могут быть оценены как средне-низкие. Сравнительный анализ, проведенный при помощи Т-критерия Стьюдента, показал наличие различий на уровне статистической значимости ( $p < 0,05$ ) по всем характеристикам теста FM.

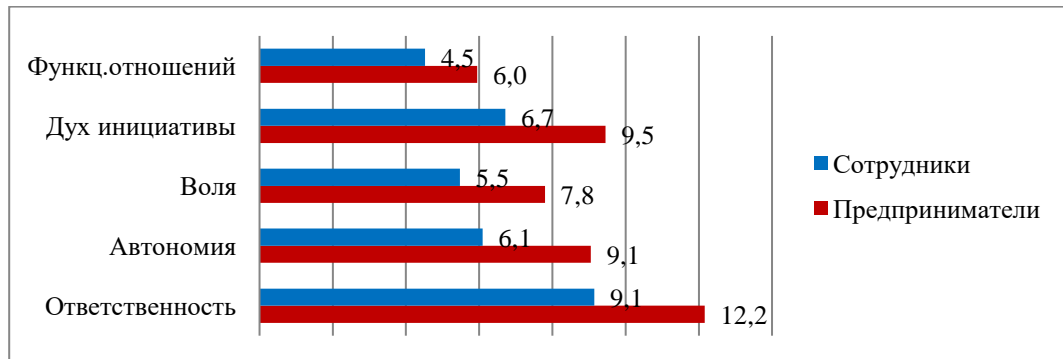


Рисунок 3 – Показатели теста Forma mentis для группы респондентов-предпринимателей и группы респондентов-сотрудников

Результаты исследования толерантности к неопределенности (рисунок 4). Ситуация создания самостоятельного бизнеса характеризуется высокой степенью неопределенности, т.к. результат не может быть гарантирован, также и в отношении будущего уже созданного бизнеса предприниматель не может дать абсолютных гарантий, поэтому он перманентно находится в ситуации принятия неопределенности как основного фактора своей деятельности. Результаты исследования демонстрируют, что у предпринимателей данный показатель значимо ( $p = 0,014$ ) выше (29,8), чем у сотрудников (14,8). Таким образом, у предпринимателей есть развитая способность подниматься над страхами, стереотипами, подходить к проблемам творчески, а не шаблонно, совершать действия и принимать решения в ситуациях неопределенности. Корреляционный анализ показал, что показатель “автономия” и “функциональность отношений” FM значимо ( $p = 0,01$ ) взаимосвязан с показателем жизнестойкости “вовлеченность”, что можно обозначить, как способность предпринимателей изучаемой выборки управлять отношениями и действовать свободно и автономно, руководствуясь своим внутренним критерием взаимосвязана с открытостью и вовлеченностью в деятельность. Показатель “дух инициативы” FM имеет значимую взаимосвязь с результирующим показателем жизнестойкости. То есть, тот самый дух предпринимательства – это личностная характеристика, заключающаяся в готовности занимать субъектную проактивную позицию по отношению к жизни, автономия, стремление к новизне, способность ставить перед собой цели и действовать ответственно, полагаясь на внутренний критерий.

Сематический дифференциал трех понятий “Я”, “Моя жизнь”, “Бизнес” на наш взгляд позволят проанализировать самооценку респондентов, отношение к собственной жизни, а также отношение к бизнесу - тому профессиональному пути, который выбрала одна группа и который не выбрала или пока не выбрала другая. Показатели по всем шкалам оценки понятия “Я” позитивно характеризует исследуемую выборку (предприниматели – А-8,65, О-11,8 С-11,2 и сотрудники – А-5,85, О-12,15, С-7,95). Эмоциональное отношение к понятию “Я” получило



наиболее высокие, практически равные, оценки для двух групп респондентов, что свидетельствуют о позитивном отношении к своей личности. Статистически значимые различия выявлены между двумя группами по оценке силы “Я” ( $p=0,05$ ). Высокие оценки по шкале “Сила” респондентов-предпринимателей выдают склонность приписывать себе наличие потенциала. При анализе результатов оценок понятия “Моя Жизнь” статистически значимых различий не обнаружено, по всем параметрам это понятие получило довольно высокие оценки, что еще раз подтверждает высокую степень принятия себя, удовлетворенности респондентами своей жизненной ситуацией (предприниматели – А-10,4, О-13,2, С-11,35 и сотрудники – А-8,3 О-11,25, С-8,8). Анализ семантического дифференциала понятия “Бизнес” показал, что все респонденты так же дают ему положительную оценку. При этом по шкале “Активность” респонденты оценили “Бизнес” практически одинаково, а по шкале “Оценка” статистически значимо выше ( $p=0,016$ ) значение в группе предпринимателей, что выдает его эмоциональную привлекательность (предприниматели – А-8,55, О-11,45, С-7,35 и сотрудники А-7,89, О-6,21, С-9,42).

**Отношение к профессиональной деятельности.** На основе анализа пилотного исследования были выделены факторы, по которым предполагались различия в отношении к предпочтению в выборе работы между предпринимателями и наемными сотрудниками (рисунок 4).

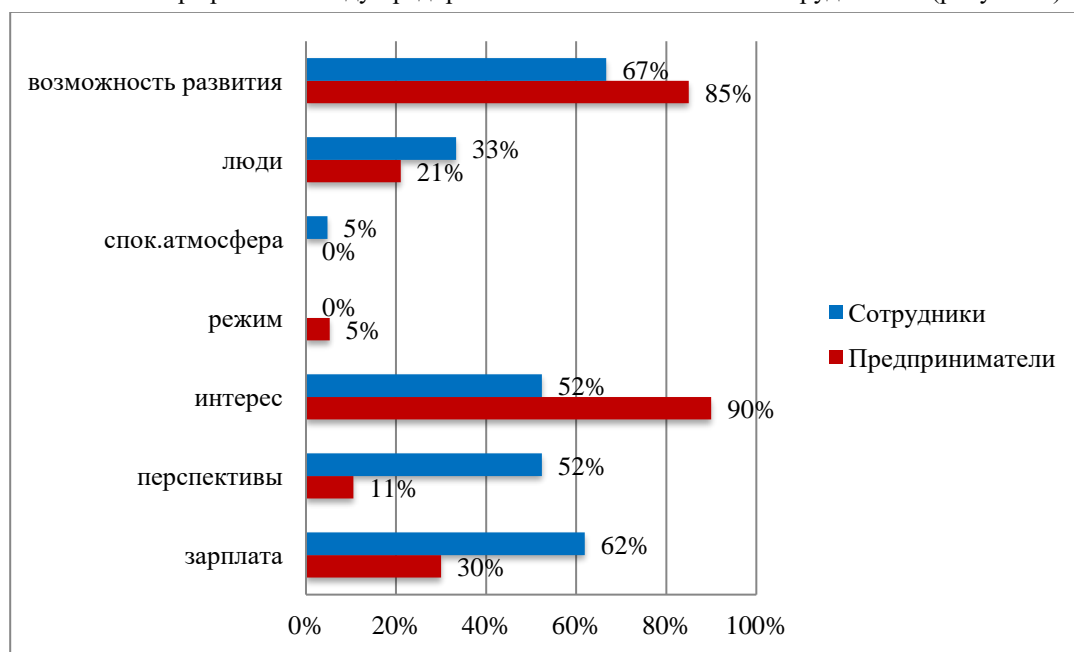


Рисунок 4 – Мнения респондентов о наиболее важных факторах при выборе работы

Были обнаружены статистически значимые отличия по фактору “заработная плата”, этот аспект работы более значим для наемных сотрудников ( $p=0,05$ ), так же как и карьерные перспективы ( $p=0,006$ ), интерес к работе значительно важнее для предпринимателей, обе группы при этом высоко ценят возможность развития в процессе рабочей деятельности. Предприниматель, занимаясь собственным делом, не всегда знает, особенно на начальных этапах развития бизнеса, получит ли он зарплату, карьера его мало волнует, поскольку, он уже достиг пика карьерной лестницы – он руководитель. Но неотъемлемой характеристикой любого предпринимательского начинания является заинтересованность в том, что он делает.

Опрос респондентов, касающийся гибкости занятости: отношение к переездам, командировкам, работе в разных проектах и по совместительству, к работе сверхурочно и др. показал, что респонденты-предприниматели демонстрируют более гибкую позицию по отношению к трудовой деятельности, они чаще готовы к работе по совместительству или в нескольких проектах

одновременно ( $p=0,019$ ). Также были получены статистически значимые различия ( $p=0,016$ ) по согласию на ненормированную рабочую загрузку, так большинство респондентов-предпринимателей (80%) согласились бы работать сверхурочно и в выходные дни, только половина наемных сотрудников готовы были пойти на это. Резюмируя, можно отметить, что для сотрудников важна стабильность, тогда как предприниматели тяготеют к динамичности.

По оценкам значимости профессиональной деятельности в жизни респондентов были получены значимые различия ( $p=0,01$ ). Важно отметить, что 35,0% предпринимателей считают работу своим призванием или смыслом жизни, ни один наемный сотрудник не дал такого ответа. По-видимому, профессиональный путь предпринимателей глубоко интегрирован в жизненный путь и является неотъемлемой его частью в восприятии респондентов.

Таблица 4 – Представления о значимости работы в жизни респондентов

Вопрос анкеты “Работа – это...”	Предприниматели	Сотрудники
Не самая важная сторона жизни	10,0%	23,8%
Одна из важных сторон жизни	55,0%	76,2%
Призвание/смысл жизни	35,0%	0,0%

Также была проанализирована динамика отношения к профессиональной деятельности выборки, то есть отношение к работе в начале профессионального пути и в настоящее время. Анализ результатов показал, что для большинства респондентов обеих групп работа в начале профессионального пути является, прежде всего, способом решения финансового вопроса. На сегодняшний день работа для предпринимателей является, в первую очередь способом самореализации, а также способом реализации интереса предпринимателя (рисунок 5). Наемные сотрудники рассматривают работу как закономерный этап жизни (51%), способ обретения свободы (36%), а также возможность приносить пользу (23%). Эти результаты снова демонстрируют два различных способа отношения к работе и профессиональной деятельности исследуемыми группами.



Рисунок 5 – Мнения респондентов о смысле работы

Осознаваемые приоритетные профессиональные потребности в структуре личности были проанализированы с помощью методики “Якоря карьеры” Э. Шейна. В методике выделяется восемь основных карьерных ориентаций, или “якорей”. Выраженными считаются те карьерные ориентации, которые получили оценку 6 и выше (рисунок 6). Большинство карьерных ориентаций можно считать довольно выраженными в обеих группах. Для предпринимателей наиболее ярко выраженными являются ориентации “Предпринимательство”, “Служение” и “Автономия”. Получены статистически значимые различия по шкалам “Стабильность” (0,013) и “Предпринимательство” (0,034). Следовательно, мы можем констатировать, что для опрошенных предпринимателей характерна связь работы с реализацией жизненных ценностей, а также стремление максимально эффективно использовать свои таланты и опыт для решения социально значимых проблем.

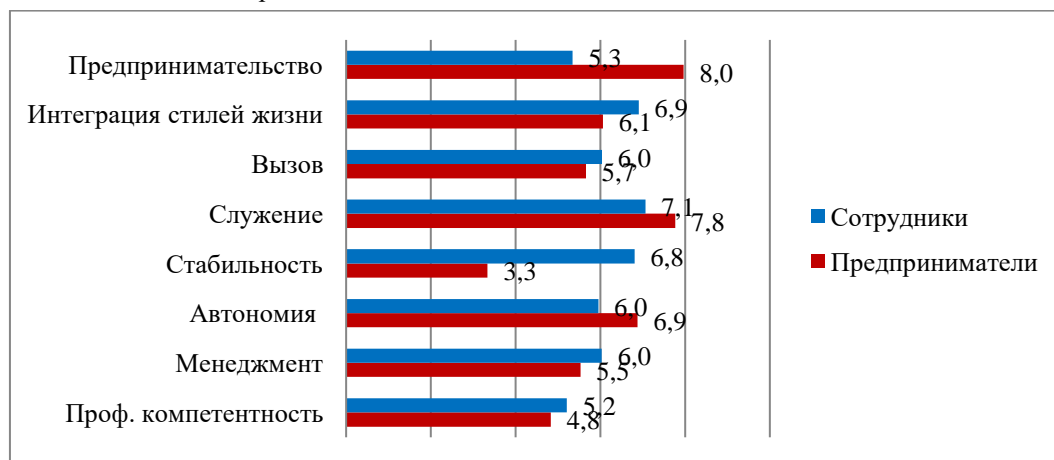


Рисунок 6 – Результаты по методике “якоря карьеры” Э.Шейна

Было обнаружено различие ( $p < 0,001$ ) по оценке респондентами своего уровня жизни в настоящий момент. Предприниматели значимо выше, чем наемные сотрудники оценивают свой нынешний уровень жизни, причем эта характеристика связана не столько с материальной обеспеченностью, сколько с общим ощущением качества жизни. Показательным является также самооценка здоровья, настроения и жизненного тонуса респондентами. По полученным результатам можно сделать вывод о том, что респонденты-предприниматели оценивают состояние своего здоровья, а также настроение и жизненный тонус выше, чем у других людей в такой же возрастной категории (таблица 5).

Таблица 5 – Самооценка уровня здоровья, настроения, жизненного тонуса респондентами

	Предприниматели	Сотрудники
<i>Ваше здоровье сейчас:</i>		
постоянно беспокоит Вас	10,0%	9,5%
периодически дает о себе знать	22,5%	52,4%
не беспокоит Вас	67,5%	38,1%
<i>Вы думаете, что Ваше здоровье:</i>		
хуже, чем у других людей Вашего возраста	7,5%	9,5%
на среднем уровне	12,5%	57,1%
лучше, чем у других людей Вашего возраста	80,0%	33,3%
<i>Обычно Ваше настроение и жизненный тонус:</i>		
хуже, чем у других	0%	0%
на среднем уровне	7,5%	61,9%
лучше, чем у других	92,5%	38,1%

### Корреляционный анализ

Наибольшее количество значимых взаимосвязей, кроме изложенных выше, было получено с семантическим дифференциалом понятий “жизнь”, “бизнес”, самооценкой лидерского потенциала в детстве, самооценкой амбициозности, успешности, качества жизни и удовлетворенностью физическим состоянием (здоровье, жизненный тонус, настроение).

Семантический дифференциал (SD) понятия “жизнь” взаимосвязан ( $p < 0,01$ ) с фактором “вовлеченность” теста жизнестойкости, а также с компонентами теста *Forma mentis* “автономия” и “дух инициативы” ( $p < 0,01$ ). SD понятия “бизнес” взаимосвязан ( $p < 0,01$ ) с толерантностью к неопределенности и всеми компонентами теста *Forma mentis*.

Значимые корреляционные взаимосвязи автобиографических данных с другими исследуемыми характеристиками показали, что самооценка уровня собственной самостоятельности в детстве взаимосвязана с актуальным уровнем физического благополучия и уровнем функциональности отношений ( $p < 0,05$ ) *Forma mentis*. Мнение респондентов о том, что уровень контроля родителей был высоким взаимосвязано с значимостью зарплаты в выборе актуальной работы ( $p < 0,01$ ), стабильностью (*Forma mentis*) ( $p < 0,05$ ) и обратно взаимосвязана с ощущением радости от работы. Самооценка собственной лидерской позиции в школьном возрасте взаимосвязана ( $p < 0,01$ ) с SD “я”, “жизнь”, “бизнес”. Самооценка амбициозности взаимосвязана ( $p < 0,01$ ) с жизнестойкостью (Мадди), показателями теста *Forma mentis*: “дух инициативы”, “ответственность”, “воля”, толерантностью к неопределенности, якорями карьеры “вызов”, “предпринимательство”, обратная взаимосвязана с показателем “стабильность” (якорь карьеры) и возрастом первого заработка. Самооценка успешности и удовлетворенности жизнью имеет взаимосвязи ( $p < 0,01$ ) с общей оценкой физического благополучия, толерантностью к неопределенности, шкалами теста *Forma mentis*, “предпринимательство” (якорь карьеры), SD “я” оценка силы и ( $p < 0,05$ ) жизнестойкостью (Мадди), а также обратно взаимосвязана ( $p < 0,01$ ) с показателем “стабильность” (якорь карьеры).

### Выводы

Результаты эмпирического исследования, проведенного в двух группах респондентов: молодых предпринимателей и наемных сотрудников того же возраста показали существующие различия в социально–психологических качествах личности предпринимателей, таких как особенности проявления самостоятельности в детстве, жизнестойкости, ответственности, толерантности к неопределенности, способности к волевому самоконтролю, автономности и независимости, в отношении к собственной профессиональной деятельности (стремление к созданию новых проектов, толерантность к ненормированному рабочему времени и к передвижениям), способность принять жизненный вызов. Они лучше справляются с решением задач в ситуации неопределенности, автономно действуя по направлению к достижению поставленных целей, в этом им помогает способность включаться в ситуацию умение выстраивать функциональные взаимоотношения. При этом, важно отметить, что и предприниматели, и сотрудники имели равные “стартовые” позиции в жизни: схожие характеристики места рождения, уровень образования родителей, профессиональная ситуация родителей, сиблинговая позиция, уровень дохода в семье, отношения с родителями.

**Примечания.** \*Разработан на основе опросника Н.В. Гришиной, СПбГУ.

### Библиография

1. Андропова Ю.Э. Стратегии исследования социального предпринимательства // Изв. Саратов. ун–та. 2017. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-issledovaniya-sotsialnogo-predprinimatelstva> (дата обращения: 11.04.2021).
2. Александрова Е.А., Верховская О.Р. Мотивация предпринимательской активности: роль институциональной среды // Вестник Санкт–Петербургского университета. Менеджмент. 2016. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-predprinimatelskoy-aktivnosti-rol-institutsionalnoy-sredy> (дата обращения: 11.04.2021).

3. Дмитриева В. А. Психологические особенности лидерства и возможности его развития // Современная социальная психология: теоретические подходы и прикладные исследования // Москва: МПСИ – 2011. – №. 2. – С. 46-53
4. Зеер Э.Ф., Сыманюк Э.Э. Кризисы профессионального становления личности // Психологический журнал. 1997. № 6. Т. 18. С. 35–44.
5. Ильин Е.П. Психология риска. СПб: Изд-во Питер, 2012. 288 с.
6. Позняков В. П., Тихомирова С. В. Интерактивная информационно-исследовательская база данных “Социальная психология российского предпринимательства” // Знание. Понимание. Умение. – 2015. – №. 1.
7. Кошарная Г.Б. Мотивация современных российских предпринимателей // Общественные науки. 2015. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivatsiya-sovremennyh-rossiyskih-predprinimateley> (дата обращения: 12.06.2020).
8. Круглова Н.Ю. Основы бизнеса / учебник для вузов. М: Изд-во РДЛ, 2005. 560 с.
9. Менегетти А. Практикум лидера. М: НФ “Антонио Менегетти”, 2015. 190 с.
10. Менегетти А. Психология лидера. М: НФ “Антонио Менегетти”, 2016. 348 с.
11. Филинкова Е.Б. Психология российского предпринимательства / учебное пособие. М: Изд-во Ректор, 2007. 288 с.
12. Хабыев Я. Йозеф Шумпетер и современная предпринимательская экономика // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2014 г.). СПб., 2014. С. 12–14. URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/131/6661/> (дата обращения: 12.06.2020).
13. Шаховой В. А., Шапиро С. А. Мотивация трудовой деятельности. – Directmedia, 2015. 314 с.
14. Швенёк Е.В. Социально-психологические факторы формирования общности современных предпринимателей: Дис. канд. психол.н. СПб, 2009. 214 с.
15. Alvarez S. A., Barney J. B. How do entrepreneurs organize firms under conditions of uncertainty? // Journal of management. – 2005. – Т. 31. – №. 5. – С. 776-793.
16. Berings D., Adriaenssens S. The role of business ethics, personality, work values and gender in vocational interests from adolescents // Journal of Business Ethics. – 2012. – Т. 106. – №. 3. – С. 325-335.
17. Berings D., De Fruyt F., Bouwen R. Work values and personality traits as predictors of enterprising and social vocational interests // Personality and Individual Differences. – 2004. – Т. 36. – №. 2. – С. 349-364.
18. Ciavarella M. A. et al. The Big Five and venture survival: Is there a linkage? // Journal of Business Venturing. – 2004. – Т. 19. – №. 4. – С. 465-483.
19. Dmitrieva V., Lutikova E. Moral and ethical conceptions of entrepreneurs: cross-cultural aspects // Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2013. – Т. 86. – С. 318-322.
20. Manichev S. et al. Values and hardiness: Entrepreneurs of former soviet countries // Indian Journal of Science and Technology. – 2016. – Т. 9. – №. 46. – С. 107510-107510.
21. Menegetti A. I Giovani E L’etica Ontica. Psicologica Editrice, 2011. – С. 239.
22. Mikhaylova M. V., Dmitrieva V. A. The Interdependence of Humanistic Values and the Level of Existential Fulfillment of an Intellectual Leader // EPJ Web of Conferences. – EDP Sciences, 2021. – Т. 248. – С. 03005.
23. Miner J. B., Smith N. R., Bracker J. S. Role of entrepreneurial task motivation in the growth of technologically innovative firms: Interpretations from follow-up data // Journal of applied psychology. – 1994. – Т. 79. – №. 4. – С. 627.
24. Miner J. B., Raju N. S. Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low-and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein. – 2004.

25. Wooten K. C., Timmerman T. A., Folger R. The use of personality and the five-factor model to predict new business ventures: From outplacement to start-up //Journal of Vocational Behavior. – 1999. – Т. 54. – №. 1. – С. 82-101.

## THE LIFE WAY OF A YOUNG ENTREPRENEUR AS A PROJECTION OF SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL PERSONALITY

DOI: 10.25629/HC.2021.06.15

**Dmitrieva V.A.**

Russian State Social University

**Abstract.** 2020 was the hardest year for the economy and especially for entrepreneurship. Forced isolation and various measures to contain the pandemic forced entrepreneurs to show such qualities as: flexibility and mobility, creativity in order to quickly adapt to new challenges. In the context of such a race for life, the analysis of the psychology of the modern young entrepreneur as the vanguard of the economist looks especially relevant. Analysis of scientific literature on the socio-psychological, personal characteristics of a modern entrepreneur and theories of the life path of both foreign and domestic researchers showed the relevance of new research in the field of entrepreneurship. The article presents the results of a study of the socio-psychological characteristics of modern young entrepreneurs in the context of life path analysis. The study involved 82 people under the age of 35, 40 of whom are entrepreneurs. To study the life path of the sample, the author's biographical questionnaire was used, to determine the personality characteristics, the test of resilience, tolerance to uncertainty, the test "Formation", semantic differential, "career anchors". Comparative analysis of the group of respondents - entrepreneurs with the group of respondents - hired employees revealed a number of features. The life path of the respondent entrepreneurs is characterized by the peculiarities of growing up situations, manifested in early independence, the choice of a professional path in accordance with their own inclinations and goals. The personal characteristics of young entrepreneurs are distinguished by high resilience, involvement in the life process, a tendency to take risks, responsibility, the ability to volitional self-control, initiative, the ability to establish effective functional relationships, and independence. Entrepreneurs are characterized by the special importance of work in life, a positive emotional perception of the work process, the desire to create new projects, a flexible attitude to the schedule and place of work.

**Keywords:** psychology of an entrepreneur, psychology of a leader, life path, personality of a young entrepreneur.