СЕВЕРНЫЕ И АРКТИЧЕСКИЕ СОЦИУМЫ
NORTHERN AND ARCTIC SOCIETIES

УДК: [316.334.23:334.722](985)(045)
DOI: 10.17238/issn2221-2698.2018.33.157

Социокультурные и социально-психологические факторы предпринимательского потенциала в российской Арктике *

© МАКСИМОВ Антон Михайлович, кандидат политических наук, доцент
E-mail: amm15nov@yandex.ru
Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики имени академика Н.П. Лаверова РАН, Архангельск, Россия
© УХАНОВА Анна Вячеславовна, научный сотрудник
E-mail: karmy-anny@yandex.ru
Федеральный исследовательский центр комплексного изучения Арктики имени академика Н.П. Лаверова РАН, Архангельск, Россия
© СМАК Татьяна Сергеевна, начальник аналитического отдела
E-mail: smaktanya@gmail.com
ГАУ АО «Центр изучения общественного мнения», Архангельск, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические проблемы зависимости предпринимательского потенциала населения от ценностных ориентаций, понимаемых как поведенческие императивы той или иной культуры. В тексте статьи предпринимательство рассматривается прежде всего как социально-психологическое и социокультурное явление. Предпринимательство как социально-психологический феномен рассмотрено в свете теорий поведенческой экономики; как социокультурный — с опорой на исследовательскую традицию, заложенную М. Вебером. Авторы постулируют тезис об определяющем характере влияния системы ценностей, доминирующей в определённом обществе, на уровень предпринимательского потенциала. Авторами кратко изложены основные подходы к измерению ценностей в социальных науках, в частности, подходы М. Рокича, Р. Инглхарта, Г. Хофстеде и Ш. Шварца. Представлена в общих чертах ситуация с развитием предпринимательства в регионах российской Арктики, показаны специфические проблемы, с которыми сталкивается бизнес на территориях Арктической зоны Российской Федерации. Подчёркивается уникальность российской Арктики как историко-культурного макрорегиона, на основе чего выдвигается гипотеза об особых социокультурных условиях развития арктического предпринимательства по сравнению с другими территориями страны, проявляющихся в первую очередь в специфической системе ценностных ориентаций. Предлагается синтез методологий М. Рокича, Р. Инглхарта и Ш. Шварца для комплексного изучения системы ценностей жителей Арктической зоны РФ.

Ключевые слова: *предпринимательство, предпринимательский потенциал, ценностные ориентации, поведенческая экономика, российская Арктика.*

---

* Для цитирования:
Максимов А.М., Уханова А.В., Смак Т.С. Социокультурные и социально-психологические факторы предпринимательского потенциала в российской Арктике // Арктика и Север. 2018. № 33. С. 157–177. DOI: 10.17238/issn2221-2698.2018.33.157
For citation:
Maksimov A.M., Ukhanova A.V., Smak T.S. Sociocultural and socio-psychological factors of entrepreneurial potential in the Russian Arctic. *Arktika i Sever* [Arctic and North], 2018, no. 33, pp. 157–177. DOI: 10.17238/issn2221-2698.2018.33.157

Sociocultural and socio-psychological factors of entrepreneurial potential in the Russian Arctic

© Anton M. MAKSIMOV, Cand. Sci. (Pol.), Associate Professor
E-mail: amm15nov@yandex.ru
Federal Center for Integrated Arctic Research named after N.P. Laverov of the RAS, Arkhangelsk, Russia
© Anna V. UKHANOVA, Researcher
E-mail: karmy-anny@yandex.ru
Federal Center for Integrated Arctic Research named after N.P. Laverov of the RAS, Arkhangelsk, Russia
© Tatiana S. SMAK, Head of analytical department
E-mail: smaktanya@gmail.com
The Public opinion research center, Arkhangelsk, Russia

Abstract. The article discusses the theoretical problems of the entrepreneurial potential of the population on value orientations dependence, understood as the behavioral imperatives of a particular culture. The text of the article considers entrepreneurship primarily as a socio-psychological and sociocultural phenomenon. Entrepreneurship as a socio-psychological phenomenon is considered in the context of theories of behavioral economics, but as a sociocultural - based on the research tradition established by M. Weber. The authors postulate a thesis on the determining nature of the influence of the value system that dominates in a particular society on the level of entrepreneurial potential. The authors briefly set out the main approaches to the measurement of values in the social sciences, in particular, the approaches of M. Rokeach, R. Inglehart, G. Hofstede and S. Schwartz. The situation with the development of entrepreneurship in the regions of the Russian Arctic is presented in general terms, the specific problems that businesses face in the Arctic zone of the Russia are shown. The uniqueness of the Russian Arctic as a cultural macroregion is emphasized, on the basis of that a hypothesis is put forward about the special sociocultural conditions for the development of Arctic entrepreneurship compared to other territories of the country, manifested primarily in a specific system of values. Authors propose a synthesis of the methodologies M. Rokeach, R. Inglehart and S. Schwartz for a comprehensive study of the Russian Arctic' inhabitants value system.

Keywords: *entrepreneurship, entrepreneurial potential, value orientations, behavioral economics, the Russian Arctic.*

Введение

В Послании Президента Российской Федерации к Федеральному собранию 1 марта 2018 г. малое предпринимательство названо в числе одного из четырёх масштабных резервов экономического роста страны. В докладе подчёркивается необходимость повышения доступности кредитования бизнеса, снижения административного давления, формирования собственных цифровых платформ, упрощения налоговой отчётности, обеспечения малых предприятий современными профессиональными кадрами, создания благоприятной среды для стартапов. В рамках государственной программы РФ «Экономическое развитие и инновационная экономика» на реализацию этих и других направлений развития предпринимательства в 2018 г. выделено более 15 млрд руб. Это подтверждает тот факт, что государственные органы власти рассматривают малый бизнес в качестве одной из основ обеспечения высоких темпов экономического роста страны.

Тем не менее, несмотря на регулярно ставящиеся амбициозные задачи и прилагаемые усилия по развитию малого бизнеса, невысокий вклад малого предпринимательства в создание валового внутреннего продукта по-прежнему остаётся отличительной характеристикой российской экономики. По данным Росстата, доля валовой добавленной стоимости

малых предприятий в ВВП страны в 2015 г. составила 13,8%. При этом в период с 2004 по 2015 гг. данный показатель не демонстрировал значительных изменений, находясь в пределах от 11,9 до 15,1%[1]. Для сравнения в Европейском союзе (ЕС) по состоянию на начало 2014 г. вклад малого предпринимательства в ВВП стран ЕС составил 57% [1, Слесарева Е.А., Терская Г.А.].

Говоря о вкладе малого предпринимательства в экономику России, необходимо помнить, что Российская Федерация представляет собой сложное соединение регионов, значительно дифференцированных по уровню социально-экономического развития, географическому положению, природно-климатическим особенностям, культурным характеристикам. Так, число малых предприятий в расчёте на 10 000 человек населения в субъектах РФ в 2016 г. различалось более чем в 17 раз (от 26 в Республике Дагестан до 444 в Санкт-Петербурге)[2]. С этой точки зрения высокую актуальность приобретают исследования, концентрирующие своё внимание на вопросах развития малого предпринимательства в региональном аспекте, учитывающие природно-географические, экономические и социокультурные особенности территории.

Предпринимательство на территориях российской Арктики

Если обратиться к рассмотрению основных направлений региональных исследований последних лет, то следует отметить значительный рост интереса к вопросам развития российских макрорегионов, в частности Дальнего Востока и Арктики. Во многом эти тенденции связаны с обращением пристального внимания федерального центра на данные территории. Но если на Дальнем Востоке новый виток развития уже запущен и получены первые результаты (по состоянию на 2017 г. на долю ДФО приходится четверть всех иностранных инвестиций России, действуют 13 территорий опережающего развития, наблюдается значительное превышение среднероссийских темпов роста промышленного, сельскохозяйственного производств, строительства[3], то Арктике лишь предстоит ощутить на себе все положительные моменты пионерного и реконструктивного освоения её обширных территорий.

