

Научная статья

<https://doi.org/10.23672/SAE.2024.4.4.028>

УДК 316.453



МОТИВАЦИЯ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ НАЧАЛА XXI ВЕКА: СУБЪЕКТИВНОЕ ВОСПРИЯТИЕ БИЗНЕСМЕНОВ

Рахмеева И.И., Клейменов М.В.

Уральский государственный экономический университет

Аннотация. Россия в последнее время нуждается в преодолении целого ряда кризисов, затрагивающих феномен предпринимательства. Это актуализирует потребность в исследовании личностных компонент мотивации занятия бизнесом. Авторами проведено соответствующие социологические опросы школьников, студентов и родителей. Дополнительно при анализе серии свободных (неформализованных) интервью с успешными российскими предпринимателями, имеющими длительный стаж ведения бизнеса, проведенных исследователями феномена предпринимательства А.Г. Оносовым и А.Г. Никоновым в 2022-2023 гг. авторы статьи произвели сравнительный анализ полученных данных из серии свободных интервью и концепцией мотивации предпринимательской деятельности В.В. Радаева. Получены следующие выводы: потребности выживания остаются ведущими среди населения в целом (а среди действующих предпринимателей фактор выживания отошел на третью позицию рейтинга), потребности в самоутверждении – ведущие среди российской молодежи (потребности гедонистического характера также высоки среди молодых людей), потребности в труде, профессиональной самореализации остались вторыми по рейтингу среди взрослых россиян, имеющих планы открыть собственное дело. Потребность в труде остается ведущей среди представителей российского бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, мотивация, потребности, предприниматели.

MOTIVATION OF RUSSIAN ENTREPRENEURS AT THE BEGINNING OF THE 21ST CENTURY: SUBJECTIVE PERCEPTION OF BUSINESSMEN

Irina I. Rakhmeeva, Mikhail V. Kleymenov

Ural State University of Economics

Abstract. Russia has recently needed to overcome a number of crises affecting the phenomenon of entrepreneurship. This actualizes a need to study the personal components of motivation for business. The authors conducted relevant sociological surveys of schoolchildren, students and parents. Additionally, when analyzing a series of free (non-formalized) interviews with successful Russian entrepreneurs with a long history of doing business, conducted by researchers of the phenomenon of entrepreneurship A.G. Onosov and A.G. Nikonov in 2022-2023. The authors of the article carried out a comparative analysis of the data obtained from a series of free interviews and the concept of motivation for entrepreneurial activity by V.V. Radaeva. The following conclusions were obtained: survival needs remain leading among the population as a whole (and among existing entrepreneurs, the survival factor has moved to third position in the ranking), self-affirmation needs are leading among Russian youth (hedonic needs are also high among young people), labor, professional needs self-realization remained second in rating among adult Russians who have plans to open their own business. The need for labor remains leading among representatives of Russian business.

Keywords: business, motivation, needs, entrepreneurs.

Введение. Платящие налоги, добросовестные и социально ответственные бизнесмены – это основа эффективной рыночной экономики в социальном государстве, ключ к инновационной траектории развития общества.

Многочисленные правительственные проекты, направленные на создание условий для развития предпринимательства, на протяжении последних лет сменяются один за одним (рейтинг

инвестиционного климата, инвестиционный стандарт, предпринимательская инициатива, регуляторная гильотина, реформа контрольно-надзорной деятельности, платформа «забизнес.рф» и пр.).

Осознав роль институциональных факторов, российские власти значительное место в них отводят снижению бюрократических препят-

ствий, сдерживанию «произвола» контролирующих органов, созданию эффективных сервисов взаимодействия предпринимателей с государством и инструментов координации совместной деятельности. Однако в стороне от научного и государственного интереса остается осмысление неформальных ограничений развития бизнеса, роли деловой этики и структуры мотивации. Эти аспекты становятся объектом исследований социологов. В последнее время из институциональной экономики выделяется направление социокультурной экономики, изучающей культурный код, систему ценностей, социокультурный капитал и их влияние на экономику страны [1, с. 8].

Особую актуальность тема принимает в условиях затяжных геополитических и экономических кризисов, глобальных вызовов и социальной неопределенности, когда наша страна оказывается на развилке истории, перед выбором пути развития.

В современной России стоит острая необходимость в повышении эффективности институтов поддержки предпринимательства [2]. Происходят затяжные кризисы и трансформационные процессы, что предоставляет ученым возможность выдвигать новые гипотезы [3]. Изучая мотивацию предпринимателей в нашем обществе следует учитывать исследование ценностей, которые поддерживают представители бизнеса [4].

