

## Влияние ценностной сферы личности на психологическую готовность к предпринимательской деятельности

© 2023

*Климанова Наталья Георгиевна*<sup>1</sup>, кандидат психологических наук, доцент,  
доцент кафедры «Психология труда и предпринимательства»  
*Трифонова Татьяна Александровна*<sup>\*2</sup>, кандидат психологических наук, доцент,  
доцент кафедры «Психология труда и предпринимательства»  
*Кабилова Альбина Александровна*<sup>3</sup>, старший преподаватель  
кафедры «Психология труда и предпринимательства»

Казанский инновационный университет имени В.Г. Тимирязова, Казань (Россия)

\*E-mail: [trifonova@ieml.ru](mailto:trifonova@ieml.ru)

<sup>1</sup>ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4517-199X>

<sup>2</sup>ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1194-2691>

<sup>3</sup>ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3214-4708>

**Аннотация:** Статья посвящена изучению влияния ценностей и социально-психологических установок на психологическую готовность к предпринимательству студентов гуманитарных направлений подготовки. Исследование обусловлено запросом государства на поиск, развитие и поддержку инициативных молодых людей, нацеленных на предпринимательскую деятельность, желающих заниматься индивидуальным предпринимательством и приносить при этом пользу обществу. Выборка эмпирического исследования представлена студентами-гуманитариями. База исследования – лаборатория Казанского инновационного университета имени В.Г. Тимирязова. Диагностическим инструментарием выступили: методика «Ценностные ориентации» М. Рокича, тест «Социально-психологические установки личности в мотивационно-потребностной сфере» О.Ф. Потемкиной, опросник «Диагностика психологической готовности к предпринимательской деятельности» Е.К. Климовой. Выстроен рейтинг ценностей и установок студентов в мотивационно-потребностной сфере. Определено, что для испытуемых наиболее значимы конкретные ценности – «здоровье» и «уверенность в себе», наименее – абстрактные, не связанные с собственным эго, такие как «красота природы» и «счастье других». Среди ценностей-средств значимы ценности дела и общения, этические ценности. У студентов обнаружена доминирующая установка на свободу и невысокий уровень общей психологической готовности к предпринимательству в сочетании с выраженным намерением стать предпринимателями и высокой самооценкой предприимчивости. Установлено влияние ценностей и социально-психологических установок на психологическую готовность к предпринимательской деятельности студентов-гуманитариев. Активизирующую роль в ней играют ценности активной деятельной жизни, жизненной мудрости, установка на деньги, свободу, альтруизм и эгоизм.

**Ключевые слова:** ценностные ориентации; мотивация к предпринимательской деятельности; психологическая готовность к предпринимательской деятельности; психологическая готовность к предпринимательству.

**Для цитирования:** Климанова Н.Г., Трифонова Т.А., Кабилова А.А. Влияние ценностной сферы личности на психологическую готовность к предпринимательской деятельности // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2023. № 1. С. 51–59. DOI: 10.18323/2221-5662-2023-1-51-59.

### ВВЕДЕНИЕ

Исследование психологической готовности к предпринимательской деятельности в контексте влияния ценностной сферы личности обусловлено социально-экономической значимостью развития предпринимательства в России. В настоящее время в России действует национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», направленный на всестороннее улучшение предпринимательского климата в России. Его основные направления – создание благоприятных условий для осуществления деятельности самозанятыми гражданами, создание условий для легкого старта и комфортного ведения бизнеса, акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства, создание цифровой платформы для дистанционной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и самозанятых граждан. В рамках проекта проводятся бизнес-

форумы, конференции, образовательные курсы, мастер-классы, выделяются гранты для молодых предпринимателей. В 2022 году насчитывалось 22 млн человек, занятых в предпринимательстве. Проект призван к 2024 году увеличить количество занятых в сфере малого и среднего бизнеса до 25 млн. Таким образом, государство демонстрирует важность активизации и поддержки предпринимательской инициативы молодежи.

В условиях экономического кризиса усиливается потребность государства в активных, инициативных людях, желающих распоряжаться своими ресурсами, рисковать, получать прибыль, работать на себя, отвечать за свои результаты, принося пользу обществу. Россия нуждается в эффективных предпринимателях, готовых преобразовать общество. Существует мнение, что предпринимательская активность молодежи способна обеспечить экономическую безопасность России [1]. Не каждый человек способен, может и хочет проявлять себя в предпринимательской деятельности, так как это –

сложный вид экономической активности, основанный на самостоятельной инициативе, желании осуществить свою идею и приумножить свое состояние. Таким образом, вырисовывается проблема поиска психологически предрасположенных к предпринимательству молодых людей, определения факторов, детерминирующих эту предрасположенность.

В классических зарубежных исследованиях подчеркивалась значимость следующих факторов успешности предпринимательской деятельности: мотивация достижения, готовность к риску, направленность на инновации, стремление к успеху, ценность свободы и независимости, а также множество других<sup>1</sup>. На этапе возрождения предпринимательства в новейшей истории России взгляд отечественных психологов был направлен на изучение психологических особенностей, личностных качеств, мотивации представителей новой социальной общности, психологических факторов и механизмов, детерминирующих деловую активность и успешность предпринимательской деятельности, отношений между предпринимателями и непредпринимателями [2]. В настоящее время фокус исследователей сместился в сторону изучения ценностей различных категорий предпринимателей, психологической готовности к предпринимательству, стратегий поведения в случае неудач, конкурентоспособности, процесса принятия нестандартных решений.

В контексте нашей работы интерес представляют исследования ценностей предпринимателей и психологической готовности к предпринимательской деятельности. Многочисленные исследования показывают значимость для предпринимателей ценностей материального благополучия, власти, свободы, активной жизни, эффективности в делах, уверенности в себе, независимости и предприимчивости [3–5]. Доказано, что ценности детерминируют самоопределение и деловую активность предпринимателей: значимость самостоятельности, власти и достижений в сочетании с ценностью удовольствия коррелируют с положительной оценкой предпринимателями собственной деловой активности и показателями экономического самоопределения [5; 6].

Учеными изучаются и сравниваются ценности и мотивы различных групп предпринимателей. Определено, что женщинам-предпринимателям присущи абстрактные ценности-цели, а мужчинам-предпринимателям – конкретные индивидуалистические ценности. Для молодых людей предпринимательство – это возможность окружать себя красотой и самоутверждаться, для зрелых – чувствовать себя защищенными и свободными. Для предпринимателей с высшим образованием, в отличие от бизнесменов со средним профессиональным образованием, более значимы этические ценности, для них предпринимательство сродни профессиональному вызову [7]. Полученные результаты вполне согласуются

с психологическими особенностями представителей исследуемых социально-демографических групп.

Одновременно с этим констатируется, что за последние 20 лет произошла трансформация мотивации для начала предпринимательской деятельности: от материальной обеспеченности к стремлению к независимости и творчеству. Прогнозируется, что ценностные ориентиры будущих предпринимателей будут направлены не только на максимизацию прибыли, но и на экологичность и социальную справедливость [8]. На наш взгляд, данная идея весьма далека от реальности в условиях существующих рыночных отношений и крайней нестабильности мироустройства.

Таким образом, мы констатируем широту исследовательской активности в отношении ценностной сферы предпринимателей, чего нельзя сказать о проблематике психологической готовности к предпринимательской деятельности. Данная тема только начинает волновать исследователей и изучаться в различных аспектах. Преимущественным образом выборку в этих исследованиях представляют студенты, поскольку представители именно этой категории являются потенциальными или начинающими предпринимателями. К общим характеристикам психологической готовности к предпринимательству относят: осознание сущности предпринимательской деятельности и факторов ее успешности, готовность к взаимодействию с внешней средой, специфику ценностных установок и целей, устойчивость предпринимательских мотивов, наличие и осознание личностных характеристик, детерминирующих эффективность предпринимательской деятельности, совокупность знаний и умений воплощения бизнес-идей [9–11]. В контексте формирования психологической готовности студентов к предпринимательству подчеркивается роль вузов в развитии предпринимательской мотивации и «предпринимательских ресурсов»: инициативности, стрессоустойчивости, умения убеждать, готовности идти на риск, дальновидности [12], предпринимательских умений, навыков целеполагания [13]; доказывается эффективность спецкурсов по основам предпринимательства [14].

Запрос общества на развитие предпринимательской активности среди молодого поколения порождает интерес к изучению влияния ценностной сферы на психологическую готовность к предпринимательству, которая, в свою очередь, выступает необходимым условием для успешного начала, выполнения и завершения любой деятельности. Ценностные ориентации и мотивы могут сыграть одну из ключевых ролей на всех этапах предпринимательской деятельности, начиная с поиска бизнес-идеи и до реализации и получения результатов. При этом роль и влияние ценностей на отдельные составляющие и общую психологическую готовность к предпринимательству не изучены. Закономерно встает вопрос: «Каково влияние конкретных ценностей на готовность к предпринимательству?» Поиску ответа на этот вопрос и было посвящено наше исследование.

Объектами исследования выступили ценностная сфера личности и психологическая готовность личности к профессиональной деятельности. Предмет исследования – влияние ценностей личности на психологическую готовность к предпринимательской деятельности студентов-гуманитариев.

<sup>1</sup> Drucker P. *The practice of Management*. New York: Harper & Row, 1954. 416 p.

Hisrich R.D. *Entrepreneurship, Intrapreneurship, and Venture Capital: The Foundation of Economic Renaissance*. Lexington: Lexington Books, 1986. 144 p.

McClelland D.C. *Human motivation*. New York: Cambridge University Press, 1987. 663 p.

Mescon M., Albert M., Khedouri F., *Management*. 3rd ed. New York: Harper-Row Publishers, 1988. 464 p.

Гипотеза исследования: такие ценности, как активная деятельная жизнь, свобода и творчество, материально обеспеченная жизнь, а также установки на деньги и эгоизм влияют на психологическую готовность студентов к предпринимательской деятельности.

Задачами эмпирического исследования выступили: 1) определение степени значимости терминальных и инструментальных ценностей у студентов гуманитарных направлений подготовки; 2) выявление доминирующих социально-психологических установок в мотивационно-потребностной сфере личности студентов-гуманитариев; 3) установление уровня психологической готовности к предпринимательской деятельности у студентов-гуманитариев; 4) обнаружение фактов и характера влияния ценностных ориентаций и социально-психологических установок на компоненты психологической готовности к предпринимательству у студентов-гуманитариев.

Цель исследования – выявление влияния ценностей на психологическую готовность к предпринимательской деятельности студентов гуманитарных направлений.

## МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Представленное теоретическое обоснование послужило основой для реализации исследовательского проекта, посвященного обнаружению влияния конкретных ценностей на готовность к предпринимательству у студентов. Исследование проводилось осенью 2022 года на базе психологической лаборатории Казанского инновационного университета имени В.Г. Тимирязева (КИУ). Выборку составили 104 студента гуманитарных направлений подготовки («Психология» и «Государственное муниципальное управление») очной формы обучения в возрасте 19–23 лет (80 девушек и 24 юноши). В качестве диагностического инструментария были использованы следующие методики: методика «Ценностные ориентации» М. Рокича<sup>2</sup>, тест «Социально-психологические установки личности в мотивационно-потребностной сфере» О.Ф. Потемкиной<sup>3</sup>, опросник «Диагностика психологической готовности к предпринимательской деятельности» Е.К. Климовой [10]. В последней методике представлены 5 первичных шкал, включающих мотивационные характеристики и профессионально важные качества, и 3 вторичные шкалы, интегративные по отношению к первичным. Дополнительно присутствует интегральная шкала «Психологическая готовность к предпринимательству».

Методами математической обработки результатов стали описательная статистика и дисперсионный анализ. Расчеты выполнены в программе MS SPSS Statistics.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анализ ценностной сферы показал, что чаще всего на первое место среди терминальных ценностей испытуемые ставили «здоровье» (усредненный ранг – 4)

и «уверенность в себе» (усредненный ранг – 6). Последние места среди терминальных ценностей заняли «счастье других» (усредненный ранг – 14) и «красота природы и искусства» (усредненный ранг – 15).

Инструментальные ценности в восприятии испытуемых не столь однозначны. Не было выявлено единой абсолютно значимой для всех ценности. Середину рейтинга составили 3 инструментальные ценности – «воспитанность», «образованность» и «ответственность» (усредненный ранг – 7). Последние места среди инструментальных ценностей заняли «высокие запросы» (усредненный ранг – 13) и «нетерпимость к недостаткам» (усредненный ранг – 15).

Анализ системы установок испытуемых в мотивационно-потребностной сфере дал следующие результаты. Более половины студентов ориентированы на «свободу» (51 %), при этом установка на «власть» встречается гораздо реже (15 %). Выраженные установки на «процесс» (27 %) и «результат» (30 %), «альтруизм» (12 %) и «эгоизм» (12 %), «труд» (8 %) и «деньги» (8 %) у студентов-гуманитариев в целом уравновешены.

Диагностика психологической готовности студентов гуманитарных направлений к предпринимательской деятельности показала в целом низкий уровень готовности (интегральный показатель) студентов к предпринимательству: лишь у 19 % респондентов она проявлена на уровне выше среднего. Если же рассматривать компоненты этой готовности, то картина получается противоречивая. Студенты продемонстрировали высокий уровень развития профессиональных намерений (79 %) и собственной предпринимчивости (у 54 % уровень выше среднего), при этом менее чем для четверти обследуемых характерен повышенный уровень предпринимательских мотивов (15 %) и высокий уровень предпринимательских ресурсов (24 %).

Дисперсионный анализ позволил установить влияние ценностей и установок на параметры, отражающие психологическую готовность к предпринимательству, а именно: стратегическое мышление, предпринимательские мотивы, предпринимательские намерения и предпринимательские цели.

На стратегическое мышление оказывают влияние ценностные установки на «деньги» и «аккуратность». В таблице 1 представлены результаты дисперсионного анализа. Стоит отметить, что характер влияния установок на стратегическое мышление неравномерный.

Установка на «эгоизм в трудовой деятельности», ценности «активной деятельной жизни» и «жизненной мудрости» оказывают влияние на компонент психологической готовности к предпринимательству «предпринимательские намерения» (таблица 2). Влияние имеет разную силу и неравномерность.

На предпринимательские мотивы оказывают влияние такие ценности, как «нетерпимость к недостаткам в себе и других», «твердая воля», «творчество», «развитие», «исполнительность» (таблица 3).

На предпринимательские цели оказывают влияние такие ценности и установки, как «активная деятельная жизнь», «эгоизм», «жизненная мудрость», «альтруизм» и «свобода» (таблица 4).

<sup>2</sup> Психологические тесты: в 2 т. Т. 1 / под ред. А.А. Карелина. М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2001. 312 с. С. 25–29.

<sup>3</sup> Райгородский Д.Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Самара: Бахрах-М, 2002. 667 с. С. 641–648.

**Таблица 1.** Результаты дисперсионного анализа влияния установок и ценностной сферы на параметр «Стратегическое мышление»

| Показатели   | F-отношение | Уровень значимости |
|--------------|-------------|--------------------|
| Деньги       | 2,521       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Аккуратность | 2,060       | ( $p \leq 0,05$ )  |

Примечание.  $p$  – уровень значимости F-критерия Фишера;  
F-отношение – эмпирическое значение F-критерия Фишера.

**Таблица 2.** Результаты дисперсионного анализа влияния установок и ценностной сферы на параметр «Предпринимательские намерения»

| Показатели                | F-отношение | Уровень значимости |
|---------------------------|-------------|--------------------|
| Активная деятельная жизнь | 1,682       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Эгоизм                    | 3,071       | ( $p \leq 0,01$ )  |
| Жизненная мудрость        | 1,907       | ( $p \leq 0,05$ )  |

Примечание.  $p$  – уровень значимости F-критерия Фишера;  
F-отношение – эмпирическое значение F-критерия Фишера.

**Таблица 3.** Результаты дисперсионного анализа влияния установок и ценностной сферы на параметр «Предпринимательские мотивы»

| Показатели                 | F-отношение | Уровень значимости |
|----------------------------|-------------|--------------------|
| Нетерпимость к недостаткам | 1,884       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Твердая воля               | 1,756       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Творчество                 | 1,820       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Развитие                   | 1,661       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Исполнительность           | 1,616       | ( $p \leq 0,05$ )  |

Примечание.  $p$  – уровень значимости F-критерия Фишера;  
F-отношение – эмпирическое значение F-критерия Фишера.

**Таблица 4.** Результаты дисперсионного анализа влияния установок и ценностной сферы на параметр «Предпринимательские цели»

| Показатели                | F-отношение | Уровень значимости |
|---------------------------|-------------|--------------------|
| Активная деятельная жизнь | 2,366       | ( $p \leq 0,01$ )  |
| Эгоизм                    | 2,743       | ( $p \leq 0,01$ )  |
| Жизненная мудрость        | 1,949       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Альтруизм                 | 1,753       | ( $p \leq 0,05$ )  |
| Свобода                   | 2,212       | ( $p \leq 0,05$ )  |

Примечание.  $p$  – уровень значимости F-критерия Фишера;  
F-отношение – эмпирическое значение F-критерия Фишера.

## ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Рейтинг терминальных ценностей исследуемой выборки показал ожидаемый в постпандемийный период результат. «Здоровье» выступает одной из самых значимых ценностей в любой выборке, а в обозначенное время его важность еще более усилилась. Значимость «уверенности в себе» объяснима самоопределением в юношеском возрасте, стремлением найти свое место и упрочить положение, доказать старшим право на самостоятельность. Низкорейтинговые ценности данной выборки – «красота природы и искусства» и «счастье других» – являются абстрактными, не связанными с собственным эго, поэтому малозначимы.

В отношении инструментальных ценностей выборка не показала единства, интерес представляет только низкий рейтинг ценности «высокие запросы». Результат неоднозначный. С одной стороны, он вполне согласуется с полученными по другим методикам данными – невысокой готовностью к предпринимательству и установкой исследуемой выборки на «свободу». С другой стороны – противоречит многим исследованиям, показывающим значимость материальной составляющей в ценностной сфере молодых людей [7; 15]. Полученный результат можно объяснить активным процессом самоопределения, когда не сформулированы основные требования к жизни и к себе. В свою очередь, ориентация испытуемых на «свободу» в противовес установке на «власть» вполне характерна как для студенческого возраста, так и для поколения в целом [7; 16].

Сочетание высоких показателей намерений стать предпринимателями и самооценки предприимчивости с низкими данными предпринимательских мотивов и ресурсов можно объяснить социально-демографической спецификой выборки (большинство респондентов – молодые девушки, особо не задумывающиеся в настоящий момент о будущей профессиональной деятельности после окончания вуза).

Полученные результаты показали невысокую выраженность психологической готовности к предпринимательству, что соотносится с данными, полученными в наших более ранних исследованиях [14]. Следовательно, для развития предпринимательских склонностей студентов-гуманитариев особое внимание необходимо обратить на формирование у них предпринимательской мотивации, вооружение психологическими ресурсами для начала деятельности. Возможно, при развитии предпринимательской инициативы студентов имеет смысл проработать их страхи, связанные с началом деятельности.

Сущность психологической готовности к деятельности понимается в психологии как интегральное образование ценностных, когнитивных и операционно-деятельностных компонентов [9–11]. Она включает в себя психологические установки, состояния, знания, намерения и является условием начала любой деятельности. Предпринимательская деятельность не является исключением. Ценности, в свою очередь, в целом детерминируют поведение человека, что утверждал еще М. Рокич, определяя ценности как «устойчивое убеждение в том, что определенный способ поведения или конечная цель существования предпочтительнее с личной или социальной точек зрения, чем противоположный или обратный способ поведения, либо конечная цель существо-

вания»<sup>4</sup>. Полученные нами результаты подтвердили влияние конкретных ценностей и установок на психологическую готовность к предпринимательству.

Проявление социально-психологической установки на деньги оказывает влияние на развитие стратегического мышления как компонента психологической готовности к предпринимательству. Широта мышления, гибкость реагирования, способность видеть взаимосвязи и взаимообусловленности, целеполагание и планирование, умение предвидеть вероятное развитие событий постепенно развиваются при более выраженной установке на деньги. Пикового развития данное умение достигает тогда, когда деньги становятся наивысшей ценностью. Для того чтобы приумножить свои финансы, человек должен быть готов к переосмыслению вновь возникающих ситуаций по-новому, с разных позиций. При этом стоит отметить, что высокая значимость сохранения своих финансов может оказать угнетающее влияние на развитие стратегического мышления. Это соотносится с многочисленными исследованиями, доказывающими, что именно рискованность, а не стремление к сбережениям, выступает профессионально важным качеством предпринимателя [17; 18].

Значимость аккуратности в картине мировосприятия личности аналогично установке на деньги способствует развитию стратегического мышления. Составляющей стратегического мышления выступает способность составления плана действий, а правильное планирование имеет тесную связь с умением содержать в порядке дела, вещи, мысли. При этом данная ценность не должна становиться ведущей, чтобы не мешать эффективному развитию стратегического мышления.

Предпринимательские намерения обусловлены установкой на эгоизм и значимостью для личности ценностей «активная деятельная жизнь» и «жизненная мудрость». Более детальный анализ показывает амбивалентное влияние эгоистической установки. Намерение стать предпринимателем значительно и при низкой, и при высокой установке на эгоизм. При средней эгоистической ориентации предпринимательские намерения снижаются. Очевидно, что проявление высокого эгоизма влечет за собой предпринимательские интенции, поскольку у человека сильно желание создать тот уровень, качество и образ жизни, которые возможны лишь при наличии собственного дела. Само по себе дело – это собственное «детище», воплощающее мечты и смыслы, чувства и надежды, оно – важная часть «эго». При этом влияние эгоизма имеет и обратный характер: предпринимательские стремления усиливаются при низком эгоизме.

Похожее влияние альтруистической и эгоистической установок мы обнаружили в отношении предпринимательских целей (таблица 4). Полученный результат показывает несколько амбивалентную мотивацию выбора личностью предпринимательской деятельности. Многочисленные исследования подтверждают, что предпринимателями становятся, руководствуясь либо сугубо личными эгоистическими целями [8; 15; 19], либо, в гораздо меньшей степени, потребностью сделать

<sup>4</sup> Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press, 1973. 438 p. P. 5.

что-то значимое для других [2; 4; 20]. Данное влияние можно объяснить спецификой выборки. Исследуемые студенты – преимущественно девушки-гуманитарии (будущие психологи и муниципальные служащие). В их ценностной и профессиональной сферах альтруизм имеет большое значение. Намерения и мотивация стать предпринимателем вполне могут быть выражены параллельно с мотивацией служения, со стремлением помочь всему миру. В этом случае данная категория респондентов представляет особый интерес в плане формирования предпринимательских компетенций в сфере социального сервиса.

Ценности «активная деятельная жизнь» и «жизненная мудрость» имеют практически одинаковое влияние на формирование предпринимательских намерений (таблица 2). Влияние сильное, но несколько неравномерное: желание стать предпринимателем усиливается при пиковых значениях ценности «активная деятельная жизнь», чего нельзя сказать о ценности «жизненная мудрость». Выраженная ориентация на «жизненную мудрость» снижает предпринимательскую мотивацию. В восприятии учащихся полная и эмоционально насыщенная жизнь, зрелость суждений и здравый смысл ассоциируются с созданием собственного дела, «детиса». Именно поэтому данные ценности обуславливают стремление стать предпринимателем. Полученный результат вполне согласуется с многочисленными исследованиями, показывающими значимость активности в реализации предпринимательства [5; 7; 19].

На развитие внутренней мотивации к предпринимательской деятельности оказывают влияние пять ценностей: «творчество», «развитие», «исполнительность», «твердая воля» и «нетерпимость к недостаткам в себе и других». Наибольшее влияние на мотивацию оказывает значимость саморазвития, а наименьшее – творчество как ценность. В этом контексте стоит вспомнить о здоровом и крепком эгоизме как драйвере предпринимательской мотивации. Работу над собой, самосовершенствование, стремление стать лучшей версией себя можно интерпретировать и как проявление выраженного эгоизма. Очевидно, что абсолютизация творчества, стремление созидать что-то новое и нестандартное на начальном этапе предпринимательства будет скорее блокировать непосредственно предпринимательскую мотивацию. Аналогично полученным данным роль ценности творчества в контексте предпринимательской деятельности освещалась в отечественных публикациях [8; 19].

Все ценности, определяющие предпринимательскую мотивацию, имеют неравномерный характер влияния. Постепенное активно-положительное влияние на активизацию внутренней мотивации к предпринимательской деятельности оказывает высокая значимость волевых характеристик. Умеренная значимость «дисциплинированности» и «нетерпимости к недостаткам в себе и других» позволит достичь наивысшего уровня развития внутренних мотивов при освоении или осуществлении предпринимательской деятельности. В то же время чрезмерное или недостаточное развитие данных ценностей приведет к тому, что заниматься предпринимательской деятельностью не будет практически никакого желания. Можно объяснить это тем, что как при низкой, так и при очень высокой значимости данных цен-

ностей человеку будет сложно управлять другими, что недопустимо в предпринимательстве. Значимость инструментальной ценности силы воли в мотивации к предпринимательской деятельности подчеркивалась и в работах других исследователей [7; 20].

Таким образом, усилить предпринимательскую мотивацию молодежи возможно путем социального проектирования, привлечения к работе в бизнес-инкубаторах, акселераторах, студиях стартапов, призванных в том числе демонстрировать потенциал предпринимательства в преобразовании мира и себя, саморазвитии и творчестве, развитии волевых характеристик.

На уровень готовности к проявлению настойчивости в достижении поставленных целей в предпринимательской деятельности оказывает влияние определенный уровень развития социально-психологических установок на эгоизм и альтруизм, а также значимость таких терминальных ценностей, как активная деятельная жизнь, свобода и жизненная мудрость. Наибольшая целенаправленность предпринимательской деятельности будет проявляться при наиболее высоких и низких показателях эгоизма и альтруизма. Данный аспект мы уже обсудили в контексте объяснения влияния эгоизма на предпринимательские намерения. Аналогично обсудили влияние ценностей активной деятельной жизни и жизненной мудрости на психологическую готовность к предпринимательской деятельности. В случае с предпринимательскими целями обозначенные ценности имеют практически одинаковое сильное и неравномерное влияние.

Остается обсудить влияние ценности «свобода» на готовность ставить предпринимательские цели. Анализируя характер влияния, можно отметить, что постепенное положительное влияние на возникновение целей предпринимательской деятельности оказывает высокий уровень самостоятельности, независимости в суждениях и поступках, что соотносится с многочисленными исследованиями, показывающими значимость ценностей свободы, самостоятельности и независимости в целеполагании и реализации предпринимательства [3; 7; 19; 20].

При разработке психолого-педагогических программ по формированию психологической готовности к предпринимательской деятельности студентов гуманитарных направлений необходимо включать в них мероприятия по развитию ценностей и установок учащихся на активную насыщенную жизнь, альтруизм, творчество и развитие, по развитию ценностей дела и общения, индивидуалистических ценностей.

Гипотеза исследования в целом подтвердилась, за исключением значимости ценности «материальная обеспеченность» в формировании психологической готовности к предпринимательству. При этом были обнаружены иные ценности, определяющие готовность студентов к предпринимательской деятельности, а именно: жизненная мудрость, развитие, аккуратность, нетерпимость к недостаткам в себе и других, твердая воля и исполнительность.

Проведенное исследование выявило факты наличия влияния противоречивых ценностных ориентиров на психологическую готовность к предпринимательской деятельности. Вопрос, насколько этот результат обусловлен характером выборки или же иными факторами,

определяющими данное влияние, остается открытым. Дальнейшие исследования с привлечением иных категорий респондентов, вероятно, студентов экономических, технических и других направлений подготовки, студентов колледжа, самозанятых молодых людей, слушателей бизнес-инкубаторов, акселераторов, соискателей господдержки для открытия бизнеса позволят точнее определить, какие ценности и установки детерминируют психологическую готовность к предпринимательской деятельности.

Полученные результаты поэтапно внедряются авторами в специализированный курс «Основы предпринимательства», реализуемый на всех направлениях обучения, представленных в университете. С учетом полученных результатов акцент в обучении делается на формирование и усиление мотивации к предпринимательству и вооружение студентов психологическими, экономическими и организационными средствами для начала индивидуальной предпринимательской деятельности.

### ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ

Полученные в исследовании результаты характеризуют выборку студентов-гуманитариев. Определены их доминирующие терминальные ценности: здоровье и уверенность в себе. При этом предпочтения инструментальных ценностей более разнообразны и индивидуально обусловлены. В целом для большинства студентов исследуемой нами группы значимыми являются образованность, ответственность и воспитанность. Следовательно, в представлениях исследуемой группы студентов целью индивидуального существования является достижение собственного физического и психологического благополучия, а в качестве средств-целей выступают социально одобряемые образы действий (ценности дела/этики/общения).

У студентов исследуемой группы обнаружены выраженные социально-психологические установки на «свободу» в противовес ориентации на «власть». Весьма вероятно, что при выборе деятельности эти студенты скорее предпочтут гибкий график, отсутствие жестких регламентов и контроля, творчество и самовыражение, чем возможность влияния на других вкуче с ограничениями собственной деятельности и времени.

Установлено, что уровень психологической готовности к предпринимательству у студентов-гуманитариев исследуемой группы в целом низкий. Сочетание выраженных предпринимательских намерений и средней самооценки предприимчивости с низким уровнем предпринимательских мотивов и ресурсов не способствует готовности к реальной предпринимательской деятельности. Другими словами, студенты исследуемой группы, даже если бы и хотели стать предпринимателями, имеют недостаточную силу мотивации и отсутствие необходимых средств (знаний).

Выявлены факты и неравномерный характер влияния ценностей на психологическую готовность к предпринимательской деятельности студентов гуманитарных направлений исследуемой группы. Психологическая готовность к предпринимательской деятельности у студентов исследуемой группы, обучающихся на направлениях, подразумевающих варианты социального

служения, определяется установками на эгоизм и одновременно на альтруизм, ценностями жизненной мудрости, активной деятельной жизни, свободы. Эти ценности влияют на интенционные и целеполагающие составляющие психологической готовности. Предпринимательскую мотивацию детерминируют ценности творчества и развития, дела и общения. Ориентация на «деньги» и ценность «аккуратность» обуславливают развитие стратегического мышления как компонента психологической готовности к предпринимательству.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шохнех А.В., Барышникова В.В. Механизмы мотивации предпринимательской активности молодежи в системе обеспечения экономической безопасности России // Инновационное развитие экономики. 2019. № 4-2. С. 190–193. EDN: [XSPRZZ](#).
2. Позняков В.П. Социальная психология российского предпринимательства // Психологические исследования глобальных процессов: предпосылки, тенденции, перспективы: коллективная монография. М.: Институт психологии РАН, 2018. С. 200–214. EDN: [ZWWSXJ](#).
3. Мурзина Ю.С., Позняков В.П. Ценностные ориентации предпринимателей сферы семейного бизнеса // Ярославский педагогический вестник. 2019. № 6. С. 101–108. EDN: [OUUEEQ](#).
4. Титов А.С., Лепшокова З.Х. Индивидуальные ценности предпринимателей как предикторы их планируемого благотворительного поведения // Организационная психология. 2020. Т. 10. № 3. С. 140–163. EDN: [KHDYHH](#).
5. Позняков В.П., Поддубный С.Е., Позняков П.В. Личностные детерминанты экономического самоопределения российских предпринимателей // Ярославский педагогический вестник. 2021. № 5. С. 159–165. DOI: [10.20323/1813-145X-2021-5-122-159-165](#).
6. Позняков В.П. Взаимосвязь смысложизненных и ценностных ориентаций личности предпринимателей и характеристик их экономического самоопределения // Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология. 2021. Т. 6. № 1. С. 150–170. DOI: [10.38098/ipran.sep.2021.21.1.006](#).
7. Терехова Т.А., Трофимова Е.Л., Геранюшкина Г.П. Исследование ценностей предпринимателей разных социально-демографических групп // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Психология. 2020. Т. 33. С. 69–88. DOI: [10.26516/2304-1226.2020.33.69](#).
8. Помазкова Е.В. Ценностные ориентации и мотивации российского предпринимательства // Общество: философия, история, культура. 2022. № 8. С. 94–98. DOI: [10.24158/fik.2022.8.15](#).
9. Ханова З.Г., Матакаев А.И. Формирование психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности в процессе обучения в вузе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2012. № 4. С. 137–142. EDN: [PJOJUH](#).

10. Климова Е.К. Профессиональная деятельность предпринимателя. Психология успеха. СПб.: Скифия, 2014. 206 с.
11. Радионова И.Б. Формирование психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности в процессе обучения в вузе // Человеческий капитал. 2018. № 11-2. С. 258–262. EDN: [YNWCHR](#).
12. Поздеева Е.Г., Назарова Н.С. Анализ готовности студентов политехнического университета к предпринимательской деятельности // Общество. Коммуникация. Образование. 2020. Т. 11. № 1. С. 100–114. DOI: [10.18721/JHSS.11108](#).
13. Потаев В.С. Об особенностях развития предпринимательских способностей у студентов // Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент. 2020. № 2. С. 15–23. DOI: [10.18101/2304-4446-2020-2-15-23](#).
14. Климанова Н.Г., Терещенко Н.Г. Динамика психологической готовности студентов к предпринимательской деятельности // Научный результат. Педагогика и психология образования. 2022. Т. 8. № 3. С. 108–119. DOI: [10.18413/2313-8971-2022-8-3-0-10](#).
15. Титов А.С. Роль индивидуальных ценностей в экономических установках российских предпринимателей и непредпринимателей // Психологические исследования. 2022. Т. 15. № 82. С. 1–30. DOI: [10.54359/ps.v15i82.1101](#).
16. Дергач А.О., Коротева Е.М. Ценности, ответственность и готовность к риску как факторы карьерных ориентаций будущих предпринимателей // Вестник Омского университета. Серия: Психология. 2021. № 2. С. 12–18. DOI: [10.24147/2410-6364.2021.2.12-18](#).
17. Kerr S.P., Kerr W.R., Dalton M. Risk attitudes and personality traits of entrepreneurs and venture team members // Proceedings of the National Academy of Sciences. 2019. Vol. 116. № 36. P. 17712–17716. DOI: [10.1073/pnas.1908375116](#).
18. Bergner S., Auburger Ju., Paleczek D. The why and the how: A nexus on how opportunity, risk and personality affect entrepreneurial intention // Journal of Small Business Management. 2021. P. 1–34. DOI: [10.1080/00472778.2021.1934849](#).
19. Борис О.А., Никулина А.В. Выявление мотиваторов к инновационному предпринимательству современной молодежи // BENEFICIUM. 2022. № 3. С. 98–104. DOI: [10.34680/BENEFICIUM.2022.3\(44\).98-104](#).
20. Дмитриева В.А. Жизненный путь молодого предпринимателя как проекция социально-психологических особенностей личности // Человеческий капитал. 2021. № 6. С. 140–153. DOI: [10.25629/HC.2021.06.15](#).
21. *kollektivnaya monografiya*. Moscow, Institut psikhologii RAN Publ., 2018, pp. 200–214. EDN: [ZWWSXJ](#).
22. Murzina Yu.S., Poznyakov V.P. Value orientations of entrepreneurs in the family business sphere. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik*, 2019, no. 6, pp. 101–108. EDN: [OUUEQQ](#).
23. Titov A.S., Lepshokova Z.Kh. Individual values of entrepreneurs as predictors of their planned charitable behavior. *Organizatsionnaya psikhologiya*, 2020, vol. 10, no. 3, pp. 140–163. EDN: [KHDYHH](#).
24. Poznyakov V.P., Poddubnyy S.E., Poznyakov P.V. Personal determinants of economic self-determination of Russian entrepreneurs. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik*, 2021, no. 5, pp. 159–165. DOI: [10.20323/1813-145X-2021-5-122-159-165](#).
25. Poznyakov V.P. The relationship of life and value orientations of entrepreneurs and the characteristics of their economic self-determination. *Institut psikhologii Rossiyskoy akademii nauk. Sotsialnaya i ekonomicheskaya psikhologiya*, 2021, vol. 6, no. 1, pp. 150–170. DOI: [10.38098/ipran.sep.2021.21.1.006](#).
26. Terekhova T.A., Trofimova E.L., Geranyushkina G.P. Values of entrepreneurs form various socio-demographic groups. *Izvestiya Irkutskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Psikhologiya*, 2020, vol. 33, pp. 69–88. DOI: [10.26516/2304-1226.2020.33.69](#).
27. Pomazkova E.V. Value orientations and motivations of Russian entrepreneurship. *Obshchestvo: filosoфиya, istoriya, kultura*, 2022, no. 8, pp. 94–98. DOI: [10.24158/fik.2022.8.15](#).
28. Khanova Z.G., Matakaev A.I. Forming in students psychological readiness for enterprise activity in the process of higher school training. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Psikhologiya i pedagogika*, 2012, no. 4, pp. 137–142. EDN: [PJOJUH](#).
29. Klimova E.K. *Professionalnaya deyatelnost predprinimatel'ya. Psikhologiya uspekha* [Professional activity of an entrepreneur. Psychology of success]. Sankt Petersburg, Skifiya Publ., 2014. 206 p.
30. Radionova I.B. Formation of psychological readiness of students to entrepreneurial activity in the process of training at the university. *Chelovecheskiy kapital*, 2018, no. 11-2, pp. 258–262. EDN: [YNWCHR](#).
31. Pozdееva E.G., Nazarova N.S. Analysis of readiness of students of the polytechnical university to entrepreneurial activity. *Obshchestvo. Kommunikatsiya. Obrazovanie*, 2020, vol. 11, no. 1, pp. 100–114. DOI: [10.18721/JHSS.11108](#).
32. Potaev V.S. On the features of developing students' entrepreneurial skills. *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. Ekonomika i menedzhment*, 2020, no. 2, pp. 15–23. DOI: [10.18101/2304-4446-2020-2-15-23](#).
33. Klimanova N.G., Tereshchenko N.G. Dynamics of psychological readiness of students for entrepreneurial activities. *Nauchnyy rezultat. Pedagogika i psikhologiya obrazovaniya*, 2022, vol. 8, no. 3, pp. 108–119. DOI: [10.18413/2313-8971-2022-8-3-0-10](#).
34. Titov A.S. The role of personal values in economic attitudes of entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Psikhologicheskie issledovaniya*, 2022, vol. 15, no. 82, pp. 1–30. DOI: [10.54359/ps.v15i82.1101](#).

## REFERENCES

1. Shokhnekh A.V., Baryshnikova V.V. Mechanisms of motivating the entrepreneurial activity of youth in the system of ensuring the economic security of Russia. *Innovatsionnoe razvitie ekonomiki*, 2019, no. 4-2, pp. 190–193. EDN: [XSPRZZ](#).
2. Poznyakov V.P. Social psychology of Russian entrepreneurship. *Psikhologicheskie issledovaniya globalnykh protsessov: predposylki, tendentsii, perspektivy:*

16. Dergach A.O., Koroteeva E.M. Values, responsibility and willingness to take risks as factors in the career orientations of future entrepreneurs. *Vestnik Omskogo universiteta. Seriya: Psikhologiya*, 2021, no. 2, pp. 12–18. DOI: [10.24147/2410-6364.2021.2.12-18](https://doi.org/10.24147/2410-6364.2021.2.12-18).
17. Kerr S.P., Kerr W.R., Dalton M. Risk attitudes and personality traits of entrepreneurs and venture team members. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 2019, vol. 116, no. 36, pp. 17712–17716. DOI: [10.1073/pnas.1908375116](https://doi.org/10.1073/pnas.1908375116).
18. Bergner S., Auburger Ju., Paleczek D. The why and the how: A nexus on how opportunity, risk and personality affect entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 2021, pp. 1–34. DOI: [10.1080/00472778.2021.1934849](https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1934849).
19. Boris O.A., Nikulina A.V. Identification of motivators for innovative entrepreneurship of modern youth. *BENEFICIUM*, 2022, no. 3, pp. 98–104. DOI: [10.34680/BENEFICIUM.2022.3\(44\).98-104](https://doi.org/10.34680/BENEFICIUM.2022.3(44).98-104).
20. Dmitrieva V.A. The life way of a young entrepreneur as a projection of social and psychological personality. *Chelovecheskiy kapital*, 2021, no. 6, pp. 140–153. DOI: [10.25629/HC.2021.06.15](https://doi.org/10.25629/HC.2021.06.15).

## The influence of axiological sphere of a person on the psychological readiness for entrepreneurial activity

© 2023

*Natalya G. Klimanova*<sup>1</sup>, PhD (Psychology), Associate Professor, assistant professor of Chair “Labour and Entrepreneurship Psychology”

*Tatyana A. Trifonova*<sup>\*2</sup>, PhD (Psychology), Associate Professor, assistant professor of Chair “Labour and Entrepreneurship Psychology”

*Albina A. Kabirova*<sup>3</sup>, senior lecturer of Chair “Labour and Entrepreneurship Psychology”

*V.G. Timiryasov Kazan Innovative University, Kazan (Russia)*

\*E-mail: [trifonova@ieml.ru](mailto:trifonova@ieml.ru)

<sup>1</sup>ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4517-199X>

<sup>2</sup>ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1194-2691>

<sup>3</sup>ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-3214-4708>

**Abstract:** The paper studies the influence of values and socio-psychological attitudes towards the psychological readiness for entrepreneurship of the students of humanitarian training programs. The study is caused by the demand of the government for the search, development, and support of initiative young people who are focused on entrepreneurial activity, who want to carry on individual business and benefit society. The empirical study sample involves the Humanities students. The research was carried out on the base of the laboratory of V.G. Timiryasov Kazan Innovative University. The M. Rokeach Value Survey, O.F. Potemkina’s “Social-Psychological Attitudes of a Personality in the Motivation-Need Sphere” test, and E.K. Klimova’s “The Diagnosis of Psychological Readiness for Entrepreneurial Activity” questionnaire were the diagnostic tools. The authors compiled the ranking of values and attitudes of students in the motivation-need sphere. It was determined that for the surveyed students, the concrete values – “health” and “self-confidence” are the most significant, and the abstract values, not related to their ego – “the beauty of nature” and “happiness of others” are the least significant. Among values-means, action and communication values and ethic values are significant. The students manifested a dominant attitude towards freedom and a low level of general psychological readiness for entrepreneurship combined with the pronounced intention to become entrepreneurs and high enterprise self-esteem. The authors established the influence of values and socio-psychological attitudes towards the psychological readiness for entrepreneurial activity of the Humanities students. The values of active life and life wisdom, the focus on money, freedom, altruism, and selfishness play an activating role in it.

**Keywords:** value-based orientations; entrepreneurial activity motivation; psychological readiness for entrepreneurial activity; psychological readiness for entrepreneurship.

**For citation:** Klimanova N.G., Trifonova T.A., Kabirova A.A. The influence of axiological sphere of a person on the psychological readiness for entrepreneurial activity. *Vektor nauki Tolyattinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika, psikhologiya*, 2023, no. 1, pp. 51–59. DOI: [10.18323/2221-5662-2023-1-51-59](https://doi.org/10.18323/2221-5662-2023-1-51-59).