Особая роль в данных процессах, несомненно, должна принадлежать малому предпринимательству. Так, в работе научных сотрудников Архангельского научного центра УрО РАН количественное и качественное развитие малого и среднего бизнеса на территориях российской Арктики считается одним из важнейших показателей системы оценки результативности региональной социально-экономической политики [2, Проворова А.А. и др., с. 61]. По мнению одного из ведущих отечественных североведов А.Н. Пилясова, диалектика освоения Арктики обусловливает ответственность арктического предпринимательства за под-

[1]Центральная база статистических данных. URL: http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/DBInet.cgi?pl=1163082 (дата обращения: 16.07.2018).
[2]Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. М., 2017. 1402 с.
[3] Основные результаты работы Минвостокразвития России за 2017 год. URL: https://minvr.ru/press-center/mediagallery/14704/ (дата обращения: 09.07.2018).

держание освоенности территорий в длительной перспективе, а также его сближение с социальным предпринимательством. Первое объясняется тем, что в периоды изменения условий (падение цен на основной вид продукции, экономические санкции) происходит крах или как минимум потеря стабильности крупных ресурсных корпораций, составляющих основу арктической экономики, и тогда на смену эпохе «суперорганизаций» приходит эпоха предпринимательства. Большая социальная роль арктического предпринимательства заключается в преодолении «коллективной незащищённости», проистекающей из факта проживания в районах с неблагоприятными условиями. Предприниматели здесь поддерживают определённый уровень жизни людей: доставляют товары и оказывают услуги первой необходимости в удалённых районах, создают объекты коммунально-бытовой инфраструктуры общего пользования, предоставляют транспортные услуги и так далее. Всё это позволяет А.Н. Пилясову выделить арктическое предпринимательство в отдельную категорию. При этом автор отмечает слабое внимание как государственных деятелей и представителей общественных организаций, так и учёных к этому феномену [3, Пилясов А.Н., Замятина Н.Ю.].

Говоря об арктическом предпринимательстве, необходимо отметить его недостаточную степень развития в сравнении со среднероссийским уровнем, о чём свидетельствуют официальные статистические данные. Так, в регионах, чьи территории полностью или частично относятся к Арктической зоне Российской Федерации (далее АЗРФ), коэффициент рождаемости организаций ниже российского в среднем на 25%[4], а число малых предприятий в расчёте на 10 000 человек населения и удельный вес занятых на малых предприятиях — почти на 30%[5]. Для того чтобы разобраться в причинах этого явления, необходимо выявить основные факторы, влияющие на развитие малого предпринимательства в субъектах АЗРФ.

Результаты исследования российского сектора малого и среднего предпринимательства, представленные в Докладе 2015 г., показывают, что ключевыми проблемами его развитии выступают:

- нестабильность законодательства в сфере налогового и финансового регулирования;
- ограниченность доступа к источникам финансирования деятельности: высокая стоимость финансовых ресурсов, недостаток долгосрочных инвестиционных средств, жёсткие требования к заёмщику, длительные сроки рассмотрения заявок;
- сохранение административных барьеров;
- ограниченность рынков сбыта продукции: невозможность конкуренции с крупными предприятиями и государственными компаниями в отдельных секторах экономики, проблемы доступа к государственному заказу и закупкам субъектов есте-

[4]Расчёты авторов по данным Единой межведомственной информационно-статистической системы [Электронный ресурс]. URL: https://www.fedstat.ru/indicator/33753 (дата обращения 09.07.2018).
[5]Расчёты авторов по данным Регионы России. Социально-экономические показатели. 2017: Стат. сб. / Росстат. М., 2017. 1402 с.

ственных монополий и компаний с государственным участием, проблемы выхода на внешние рынки[6].

Перечисленные проблемы в большей или меньшей степени актуальны для всей территории РФ и не объясняют региональных различий в развитии сектора малого предпринимательства. С этой точки зрения особый интерес представляют региональные условия и особенности арктических регионов. Обобщение и систематизация взглядов ведущих экономистов-североведов [4, Витязева В.А.; 5, Жиделева В.В.; 6, Пилясов А.Н.; 7, Лаженцев В.Н.] позволяет выделить следующие факторы, тормозящие развитие малого предпринимательства в Российской Арктике:

- низкая транспортная доступность и удаленность арктических регионов: наблюдается значительное отставание территорий АЗРФ от арктических территорий ведущих зарубежных стран как по скорости доставки грузов, так и по плотности дорожной сети, что негативно сказывается на конкурентоспособности предприятий и увеличивает долю транспортной составляющей в себестоимости продукции (до 60% стоимости конечного продукта) [8, Шпак А.В.];
- высокие расходы на отопление и электроэнергию. Отопительный сезон в Арктике на 2–3 месяца длиннее, чем в городах центральной и южной части страны[7]. Схожая ситуация наблюдается с тарифами на электроэнергию: в Чукотском автономном округе по состоянию на 1 июля 2018 г. зафиксированы самые высокие в России тарифы — 8,2 рубля за кВт*ч. Также выше, чем в стране в целом, стоила электроэнергия в Республиках Коми и Саха (Якутия), Архангельской области и Ненецком автономном округе[8];
- необходимость реализации северных гарантий и компенсаций работникам, которые заметно увеличивают расходы на оплату труда в себестоимости продукции.

Система факторов, определяющих возможности развития малого предпринимательства в регионах Арктики, была бы неполной, если бы включала в себя лишь набор объективных условий и предпосылок (экономических, климатических, институциональных и др.). Изменение во второй половине XX в. вектора исследований процесса принятия экономических решений привело к развитию нового направления экономической науки — поведенческой экономики и, как следствие, смене модели «рационального человека» на модель «альтернативного человека». Если первая предполагала, что экономические субъекты в основе своей рациональны и нацелены на максимизацию полезности и прибыли, то вторая — ищет объяснение экономическому поведению индивидуума не в изменении внешних условий его деятельности, а в первую очередь в самом человеке, его внутреннем мире [9, Журавлева Г.П. и др., с. 21–22].

---

[6]Доклад о состоянии и развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации в 2014-2015 годах. Министерство экономического развития Российской Федерации. М., 2016. URL: http://smb.gov.ru/files/images/Doklad_Minekonomrazvitiya_za_2014-2015_gg.pdf (дата обращения: 16.07.2018).

[7]СНиП 23-01-99 «Строительная климатология». URL: http://docs.cntd.ru/document/1200004395 (дата обращения: 16.07.2018).

[8] Карта тарифов на электроэнергию с 1 июля 2018 года. URL: https://energo-24.ru/tariffs/electro/2018-elektro.html (дата обращения: 16.07.2018).

Предпринимательский потенциал в свете идей поведенческой экономики

Основы поведенческой экономики были заложены известными психологами Д. Канеманом и А. Тверски. В получившей наибольшую известность статье «Теория перспектив: анализ принятия решений в условиях риска» [10, Kahneman D., Tversky A.] авторы сделали неожиданные для классической экономической теории выводы о различной реакции людей на выигрыш и потерю одной и той же суммы денег, а также о принятии во внимание при оценке вероятности определённых событий, существующих в обществе заблуждений и стереотипов. Это противоречило господствующей в то время концепции рационального поведения, однако подчеркнуло необходимость более глубокого исследования человеческого фактора в экономическом поведении людей, в том числе их предпринимательской активности.

Американские ученые Д. Макклелланд и Д. Аткинсон [11, McClelland D., Atkinson J.] разработали теорию мотивации достижения успехов в различных видах деятельности. Согласно ей, люди, мотивированные на успех, более решительны, смелы, мобилизуют все свои силы и ресурсы на достижение поставленных целей, стремятся в обязательном порядке добиться успеха и получить одобрение. Другой тип людей — мотивированные на избегание неудач — часто неуверенные в себе и своих силах, боятся критики, не верят в достижение успеха. Очевидно, что такие люди даже при создании для них максимально благоприятных внешних условий не станут заниматься предпринимательской деятельностью.

