

ПСИХОЛОГИЯ — ПРАКТИКЕ

Научная статья
<https://doi.org/10.11621/LPJ-23-34>

УДК 316.614, 316.477

Сравнительный анализ ценностей у предпринимателей традиционного бизнеса и основателей стартапов

А.В. Журавлев✉, М.А. Череменская

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Москва,
Российская Федерация

✉allo-o@yandex.ru

Резюме

Актуальность. В настоящее время растет количество предпринимателей, которые открывают традиционный бизнес или создают стартап. Стартап является особым видом предпринимательской деятельности, который повышает и создает специфические риски ведения бизнеса. В связи с этим возникает вопрос о наличии или отсутствии особенностей личности предпринимателя, создающего традиционный бизнес или стартап.

Цель. Выявление отличительных профессиональных ценностей предпринимателей, строящих традиционный бизнес (в дальнейшем — ТБ) и стартап.

Методы. Гипотезы проверялись методом опроса с использованием двух тестовых методик: методика ценностей Рокича, модифицированная методика из исследования Бушковой-Шиклиной. В работе сравнивался набор профессиональных ценностей у предпринимателей ТБ и основателей стартапов. Различия в ценностях проверялись критерием хи-квадрат Пирсона (χ^2 — критерий согласия Пирсона).

Выборка. Выборка состояла из 90 человек. Из них — 46 предпринимателей ТБ (25 мужчин и 21 женщина) и 44 основателя стартапа (27 мужчин и 17 женщин). Респонденты проживают в Москве и Санкт-Петербурге. Возраст респондентов — от 20 до 40 лет.

Результаты. Набор часто встречающихся ценностей предпринимателей ТБ и стартап-основателей схож: интерес в работе, материально обеспеченная жизнь, свобода, развитие. Однако каждая группа предпринимателей обладает своими специфическими ценностями. Предприниматели ТБ выделяют профессионализм, стартап-основатели — успех.

Выводы. Несмотря на то, что деятельности по созданию традиционного бизнеса и строительству стартапа имеют свои принципиальные отличия,

предприниматели ТБ и стартап-основатели обладают содержательно схожими ценностями. Соответственно, можно говорить, что создание традиционного бизнеса и стартапа регулируется схожим набором ценностей. Вместе с тем были выявлены ценности, специфичные для каждой группы предпринимателей, однако их роль в регулировании предпринимательской деятельности требует дальнейшего исследования.

Практическое применение результатов. Результаты исследования полезны для групповой и индивидуальной работы с предпринимателями, а также служат отправной точкой для более детального исследования социально-психологических аспектов личности предпринимателя.

Ключевые слова: ценности, профессиональные ценности, предприниматель, стартап.

Для цитирования: Журавлев А.В., Череменская М.А. Сравнительный анализ ценностей у предпринимателей традиционного бизнеса и основателей стартапов // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2023. Т. 46, № 3. С. 216–238. <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-34>

PSYCHOLOGY TO PRACTICE

Scientific Article

<https://doi.org/10.11621/LPJ-23-34>

Comparative analysis of the values of traditional business entrepreneurs and startup founders

Alexey V. Zhuravlev✉, Maria A. Cheremenskaia

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation

✉allo-o@yandex.ru

Abstract

Background. Currently, the number of entrepreneurs who run traditional business or create a startup is growing. A startup is a special type of entrepreneurial activity that increases the risks of doing business. In this regard, the question of the personality traits of the entrepreneur who has a traditional business and the founder of the startup arises.

Objective. The aim is to identify distinctive professional values of entrepreneurs who prefer traditional business (hereinafter referred to as TB entrepreneurs) and startup entrepreneurs.

Methods. The hypotheses were tested by a survey including two test methods: the Rokich values method, a modified method from the Bushkova-Shiklina study. The

paper compared the set of professional values of traditional business entrepreneurs (TB) and startup founders. Differences in values were checked through Pearson's chi-square calculation (χ^2 — Pearson consent criterion).

Sample. The sample consisted of 90 people. Of these, 46 participants (25 men and 21 women) are entrepreneurs, and 44 (27 men and 17 women) participants are startup founders living in Moscow and St. Petersburg. The age of respondents is from 20 to 40 years.

Results. Statistically significant differences in the values of TB entrepreneurs and startup founders could not be found. The set of common values of TB entrepreneurs and startup founders is the same: interest in work, financially secure life, development. However, each group of entrepreneurs has its own specific values. TB entrepreneurs emphasise professionalism while startup founders emphasise success.

Conclusions. TB entrepreneurs and startup founders have similar values. The personalities of TB entrepreneurs and startup founders have many similarities, similar values and directions in life, despite the fact that the activities of these two groups are not identical and have their own characteristics. A startup should be considered as a subtype of entrepreneurship. TB entrepreneurs demonstrate professionalism as a specific professional value. Startup founders have another specific professional value which is freedom.

Practical application of the results. The results of the study are useful for group and individual work with entrepreneurs, and also serve as a starting point for a more detailed study of the socio-psychological aspects of entrepreneur's personality.

Keywords: values, professional values, entrepreneurship, startup.

For citation: Zhuravlev, A.V., Cheremenskaia, M.A. (2023). Comparative analysis of the values of traditional business entrepreneurs and startup founders. *Lomonosov Psychology Journal*, 46 (3), 216–238. <https://doi.org/10.11621/LPJ-23-34>

Введение

Личность предпринимателя в контексте смены содержания предпринимательской деятельности

Предпринимательство как вид деятельности существует очень давно. Принято считать, что первая научная рефлексия этой практики была предпринята Ричардом Кантильоном в работе «Очерк о природе торговли» в 1730 г. В ней автор определяет сущность предпринимательства как рисковую деятельность, где риск связан с назначением цены — предприниматель покупает товар по известной

цене, а продает по неизвестной (Cantillion, 2010). С тех пор содержание предпринимательской деятельности непрерывно расширялось, формы ее осуществления менялись. Сегодня под предпринимательской деятельностью также понимают быстрое создание, проверку и внедрение инновационных решений, которые меняют ландшафт рынка и повышают эффективность деятельности их потребителей. Такие формы организации деятельности, производящие инновации, которые меняют структуру рынка, называют стартапами (Джаппарова, 2019; Динец, 2014; Литая, 2013).