Сейчас сложилась регулятивная этика предпринимательства в российской экономической среде. Политические институты пытаются оказывать существенную нормативную поддержку бизнесу любого уровня [5]. Существует необходимость развивать самостоятельность (самозанятость) социальных слоев, тем самым снижая безработицу и безынициативность в социуме [6]. Говоря, например, о сельских территориях или малых городских округах, то там необходимо включать людей в активное трудовое поведение – с высоким уровнем мотивации и со стремлениями быть лучшими, а не просто быть занятым [7].

Также, следует развивать взаимодействие органов государственной власти и представителей бизнеса, даже в пользу развития компетентности специалистов госорганов и платных услуг помощи предпринимателям [8]. Институт доверия находится в крайне затяжном кризисе.

Развитие бизнеса может происходить на территориях с недостаточным потенциалом саморазвития, поскольку риски для предпринимательства существуют на всех территориях [9].

До сих пор говорят об институте чести среди предпринимателей Российской империи, который, по сути, был утрачен к началу 1990-х гг., когда «возник» институт всеобщего недоверия в

нашей стране [10]. В настоящее время если говорить о феномене меценатства [11], то данный институт был «отменен» после Первой Мировой войны в нашей стране. Сейчас необходимо возрождать систематическую благотворительность, особенно с учетом новой экономической реальности и СВО на Украине. И.В. Игнатова считает, что предпринимательская этика включает в себя эгоистический (блага для себя) и альтруистический мотивы деятельности (блага для социума) [12]. Существует два типа бизнеса по критерию нравственности: аморальная стадия и моральная стадия. Пока что российский бизнес находится в затяжном транзите из аморальной стадии в моральную [13].

Отмечается схожесть социального слоя предпринимателей с субкультурой по критерию собственных норм поведения и определенной сплоченности групп. Также, ценности ведения предпринимательства могут входить в упорядоченное ядро базой, господствующей российской культуры [14].

Экономические акторы не должны быть неэтичными, аморальными, стремящимися исключительно к наживе, несметным богатствам. Предприниматели могут быть носителями нравственных ценностей, направленных на дальнейшую солидаризацию российского общества и помощь в построении новой экономической реальности. При этом институты воспитания и организации будут участвовать в развитии потенциальных бизнесменов среди детей и подростков [15].

Теоретическим фундаментом статьи служит институциональная экономика и социология предпринимательства, а методическими инструментами – социологические методы. Д. Норт, Д. Асеомглу, Дж. Робинсон, А.А. Аузан и другие иностранные и российские институционалисты посвятили научные труды вопросу «колеи развития» и определяющим ее институциональным факторам. Неформальные институты – система культурного кода, ценностей, поведенческих установок, присутствующих в поведении большинства. В этом направлении экономическая теория соприкасается с социологией, используя ее методы для построения ценностной картины страны или конкретной социальной группы.

Цель исследования заключалась в выявлении и сопоставлении образа предпринимателя среди российского населения и реальные характеристики современного предпринимателя. Для этого в статье решались следующие задачи. Во-первых, показать трансформацию ценностей и мотивации предпринимателей в нашей стране. Во-вторых, продемонстрировать образ предпринимателя в разрезе различных возрастных когорт.

В-третьих, обобщить стимулы и барьеры для развития бизнеса, обусловленные неформальными институциональными и социокультурными ограничениями.

Обсуждение. Прежде всего, обозначим классические (согласно представлениям Р. Кантильона, А. Смита, Ж.-Б. Сэя, К. Маркса, Й. Шумпетера) отличительные черты предпринимателя:

- способность организовать хозяйственную деятельность;
- осознанный риск в условиях неопределенности;
- стремление к извлечению прибыли как компенсации риска;
- способность к новаторству (созданию и внедрению организационных или технологических инноваций).

Этот социальный портрет дополняет идейность предпринимательской деятельности. Под последним И.И. Рахмеева подразумевает, что деятельность предпринимателя обусловлена определенным концептом. Данная идея направлена на удовлетворение повседневных потребностей и решение общественных/коллективных целей. В некоторых случаях можно говорить об этической идеологии предпринимателей [16].

Институциональная экономика дает описание институциональной среды, способствующей успешному развитию предпринимательства и

Социокультурная (нравственная) экономика указывает на наличие специфичных для каждой нации нравственных установок и системы мотивов различных социальных групп и наличие корреляции данных параметров с результатами экономической деятельности [17].

Социология предпринимательства снабжает ученых методами исследования установок к осуществлению предпринимательской деятельности представлениями о системе мотивов предпринимательской деятельности и специфических черт предпринимателя, раскрывает сущность общества предпринимателей как самостоятельного социального класса.

Крайне важна концепция «вынужденного предпринимательства» В.В. Радаева. Под «вынужденностью» понимается необходимость занятия бизнесом при отсутствии адекватных альтернатив для существования. Если говорить про российскую социально-культурную действительность, то можно говорить о сокращении бюджетных средств и началу содействия реставрации развития предпринимательской «жилки» у россиян. Можно назвать вынужденное предпринимательство

как один из модусов действия технологии подталкивания (nudge) на государственном уровне [18].