Особого внимания заслуживает теория трансгрессии польского экономиста Ю. Козелецкого [12, Козелецкий Ю.]. Трансгрессия — это стремление человека к систематическому преодолению имеющихся результатов и достижений. Трансгрессия напрямую связана с присутствием у человека губристической мотивации — стойким стремлением человека к подкреплению и повышению самооценки, самоутверждению и соперничеству. Легко предположить, что чем выше губристическая мотивация человека, тем больше его шанс стать успешным предпринимателем. Данный тезис подтверждается исследованиями и других учёных: как отечественных, так и зарубежных. В частности, известный психолог В.Н. Дружинин отмечает, что предприниматели характеризуются высокой потребностью в самореализации и самоутверждении[9], а австрийско-американский экономист, политолог и социолог Й. Шумпетер выделяет в качестве основных мотивов предпринимательской деятельности потребность во власти и стремление к успеху, достигнутому в борьбе с соперниками [13, Шумпетер Й.].

Среди других важнейших личностных особенностей как потенциальных, так и действующих предпринимателей выделяются:

- способность нести риск [14, Найт Ф.Х.];
- способность к реализации нововведений, новаторству [13, Шумпетер Й.];
- высокий уровень интернальности [15, Rotter J.].

[9] Дружинин В.Н. Феноменология предпринимательства: синтез экономического и психологического аспектов. URL: http://sbiblio.com/biblio/archive/drujinina_psi/ (дата обращения: 16.07.2018).

Отдельно необходимо отметить исследования В. Зомбарта [16, Зомбарт В.], который ввёл в науку термин «предпринимательский дух» — комплексное понятие, включающее в себя готовность к риску, духовную свободу, богатство идей, волю и настойчивость, умение соединять людей для совместной работы. Несколько позже Г. Пинчот [17, Pinchot G., с. 28–48] вводит в употребление понятие «предприимчивость», под которым понимает синтез качеств, умений, способностей человека, позволяющих ему находить и использовать лучшее сочетание ресурсов для производства, реализации товаров, работ и услуг, принимать нестандартные, но рациональные решения даже в условиях неопределенности, создавать условия для разработки инноваций и создавать их самому, доводить до реализации новшества, идти на допустимый и оправданный риск.

Социально-психологические и социокультурные предпосылки предпринимательства

Приписываемые предпринимателям качества, очевидно, отражают не только и не столько особенности их темперамента и / или интеллекта, сколько их отношение к окружающему миру, социальным институтам, культурным традициям и общепринятым жизненным целям и ценностям. В социальной психологии такого рода отношение традиционно описывается в терминах установки (аттитюда), диспозиции и ценностной ориентации. Хотя эти категории и отличаются друг от друга в смысловом отношении, однако к настоящему времени имеется представление об их тесной взаимосвязи [18, Алишев Б.С., с. 46–47]. Так, например, В.А. Ядов с коллегами полагают, что установки и ценности отличаются лишь степенью генерализации, являясь уровнями целостной системы диспозиций [19, Саморегуляция, с. 35–37]. Схематично её иерархическую структуру можно представить следующим образом:

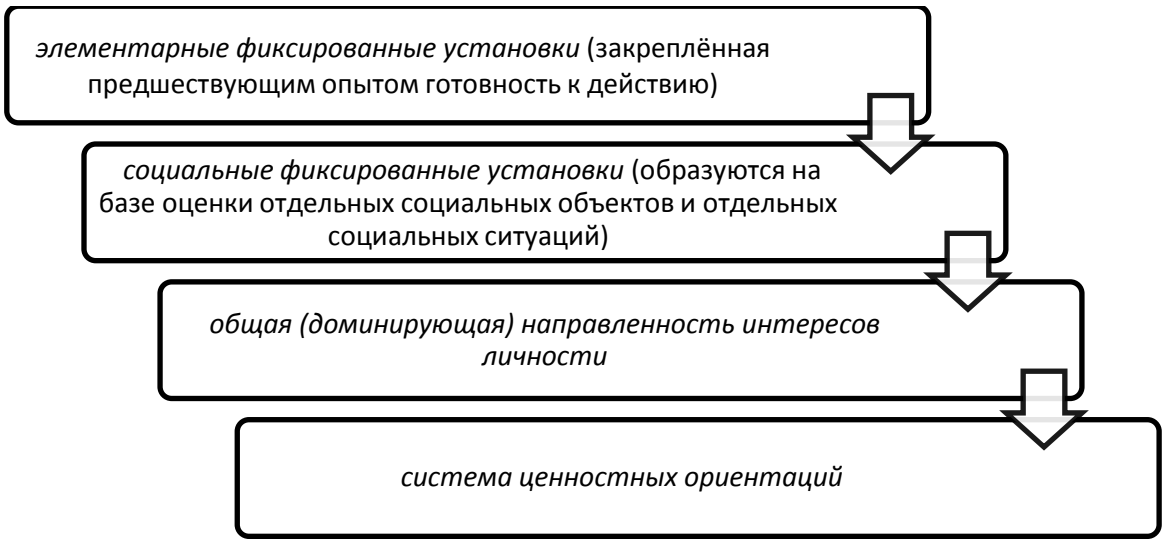

Рис. 1. Иерархическая структура диспозиций личности (по В.А. Ядову).

В этой иерархии диспозиции высшего уровня отражают предрасположенность к идентификации с той или иной областью социальной (в том числе профессиональной) деятельности («общая направленность интересов личности») и значимые цели жизнедеятельности и средства их достижения («ценностные ориентации») [19, Саморегуляция, с. 36].

Предпринимательство в его субъективном измерении — это сложный когнитивно-поведенческий комплекс, а принципы жизнедеятельности предпринимателя являются продуктом длительного процесса социализации в специфической культурной среде. Следовательно, предпринимательские качества, склонность к предпринимательской деятельности есть не что иное, как результат интериоризации определённых ценностей, циркулирующей в социокультурной среде, в которую индивид интегрируется. Это означает, что гипотетически при прочих равных условиях, связанных с уровнем развития экономических институтов, именно различия в культуре будут определять различия в уровне предпринимательской активности и предпринимательского потенциала в разных странах или культурно несхожих регионах одной и той же страны.

Одним из первых, кто предпринял попытку обосновать связь между культурной средой (в частности, системами ценностей, выраженных в конкретных религиозных доктринах) и особенностями экономического поведения, включая предпринимательское, стал М. Вебер. В частности, именно он обосновал тезис о том, что трудовая этика протестантизма способствовала большему «экономическому рационализму», и как следствие, более высокому уровню развития предпринимательства в странах с преимущественно кальвинистским населением [20, Вебер М., с. 67–69, 204–206].

Специалист в области кросскультурных исследований Р.Д. Льюис в своей книге «Деловые культуры в мировом бизнесе» доказывает, что культура представляет собой коллективное программирование мышления группы людей, выражающееся в устойчивых ценностях, верованиях и моделях общения, которые напрямую влияют на поведение человека, в том числе экономическое» [21, Льюис Р.Д.].

Среди исследований отечественных ученых обращает на себя внимание работа Н.И. Лапина «Пути России: социокультурные трансформации» [22, Лапин Н.И.]. В ней автор выделяет два типа общества, в которых господствуют либо традиционные, либо либеральные ценности. В обществе второго типа приоритет отдаётся свободе и возможностям для реализации инноваций, что является необходимым условием развития предпринимательства.

Предпринимательский потенциал в контексте исследований ценностей

Болгарские исследователи И.Г. Гарванов и М.З. Гарванова предлагают классифицировать подходы к измерению ценностей на структурно-энергетичные и структурно-содержательные [23, Гарванова М.З., Гарванов И.Г., с. 16]. В первом случае, каждая ценность оценивается не сама по себе, а по отношению к другим ценностям, то есть как единица иерархически выстроенной системы ценностей. При этом иерархия ценностей рассматривается как результат количественных соотношений между интенсивностями приверженности отдельным ценностям. К классу структурно-энергетичных теорий авторы относят подход М. Рокича и Р. Инглхарта [23, Гарванова М.З., Гарванов И.Г., с. 5–7]. Во втором случае, в одну группу объединяются теории, которые постулируют доминирование в культуре того или ино-

го общества определённых семантически связанных ценностей, представляющих один из полюсов ценностных дихотомий (коллективизм и индивидуализм, открытость новациям и консервативность и тому подобное). К числу этих теорий авторы относят подходы Г. Хофстеде и Ш. Шварца [23, Гарванова М.З., Гарванов И.Г., с. 8–15]. Кратко осветим специфику каждой из перечисленных теорий ценностей.

Согласно М. Рокичу, ценности представляют собой устойчивые убеждения о предпочтительных способах поведения или конечных жизненных целях. Его методика, таким образом, предполагает разделение ценностей на два класса: терминальные, отражающие целевые установки индивидов (то, чего они хотят достигнуть), и инструментальные, через которые выражается представление об одобряемых средствах достижения жизненных целей [24, Rokeach M.]. Всего им было выделено 18 терминальных и 18 инструментальных ценностей, охватывающих разнообразные аспекты жизнедеятельности людей[10]. Ранжирование респондентами этих ценностей отражает, по М. Рокичу, структуру ценностных систем индивидов.

Р. Инглхарт, как один из инициаторов международного проекта World Values Survey, является ведущей фигурой в области исследования ценностей и убеждений. Он указывает на диалектическую связь между культурными и ментальными характеристиками национальных и региональных сообществ и существующими в них экономическими институтами. Одна из продуктивных гипотез учёного связана с идеей, что межгенерационные изменения в системах ценностей (от традиционалистских к современным и постсовременным / постмодернистским), обусловленные социально-экономическими сдвигами, в свою очередь влияют на динамику изменений повседневных экономических практик индивидов [25, Инглхарт Р.].

Р. Инглхарт в качестве ключевых ценностных шкал выделяет шкалу «традиционные ценности — секулярно-рациональные ценности» и шкалу «ценности выживания (survival values) — ценности самовыражения (self-expression values)» [26, Инглхарт Р., Вельцель К., с. 80]. С точки зрения Р. Инглхарта и его коллег, культурные императивы конкретных обществ располагаются между полюсами этих шкал ценностей, отражая степень приверженности большинства их членов тем или иным (традиционалистским или модернистским / постмодернистским) системам ценностей. При этом значения на этих двух шкалах ценностей логически увязаны и, как правило, скоррелированы: результаты эмпирических исследований показывают, что в странах, где высок уровень экономического развития, а население не сталкивается регулярно с угрозами выживания, наблюдается более либеральный политический режим, больше возможностей для самореализации, а люди демонстрируют уверенность в завтрашнем дне и склонность к «стратегиям развития» (promotion strategies); в странах, для которых характерна экономическая стагнация или отсталость, наблюдается прямо противо-

[10] Перечни терминальных и инструментальных ценностей, адаптированные к отечественным реалиям и протестированные на устойчивость А. Гоштаусом, А.А. Семеновым и В.А. Ядовым, приведены в: Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. 2-е расширенное изд. М.: ЦСПиМ, 2013. С. 262–264.

положная картина [27, Welzel C., Inglehart R., с. 48–50]. При этом Р. Инглхарт и К. Вельцель уточняют, что в обществах индустриального типа наблюдается сдвиг в первую очередь от традиционных ценностей к секулярно-рациональным, тогда как «ценность выживания» остаётся в приоритете, а при переходе к постиндустриальной экономике во всех обществах усиливается значение «ценности самовыражения» при сохранении приверженности секулярно-рациональным ценностным ориентациям [26, Инглхарт Р., Вельцель К., с. 46–54].

Отталкиваясь от концепции Р. Инглхарта, В. Магун и М. Руднев показали на материалах 43 европейских государств, что в составе их населения можно выделить своеобразные «ценностные классы». Используя процедуру LCA (latent class analysis) они выявили, что ведущая дихотомия, объясняющая ценностную дифференциацию среди населения отдельно взятой страны, — это приверженность властной иерархии / приверженность социальной автономии. Данная дихотомия интегрирует почти все ценностные показатели, которые использовались Р. Инглхартом для выявления различий по двум базовым параметрам — традиционализм / секулярность и ценности выживания / самовыражения [28, Магун В.С., Руднев М. Г., с. 13, 17].

Для большинства стран В. Магун и М. Руднев выделили три кластера («класса») индивидов: один из них объединил людей с высокими показателями ориентации на подчинение и низкими показателями ориентации на социальную автономию (личную независимость); другой представлен индивидами, которые склонны ставить под сомнение вертикальное доминирование в обществе и регулирование собственной жизни со стороны авторитетных инстанций, но при этом не готовы активно участвовать в солидарных социальных действиях (их можно было бы обозначить как пассивных индивидуалистов); наконец, третий кластер представляет собой прямую противоположность первому. Таким образом, исследователи обосновывают идею внутристрановой ценностной неоднородности, вследствие чего корректнее утверждать, что межстрановые ценностные различия заключаются в различии пропорций отдельных групп населения — носителей альтернативных систем ценностей [28, Магун В.С., Руднев М.Г., с. 14–17].

Регрессионный анализ, проведённый В. Магуном и М. Рудневым, показывает, что есть устойчивая связь между вероятностью попадания респондента в третий «класс» по мере роста таких параметров как уровень образования индивидов и статус их родителей (руководящая / неруководящая должность), а также в странах с высоким ВНП на душу населения и странах Северной и Западной Европы [28, Магун В.С., Руднев М.Г., с. 20–23]. В свете темы, обсуждаемой в настоящей статье, эти данные указывают на то, что в странах, где более распространены ценности автономии и самостоятельности, условия для развития малого и среднего бизнеса оказываются более благоприятными, а доля предпринимателей среди населения — выше. При этом в ряде отечественных исследований ценности автономии и самостоятельности и производные от них личностные характеристики указаны как присущие предпринимателям в большей степени, чем представителям других слоев населения [29,

Журавлева Н.А., с. 144–159; 30, Кошарная Г.Б., с. 134–135; 31, Кузеванова А.Л., с. 216]. Всё это служит весомым аргументом в пользу наличия прямой связи между специфическими ценностными ориентациями и предпринимательским потенциалом в том или ином обществе.

Г. Хофстеде, интерпретируя культуру как «коллективное программирование сознания, которое отличает членов одной группы или типа людей от других» [32, Хофстеде Г., с. 10], на основе данных межстрановых сравнительных исследований культурных различий разработал шестимерную систему ценностных координат, детерминирующих стандарты и паттерны поведения в конкретном обществе. Аспекты (измерения) культуры в этой системе обозначаются им через набор её дихотомических характеристик: «дистанция власти (большая / меньшая)», «избегание неопределённости (большее / меньшее)», «индивидуализм / коллективизм», «маскулинность / феминность», «долгосрочная / краткосрочная временные ориентации», «потворство желаниям / сдержанность» [подробнее см. 32, Хофстеде Г., с. 21–33]. Среди указанных дихотомий можно выделить те, которые обусловливают качественные отличия ментальности предпринимательского класса в сравнении с другими группами населения. Так, исходя из того, что было обозначено выше как установки, отличающие предпринимателя, приверженность ценностям индивидуализма, пониженная склонность к избеганию неопределенности, проявляющаяся в готовности к коммерческому риску, и долгосрочная временная ориентация как социокультурные характеристики конкретного социума выступают фактором, определяющим его предпринимательский потенциал.

В центре исследований Ш. Шварца, как и у Р. Инглхарта, находится взаимосвязь нормативных ценностных предписаний, опосредующих и поддерживающих определённые модели социальных отношений, и уровня социально-экономического развития территорий (стран, регионов). В основе его подхода — выделение базовых культурно обусловленных ценностных ориентаций, преобладающих в определённом обществе, которые отражают то, каким образом в этом обществе организовано разрешение фундаментальных проблем регулирования человеческого поведения. В числе этих проблем Ш. Шварц выделяет 1) определение природы отношений и границ между личностью и группой; 2) обеспечение воспроизводимости социального порядка; 3) регуляция использования человеческих и природных ресурсов. Учёный априорно вводит для каждой фундаментальной проблемы по два полярных варианта культурного «ответа» (в форме определённой базовой ценностной ориентации), которые представляют собой веберовские идеальные типы, тогда как реальная ситуация представляет собой тот или иной промежуточный вариант. Рецепт решения первой проблемы заключён в выборе обществом позиции между альтернативными ценностями, обозначенными Ш. Шварцем как автономия и принадлежность. Решение второй проблемы предполагает большую или меньшую приверженность либо ценности равноправия, либо ценности иерархии. Наконец, ответ на третью проблему находится внутри культурной дихотомии, выражающейся через противопоставление ценностей «гармонии» и «мастерства»[33, Шварц Ш., с. 39–41]. В обобщённом виде концепция Ш. Шварца представлена на рисунке 2.

Рис. 2. Модель взаимосвязей ценностных ориентаций на социетальном уровне (уровне культурных целостностей)

Согласно Ш. Шварцу, преобладание в обществе культурно-ценностных ориентаций «автономности и равноправия» стимулирует экономическое развитие, в свою очередь, «принадлежность и иерархия» сдерживают его, подавляя индивидуальную инициативу и креативность. Таким образом, определение соотношения ценностей различного типа в социокультурном пространстве российской Арктики позволит получить представление о перспективах отдельных экономических программ и проектов, в особенности инновационного характера, для успешной реализации которых требуется не только достаточный объём человеческого капитала, но и склонность местного бизнеса к риску, его креативность, независимость от государства и тому подобное.

При этом Ш. Шварц акцентирует внимание на том, что на индивидуальном уровне в сравнении с уровнем социетальным, системы ценностей организованы в соответствии с иными принципами. В одном случае мы имеем дело с мотивационно-ценностной системой, организующей приоритетные жизненные цели индивидов и приемлемые с их точки зрения средства целедостижения, что концептуально близко к построениям М. Рокича. В другом случае речь идёт о нормативных культурно-ценностных ориентациях, отражающих доминирующие, институционально поддерживаемые коллективные представления о правильном и девиантном поведении, обладающие для индивида принудительной силой. В связи с этим между культурно предписываемыми (cultural approved ideals) и персональными ценностями (personal value priorities) в случае, когда они одновременно регулируют одну и ту же сферу социальных практик, вопреки ожиданию вполне может наблюдаться некоторое рассогласование [34, Schwartz S.H., с. 50–51].

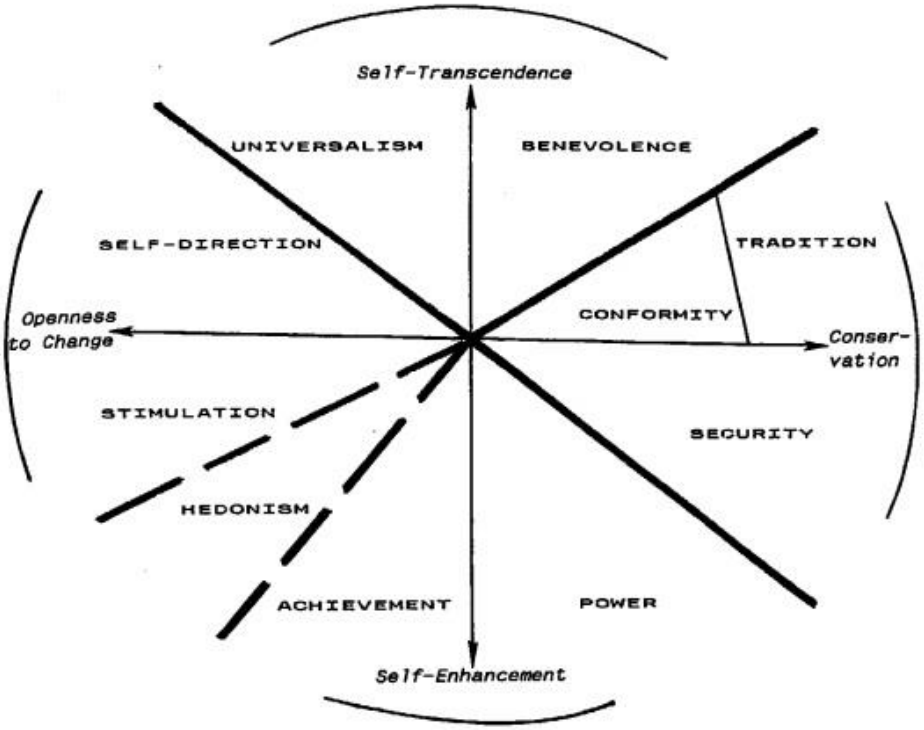

Рис. 3. Модель взаимосвязи ценностных ориентаций в мотивационно-ценностной структуре индивида[11].

На рисунке 3 представлена модель Ш. Шварца, логически связывающая элементы мотивационно-ценностной структуры личности. В ней представлены интегральные показатели ценностных ориентаций, каждая из которых агрегирует в себе ряд индикаторов, отражающих персональные ценности индивидов. Данная модель представляется более удобной с точки зрения анализа взаимосвязи индивидуальных ценностей, мотивов и установок с одной стороны и предпринимательской активности / предпринимательского потенциала — с другой. Так, ориентация на достижения (achievement), самостоятельность (self-direction), стремление к новизне и активной, насыщенной жизни (то, что Шварц именует “stimulation” [35, Schwartz S.H., с. 7–8]) связываются с социально-психическими особенностями человека, склонного к предпринимательству [36, Предпринимательская культура…, с. 51–53; 31, Кузеванова А.Л., с. 216; 37, Муравьёва О.И. и др., с. 109]. Упоминавшиеся выше российские социологи В.С. Магун и М.Г. Руднев развили идеи Ш. Шварца и модифицировали предложенную ими ранее концепцию ценностных классов. Они расширили число ценностных классов (латентных) до пяти, разместив их в двумерной системе ценностных координат Ш. Шварца. При этом отчётливо проявился «класс», обладающий многими ценностными ориентациями потенциального предпринимателя [38, Magun V., Rudnev M., Schmidt P., с. 192–199].

[11] Источник: Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 coutries // M. Zanna (ed.). Advances in experimental social psychology. Vol. 25. New York: Academic Press, 1992. P. 45.

Методологический синтез для исследования социокультурной обусловленности предпринимательского потенциала в Российской Арктике

Несомненно, что внутри такой большой страны как Россия можно выделить отдельные макрорегионы, отличающиеся исторически сложившимися социокультурными особенностями. В свою очередь эти особенности становятся важным фактором структурирования рутинных социальных практик местного населения, включая различные формы его экономического поведения. Опосредующим звеном в этом процессе выступает система ценностных ориентаций, определяющих долгосрочные установки, мотивацию и жизненные цели индивидов. Среди них есть набор специфических установок, мотивов и целей, которые в совокупности формируют склонность людей к предпринимательству (социально-психологический компонент предпринимательского потенциала). На наш взгляд, гипотеза о прямом влиянии специфической для жителей конкретного макрорегиона системы ценностей на их предпринимательский потенциал является весьма продуктивной, но требует как методологического обоснования, так и тщательной верификации. Выше мы показали, что обогащение веберианской традиции новаторскими идеями поведенческой экономики позволяет сформировать новый теоретико-методологический фундамент исследований в области экономической социологии, в частности — социокультурных и социально-психологических предпосылок динамики предпринимательской деятельности. Также мы раскрыли возможности подходов к измерению ценностных ориентаций, превалирующих в определённом социуме, для изучения того, насколько культурная среда благоприятствует развитию склонности населения к предпринимательству.

В рамках проекта «Ценностные и когнитивные факторы предпринимательского поведения населения арктических территорий России», реализуемого авторами настоящей статьи при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, планируется провести серию эмпирических исследований в ряде субъектов РФ, относимых к Арктической зоне. В основу методики исследования положены рассмотренные в статье концепции М. Рокича, Ш. Шварца и Р. Инглхарта, а также частично и их инструментарий.

Обращение к концепции терминальных и инструментальных ценностей М. Рокича позволяет с одной стороны зафиксировать превалирующие личностные черты россиян с высокими показателями предпринимательского потенциала (занимающихся бизнесом, имевших опыт бизнес-деятельности, планирующих открыть своё дело), с другой — увязать конкретные ценности с предписываемыми культурой ценностными ориентациями, которые Ш. Шварц использует для описания кросскультурных различий (см. табл. 1).

Таблица 1

Соотношение ценностей по М. Рокичу и ценностных ориентаций по Ш. Шварцу[12]

Терминальные и инструментальные ценности (М. Рокич)[13]	**Ценностные ориентации на социетальном уровне (Ш. Шварц)**
Мирная жизнь Красота природы и искусства Внутренняя гармония (Inner Harmony)	Гармония
Жизненная мудрость Воспитанность (вежливость) Исполнительность Аккуратность Терпимость Самоконтроль Безопасность семьи (Family Security) Национальная безопасность (National Security)	Принадлежность
Материально обеспеченная жизнь Исполнительность	Иерархия
Эффективность (Capability) Амбициозность Общественное признание Независимость Смелость (в отстаивании своего мнения, взглядов)	Мастерство
Активная деятельная жизнь Удовольствия Жизнерадостность	Аффективная автономия
Широта взглядов Свобода Творчество	Интеллектуальная автономия
Чуткость Честность Ответственность Равенство (Equality) Счастье для других	Равноправие

Как культурные ценностные ориентации Ш. Шварца, так и большинство из списка ценностей М. Рокича (за редким исключением вроде Salvation — ценность Спасения в специфическом христианском толковании) могут считаться универсальными, что подтверждается данными кросскультурного анализа на материалах более чем 70 стран [33, Шварц Ш.]. Также обстоит дело и с содержательной классификацией базовых ценностей (групп ценностей) по Р. Инглхарту, подкреплённой результатами сравнительного исследования ценностей в 78 странах [26, Инглхарт Р., Вельцель К., с. 81]. Выделение двух измерений в культурно обусловленных системах ценностей — «традиционные ценности — секулярно-рациональные ценности» и «ценности выживания — ценности самовыражения» — позволя-

[12] Таблица составлена на основе материалов, представленных в статье: Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т.5. № 2. С. 44.

[13] Конкретные ценности заимствованы из адаптированного к российским реалиям теста Рокича, предложенного в книге: Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. 2-е расширенное изд. М.: ЦСПиМ, 2013. С. 262-264. Большинство из формулировок этих ценностей имеют аналоги в оригинальной методике М. Рокича. В тех случаях, когда в адаптированном тесте отсутствовали ценности, заимствованные Ш. Шварцем из оригинальной методики М. Рокича, данные ценности указывались в формулировках, представляющих собой прямой перевод с английского оригинальных формулировок.

ет охарактеризовать ценностный компонент культуры практически любого сложного организованного сообщества. Межстрановые (межрегиональные) различия в ценностях при этом будут выражаться в позиции относительно двух полюсов по каждому измерению ценностей в двумерной системе ценностных координат (Р. Инглхарт) и / или в специфической комбинации культурных ценностных ориентаций, позволяющей отнести исследуемую страну (регион) к одному из семи кластеров культур (Ш. Шварц).

Вместе с тем отдельные индикаторы, используемые в рассмотренных методиках для расчёта интегральных индексов ценностей, требуют адаптации к социокультурным особенностям современного российского общества. Так, среди 10 ключевых переменных (наибольшие факторные нагрузки), используемых в рамках проекта World Values Survey [26, Инглхарт Р., Вельцель К., с. 82–83], имеют место такие пилотажные опросы, которые в регионах АЗРФ (Архангельская область и ЯНАО) показали слабую корреляцию с большинством других переменных из соответствующего блока. В частности, отношение к абортам на региональном материале демонстрирует менее тесную связь с уважением к власти, национальной гордостью и даже религиозностью, чем это предполагается результатами исследований World Values Survey, что может быть объяснено большей терпимостью к абортам в нашей стране, в том числе и среди «традиционалистов». Вследствие этого вопрос об абортах, который в числе прочего служит отражением гендерного неравенства в традиционных обществах, был заменён на другой, напрямую фиксирующий гендерное неравенство через жёсткое распределение социальных ролей мужчин и женщин.

Методические трудности возникают и при измерении частного индекса материалистических — постматериалистических ценностей как компонента индекса ценностей выживания — самосохранения. Согласно оригинальной методике для расчёта индекса «материализма — постматериализма» использовались измерения по 4 группам переменных. Две из них характеризовали «материализм» — ценности стабильного экономического роста и общественного порядка, а две другие «постматериализм» — ценности «зелёных» (гуманизм и экологизм) и либертарные ценности [39, Андреенкова А.В., с. 75–76, 80–81]. В случае с рядом переменных, измеряющих постматериалистические ценности, мы получили достаточно высокий процент затруднившихся ответить, что, по-видимому, свидетельствует как об абстрактности соответствующих формулировок, так и о маргинальности экологистского и либертарианского дискурсов в России. Кроме того, семантически «ценности зелёных» соответствуют ценностям «Гармонии» (по Ш. Шварцу) и могут быть зафиксированы с помощью соответствующих индикаторов, указанных выше в Таблице 1, а либертарные ценности по смысловому наполнению могут быть сведены к терминальной ценности свободы. Аналогично этому «материалистические» ценности могут быть измерены их эквивалентами — ценностью материального благополучия (за счёт своей универсальности позволяет компенсировать искажения, вносимые экономической конъюнктурой при фиксировании отношения

населения к политике стимулирования экономического роста или борьбе с инфляцией) и ценностью национальной безопасности.

Наконец, необходимо отметить, что в своей исследовательской программе авторы сознательно отказались от обращения к подходу Г. Хофстеде, поскольку его методика изначально была ориентирована на решение специфичных задач межстранового исследования организационной культуры в транснациональных корпорациях и применялась к сотрудникам филиалов компании IBM, которые, разумеется, не могут репрезентировать население той или иной страны в целом. Однако в связи с пионерским характером работ Хофстеде, а также популярностью его подхода в социальной психологии и социологии управления, мы не могли не упомянуть в статье сильные стороны его методологии.

Заключение

Настоящая статья предлагает методологическое обоснование возможности изучения феномена предпринимательства как социокультурного и социально-психологического явления. Исходя из обобщения трактовок предпринимательства, которые существуют в полуторавековой научной традиции, а также обращаясь к достижениям теорий поведенческой экономики, авторы интерпретируют природу предпринимательства как формы экономического поведения, обусловленного устойчивыми аттитюдами (социальными установками) и некоторыми фундаментальными ценностями и доминирующими культурными ценностными ориентациями. Эти аттитюды, ценности и ориентации, будучи в разной степени распространены в различных сообществах (странах, регионах), выступают важнейшим внеэкономическим фактором, стимулирующим предпринимательскую активность.

В статье проведён критический анализ наиболее популярных методик измерения ценностей с точки зрения возможностей выявления статистически значимых связей между ценностными переменными и переменными предпринимательского потенциала (прежде всего, модуса оценки предпринимательства, склонности к предпринимательству и реальной предпринимательской активности). Предложен вариант методологического синтеза на основе подходов М. Рокича, Ш. Шварца и Р. Инглхарта.

Важность российской Арктики как особого социокультурного пространства в обозначенном исследовательском контексте объясняется сравнительно слабой изученностью входящих в её состав территорий на предмет специфики культурных и социально-психологических детерминант экономического, в том числе предпринимательского, поведения населения. В дальнейших своих исследованиях авторы будут стремиться заполнить данную лакуну в научном знании.

Благодарности и финансирование

Статья подготовлена в рамках исследовательского проекта, поддержанного Российским фондом фундаментальных исследований (РФФИ) № 18-310-00167 мол_а «Ценностные

и когнитивные факторы предпринимательского поведения населения арктических территорий России».

Литература

1. Слесарева Е.А., Терская Г.А. Государственная поддержка малого бизнеса: зарубежный опыт // Бизнес и общество. 2015. № 1. С. 5.
2. Проворова А.А., Губина О.В., Смиренникова Е.В., Кармакулова А.В., Воронина Л.В. Методический инструментарий оценки эффективности реализации государственной социально-экономической политики развития регионов России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 3 (39). С. 56–70.
3. Пилясов А.Н., Замятина Н.Ю. Арктическое предпринимательство: условия и возможности развития // Арктика: экология и экономика. 2016. № 4. С. 4–15.
4. Витязева В.А. Социально-экономическое развитие Российского и зарубежного Севера. Сыктывкар: СыктГУ, 2007. 292 с.
5. Жиделева В.В. Формирование рыночного механизма социально-устойчивого развития северных регионов: дис. … док. экон. наук. Москва, 1997. 282 с.
6. Пилясов А.Н. И последние станут первыми: Северная периферия на пути к экономике знания. Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 544 с.
7. Север как объект комплексных региональных исследований / Под ред. В.Н. Лаженцева. Сыктывкар, 2005. 512 с.
8. Шпак А.В. Проблемы и перспективы формирования транспортно-логистических систем на Севере // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2010. № 32. С. 72–76.
9. Поведенческая экономика: современная парадигма экономического развития: монография / Под ред. Г.П. Журавлевой, Н.В. Манохиной, В.В. Смагиной. Москва; Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2016. 340 с.
10. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Making under Risk // Econometrics. 1979. Vol. 47. № 2. Pp. 263–291.
11. McClelland D., Atkinson J., Clark R., Lowell E. The Achievement Motive. Appleton-Century-Crofts, 1953. 384 p.
12. Козелецкий Ю. Психологическая теория решений. Москва: Прогресс, 1979. 504 с.
13. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. Москва: ЭКСМО, 2007. 864 с.
14. Найт Ф.Х. Риск, неопределённости и прибыль. Москва: Дело, 2003. 360 с.
15. Rotter J. Generalized expectation for internal versus external control of reinforcement // Psychological Monographs. 1966. № 80 (608). Pp. 1–27.
16. Зомбарт В. Социология. СПб: МЫСЛЬ, 2003. 133 с.
17. Pinchot G. Intrapreneuring: why you don’t have to leave the corporation to become an entrepreneur. New York: Harper and Row, 1985. 368 p.
18. Алишев Б.С. Фундаментальные социальные установки и их соотношение // Ученые записки Казанского государственного университета. Гуманитарные науки. 2007. Т. 149. Кн. 1. С. 46–60.
19. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности: Диспозиционная концепция. 2-е расширенное изд. Москва: ЦСПиМ, 2013. 376 с.
20. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Москва: Прогресс, 1990. 808 с.
21. Льюис Р.Д. Деловые культуры в международном бизнесе: от столкновения к взаимопониманию. Москва: Дело, 2001. 448 с.
22. Лапин Н.И. Пути России: социокультурные трансформации. Москва: ИФ РАН, 2000. 191 с.
23. Гарванова М. З., Гарванов И. Г. Исследование ценностей в современной психологии // Современная психология: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2014 г.). Казань: Бук, 2014. С. 5–20.
24. Rokeach M. The nature of human values. New York: Free Press, 1973. 438 p.
25. Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // ПОЛИС. Политические исследования. 1997. № 4. С. 6–32.

26. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. Москва: Новое издательство, 2011. 464 с.
27. Welzel C., Inglehart R. Agency, Values, and Well-Being: A Human Development Model. *Social Indicators Research*. 2010. № 97. Pp. 43–63.
28. Магун В.С., Руднев М.Г. Ценностная гетерогенность населения европейских стран: типология по показателям Р. Инглхарта // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2012. № 3–4. С. 12–24.
29. Журавлева Н.А. Динамика ценностных ориентаций личности в российском обществе. Москва: Изд-во Института психологии РАН, 2006. 335 с.
30. Кошарная Г.Б. Влияние ценностей отечественного предпринимательства на интеграционные процессы в обществе // Власть. 2016. № 9. С. 133–137.
31. Кузеванова А.Л. Ценности российской бизнес-деятельности: опыт социологического анализа // Гуманитарные и социальные науки. 2010. № 5. С. 207–217.
32. Хофстеде Г. Модель Хофстеде в контексте: параметры количественной характеристики культур // Язык, коммуникация и социальная среда. 2014. № 12. С. 9–49.
33. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2008. Т. 5. № 2. С. 37–67.
34. Schwartz S.H. Cultural value differences: Some implications for work // Applied Psychology: An International Review. 1999. № 48. Pp. 23–47.
35. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries // Advances in experimental social psychology. New York: Academic Press. 1992. Vol. 25. Pp. 1–65.
36. Предпринимательская культура молодёжи в муниципальном образовании: оценка, управление и развитие / Под ред. Е.Л. Андреевой. Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2017. 117 с.
37. Муравьёва О.И., Мацута В.В., Ерлыкова Ю.Н. Ценностные ориентации предпринимателей малых и крупных городов // Сибирский психологический журнал. 2013. № 48. С. 102–110.
38. Magun V., Rudnev M., Schmidt P. Within- and Between-Country Value Diversity in Europe: A Typological Approach // European Sociological Review. 2016. Vol. 32. № 2. Pp. 189–202.
39. Андреенкова А.В. Материалистические / постматериалистические ценности в России // Социологические исследования. 1994. № 11. С. 73–81.

References

1. Slesareva E.A., Terskaya G.A. Gosudarstvennaya podderzhka malogo biznesa: zarubezhnyy opyt [State support of small business: foreign experience]. *Biznes i obshchestvo* [Business and society], 2015, no. 1, p. 5.
2. Provorova A.A., Gubina O.V., Smirennikova E.V., Karmakulova A.V., Voronina L.V. Metodiche-skiy instrumentariy otsenki effektivnosti realizatsii gosudarstvennoy sotsial'no-ekonomicheskoy politiki razvitiya regionov Rossii [Methodological Tools for Assessing the Effectiveness of Implementation of the State Social and Economic Development Policy of Russia's Regions]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz*, 2015, no. 3 (39), pp. 56–70.
3. Pilyasov A.N., Zamyatina N.Yu. Arkticheskoe predprinimatel'stvo: usloviya i vozmozhnosti razvitiya razvitiya [Arctic entrepreneurship: conditions and opportunities for development]. *Arktika: ekologiya i ekonomika* [Arctic: Ecology and Economy], 2016, no. 4, pp. 4–15.
4. Vityazeva V.A. Sotsial'no-ekonomicheskoe razvitie Rossiyskogo i zarubezhnogo Severa [Social and economic development of the Russian and foreign North]. Syktyvkar: SyktGU Publ., 2007. 292 p. (In Russ.)
5. Zhideleva V.V. *Formirovanie rynochnogo mekhanizma sotsial'no-ustoychivogo razvitiya severnykh regionov* [Formation of the market mechanism of social sustainable development of the northern regions]: dis. … dok. ekon. nauk. Moscow, 1997, 282 p. (In Russ.)
6. Pilyasov A.N. *I poslednie stanut pervymi: Severnaya periferiya na puti k ekonomike znaniya* [And the last will be the first: The northern periphery on the way to the knowledge economy]. Moscow: Knizhnyy dom «LIBROKOM» Publ., 2009, 544 p. (In Russ.)

7. Sever kak ob"ekt kompleksnykh regional'nykh issledovaniy [North as an object of complex regional studies].Ed. by V.N. Lazhentsev. Syktyvkar, 2005, 512 p. (In Russ.)
8. Shpak A.V. Problemy i perspektivy formirovaniya transportno-logisticheskikh sistem na Severe [Problems and prospects for the formation of transport and logistics systems in the North]. *Natsional'nye interesy: prioritety i bezopasnost' [National interests: priorities and security]*, 2010, no. 32, pp. 72–76.
9. Povedencheskaya ekonomika: sovremennaya paradigma ekonomicheskogo razvitiya: monografiya [Behavioral economics: the modern paradigm of economic development]. Ed. by G.P. Zhuravleva, N.V. Manokhina, V.V. Smagina. Moscow; Tambov: Izdatel'skiy dom TGU im. G.R. Derzhavina Publ., 2016, 340 p. (In Russ.)
10. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Making under Risk. *Econometrics*, 1979, vol. 47, no. 2, pp. 263–291.
11. McClelland D., Atkinson J., Clark R., Lowell E. *The Achievement Motive.* Appleton-Century-Crofts, 1953. 384 p.
12. Kozeletskiy Yu. *Psikhologicheskaya teoriya resheniy* [The psychological theory of decisions]. Moscow: Progress Publ., 1979, 504 p. (In Russ.)
13. Schumpeter Y. *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya. Kapitalizm, sotsializm i demokratiya* [The theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy]. Moscow: EKSMO Publ., 2007, 864 p. (In Russ.)
14. Knight F.H. *Risk, neopredelennost' i pribyl'* [Risk, uncertainty and profit]. Moscow: Delo Publ., 2003, 360 p. (In Russ.)
15. Rotter J. Generalized expectation for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 1966, no. 80 (608), pp. 1–27.
16. Zombart V. *Sotsiologiya* [Sociology]. SPb: MYSL'' Publ., 2003, 133 p. (In Russ.)
16. Pinchot G. *Intrapreneuring: why you don't have to leave the corporation to become an entrepreneur*. New York: Harper and Row, 1985, 368 p.
17. Alishev B.S. Fundamental'nye sotsial'nye ustanovki i ikh sootnoshenie sootnoshenie [Fundamental social attitudes and their relationship]. *Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki* [Proceedings of Kazan University. Humanities Series], 2007, vol. 149, ch. 1, pp. 46–60.
18. *Samoregulyatsiya i prognozirovanie sotsial'nogo povedeniya lichnosti: Dispozitsionnaya kontseptsiya*. 2-e rasshirennoe izd [Self-regulation and prediction of social behavior of the individual: Dispositional concept]. Moscow: CSP&M Publ., 2013, 376 p. (In Russ.)
19. Veber M. *Protestantskaya etika i dukh kapitalizma* [Protestant ethics and the spirit of capitalism Moscow: Progress, 1990, 808 p. (In Russ.)
20. L'yuis R.D. *Delovye kul'tury v mezhdunarodnom biznese: ot stolknoveniya k vzaimoponimaniyu* [Cultures in international business: from collision to understanding]. Moskva: Delo Publ, 2001, 448 p. (In Russ.)
21. Lapin N.I. *Puti Rossii: sotsiokul'turnye transformatsii* [The Ways of Russia: Sociocultural transformations]. Moskva: IF RAN Publ., 2000, 191 p. (In Russ.)
22. Garvanova M. Z., Garvanov I. G. Issledovanie tsennostey v sovremennoy psikhologii [The study of values in modern psychology]. *Sovremennaya psikhologiya: materialy III Mezhdunar. nauch. konf.* (g. Kazan', oktyabr' 2014 g.). Kazan': Buk Publ., 2014, pp. 5–20. (In Russ.)
23. Rokeach M. *The nature of human values*. New York: Free Press, 1973, 438 p.
24. Inglehart R. Postmodern: menyayushchiesya tsennosti i izmenyayushchiesya obshchestva [Postmodern: changing values and changing societies]. *POLIS. Politicheskie issledovaniya* [POLIS. Political Studies], 1997, no. 4, pp. 6–32.
27. Inglehart R., Veltsel K. *Modernizatsiya, kul'turnye izmeneniya i demokratiya: Posledovatel'nost' chelovecheskogo razvitiya razvitiya* [Modernization, cultural change and democracy: The sequence of human development]. Moscow: Novoe izdatel'stvo Publ., 2011, 464 p.
28. Welzel C., Inglehart R. Agency, Values, and Well-Being: A Human Development Model. *Social Indicators Research,* 2010, no. 97, pp. 43–63.
29. Magun V.S., Rudnev M.G. Tsennostnaya geterogennost' naseleniya evropeyskikh stran: tipologiya po pokazatelyam R. Inglkharta [The value heterogeneity of the European countries population: the ty-

pology by R. Inglehart's indicators]. *Vestnik obshchestvennogo mneniya. Dannye. Analiz. Diskussii* [Newsletter of public opinion. Data. Analysis. Discussions], 2012, no. 3–4, pp. 12–24.
30. Zhuravleva N.A. *Dinamika tsennostnykh orientatsiy lichnosti v rossiyskom obshchestve* [Dynamics of the person' value orientations in the Russian society]. Moscow: Publishing house of the Psychology institute of RAS, 2006, 335 p. (In Russ.)
31. Kosharnaya G.B. Vliyanie tsennostey otechestvennogo predprinimatel'stva na integratsionnye protsessy v obshchestve [Influence of the domestic business' values on integration processes in a society]. *Vlast'* [The Authority], 2016, no. 9, pp. 133–137.
32. Kuzevanova A.L. Tsennosti rossiyskoy biznes-deyatel'nosti: opyt sotsiologicheskogo analiza [Values of Russian business activity: the experience of sociological analysis]. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki* [Humanities and Social Sciences], 2010, no. 5, pp. 207–217.
33. Khofstede G. Model' Khofstede v kontekste: parametry kolichestvennoy kharakteristiki kul'tur [Hofstede model in the context: the parameters of the quantitative characteristics of cultures]. *Yazyk, kommunikatsiya i sotsial'naya sreda* [Language, communication and social environment], 2014, no. 12, pp. 9–49.
34. Shvarts Sh. Kul'turnye tsennostnye orientatsii: priroda i sledstviya natsional'nykh razlichiy [Cultural value orientations: the nature and consequences of national differences]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki* [Psychology. Journal of Higher School of Economics], 2008, Vol. 5, no. 2, pp. 37–67.
35. Schwartz S.H. Cultural value differences: Some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 1999, no. 48, pp. 23–47.
36. Schwartz S.H. Universals in the content and structure of values: Theory and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, New York: Academic Press, 1992, vol. 25, pp. 1–65.
37. *Predprinimatel'skaya kul'tura molodezhi v munitsipal'nom obrazovanii: otsenka, upravlenie i razvitie* [Entrepreneurial culture of youth in the municipality: evaluation, management and development] / Ed. by E.L. Andreeva. Ekaterinburg: Institute of Economics, Ural Branch of RAS Publ., 2017, 117 p. (In Russ.)
38. Murav'eva O.I., Matsuta V.V., Erlykova Yu.N. Tsennostnye orientatsii predprinimateley malykh i krupnykh gorodov [Value orientations of entrepreneurs of small and large cities]. *Sibirskiy psikhologicheskiy zhurnal* [Siberian psychological journal], 2013, no. 48, pp. 102–110.
39. Magun V., Rudnev M., Schmidt P. Within- and Between-Country Value Diversity in Europe: A Typological Approach. *European Sociological Review,* 2016, vol. 32, no. 2, pp. 189–202.
40. Andreenkova A.V. Materialisticheskie / postmaterialisticheskie tsennosti v Rossii [Materialistic / postmaterialistic values in Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological studies], 1994, no. 11, pp. 73–81.