Согласно исследованиям Wildberries, к 2021 г. доля молодых предпринимателей (до 25 лет) в России увеличилась с 6 до 16 %, что свидетельствует об актуальности исследований особенностей данной социальной группы (Wildberries: как изменился портрет предпринимателя, 2022). Большинство же (50 %) представителей бизнеса находятся в возрасте 26–35 лет. Наименьшая (1 %) доля предпринимателей — в возрасте от 55 лет и старше (Wildberries: как изменился портрет предпринимателя, 2022). Прежние формы предпринимательской деятельности не отмирают, а продолжают сосуществовать с новыми формами предпринимательства, такими как стартап. Существуют и продолжают создаваться стартап-сообщества, школы стартапов, центры поддержки молодых стартаперов, потому что количество желающих стать стартап-основателями растет.

В этой связи возникает правомерный вопрос о схожести или различии ценностей предпринимателей, реализующих современные (такие как стартап) и традиционные (прежние) формы предпринимательства, где в ядре этой деятельности лежит, в том числе, «риск назначения цены в торговле» (Cantillion, 2010). Если ценности людей, которые создают традиционный бизнес, отличны от ценностей стартап-основателей, то это следует учитывать в решении многих практических задач (поддержка профориентации начинающих предпринимателей, комплектование предпринимательских команд, коммуникации, переговоры и т.п.).

Объектом исследования будут служить ценности (как психологические конструкции).

Предмет исследования — терминальные, инструментальные и профессиональные ценности основателей стартапа и предпринимателей ТБ.

Целью исследования является выявление отличительных терминальных, инструментальных и профессиональных ценностей предпринимателей ТБ и стартап-основателей. Результат выполне-

ния поставленной цели дополнит представление о развивающейся деловой культуре в России и поможет составить ее более полный и детальный образ.

Гипотезы

В соответствии с целями исследования мы предположили, что у предпринимателей ТБ и стартап-основателей набор ценностей содержательно различен. Обратной гипотезой являлось предположение об отсутствии содержательных различий. Дополнительная гипотеза: у групп предпринимателей ТБ и основателей стартапов существуют отдельные специфические ценности, свойственные только определенной группе.

Изучались две социальные группы: предприниматели ТБ и основатели стартапов. Для исследования данных групп необходимо разобраться, каким образом их различать, какие элементы включены в данные понятия.

Социально-психологические проблемы исследования личности предпринимателя

Можно выделить целый класс исследований, которые определяют предпринимателя через специфический набор личностных черт. *Склонность к риску* является одной из определяющих черт, характеризующих личности, способные к предпринимательской деятельности (Литау, 2013; Espiritu-Olmos, Sastre-Castillo, 2015). Выделяется инициативность как системное качество личности предпринимателя (Егошкина, 2020), гибкость, открытость новому опыту, ориентация на достижение и рост (Бубновская, 2021). В некоторых исследованиях также отмечается влияние таких черт, как доброта и скромность (Espiritu-Olmos, Sastre-Castillo, 2015).

Следующий класс исследований посвящен изучению ценностей предпринимателей. Были выявлены особенности ценностных иерархий представителей групп менеджеров и предпринимателей, причем как в целом по выборкам, так и в зависимости от уровня управления, размера бизнеса, пола респондентов (Бушкова-Шиклина, 2009). Результаты исследования показывают отсутствие статистически значимых различий в личных и профессиональных ценностях предпринимателей и менеджеров. Тем не менее ценность «развитие» стоит у предпринимателей выше по иерархии, чем остальные. По данным исследования 2009 г. ценность «профессионализм» является наиболее значимой для всех групп испытуемых. В серии работ В.П. По-

зняка подтверждается правомерность рассмотрения смысло-жизненных и ценностных ориентаций личности в качестве факторов самоопределения предпринимателей (Позняков, 2021а). Высокую значимость для предпринимателей имели ценности «открытость изменениям» (самостоятельность и стимуляция), «самовозвышение» (власть и достижения), «гедонизм», а также ценность «стимуляция», которая показывает стремление к новизне, острым ощущениям и сильным переживаниям (Позняков, 2021б). В рамках группы IT-предпринимателей были выявлены неконформность, независимость от семейных ценностей, высокая вовлеченность в работу, стремление к реализации своих целей в бизнесе, низкий интерес к культурным символам и событиям, нематериальная мотивация развития бизнеса (Абрамова, 2021).

Отдельный класс исследований посвящен изучению предпринимательских намерений молодежи (студентов), а также факторов «разрыва» между намерениями создать бизнес и фактом его создания (Широкова, Беляева, 2015; Богатырева, Широкова, 2017).

Вместе с тем исследования личности предпринимателя часто проводились без ответа на вопрос о том, какую именно деятельность имеет смысл считать предпринимательской, какие существуют подвиды предпринимательства. Мало внимания уделялось операционализации понятия «предприниматель», проведенной на основе рефлексии сущности предпринимательской деятельности. Одна из линий рефлексии сущности предпринимательской деятельности рассматривает предпринимателя как капиталиста, имеющего «риск назначения цены в торговле» (Cantillion, 2010), «ориентированного на получение максимальной прибыли» (Гаджиева, Ханова, 2011). Другая линия утверждает, что миссия предпринимателя — создание новых конфигураций факторов производства, новых комбинаций и инноваций, где предприниматель имеет дело с неопределенностью (Schumpeter, 1951). В данном случае речь идет о деятельности, направленной на создание инноваций, осуществляющих вклад в основы национальной экономики.

Традиционный бизнес и стартап как разные объекты предпринимательской деятельности

Термины «предприниматель» и «предпринимательство» созвучно английскому термину «entrepreneur» (предприниматель) и «enterprise» (предприятие). Если обратится к Толковому словарю русского языка В.И. Даля, то *предпринимать* — это затевать, решаться

исполнить какое-либо новое дело, приступать к совершению чего-либо значительного (Даль, 1994, с. 388). Предприниматель — это организатор, строитель дела, которое должно существовать в рыночных условиях.

Стартап представляет собой новую, недавно созданную компанию, которая строит свой бизнес на основе инноваций или инновационных технологий, обладающая минимальным количеством стартовых ресурсов (как человеческих, так и финансовых) и планирующая выходить на рынок (Джаппарова, 2019). Вместе с тем создание инноваций, работа с новым для рынка продуктом (услугой) повышает риски такой предпринимательской деятельности (Динец, 2014). Осуществляя предпринимательскую деятельность, стартап-основатель производит новацию (в широком смысле) и поэтому не может заранее предсказать, когда и чем закончится ее реализация — провалом или успехом. Стартап-основатель вместе со своей командой движется в условиях отсутствия проверенного знания, в ситуации высокой неопределенности. Увеличение скорости разработки и распространения инноваций повышают ориентацию на будущее, но снижают его определенность и усложняют разработку долгосрочных планов (Нестик, 2014). Единственный способ управлять рисками неопределенности и упущенного времени — это постоянно реализовывать циклы «предпринимательского эксперимента», о котором пишет Э. Рис: «Если тот или иной эксперимент окажется успешным, это позволит менеджеру начать кампанию в поддержку нового проекта: привлекать ранних последователей, приглашать новых сотрудников в каждый следующий эксперимент — и в итоге начать разработку продукта» (Рис, 2015, с. 44).

Традиционный бизнес, в свою очередь, отличается от стартапа не только минимальным взаимодействием с инновациями, наличием потолка в развитии и масштабировании. Помимо прочего, традиционный бизнес в меньшей степени взаимодействует с рисками (Динец, 2014). Знания, которые уже имеются об особенностях ведения бизнеса подобного рода, делают деятельность менее рискованной. В отличие от стартапа, традиционный бизнес имеет «подушку безопасности» и «точку опоры» в виде опыта ведения подобных бизнесов и защищает себя от неизвестности, необходимости идти на риск.

Зримая разница в содержании предпринимательской деятельности, сфокусированной на строительство стартапа или традиционного бизнеса, позволяет поставить вопрос о разнице в содержании ценностей, которыми руководствуются предприниматели. Ведь со-

гласно А.Н. Леонтьеву, именно деятельность формирует личность: «Личность человека ни в каком смысле не является предсуществующей по отношению к его деятельности, как и его сознание, она ею порождается» (Леонтьев, 1975, с. 173).

Операционализация понятий

Предприниматель — человек, занятый строительством (организацией) целостной, регулярной продуктивной деятельности, которая воспроизводится (и развивается) за счет самостоятельно получаемого рыночного дохода. В этом смысле деятельность, которая воспроизводится за счет чьих-то (в том числе государственных) дотаций, субсидий, и т.п. не может быть отнесена к предпринимательской.

Предприниматель традиционного бизнеса принимает и осуществляет автономные решения по поиску и использованию возможностей существующих рынков для последующего получения нормы прибыли свойственной для этого рынка. Предприниматель ТБ строит бизнес, повторяющий другие бизнесы по набору продуктов (услуг), бизнес-модели, производственным и управленческим технологиям. Традиционный бизнес не связан с разработкой новых для рынка продуктов и услуг, созданием новых бизнес-моделей, производственных и управленческих технологий.

Стартап-основатель создает инновацию (в широком смысле), собирая производственные и бизнес-факторы в новую конфигурацию, позволяющую производить новый продукт/услугу с новыми потребительскими свойствами, который формирует новый рынок или кардинально меняет систему разделения труда на имеющимся рынке. При этом стартап — это компания, созданная за короткий срок, которая экспериментирует с внедрением инновации на рынок в условиях отсутствия прямых аналогов/образцов.

Критерии (по Динецу, 2014; Раевой, 2021), по которым мы операционализируем понятия традиционного бизнеса и стартапа, представлены в табл. 1.

Участники исследования и процедура отбора респондентов

Выборка состояла из 90 человек. Из них — 46 предпринимателей ТБ (25 мужчин и 21 женщина) и 44 (27 мужчин и 17 женщин) стартап-основателей. До участия в исследовании предприниматели проходили короткое интервью, в котором отвечали на вопросы о сфере и масштабах их бизнеса, наличии инноваций, активах, степени риска, темпах роста, приоритетах и бизнес-модели. Это было необходимо,

Таблица 1

Операционализация понятий традиционного бизнеса и стартапа

	Традиционный бизнес	Стартап
Масштабы развития	наличие «потолка» в развитии, строгие рамки развития	постоянное развитие, отсутствие «потолка» в развитии
Инновации	работа с уже существующими на рынке продуктами и услугами, необязательное присутствие инноваций в работе	работа с инновациями, разработка инноваций и инновационных технологий
Активы бизнеса	помещение, оборудование, инструмент, оборот, штатные сотрудники (в т.ч. их интеллектуальная собственность и компетенции) подвергаются оценке и являются активами бизнеса	собственная интеллектуальная собственность членов стартапа как главный актив стартапа
Принятие рисковых решений	деятельность связана с принятием как рисковых, так и плановых решений	повышенные риски вследствие работы с новым для рынка продуктом (услугой)
Прогнозирование рисков	возможно посчитать риски развития, основываясь на опыте похожих и конкурирующих организаций	невозможность просчитать риски развития организации, опираясь на опыт похожих и конкурирующих организаций
Темпы роста	темпы роста могут быть как умеренными, так и высокими (не ставятся в приоритет)	приоритетно высокие темпы роста
Приоритеты бизнеса	получение прибыли	приоритетно создание инновационного продукта, а не получение прибыли
Бизнес-план	наличие бизнес-плана с определенными рамками развития	отсутствие строгих рамок развития в бизнес-плане
Фокусировка системы управления	система управления сфокусирована на выполнении плана, достижении показателей эффективности	система управления сфокусирована на управлении циклом предпринимательского эксперимента — экономичностью, результативностью, скоростью постановки и проверки предпринимательских гипотез

Table 1

Operationalization of the traditional business and startup terms

	Traditional business	Startup
The scale of development	the presence of a «ceiling» in development, strict development framework	stable development, no «ceiling» in development
Innovations	work with products and services already existing on the market, optional presence of innovations in the work	work with innovations, development of innovations and innovative technologies
Business assets	place, equipment, tools, turnover, staff members (including their intellectual property and competencies) are evaluated and are assets of the business	own intellectual property of startup members as the main asset of a startup;
Risky decisions	activity is associated with the adoption of both risky and planned decisions	increased risks as a result of working with a product (service) new for the market;
Risk forecasting	it is possible to calculate the development risks based on the experience of similar and competing organizations	the inability to calculate the risks of the development of the organization, based on the experience of similar and competing organizations
Growth rates	the growth rates can be both moderate and high (not prioritized)	The priority is in high growth rates;
Business priorities	making profit	creating an innovative product is a priority, not making profit
Business plan	having a business plan with a certain development framework	lack of strict development framework in the business plan.
Focusing the management system	the management system is focused on the implementation of the plan, the achievement of performance indicators	the management system is focused on managing the cycle of entrepreneurial experiment — efficiency, effectiveness, speed of formulation and verification of entrepreneurial hypotheses

чтобы распределить участников в группу предпринимателей ТБ или стартап-основателей.

Обе группы участников исследования составили люди среднего возраста (от 20 до 40 лет), проживающие и ведущие свой бизнес в Москве и Санкт-Петербурге.

Рассмотрим группу предпринимателей ТБ. Многие (54 %) относят себя к высокому социально-экономическому классу, зарабатывая от 150 000 рублей в месяц. В соотношении 17 к 13 встречаются владельцы организаций, продающих услуги (фитнес, психологические услуги, иностранные языки, консалтинг) и продукцию (выпечка, спортивные товары, техника). Большинство участников данной группы являются владельцами и активными участниками ведения бизнеса (56 %), в меньшей степени в исследовании участвовали партнеры бизнеса (15 %), в еще меньшей — владельцы бизнеса, которые делегировали все свои обязанности (10 %).

Рассмотрим группу основателей стартапов. Идеи стартапов разнообразны (женское сообщество, изделия из кожи, медицинский центр), но подавляющее большинство все же связано со сферой IT (разработка приложений, сайтов, программных обеспечений). В данном исследовании мы будем говорить о стартап-основателях с уже запущенными проектами, которые работают более 1 года (таких оказалось 52 %), лишь 18 % участников находятся на стадии запуска и пробы первого продукта. Оставшиеся 30 % выборки уже имеют первоначальный продукт и ищут под него инвесторов (19 %) или же находятся на стадии подбора необходимой команды (11 %). Интересно, что, в отличие от предпринимателей ТБ, группа основателей стартапов причисляет себя скорее к среднему социально-экономическому классу (53 % получают от 50 000 до 150 000 рублей личной прибыли), хотя 35 % все же относит себя к высокому классу. При этом большинство респондентов-стартаперов являются основателями и активными участниками ведения стартапа (77 %), в меньшей степени в исследовании участвовали люди, работающие в стартап-команде (18 %). Работающих в стартап-команде людей нельзя отнести к работающим по найму, так как они также имели нефиксированную прибыль, зависимую от многих факторов, в точности так же, как и формальные основатели стартапа.

Этапы исследования

1. Респонденты делились на группы предпринимателей ТБ и стартап-основателей с помощью предварительного интервью и зна-

комства с респондентом, основываясь на критерии отличия ТБ от стартапа.

2. Респонденту, в зависимости от группы членства, высылался электронный вариант опросника (google forms), содержащего вопросы про профессиональную деятельность респондента (должностные обязанности, количество сотрудников в организации, доля участия в бизнесе). На основе ответов можно было убедиться, верно ли исследователь распределил участников по группам (предприниматели ТБ и стартап-основатели).

3. Респонденты заполняли два опросника: «Ценностные ориентации» Рокича в адаптации Д.А. Леонтьева (Леонтьев, 1992) и модифицированную методику «Базовые ценности и антиценности» Бушковой-Шиклиной (Бушкова-Шиклина, 2007).

Методы

В нашем исследовании были использованы две методики:

1. Методика «Ценностные ориентации» Рокича, направленная на выявление иерархии ценностных ориентаций у индивида и определение ценностно-смысловой системы личности. Опросник состоит из 36 ценностей и разделяется на два блока: блок А, в котором представлены терминальные ценности, и блок Б, состоящий из ценностей инструментальных.

2. Модифицированная методика «Базовые ценности и антиценности» Бушковой-Шиклиной. Респондентам предлагалось выбрать из списка три наиболее предпочитаемые ими профессиональные ценности (в классическом варианте методики предоставлялся список личных и профессиональных ценностей, но в данном случае мы убрали часть с личными ценностями, чтобы сосредоточиться на профессиональных). Тем самым в ходе исследования были получены данные об иерархиях профессиональных ценностей предпринимателей ТБ и стартап-основателей. Список ценностей составлен на основе ряда терминальных ценностей методики Рокича, а также списка профессиональных ценностей методики Бушковой-Шиклиной.

Заметим, что одна из заявленных методик определяет ценностные ориентации, а другая — ценности. В данном исследовании мы придерживаемся представления о том, что ценности являются объектом, на который равняется личность, так называемый эталон должного (Петровский, 1990, с. 15), а ценностные ориентации, как правило, вытекающие из ценностей, представляют собой набор принципов жизнедеятельности. Несмотря на то, что М. Рокич заявляет о выяв-

лении ценностных ориентаций, в его опроснике сформулированы скорее сами ценности личности, что и представляет для данного исследования основной интерес.

Данные методики направлены на выявление ценностей, что является основной целью нашего эмпирического исследования. Такое небольшое количество методик для исследования оправдывается тем, что исследуется всего один компонент личности выделенных социальных групп — профессиональные ценности. При более детальном, расширенном рассмотрении особенностей личности требовалось бы увеличение количества методик.

Результаты

В процессе обработки данных были проанализированы статистически значимые различия в терминальных, инструментальных, профессиональных ценностях предпринимателей ТБ и стартап-основателей. Обработка результатов осуществлялась с помощью программы SPSS Statistics. Так как мы получили данные в процентном соотношении (сколько % участников исследования отметили ту или иную ценность), а также ранги по методике Рокича, критерий хи-квадрат Пирсона (χ^2) являлся самым оптимальным.

В результате анализа данных выявлено, что предприниматели ТБ ставили на первое место следующие *терминальные* ценности: активная деятельная жизнь; любовь; здоровье; счастливая семейная жизнь; материальная обеспеченность. Стартап-основатели ставили на первое место следующие терминальные ценности: активная деятельная жизнь, развитие, продуктивная жизнь, здоровье. Различие между группами выявлено по ценности «любовь», которая занимает первые места в иерархии ценности предпринимателей ($\chi^2 = 3,873$, $p = 0,050$), однако это различие нельзя назвать значимым.

Предприниматели ТБ ставили на первое место следующие *инструментальные* ценности: жизнерадостность; независимость; ответственность; твердая воля; честность, широта взглядов. Стартап-основатели ставили на первое место следующие инструментальные ценности: независимость; жизнерадостность; твердая воля; честность. Не было выявлено значимых различий между инструментальными ценностями предпринимателей ТБ и стартап-основателей, которые они ставили на первые места.

Далее предприниматели ТБ и основатели стартапов сравнивались по набору их *профессиональных* ценностей с помощью модифицированной методики, предложенной в исследовании Буш-

ковой-Шиклиной. Инструкции методики практически идентичны с инструкциями методики Рокича, при этом после выбора предпочитаемых ценностей респонденты должны были выбрать три самых значимых профессиональных ценности для них. Анализировался именно этот материал (рис. 1).

Значимых различий между предпринимателями ТБ и основателями стартапов в количестве упоминаний конкретных профессиональных ценностей как значимых выявлено не было ($\chi^2 = 13,905$; $p > 0,05$). Тем не менее стартап-основатели реже предпринимателей ТБ выбирают ценности материально обеспеченной жизни, они ориентируются скорее на продуктивную жизнь (созидание), успех, развитие. Они создают стартап не для того, чтобы заработать, в приоритете у них создание нового инновационного для рынка продукта. Некоторые ценности практически не представляют интереса для обеих групп: покой, стабильность и законность не кажется респондентам важными ценностями для трудовой деятельности.

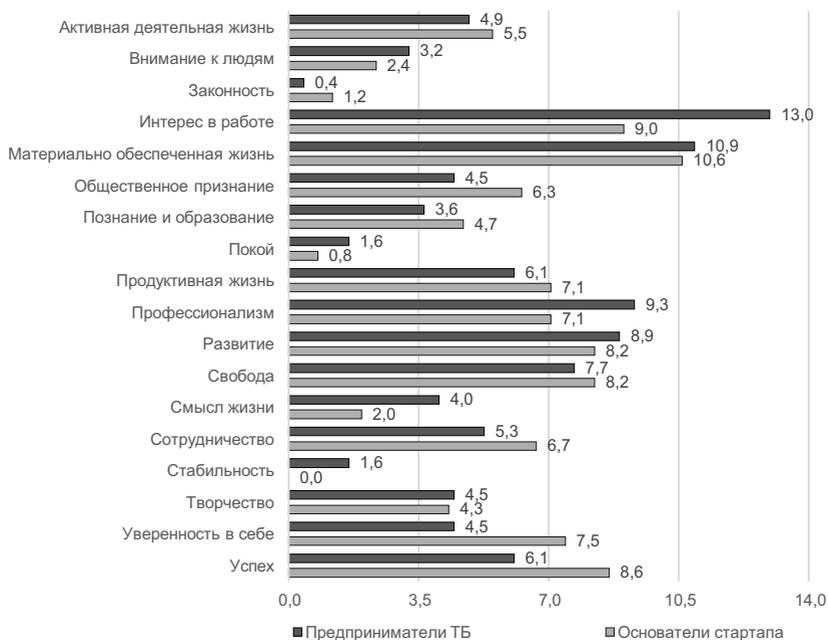


Рис. 1. Частота упоминания профессиональных ценностей как значимых в группах предпринимателей ТБ и основателей стартапов, %

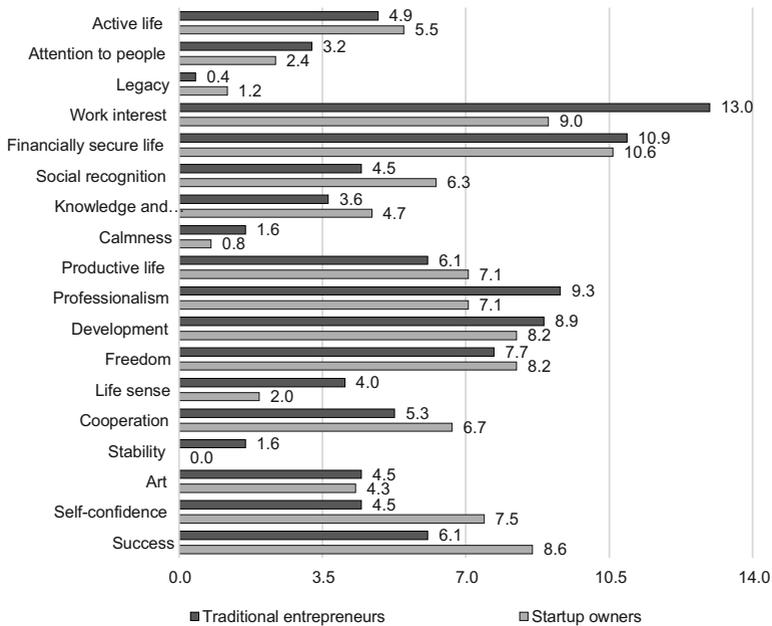


Fig. 1. Frequency of mentioning professional values as significant in groups of TB entrepreneurs and startup founders, %

Дополнительно был проведён сравнительный анализ между группами мужчин и женщин — предпринимателей и основателей стартапов. Значимые различия не были обнаружены.

Таким образом, иерархия самых часто встречающихся профессиональных ценностей предпринимателей ТБ выглядит так: интерес в работе (13%); материально обеспеченная жизнь (11%); развитие (9%); профессионализм (9%). Самые часто встречающиеся профессиональные ценности основателей стартапов: материально обеспеченная жизнь (11%); интерес в работе (9%); успех (9%); развитие (8%); свобода (8%).

Стоит внести ремарку о полученных результатах. Исследование было проведено в 2 этапа, результаты подсчитывались дважды: на выборке в 61 человек со значительным перевесом мужчин (30 предпринимателей ТБ, 23 мужчины и 7 женщин; 31 стартап-основателя, 26 мужчин и 5 женщин) и далее на полной выборке в 90 человек (при донаборе респондентов). В обоих случаях значимые различия не были найдены, что говорит о том, что даже при таком количестве

респондентов удалось выделить основные тенденции и убедиться в адекватности сделанных выводов.

Обсуждение результатов

1. В данном эмпирическом исследовании подтвердилась гипотеза о том, что у предпринимателей ТБ и основателей стартапов наборы терминальных, инструментальных и профессиональных ценностей содержательно не различаются, за исключением отдельных моментов, которые будут рассмотрены ниже. Эти социальные группы имеют схожие ценности. Такой эмпирический факт может иметь как минимум два разных объяснения.

С одной стороны, несмотря на зримую разницу в содержании деятельности предпринимателей традиционного бизнеса и стартап-основателей — в обоих случаях реализуется все-таки предпринимательская деятельность, а именно построение (организация) целостной, регулярной продуктивной деятельности, которая воспроизводится и развивается на рыночных условиях. Соответственно, деятельность по строительству традиционного бизнеса или стартапа регулируются одними и теми же ценностями предпринимателя, поэтому статистически значимых различий в содержании ценностей двух групп предпринимателей не наблюдается.

С другой стороны, использованные методики могут не подходить для того, чтобы зафиксировать разницу в ценностях предпринимателей ТБ и стартап-основателей. Возможность такой трактовки подтверждается результатами исследования ценностей представителей двух социальных групп: менеджеров и предпринимателей, в ходе которого была использована та же методика «Базовые ценности и антиценности» (Бушкова-Шиклина, 2009). Статистически значимых различий в этом исследовании между менеджерами и предпринимателями выявлено также не было. В таком случае результаты необходимо подтвердить на основе иного методического инструментария.

2. Рассмотрим выявленные особенности инструментальных и терминальных ценностей предпринимателей.

Специфичная инструментальная ценность предпринимателей ТБ, поставленная на первое место — «широта взглядов». Вероятно, что предприниматели ТБ должны вести дела эффективней, гибче и многогранней, чем их конкуренты, у которых схожий традиционный бизнес, а стартаперы вынуждены быть честными перед клиентами, но прежде всего перед самими собой.

В терминальных ценностях также присутствуют свои особенности. Основатели стартапов на первое место ставят ценность «продуктивная жизнь» (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей). Деятельность стартапа — это деятельность на пределе своих возможностей без гарантированного результата. По всей видимости, стартап — это лучшая форма реализации терминальной ценности «продуктивная жизнь». Также вероятно, что стартап-основатели, которые не руководствуются ценностью «продуктивная жизнь» (сознательно или неосознанно), быстро отказываются от создания стартапа при первых неудачах, когда ответы на вопрос о доходах и прибыльности каждый раз откладываются, потому что те или иные предпринимательские гипотезы не подтверждаются.

3. Стоит обратить внимание на различия ответов стартап-основателей по методике Рокича и модифицированной методике Бушковой-Шиклиной. При заполнении опросника Рокича основатели стартапов не ставили на первые места такую терминальную ценность, как «материально обеспеченная жизнь». При этом в следующей методике материальная сторона бизнеса проявилась в высокой степени. Возможно, повлияла сама формулировка в методике Бушковой-Шиклиной, и ценность «материально обеспеченная жизнь» во втором случае была проинтерпретирована респондентами как инструментальная, профессиональная ценность, имеющая отношение к деятельности их стартапа, а не к их личности. Стартап должен быть материально благополучным, иначе у него не будет шанса на существование (инвестиции закончатся, а благополучие не наступит).

Вместе с тем вопрос о роли материальных ценностей в регуляции деятельности предпринимателя остается открытым. С одной стороны, в исследованиях последних лет не приводятся данные, подтверждающие, что материальные ценности занимают важное место в жизни предпринимателей (Абрамова, 2021; Позняков, 2021а; Бушкова-Шиклина, 2009). С другой стороны, отсутствие материальных ценностей в наборе ведущих ценностей предпринимателей выглядит парадоксальным, ведь прибыльность — это условие существования любого бизнеса, в том числе и стартапа. Можно предположить, что ценности материального, финансового благополучия находятся на разных уровнях иерархии в условиях, когда они регулируют личную жизнь и дело. Эта интерпретация находится в статусе предположения, которое еще требуется проверить.

4. Важно обратить внимание на различие в иерархии профессиональных ценностей. У предпринимателей традиционного бизнеса

в качестве специфической ценности появляется «профессионализм» — свойство людей систематически, эффективно, качественно и надежно выполнять свою деятельность. Успешный традиционный бизнес — это профессионально организованная деятельность, выполняемая не менее эффективно, качественно и надежно, чем у конкурентов.

У стартап-основателей появляется такая специфичная ценность, как «успех». Многие теоретики и практики стартап-предпринимательства (Раева, 2021; Рис, 2015) указывают на то, что стартап-основатель не должен вкладывать излишнее количество временных и финансовых ресурсов в «шлифовку» продукта, полезность или востребованность которого еще не доказана. Стартап-основатели — это первопроходцы, экспериментаторы, которым нужно быстро находить, проверять новые идеи, отказываться от нерабочих, заходить в ранее неведомые области практики. В этом случае «профессионализм» здесь уходит скорее на дальний план. Напротив, для стартап-основателей важен «успех» как достижение поставленных целей в задуманном деле, видимый положительный результат, реализованный продукт, который заслужил внимание клиентов и пользуется спросом. Именно «успех» есть факт подтверждения предпринимательских гипотез, которые формирует и проверяет на практике основатель стартапа.

Таким образом, дополнительную гипотезу исследования о том, что у групп предпринимателей ТБ и основателей стартапов существуют специфические ценности, свойственные определенной группе, можно считать подтвержденной.

5. Не было выявлено значимых различий по профессиональным ценностям между группами мужчин и женщин. Соответственно, мы можем предположить отсутствие серьезной гендерной специфики в предпринимательской деятельности. Как от женщины, так и от мужчины бизнес требует равного, мужчина и женщина имеют равные возможности в этой сфере, ими двигают схожие ценности. Таким образом, мы считаем выборку полностью репрезентативной, несмотря на то, что участвующих женщин в исследовании было в процентном соотношении меньше. Не важно, кто занимается предпринимательством — женщина или мужчина — сама специфика предпринимательства как деятельности и как жизненного выбора личности от этого не изменяется.

Выводы

1. Анализ концепций, моделей и теорий предпринимательства показал, что целесообразно различать как минимум два типа предпринимательской деятельности: строительство традиционного бизнеса и строительство стартапа. Традиционное предпринимательство более эффективно в условиях стабильной среды и направлено на упрощение деятельности, тогда как инновационное предпринимательство, напротив, увеличивает сложность системы и тем самым создает новые возможности для ее развития. Кроме того, при исследовании личностных особенностей предпринимателей целесообразно подвергать анализу и саму предпринимательскую деятельность, которую ведет предприниматель, как минимум отделяя деятельность по строительству традиционного бизнеса от строительства стартапа.

2. Подтвердилась обратная гипотеза о том, что у предпринимателей ТБ и основателей стартапов набор профессиональных ценностей существенно не отличается. Так, профессиональными ценностями предпринимателей ТБ стали: интерес в работе; материально обеспеченная жизнь; развитие; профессионализм; свобода. У стартап-основателей был выявлен схожий набор профессиональных ценностей: материально обеспеченная жизнь; интерес в работе; успех; развитие; свобода. Однако вопрос о причинах сходства ценностей стартап-основателей и предпринимателей традиционного бизнеса при зримом отличии содержания их деятельности остается открытым.

3. У предпринимателей ТБ есть специфическая профессиональная ценность — профессионализм. У стартап основателей есть специфическая профессиональная ценность — успех. Таким образом, подтвердилась дополнительная гипотеза исследования о наличии специфических ценностей, свойственных только определенной группе.

4. Не было выявлено значимых различий по выбору профессиональных ценностей между группами женщин и мужчин. Вопрос о наличии гендерной специфики в деятельности предпринимателей может быть изучен более детально в дальнейшем, а также подкреплен исследованиями в области гендерной психологии.

Нам представляется важной дальнейшая проверка выдвинутых в настоящем исследовании гипотез с учетом корректировок нынешней программы, в том числе в части расширения портфеля методик исследования ценностной структуры, увеличения выборки

респондентов, включения дополнительных параметров, таких как стадия развития традиционного бизнеса и стартапа, их размер и т.п.

В перспективе результаты исследования структуры и содержания ценностей предпринимателей, занятых созданием традиционного бизнеса и стартапов, могут быть использованы для создания прогностических диагностических методик. Такой инструментарий важен для подготовки прогнозов «устойчивости» начинающих стартап-лидеров (основателей) к рискам работы в условиях с непредсказуемой результативностью, постоянных экспериментов, регулярных неудач в долгой временной перспективе (до нескольких лет). Сопряженная линия, которая может быть развернута на базе полученных результатов исследования — это изучение факторов предпринимательского самоопределения и разработка социально-психологических инструментов его поддержки.

Литература

Абрамова О.А. Социально-психологический портрет российского IT-предпринимателя // Социальная психология и общество. 2021. Т. 12, № 3. С. 188–204. <https://doi.org/10.17759/sps.2021120312>

Богатырева К., Широкова Г. От предпринимательских намерений — к созданию бизнеса: опыт российских студентов // Форсайт. 2017. Т. 11, № 3. С. 25–36.

Бубновская О.В. Предприниматель: профиль личности и карьерные предпочтения / О.В. Бубновская, В.В. Леонидова // Известия Дальневосточного фед. ун-та. Экономика и управление. 2021. Т. 100, № 4. С. 5–18. <https://doi.org/10.24866/2311-2271/2021-4/5-18>

Бушкова-Шиклина Э.В. Ценностные ориентации менеджеров и процесс принятия управленческих решений: корреляционные связи: дис. ... канд. социол. наук. Нижний Новгород, 2007.

Бушкова-Шиклина Э.В. Ценности менеджмента и предпринимательства: социологический анализ // Вестник Вятского гос. ун-та. 2009. Т. 1, № 2. С. 12–14.

Гаджиева С.Н., Ханова З.Г. Личность и деятельность предпринимателя в предметном поле психологических исследований // Гуманизация образования. 2011. № 3.

Даль В.И. Толковый словарь живого великорусского языка. М., 1994.

Джаппарова Н.Л. Стартап как форма инновационного предпринимательства // Скиф. 2019. № 11 (39). С. 585–588.

Динец И. Малый бизнес — это сложная простота. Beit Nelly Media, 2014.

Егошкина С.А. Инициативность как свойство личности предпринимателя / С.А. Егошкина // Единое образовательное пространство как фактор формирования и воспитания личности: материалы XIV Международной научно-практической конференции студентов, магистрантов и молодых ученых, Рязань,

23–24 апреля 2020 г. / Рязанский гос. ун-т имени С.А. Есенина. Рязань: Рязанский гос. ун-т имени С.А. Есенина, 2020. С. 48–51.

Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. М.: Политиздат, 1975.

Леонтьев Д.А. Методика изучения ценностных ориентации. М.: Смысл, 1992.

Литау Е.Я. Функциональная дифференциация предпринимателя и менеджера и ее значение для процесса становления системы управления малыми развивающимися предприятиями // *Актуальные вопросы экономических наук*. 2013. № 34. С. 42–50.

Нестик Т.А. Социально-психологические барьеры при прогнозировании будущего в российских компаниях // *Прикладная юридическая психология*. 2014. №. 2. С. 124–135.

Петровский А.В., Ярошевский М.Г. Психология. Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. 2-е изд., испр. и доп. М.: Политиздат. 1990.

Позняков П. Взаимосвязь смысловых и ценностных ориентаций личности предпринимателей и характеристик их экономического самоопределения / В.П. Позняков // *Институт психологии Российской академии наук. Социальная и экономическая психология*. 2021а. Т. 6, № 1 (21). С. 150–170. <https://doi.org/10.38098/ipran.sep.2021.21.1.006>

Позняков П. Личностные детерминанты экономического самоопределения российских предпринимателей / В.П. Позняков, С.Е. Поддубный, П.В. Позняков // *Ярославский пед. вестник*. 2021б. № 5 (122). С. 159–165. <https://doi.org/10.20323/1813-145X-2021-5-122-159-165>.

Раева И. В. Экономическое понятие стартапа, отличия стартапа от Инвест — проекта / И.В. Раева, Н.А. Клыпин // *Инновации. Наука. Образование*. 2021. № 31. С. 1274–1285.

Рис Э. Бизнес с нуля. Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели. М.: Альпина Паблишер, 2015.

Широкова Г.В., Беляева Т.В. Предпринимательские намерения студентов: концепция и основные подходы к исследованию // *Современная конкуренция*. 2015. Т. 9, №. 2 (50). С. 5–31.

Cantillon, R. (2010). *Essay on Economic Theory*. An. Ludwig von Mises Institute.

Espiritu-Olmos, R., Sastre-Castillo, M.A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68, 7, 1595–1598.

Schumpeter, J.A., Clemence, R.V. (1951). *Essays of JA Schumpeter. (No Title)*.

Wildberries: как изменился портрет предпринимателя в 2021 г. Retail.ru. URL: <https://www.retail.ru/news/wildberries-kak-izmenilsya-portret-predprinimatelya-v-2021-g-13-yanvarya-2022-212713/> (дата обращения: 10.01.2023).

References

Abramova, O.A. (2021). Socio-Psychological Portrait of Russian IT Entrepreneur. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo (Social psychology and society)*, 12 (3), 188–204. <https://doi.org/10.17759/sps.2021120312>. (In Russ.).

Bogatyreva, K., Shirokova, G. (2017). From Entrepreneurial Aspirations to Founding a Business: The Case of Russian Students. *Forsait (Foresight and STI Governance)*, 11 (3), 25–36. <https://doi.org/10.17323/25002597.2017.3.25.36>. (In Russ.).

Bubnovskaya, O.V. (2021). Entrepreneur: Personality Profile and Career Preferences. *Izvestiya Dal'nevostochnogo federal'nogo universiteta. Ekonomika i upravlenie (The Bulletin of the Far Eastern Federal University. Economics and Management)*, 100 (4), 5–18. (In Russ.).

Bushkova-Shiklina, E.V. (2007). Cennostnye orientacii menedzherov i process prinyatiya upravlencheskih reshenij: korrelyacionnye svyazi: Dis. ... kand. sociol. nauk. (Value orientations of managers and the process of managerial decision-making: correlations). Cand.Sci. (Sociology). Nizhny Novgorod. (In Russ.).

Bushkova-Shiklina, E.V. (2009). Values of management and business undertakings: sociological analysis. *Vestnik Vyatskogo gos. un-ta (Herald of Vyatka State University)*, 2 (1), 12–14. (In Russ.).

Cantillon, R. (2010). *Essay on Economic Theory*, An. Ludwig von Mises Institute.

Dal', V.I. (1994). *Tolkovyj slovar' zhivogo velikorusskogo yazyka*. M. (In Russ.).

Dzhapparova, N.L. (2019). Startup as a form of innovative entrepreneurship. *Skif*, 39 (11), 585–588. (In Russ.).

Dinets, I. (2014). *Malyi biznes — eto slozhnaia prostota. Beit Nelly Media*. (In Russ.).

Egoshkina, S.A. (2020). Initiative as a property of the entrepreneur's personality. A single educational space as a factor in the formation and upbringing of personality: XIV International Student Conference proceedings, April 23–24, 2020, Ryazan State University named for S. Yesenin, 48–51. (In Russ.).

Espiritu-Olmos, R., Sastre-Castillo, M.A. (2015). Personality traits versus work values: Comparing psychological theories on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, 68 (7), 1595–1598.

Gadzhieva, S.N., Khanova, Z.G. (2011). Personality and activity of entrepreneur in subject field of psychological research. *Gumanizatsiya obrazovaniya (Humanization of Education)*, 3, 39–46. (In Russ.).

Leont'ev, A.N. (1975). *Activity, Consciousness, and Personality*. M.: Politizdat. (In Russ.).

Leont'ev, D.A. (1992). *Methods of studying value orientations*. M.: Smisl.

Litau, E.Ia. (2013). Functional differentiation of entrepreneur and manager and its significance for the process of formation of the management system of small developing enterprises. *Aktual'nye voprosy ekonomicheskikh nauk (Current Issues of Economic Sciences)*, 34, 42–50. (In Russ.).

Nestik, T.A. (2014). Socio-psychological barriers at forecasting future in Russian companies. *Prikladnaya yuridicheskaya psikhologiya (Applied Legal Psychology)*, 2, 124–135. (In Russ.).

Petrovskij, A.V., Yaroshevskij, M.G. (1990). *Psychology. Dictionary*. M.: Politizdat. (In Russ.).

Poznyakov, V.P. (A) (2021a) The relationship of life and value orientations of entrepreneurs and the characteristics of their economic self-determination. Institute

of psychology Russian Academy of Sciences. *Institut psikhologii Rossiiskoi akademii nauk (Social and Economic Psychology)*, 21 (1), 150–170. (In Russ.).

Poznyakov, V.P. (B) (2021b). Personal determinants of economic self-determination of russian entrepreneurs. *Yaroslavskii ped. vestnik (Yaroslavl Pedagogical Bulletin)*, 5, 159–165. <https://doi.org/10.20323/1813-145X-2021-5-122-159-165>. (In Russ.).

Raeva, I.V. (2021) Ekonomicheskoe ponyatie startapa, otlichiya startapa ot Invest — proekta / I.V. Raeva, N.A. Klypin. *Innovacii. Nauka. Obrazovanie (Innovation. The science. Education)*, 31, 1274–1285. (In Russ.).

Ries, E. (2015). *The Lean Startup*. M.: Alpina-Publisher. (In Russ.).

Shirokova, G.V., Belyaeva, T.V. (2015). Students entrepreneurial intentions: concept and main research approaches. *Sovremennaya konkurentsia (Journal of Modern Competition)*, 9, 2 (50), 5–31. (In Russ.).

Schumpeter, J.A., Clemence, R.V. (1951). *Essays of JA Schumpeter. (No Title)*.

Wildberries: kak izmenilsya portret predprinimatelya v 2021 g. *Retail.ru*. URL: <https://www.retail.ru/news/wildberries-kak-izmenilsya-portret-predprinimatelya-v-2021-g-13-yanvarya-2022-212713/> (data obrashcheniya: 10.01.2023).

Поступила: 03.02.2023

Получена после доработки: 02.06.2023

Принята в печать: 19.07.2023

Received: 03.02.2023

Revised: 02.06.2023

Accepted: 19.07.2023

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Алексей Вячеславович Журавлев — кандидат психологических наук, старший научный сотрудник факультета психологии Московского государственного университета имени имени М.В. Ломоносова, allo-o@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0009-1367-9781>

Мария Андреевна Череменская — аспирантка кафедры социальной психологии факультета психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, egiazarovama@my.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9441-1350>

ABOUT THE AUTHORS

Alexey V. Zhuravlev — Cand. Sci. (Psychology), Senior Researcher at the Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, allo-o@yandex.ru, <https://orcid.org/0009-0009-1367-9781>

Maria A. Cheremenskaia — Postgraduate student in Psychology at the Department of Social Psychology, Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University, egiazarovama@my.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0001-9441-1350>