Мотивация занятия предпринимательской деятельностью тесно завязана с выработавшейся профессиональной культурой, которую мы можем смело назвать предпринимательской. Конечно, же предпринимательская культура переплетается с национальной, этнической, иногда с субкультурой [19]. Поддержание ценностей социума и готовности заплатить за получение материальных и духовных продуктов от занятия предпринимательством. Но при этом предпринимательство чаще всего включает возможности индивида или группы создавать новое, прорывное. Часть исследователей полагает, что ориентация на новаторство отражает одну из точек зрения на феномен предпринимательства – европоцентристский, т.е. на лицо зависимость предпринимательской деятельности от господствующих культурных норм [20].

Сама по себе предпринимательская культура выступает интегральным элементом национальной культуры. Следует отметить, что длительные годы в нашей стране предпринимательство фактически было в подавленном виде, особенно на территории РСФСР, поскольку существовал запрет на занятие предпринимательской деятельностью как вредящей советской культуре.

Но нужно не только опираться на исторический контекст, следует говорить о культуре доверия. В целом, в нашей стране институт доверия находится на низком уровне развития. Недоверие в нашей стране становится общей чертой, и это касается бизнес-сообщества [21]. Встает уникальный вопрос соприкосновения нравственных норм и предпринимательства. Встает вопрос о возможности предпринимателя быть нравственным. Е.В. Гладышева указывает, что исторически Россия полна прецедентов (чаще к закату Российской Империи) наличия нравственного наполнения предпринимательской деятельности, особенно среди купеческого сословия [22]. Примером может служить «слово купца», означавшее гарантию будущего действия. Доверие такому «слову» может быть гарантировано только устойчивой институциональной средой [2]. Также одним из аспектов этики предпринимательства является благотворительность, меценатство [23]. Одним из решений усиления нравственных норм является усиление «купленного и ослабленного» государства [24].

Методика исследования. В основе данной статьи лежат результаты двух социологических исследований.

Первое исследование в форме свободного интервью проведено на протяжении 2022 года со 106 российскими предпринимателями, которые отвечали критериям успеха и наличия жизненной стратегии построения бизнеса и карьеры. В настоящей статье мы используем данные из серии свободных (неформализованных) интервью, полученные исследователями феномена предпринимательства А.Г. Оносовым и А.Г. Никоновым [25]. К тому же в ходе интервью зачастую выяснялось, что информанты подпадают под категорию инноваторов – тех предпринимателей, которые не просто занимаются делом ради денег, выживания, но ради претворения их идей в жизнь, воплощая идеальный образ предпринимателя в представлении Й. Шумпетера.

Второе исследование – социологический опрос, проведенный авторами на базе школ и экономического университета в Свердловской области в мае-июне 2023 г. Объектом исследования выступали учащиеся школ 7-11 классов (n=182) и их родители (n=487) из городов Свердловской области. Цель исследования состояла в изучении отношения учащихся и их родителей к предпринимательской деятельности и освоению знаний и навыков ведения бизнеса.

Данные ВЦИОМ демонстрируют, что после тридцати лет с распада Советского Союза идея построить бизнес немного уменьшилась, но позитивные ожидания от предпринимателей среди россиян выросли, как и число тех, кто считает, что бизнесмен обогащается благодаря личностным характеристикам, а не исключительно коррупционными схемам.

В 1991 г. с распадом Советского союза 2% быстро определились и организовали бизнес, 29% хотели начать свое дело, 49% такого желания не имели и 20% сомневались (табл. 1). К началу XXI века сомневающиеся преимущественно сделали свой выбор, а в 2016-2019 гг. их доля составляла всего 2-3%. Выбор был сделан в пользу отказа от попыток начать бизнес, зато часть желающих начать дело реализовали свои планы. Таким образом, к концу второй декады нового тысячелетия сложилась следующая картина: 10% опрошенных указывали на наличие собственного дела, 63% не испытывали желания иметь свой бизнес и 25% когда-нибудь хотели бы стать предпринимателями [26]. Пандемия и санкционный кризис несущественно повлияли на ситуацию, незначительная доля респондентов (2 п.п.) перешла из группы желающих иметь бизнес в категории тех, кто такого желания не испытывает.

Таблица 1.

Хотели ли вы когда-либо иметь собственный бизнес, стать предпринимателем? (закрытый вопрос, один ответ, % от всех опрошенных)

Год	1991	1992	2008	2011	2013	2016	2017	2019	2022
Скорее не хочу	49	47	59	57	64	60	68	63	65
Скорее хочу	29	31	32	30	23	34	22	25	23
У меня есть свой бизнес	2	3	4	5	5	3	7	10	10
Затрудняюсь ответить	20	19	5	8	8	3	3	2	2

Источник: составлено автором на основе материалов ВЦИОМ «Пора предпринимать?» / Мониторинг 1992–2022. Режим доступа: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pora-predprinimat-monitoring-1992-2022> [26]

Мотивы и ценности предпринимателей в Российской Федерации. Сразу после распада СССР проблему о мотивации отечественных предпринимателей исследовал В.В. Радаев, показавший, что за простыми экономическими мотивами скрывается «целый мир неисследованных социальных отношений» [27]. В.В. Радаев предлагает 4 идеальных типа мотивов: гедонистические и потребности выживания, потребности в труде и социальном самоутверждении. Согласно результатам его социологического исследования, проведенного в 1993 г. на заре развития нового российского капитализма, ведущими мотивами были потребности в выживании (во многом обусловленные неуверенностью в завтрашнем дне) и социальном самоутверждении [27]. Также в опросе прослежены руководящие мотивы действий предпринимателей по типологии М. Вебера (целе- и ценностно-рациональные, аффективные и традиционные), ключевыми из которых оказались ценностные, а именно, нести личную ответственность и возможность приносить пользу людям [27].

Как изменились эти мотивы за прошедшие 30 лет и каковы предпосылки к этому? Мы сгруппировали ответы респондентов в рамках авторского социологического исследования [28] в 4 группы в соответствии с типологией В.В. Радаева (табл. 2).

Таблица 2

Рейтинг мотивов занятия предпринимательством, %

№	Причины	Школьники	Родители в отношении себя	Родители в отношении своих детей	Студенты экономического ВУЗа [28]	Предприниматели
Потребности выживания						
1	Прибыль, большие деньги, высокие доходы	40,7	16,1	18,2	19,5	
2	Улучшение собственной жизни	-	6,5	-	-	
3	Работа на себя	9,3	25,8	18,4	-	
4	Помощь родителям в старости (в будущем)	-	-	2,7	-	
5	Продолжать бизнес родителей	-	-	2,7	-	
	<i>Итого доля мотива выживания</i>	<i>50</i>	<i>48,4</i>	<i>42</i>	<i>19,5</i>	<i>18,0</i>
Гедонистические потребности						
6	Свобода, гибкий график, гармоничное сочетание личной жизни и работы	3,7	6,5	14,6	26,5	
7	Возможность путешествовать	-	1,6	-	-	
	<i>Итого доля гедонистических мотивов</i>	<i>3,7</i>	<i>8,1</i>	<i>14,6</i>	<i>26,5</i>	<i>3,8</i>
Потребности в труде						
8	Интересное дело	18,7	16,1	11,8	-	
9	Реализация идей, самореализация, создание продукта	3,7	12,9	14,8	18,9	
10	Способности ребенка	-	-	8,2	-	
	<i>Итого доля мотива трудиться</i>	<i>22,4</i>	<i>29</i>	<i>34,8</i>	<i>18,9</i>	<i>57,5</i>
Потребности в социальном самоутверждении						
11	Помощь (польза) окружающим, семье, городу, обществу, создание полезного продукта (услуги)	8,9	9,7	1,8	4,7	
12	Возможность управлять людьми	1,6	1,6	-	6,8	
13	Быть профессионалом, успешным, крутым, иметь собственный бизнес	9	-	3,6	22,2	
	<i>Итого доля мотива социального самоутверждения</i>	<i>19,5</i>	<i>11,3</i>	<i>5,4</i>	<i>33,7</i>	<i>20,7</i>
14	Затруднились ответить	4,4	3,2	3,2	1,4	
	<i>Итого ответов</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Источник: составлено авторами на основе собственных исследований и данных из серии свободных интервью, проведенных А.Г. Оносовым и А.Г. Никоновым

Согласно авторскому исследованию 2023 года, почти две трети школьников (61,4 %) думают об открытии своего дела в будущем, но ведущим мотивом для них служит получение высокого дохода (40% положительно ответивших об интересе к предпринимательству). А среди взрослого населения 40% хотели бы открыть или уже имеют свое дело (процент по Свердловской области выше среднероссийского, что обусловлено высокой экономической активностью и платежеспособным спросом в данном регионе), но структура мотивации заметно отличается: каждый четвертый выбрал высокий доход, такая же по популярности причина связана с интересным бизнесом и в топе рейтинга – независимость – каждый четвертый респондент.

Две трети родителей видят собственных детей в качестве бизнесменов, преимущественно видя в этом их возможность самореализации и быть свободными (табл. 6). Среди тех, кто против, чтобы их чада шли в бизнес 32% указали в качестве причины большие риски и ответственность, 19,4% - на отсутствие у их детей «хватки» (или жилки) предпринимателя, еще 16% - отсутствие

знаний и навыков и необходимость много работать над собой.

Мотивы выживания (обеспечение личного и семейного благосостояния, независимости от работодателя, рынка труда) остаются приоритетными в большинстве социальных групп, что базируется на сохраняющемся низким уровне жизни, немалой долей бедности и высоким неравенством (табл. 3). Ускоренное расслоение общества происходило в 90-е гг., с момента распада Советского союза по 2012 год шел непрерывный рост децильного коэффициента, показывающего соотношение доходов для групп, составляющих 10 % наиболее и наименее обеспеченных граждан, (с 4,5 до 16,4) и индекса концентрации доходов, или коэффициента Джини, (с 0,260 до 0,420). К 2021 показатели несущественно уменьшились до 15,2 и 0,409 соответственно. Вместе с тем для действующих бизнесменов потребность выживания отошла на 3-ю позицию, что говорит о формировании устойчивого социального класса предпринимателей.

Таблица 3.

Динамика показателей распределения доходов домохозяйств в России

Показатель	1991	2001	2011	2021
Децильный коэффициент	4,5	13,9	16,1	15,2
Коэффициент Джини	0,260	0,397	0,417	0,409

Источник: составлено авторами на основе материалов официального сайта Федеральной службы государственной статистики. Режим доступа: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723> (дата обращения: 22.03.2023) [29].

Это же нам демонстрируют результаты Всемирного обзора ценностей. Так на диаграмме Инглхарта [30] по оси ценности выживания - самовыражения с 1996 по 2022 при общем сдвиге европейских и азиатских стран вправо по шкале

Россия остается в числе крайних в зоне приоритета выживания (рис. 1). Можно уверенно утверждать, что геополитические события 2022 г. лишь усилили эти потребности.

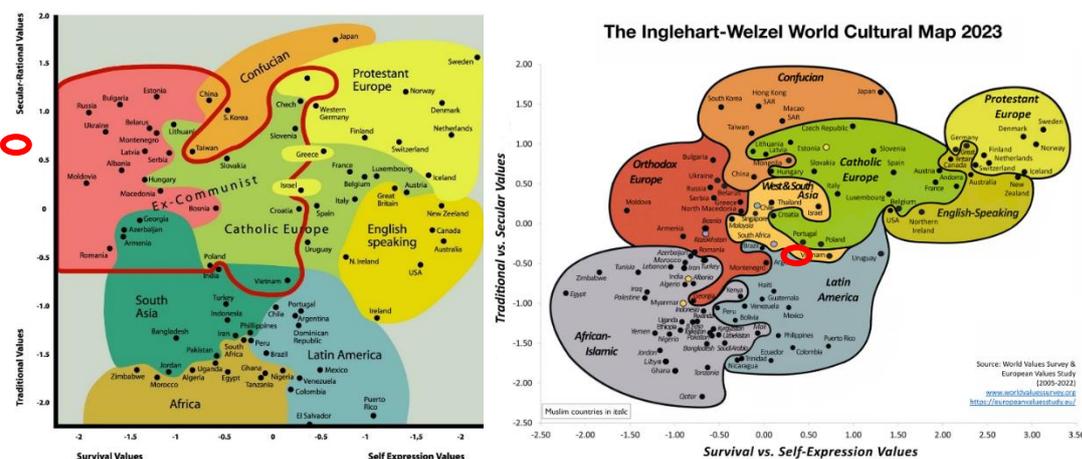


Рис. 1. Изменение позиций России с 1996 по 2022 на диаграмме Инглхарта

Источник: Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E. & Puranen B. (2022): World Values Survey Wave 7 (2017-2022) Cross-National Data-Set. Version: 4.0.0. World Values Survey Association. DOI: doi.org/10.14281/18241.18

Занятие бизнесом в России по-прежнему воспринимается как небезопасное (не просто рискованное, а именно небезопасное) и требующее нарушения закона. Так, согласно исследованиям Федеральной службы охраны в 2019 г. в регионах России [31], 69% специалистов (адвокатов, ученых-юристов, прокуроров и правозащитников) и 84% предпринимателей не считают ведение бизнеса в России безопасным. И сохраняется рост количества людей, склоняющихся к такому мнению. Указанный автором тезис подтверждают и опросы ВЦИОМ 2019 г., показавшие, что 62% граждан считают, что вести честный бизнес в нашей стране невозможно [32], а в 2022 г. респонденты, не имеющие желаний начать свое дело, в числе причин называли опасение, что государство однажды вновь закроет частные предприятия (12%), необходимость для этого «нарушать закон,

давать взятки, спекулировать» (7%) и боязнь «рэкета» и внимания преступников (4 %).

Можно говорить о неумещающей потребности общественного самоуверждения через осуществление предпринимательства у бизнесменов и ее ведущей роли среди молодежи. Одновременно только в студенческой социальной группе высоки гедонистические потребности.

Ключевая трансформация мотивов к осуществлению предпринимательства произошла с потребностью в труде, самореализации (коррелирует с данными диаграммы Инглхарта, рис. 1), которая вышла на вторую позицию взамен социального самоуверждения среди взрослого населения, пока только желающего открыть свой бизнес, и имеет достаточную выраженность в других социальных группах. Для действующих бизнесменов потребность самореализации стала ведущей (рис. 2).



Рис. 2. Изменение ранга мотивов занятия предпринимательством среди действующих бизнесменов

Источник: составлено на основе Радаев В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности // Вопросы экономики. 1994. № 7. С. 85-98 и результатов собственных исследований

В наше время произошла трансформация типов поведения у социального слоя предпринимателей в России (рис. 3): если говорить о начале развития рыночной экономики (1990-е гг.) в нашей стране, то большинство людей даже из бизнеса придерживались традиционного действия. В наше время (20-е годы XXI столетия) традицион-

ное поведение заменено фактически аффективным, т.е. люди пытаются ориентироваться на собственное эмоциональное восприятие.

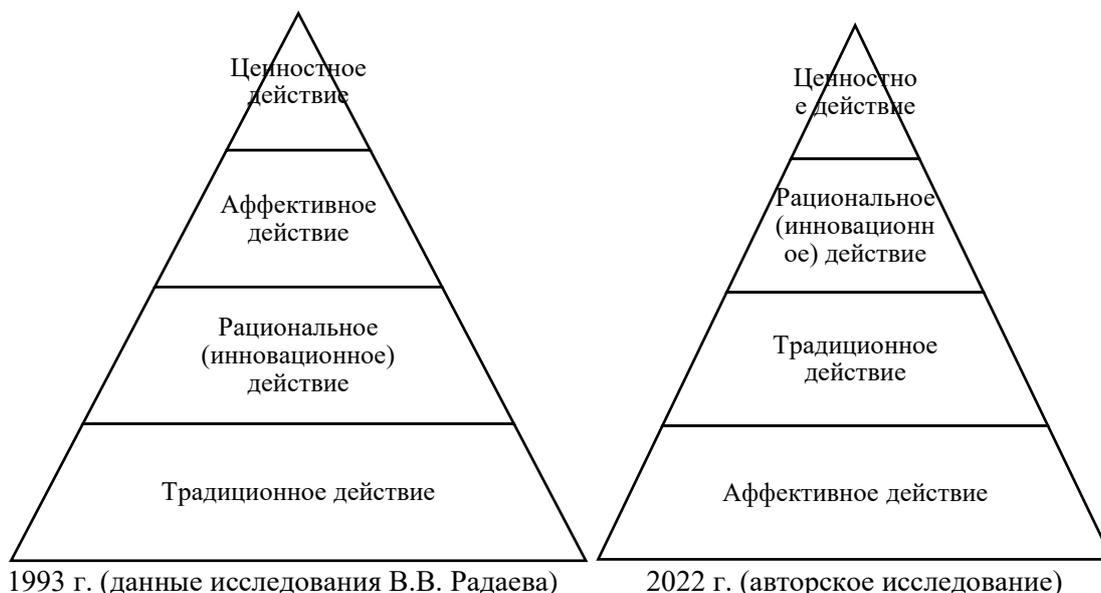


Рис. 3. Изменение типов социального действия (по М. Веберу) действующих бизнесменов

Источник: составлено на основе Радаев В. В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности // Вопросы экономики. 1994. № 7. С. 85-98 и результатов собственных исследований

А.А. Аузан в исследовании культурного кода российской экономики определил ряд отличительных признаков (в частности, высокая дистанция власти, избегание неопределенности и др.) [33], сдерживающих страну в «колее развития». Однако, он же отмечает и способность россиян к решению глобальных вызовов – дальнейшего освоения космического пространства, созданию атомных технологий и современного вооружения. Авторы полагают, что именно высокая мотивация к выживанию и труду позволила успешно преодолеть отечественными предпринимателями вызовы 2020-2022 гг. (что выражается в снижении ВВП страны намного меньше прогнозного в кризисные периоды): пандемия новой коронавирусной инфекции, мировой геополитический и экономический кризис, СВО на Украине, беспрецедентное давление рестрикций коллективного Запада на нашу страну, дальнейшее развитие гибридных военных операций.

Заключение. В отношении изменения структуры мотивов к занятию предпринимательством получены следующие выводы:

- Потребность выживания осталась ведущей среди населения, ее составляют обеспечение благосостояния личного и семейного, а

также работа на себя (независимость от работодателя, рынка труда), вместе с тем для действующих бизнесменов она отошла на 3-ю позицию.

- Потребность в социальном самоутверждении через осуществление предпринимательства является ведущей только в молодежной среде, одновременно только в этой социальной группе высоки гедонистические потребности.

- Среди взрослого населения, желающего открыть свое дело, на вторую позицию взамен социального самоутверждения вышла потребность в труде, самореализации, при этом данная группа потребностей имеет достаточную выраженность в других социальных группах, а для действующих бизнесменов является ведущей.

Сложившаяся к концу второго десятилетия XXI века структура мотивов отечественных предпринимателей и образ предпринимателя в глазах общественности коррелируют друг с другом и говорят о наличии позитивных ценностных установок в данной социальной группе, способствующих развитию страны и отдельных территорий.

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. Аuzан А.А. Социокультурная экономика // *Наука и инновации*. 2017. №2 (168). С. 4-10.
2. Мецзяков, Д. А. Этика предпринимательской деятельности как институциональная проблема / Д. А. Мецзяков // 2016. Т. 24, № 3. С. 105-109.
3. Давыдов В.А. Этика предпринимательской деятельности // *Теоретические и прикладные аспекты современной науки*. 2014. № 3-5. С. 64-72.
4. Бессокирная Г. П. Мотивация труда в постсоветской России: опыт и методики исследований // *Социологические исследования*. № 2. 2016. С. 29-38.
5. Красулина, В. В. Культура предпринимательской деятельности и нравственный порядок в обществе / В. В. Красулина // *Регионоведение*. 2015. № 2(91). С. 137-143.
6. Воловская Н. М., Плюснина Л. К., Русина А. В., Иноземцева А. В. Незанятое население и самозанятость в регионе // *Социологические исследования*. № 5. 2015. С. 52-60.
7. Лушникова О. Л. Трудовое поведение жителей удаленных сел Хакасии // *Социологические исследования*. 2023. № 3. С. 129-134.
8. Шохин, А. Н. Факторы взаимного доверия института бизнеса и института власти в современной России / А. Н. Шохин, А. В. Проскурин // *Бизнес. Общество. Власть*. 2019. № 2(32). С. 64-73.
9. Захарова Ж.А. Мотивы осуществления предпринимательской деятельности в регионах с недостаточным потенциалом саморазвития // *Проблемы развития территории*. 2020. № 1 (105). С. 22-36.
10. Гладышева, Е. В. Влияние нравственных ценностей на успешность экономической деятельности (на примере отечественных предпринимателей XIX-XX вв.) / Е. В. Гладышева // *Российский технологический журнал*. 2017. Т. 5, № 4(18). С. 67-76.
11. Климцова, С. В. Благотворительность предпринимателей: традиции и новации в социальной практике // *Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета*. 2015. № 3(57). С. 122-127.
12. Игнатова, И. В. Мотивы предпринимательской деятельности и модели поведения предпринимателей / И. В. Игнатова // *Вестник Тюменского государственного университета*. 2011. № 8. С. 105-110.
13. Черной, Л. С. Трансформации предпринимательской этики в Новое и Новейшее время / Л. С. Черной // *Экономическая наука современной России*. – 2014. – № 3(66). С. 104-117.
14. Шевченко, О. П. Предпринимательская культура: проблема репрезентации понятия и построения стратегии научного поиска / О. П. Шевченко // *Миссия конфессий*. 2022. Т. 11, № 4(61). С. 78-83.
15. Макеева Е.С. Морально-этические основы гуманизации экономики в XXI столетии // *Проблемы современной экономики*. 2022. № 4 (84). С. 61-65.
16. Рахмеева И.И. Теоретико-методологические основы исследования региональной регуляторной среды в условиях новой реальности / диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Федеральное Государственное Бюджетное Образовательное Учреждение Высшего Образования "Уральский Государственный Экономический Университет". 2022
17. Рахмеева И.И., Чеснюкова Л.К. Методология нравственной и социокультурной экономики // *Научные труды Вольного экономического общества*. 2024. № 1. С. 165-175.
18. Radaev V. Emerging Russian Entrepreneurship As Viewed By The Experts // *Economic & Industrial Democracy*. 1993. Т. 14. № 51. С. 55-77.

19. Шевченко, О. П. Предпринимательская культура: проблема репрезентации понятия и построения стратегии научного поиска / О. П. Шевченко // Миссия конфессий. 2022. Т. 11, № 4(61). С. 78-83.
20. Захарова Ж.А. Мотивы осуществления предпринимательской деятельности в регионах с недостаточным потенциалом саморазвития // Проблемы развития территории. 2020. № 1 (105). С. 22-36
21. Шохин, А. Н. Факторы взаимного доверия института бизнеса и института власти в современной России / А. Н. Шохин, А. В. Проскурин // Бизнес. Общество. Власть. 2019. № 2(32). С. 64-73.
22. Гладышева, Е. В. Влияние нравственных ценностей на успешность экономической деятельности (на примере отечественных предпринимателей XIX-XX вв.) / Е. В. Гладышева // Российский технологический журнал. 2017. Т. 5, № 4(18). С. 67 – 76.
23. Климова, С. В. Благотворительность предпринимателей: традиции и новации в социальной практике / С. В. Климова // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2015. № 3(57). С. 122–127.
24. Черной, Л. С. Трансформации предпринимательской этики в Новое и Новейшее время / Л. С. Черной // Экономическая наука современной России. 2014. № 3(66). С. 104–117.
25. А.Г. Оносов, А.Г. Никонов. 100 героев бизнеса / А.Г. Оносов, А.Г. Никонов. 2023. 302 с.
26. Пора предпринимать? Мониторинг 1992–2022 [Электронный ресурс] // Официальный сайт ВЦИОМ. Новости. 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pora-predprinimat-monitoring-1992-2022> (дата обращения: 01.03.2024)
27. Радаев В. Внеэкономические мотивы предпринимательской деятельности // Вопросы экономики. 1994. № 7. С. 85
28. Рахмеева И.И., Клейменов М.В. Студенты экономического университета как резерв для развития предпринимательства в регионах России // Вестник экономики, права и социологии. 2021. № 3. С. 36
29. Неравенство и бедность. Материалы официального сайта Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] // ФСГС. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723> (дата обращения: 20.03.2024)
30. Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E. & Puranen B. (2022): World Values Survey Wave 7 (2017-2022) Cross-National Data-Set. Version: 4.0.0. World Values Survey Association. DOI: doi.org/10.14281/18241.18
31. Замкнутый опрос ФСО показал рекордное недоверие бизнеса к силовикам [Электронный ресурс] // РБК. 2019. URL: https://www.rbc.ru/society/28/05/2019/5cebe7939a794754023bf449?utm_source=application (дата обращения: 28.02.2024)
32. Предпринимательство в России: отношение россиян, барьеры [Электронный ресурс] // ВЦИОМ. 2019. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/predprinimatelstvo-v-rossii-otnoshenie-rossiyan-barery> (дата обращения: 10.03.2024)
33. Аuzан А.А. Культурные коды экономики. Как ценности влияют на конкуренцию, демократию и благосостояние народа. М.: Издательство АСТ, 2022. 160 с.

References:

1. Auzan A.A. Sociocultural economics // Science and Innovation. 2017. No. 2 (168). pp. 4-10.
2. Meshcheryakov, D. A. Ethics of entrepreneurial activity as an institutional problem / D. A. Meshcheryakov // 2016. Т. 24, No. 3. P. 105-109.
3. Davydov V.A. Ethics of entrepreneurial activity // Theoretical and applied aspects of modern science. 2014. No. 3-5. pp. 64-72.
4. Bessokirnaya G.P. Labor motivation in post-Soviet Russia: experience and research methods // Sociological studies. No. 2. 2016. pp. 29-38.
5. Krasulina, V.V. Culture of entrepreneurial activity and moral order in society / V.V. Krasulina // Regionology. 2015. No. 2(91). pp. 137-143.
6. Volovskaya N.M., Plyusnina L.K., Rusina A.V., Inozemtseva A.V. Unemployed population and self-employment in the region // Sociological Research. No. 5. 2015. pp. 52-60.

7. Lushnikova O. L. Labor behavior of residents of remote villages of Khakassia // *Sociological studies*. 2023. No. 3. P. 129-134.
8. Shokhin, A. N. Factors of mutual trust between the institution of business and the institution of power in modern Russia / A. N. Shokhin, A. V. Proskurin // *Business. Society. Power*. 2019. No. 2(32). pp. 64-73.
9. Zakharova Zh.A. Motives for entrepreneurial activity in regions with insufficient self-development potential // *Problems of territory development*. 2020. No. 1 (105). pp. 22-36.
10. Gladysheva, E. V. The influence of moral values on the success of economic activity (on the example of domestic entrepreneurs of the 19th-20th centuries) / E. V. Gladysheva // *Russian technological journal*. 2017. T. 5, No. 4(18). pp. 67-76.
11. Klimova, S. V. Charity of entrepreneurs: traditions and innovations in social practice // *Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University*. 2015. No. 3(57). pp. 122-127.
12. Ignatova, I. V. Motives of entrepreneurial activity and models of behavior of entrepreneurs / I. V. Ignatova // *Bulletin of Tyumen State University*. 2011. No. 8. P. 105-110.
13. Chernoy, L. S. Transformations of entrepreneurial ethics in New and Contemporary times / L. S. Chernoy // *Economic science of modern Russia*. 2014. No. 3(66). pp. 104-117.
14. Shevchenko, O. P. Entrepreneurial culture: the problem of representing the concept and constructing a strategy for scientific search / O. P. Shevchenko // *Mission of Confessions*. 2022. T. 11, No. 4(61). pp. 78-83.
15. Makeeva E.S. Moral and ethical foundations of the humanization of the economy in the 21st century // *Problems of modern economics*. 2022. No. 4 (84). pp. 61-65.
16. