

СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 159.9

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ МАЛЫХ И КРУПНЫХ ГОРОДОВ

О.И. Муравьёва, В.В. Мацута, Ю.Н. Ерлыкова (Томск)

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

Аннотация. Ценностные ориентации личности рассматриваются как психологические основания эффективности предпринимательства. Приведены результаты сравнительного исследования ценностных ориентаций предпринимателей пгт. Ши́ра (малый город) и предпринимателей г. Томска (крупный город). Полученные данные свидетельствуют о том, что предприниматели малых городов, по сравнению с предпринимателями крупных городов, обладают меньшим психологическим потенциалом, который бы обеспечил эффективность их предпринимательской деятельности. Также результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что в крупных городах у предпринимателей происходит трансформация личности в направлении большего её соответствия требованиям осуществляемой деятельности.

Ключевые слова: предприниматели; малые и крупные города; ценности, жизнестойкость; толерантность к неопределённости.

Актуальность проблемы предпринимательства как предмета исследования российских учёных [3, 5, 12, 13 и др.] определяется прежде всего приоритетными направлениями социальной и экономической политики России, одной из задач которой является развитие малого и среднего бизнеса [15]. Отличительной особенностью большинства исследований, выполненных в предметном поле психологии, является установка на изучение личностных особенностей предпринимателей. В исследованиях социологов и экономистов, посвящённых анализу факторов успешности предпринимательской деятельности, в качестве центральных также называются именно личностные характеристики субъекта этой деятельности [2, 6, 19].

Если проанализировать, какие именно личностные характеристики предпринимателей изучаются современными психологами-исследователями, то можно увидеть, что в качестве таковых выступают параметры так называемого личностного потенциала [10], неотъемлемыми характеристиками которого выступают жизнестойкость, толерантность к неопределённости и др. [1, 10, 17]. Однако отсутствуют исследования, посвящённые выявлению ценностных ориентаций предпринимателей при том, что Д.А. Леонтьев, автор концепции личностного потенциала, утверждает, что личностный потенциал опосредуется ценностями [10].

Цель нашего эмпирического исследования заключается в определении особенностей ценностных ориентаций предпринимателей, занимающихся малым и средним бизнесом и осуществляющих свою деятельность в малых и крупных городах. В исследовании приняли участие 60 предпринимателей (в возрасте от 22 до 57 лет) поселка городского типа (пгт.) Ши́ра Республики Хакасия, имеющего статус малого города¹, и 60 предпринимателей г. Томска (в возрасте от 22 до 56 лет), относящегося к категории крупных городов.

Сбор данных производился с помощью «Ценностного опросника» Ш. Шварца, адаптированного В.Н. Карандашевым [7], «Опросника жизнестойкости» С. Мадди, адаптированного Д.А. Леонтьевым и Е.И. Рассказовой [8], «Шкалы толерантности к неопределённости» STAT-I Д. Маклейна, адаптированной Е.Г. Луковицкой [11].

Как известно, Ш. Шварц [7] выделяет два уровня ценностей: уровень нормативных идеалов – ценности как внутренние ориентиры, идеалы и убеждения и уровень индивидуальных приоритетов – ценности, которые проявляются в реальном поведении. Первый уровень является более стабильным и отражает представления человека о том, как нужно поступать, определяя тем самым его принципы поведения. Второй уровень является более зависимым от внешней среды, например от группового давления, и соотносится с конкретными поступками человека. Кроме того, в концепции Ш. Шварца ценности организованы в две биполярные ортогональные оси измерения. Первая ось – «Открытость изменениям – Консерватизм». Полюс «Открытость изменениям» включает ценности Самостоятельности и Стимуляции, а полюс «Консерватизм» – Безопасность, Конформность и Традиции. Вторая ось – «Самовозвышение – Самоотрансцендентность». Полюс «Самовозвышение» включает ценности Власти и Достижений, а полюс «Самоотрансцендентность» – Универсализм и Доброту.

Рассмотрим результаты сравнительного анализа ценностей в группе предпринимателей пгт. Ши́ра и группе предпринимателей г. Томска (табл. 1).

Как видно из табл. 1, у предпринимателей пгт. Ши́ра, по сравнению с предпринимателями г. Томска, более выражены (на двух уровнях) такие «ценностные типы», как Конформность, Традиции, Доброта, Универсализм, Безопасность, и менее выражены – Самостоятельность, Достижение, Власть и Стимуляция. Иначе говоря, ценности предпринимателей пгт. Ши́ра и ценности предпринимателей г. Томска находятся на противоположных полюсах. Если ценности предпринимателей пгт. Ши́ра тяготеют к полюсам «Консерватизм» и «Самоотранс-

¹ Согласно Федеральному закону Российской Федерации № 131-ФЗ [16], современные города делятся на малые (до 50 тыс. жителей); средние (50–100 тыс.); большие (100–250 тыс.); крупные (250–500 тыс.); крупнейшие (500 тыс. – 1 млн); города-миллионеры (свыше 1 млн жителей).

цендентность», то ценности предпринимателей г. Томска – к полюсам «Открытость к изменениям» и «Самовозвышение». Полученные нами результаты подтверждают данные социологических исследований, проведённых ранее и посвящённых изучению ментальности жителей малых городов. В частности, М.В. Никитский приходит к выводу, что поскольку жителям малых городов свойственны 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» [14. С. 63]. Ж.Д. Ефремова [4] выделяет 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.

Т а б л и ц а 1

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

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

Примечание. Жирным шрифтом выделены статистически значимые различия.

На основании этих результатов можно сделать вывод, что ценностные ориентации предпринимателей г. Томска в значительно большей степени, нежели ценностные ориентации предпринимателей пгт. Ширы, отвечают характеру предпринимательской деятельности. А значит, можно утверждать, что малые города, по сравнению с крупными, имеют меньший потенциал для развития малого и среднего бизнеса.

Рассмотрим теперь особенности структурной организации ценностей у предпринимателей пгт. Ширы и г. Томска. Анализ соотношения ценностей на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных приоритетов в группе предпринимателей пгт. Ширы показывает, что шесть из десяти ценностных типов на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных приоритетов значительно различаются (табл. 2).

Т а б л и ц а 2

Результаты сравнительного анализа по t-критерию Стьюдента ценностей на уровнях нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов в группе предпринимателей пгт. Ширы

Шкалы «Ценностного опросника» Ш. Шварца	Средние значения на уровне нормативных идеалов	Средние значения на уровне индивидуальных приоритетов	Критерий для сравнения средних (t -value)	Уровень значимости (p)
Конформность	6,63	3,69	-8,66	0,00
Традиции	6,37	3,57	-8,82	0,00
Доброта	6,16	4,88	-3,57	0,00
Универсализм	5,18	4,55	-1,98	0,05
Самостоятельность	3,25	5,36	6,05	0,00
Стимуляция	2,77	3,12	1,04	0,30
Гедонизм	2,97	3,58	1,59	0,11
Достижение	3,42	4,48	2,55	0,01
Власть	3,49	4,11	1,63	0,10
Безопасность	7,95	5,66	-6,47	0,00

Примечание. Жирным шрифтом выделены статистически значимые различия.

Полученные результаты позволяют констатировать наличие значительного «разрыва» в структуре ценностей предпринимателей пгт. Ширы как по оси «Открытость изменениям – Консерватизм», так и по оси «Самовозвышение – Самоотрансцендентность». Выраженность ценностей Консерватизма и Трансцендентности как внутренних ориентиров и идеалов «не поддерживается» их реализацией в поведении. И, наоборот, ценности Открытости изменениям и Самовозвышения, которые не являются доминирующими *внутренними* ориентирами, имеют значительно более высокие значения на уровне индивидуальных *поведенческих* приоритетов. По мнению Е.Б. Фанталовой, дисбаланс ценностей связан с внутренними конфликтами, личностной дисгармонией и психологической неудовлетворённостью жизненной ситуацией. Она полагает, что «состояние внутреннего конфликта – это, прежде всего, состояние

«разрыва» в системе «сознание – бытие», а именно разрыва между потребностью в достижении внутренне значимых ценностных объектов и возможностью такого достижения в реальности» [18. С. 11]. На основании полученных нами данных можно предположить, что для субъектов предпринимательства в пгт. Шира их деятельность не является аутентичной, но скорее вынужденной, обусловленной прежде всего внешними, социально-экономическими проблемами малых городов: высоким уровнем безработицы, низким уровнем доходов населения и бедностью [20]. В этой связи представляется сомнительным решение социально-экономической задачи развития эффективного предпринимательства в малых городах, поскольку реализация программ развития малого и среднего бизнеса может встретить препятствие в виде психологической неготовности населения к предпринимательской деятельности.

Перейдём к рассмотрению особенностей ценностной структуры у предпринимателей г. Томска. Полученные данные свидетельствуют о том, что она в целом является более сбалансированной (табл. 3), чем у предпринимателей пгт. Шира. Тем не менее две группы ценностей, относящихся к ценностным типам Безопасность и Стимуляция, показали значимые различия между уровнями нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов. При этом направленность этих различий такова, что предприниматели г. Томска предпочли бы в качестве идеального для себя состояния меньший уровень активности и интенсивных переживаний и больший уровень безопасности и стабильности социальных и межличностных отношений, чем это реализуется в их реальном поведении.

Таблица 3

Результаты сравнительного анализа по t-критерию Стьюдента ценностей на уровнях нормативных идеалов и индивидуальных приоритетов в группе предпринимателей г. Томска

Шкалы «Ценностного опросника» Ш. Шварца	Средние значения на уровне нормативных идеалов	Средние значения на уровне индивидуальных приоритетов	Критерий для сравнения средних (t -value)	Уровень значимости (p)
Конформность	2,28	2,03	1,33	0,19
Традиции	2,03	2,18	-0,88	0,38
Доброта	2,99	2,62	1,75	0,08
Универсализм	2,21	2,40	-0,95	0,34
Самостоятельность	7,71	7,71	0,00	1,00
Стимуляция	4,56	5,28	-3,48	0,00
Гедонизм	2,90	2,78	0,69	0,49
Достижение	6,23	5,75	1,71	0,09
Власть	5,78	6,06	-1,08	0,28
Безопасность	2,90	2,40	2,53	0,01

Примечание. Жирным шрифтом выделены статистически значимые различия.

Дополнительную информацию о структурных особенностях личности предпринимателей малых и крупных городов мы получили, применив

факторный анализ по главным характеристикам, которые выявлялись в данном исследовании, – ценностям, а также по дополнительным характеристикам – Жизнестойкости и Толерантности к неопределённости. Рассмотрим результаты в группе предпринимателей пгт. Ши́ра (табл. 4).

Т а б л и ц а 4

Результаты факторного анализа ценностей, Жизнестойкости и Толерантности к неопределённости в группе предпринимателей пгт. Ши́ра

Factor Loadings (Varimax raw)

Extraction: Principal components

Отмеченные нагрузки > ,500000

Показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Конформность (УНИ)	0,78	–0,07	–0,26
Традиции (УНИ)	0,77	0,09	–0,19
Доброта (УНИ)	0,85	0,02	0,01
Универсализм (УНИ)	0,62	–0,25	–0,44
Самостоятельность (УНИ)	0,77	0,13	0,22
Стимуляция (УНИ)	0,69	0,19	0,12
Гедонизм (УНИ)	0,51	0,32	0,24
Достижение (УНИ)	0,57	–0,05	0,11
Власть (УНИ)	0,37	–0,18	0,32
Безопасность (УНИ)	0,84	0,05	0,12
Конформность (УИП)	0,02	–0,25	0,40
Традиции (УИП)	–0,22	–0,41	–0,21
Доброта (УИП)	0,06	0,04	–0,44
Универсализм (УИП)	–0,11	0,31	–0,43
Самостоятельность (УИП)	–0,34	–0,10	0,54
Стимуляция (УИП)	0,36	0,52	–0,06
Гедонизм (УИП)	0,10	0,09	–0,01
Достижение (УИП)	0,27	–0,22	0,40
Власть (УИП)	0,26	0,26	0,17
Безопасность (УИП)	–0,22	–0,08	–0,36
Вовлечённость	–0,07	0,84	–0,06
Контроль	0,08	0,80	–0,16
Принятие риска	0,06	0,80	0,16
Суммарный показатель жизнестойкости	0,02	0,93	–0,05
Толерантность к неопределённости	0,04	0,69	0,06
Общая дисперсия фактора	5,33	4,34	1,80
Доля общей дисперсии	0,21	0,17	0,07

Примечание. Жирным шрифтом выделены шкалы, имеющие статистически значимую факторную нагрузку. УНИ – уровень нормативных идеалов. УИП – уровень индивидуальных приоритетов.

Как видно из табл. 4, первый фактор объединил параметры ценностей только на уровне нормативных идеалов, второй – параметры Жизнестойкости и Толерантности к неопределённости, в третий фактор, имеющий наименьшую долю общей дисперсии, вошел только один параметр – Самостоятельность (УИП). На основании этого можно утверждать, что, во-первых, ценности и параметры личностного по-

тенциала (Жизнестойкость и Толерантность к неопределённости) не зависят друг от друга. Во-вторых, именно ценности, а не параметры личностного потенциала являются более существенными структурными компонентами, определяющими личность. Такое соотношение структурных компонентов в целом отвечает «нормальной» внутриличностной иерархии. Именно «личностная ценность проявляет себя как стабильный источник смыслообразования и мотивообразования» [9].

Таблица 5

Результаты факторного анализа ценностей, Жизнестойкости и Толерантности к неопределённости в группе предпринимателей г. Томска

Factor Loadings (Varimax raw)

Extraction: Principal components

Отмеченные нагрузки > ,500000

Показатели	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Конформность (УНИ)	-0,18	-0,70	-0,04
Традиции (УНИ)	-0,41	-0,36	0,33
Доброта (УНИ)	-0,19	-0,39	0,01
Универсализм (УНИ)	0,05	-0,61	0,15
Самостоятельность (УНИ)	-0,03	-0,21	0,15
Стимуляция (УНИ)	-0,17	0,02	-0,50
Гедонизм (УНИ)	0,11	0,06	0,48
Достижение (УНИ)	0,06	-0,49	-0,11
Власть (УНИ)	0,18	-0,01	-0,02
Безопасность (УНИ)	0,02	-0,65	0,36
Конформность (УИП)	-0,12	0,05	-0,58
Традиции (УИП)	0,07	0,33	-0,13
Доброта (УИП)	-0,10	0,26	-0,19
Универсализм (УИП)	0,05	-0,36	0,33
Самостоятельность (УИП)	0,30	-0,23	-0,32
Стимуляция (УИП)	0,17	0,39	0,33
Гедонизм (УИП)	-0,39	0,38	0,16
Достижение (УИП)	0,19	0,03	-0,44
Власть (УИП)	-0,06	0,37	0,17
Безопасность (УИП)	-0,26	-0,04	-0,12
Вовлечённость	0,86	-0,02	0,12
Контроль	0,82	0,10	-0,03
Принятие риска	0,41	0,14	-0,38
Суммарный показатель жизнестойкости	0,96	0,06	-0,01
Толерантность к неопределённости	0,42	0,60	0,27
Общая дисперсия фактора	3,40	3,05	1,98
Доля общей дисперсии	0,14	0,12	0,08

Примечание. Жирным шрифтом выделены шкалы, имеющие статистически значимую факторную нагрузку. УНИ – уровень нормативных идеалов. УИП – уровень индивидуальных приоритетов.

Совершенно другая факторная структура обнаруживается в группе предпринимателей г. Томска (табл. 5). В первый фактор с высокой положительной факторной нагрузкой вошли шкалы «Опросника жизнестойкости». На основании указанного можно говорить, что иерархи-

чески более высокое значение в личностной структуре предпринимателей г. Томска (т.е. крупного города) начинают занимать параметры личностного потенциала, а не ценностей как внутренних ориентиров, идеалов и убеждений. Тот факт, что в группе предпринимателей г. Томска фактор ценностей вообще не выделился как самостоятельный, только подчеркивает справедливость данного вывода.

Интересным оказалось содержание второго фактора. В него с положительным знаком вошел показатель Толерантности к неопределённости, а с отрицательным – ценности Конформности, Безопасности и Универсализма на уровне нормативных идеалов, но не вошли те же ценности на уровне индивидуальных поведенческих приоритетов. Возможно, в данном исследовании удалось «схватить» определённый этап трансформации личностной структуры субъектов, которые решили заняться предпринимательской деятельностью. Предпринимательство объективно требует от субъекта быть устойчивым в ситуациях неопределённости, а значит, человек должен развивать в себе способность воспринимать неопределённые ситуации не как источник угрозы, а как источник нового опыта и новых перспектив и не бояться трудностей и проблем, которые могут быть с этим связаны. Причём эта способность вполне может быть не конгруэнтна глубинным ценностным основаниям предпринимателя, но реализуется лишь его сознательными усилиями. И поэтому в начале пути она «поддерживается» не столько «усилением» соответствующих этой способности ценностей, таких как Самостоятельность, Стимуляция, Достижения, сколько отрицанием, отвержением ценностей, мешающих развитию этой способности, – Конформности, Безопасности и Универсализма. Другими словами, для того чтобы быть готовым к деятельности в ситуациях, связанных с противоречивостью и дефицитом информации, многоальтернативностью выборов и решений, неконтролируемостью и непредсказуемостью, предприниматели г. Томска вынуждены внутренне отказываться от идеалов безопасности и стабильности, просоциальных ценностей понимания, терпимости, защиты благополучия людей и сдерживания действий, которые могут иметь негативные социальные последствия.

Обобщая все полученные в данном исследовании результаты, можно сделать два главных вывода. Во-первых, можно заключить, что предприниматели малых городов, по сравнению с предпринимателями крупных городов, обладают меньшим психологическим потенциалом, который бы обеспечил эффективность их предпринимательской деятельности. Во-вторых, в крупных городах у предпринимателей происходит трансформация личности в направлении большего соответствия их психологических особенностей требованиям осуществляемой ими деятельности.

Литература

1. Богомаз С.А., Каракулова О.В. Личностный и коммуникативный потенциалы инновационно-предпринимательски-ориентированных субъектов // Сибирский психологический журнал. 2010. № 37. С. 48–51.

2. Вавилов О.О. Предприниматель как объект социально-экономического исследования : автореф. дис. ... канд. социол. наук. М., 2008. 23 с.
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. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М. : ИП РАН, 1995. 58 с.
6. Заславская Т.И. Бизнес-слой российского общества: сущность, структура, статус // Социологические исследования. 1995. № 3. С. 3–11.
7. Карандашев В.Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб. : Речь, 2004. 70 с.
8. Леонтьев Д.А., Рассказова Е.И. Тест жизнестойкости. М. : Смысл, 2006. 63 с.
9. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М. : Смысл, 2003. 487 с.
10. Личностный потенциал: структура и диагностика / под ред. Д.А. Леонтьева. М. : Смысл, 2011. 680 с.
11. Луковицкая Е.Г. Социально-психологическое значение толерантности к неопределенности : дис. ... канд. психол. наук. СПб., 1998. 173 с.
12. Лутохина Э.А. Модель человека в новой экономике // Белорусский журнал международного права и международных отношений. 2004. № 2. С. 85–89.
13. Научные материалы V съезда Российского психологического общества. М., 2012. Т. 2. 464 с.
14. 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.
15. О развитии малого и среднего предпринимательства: Федер. закон Рос. Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ // Рос. газ. 2007. 31 июля.
16. 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.
17. Сметанова Ю.В. Личностный потенциал как ресурсная составляющая инновационно-предпринимательской направленности : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Томск, 2012. 24 с.
18. Фанталова Е.Б. Диагностика и психотерапия внутреннего конфликта. Самарат: Бахрах-М, 2001. 128 с.
19. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М. : Директ-Медиа, 2007. 400 с.
20. 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 : сб. матер. по итогам Всерос. науч.-практ. конф., Москва, 22–29 марта 2010 г. / под общ. ред. О.Н. Мельникова. М. : Креативная экономика, 2010. С. 51–55.

VALUE ORIENTATIONS OF ENTREPRENEURS OF SMALL TOWNS AND BIG CITIES
Muraviova O.I., Matsuta V.V., Erlykova Ju.N. (Tomsk)

Summary. Value orientations of personality are considered as psychological basis of entrepreneurship efficiency. The results of a comparative study of value orientations of Shira's and Tomsk's entrepreneurs are presented. Data about the destruction of traditional value system of big cities' entrepreneurs as a condition for development of entrepreneurial personality qualities are showed. Data about the low psychological potential of entrepreneurship development in small towns are presented.

Key words: entrepreneurs, small towns and big cities; values; personality potential.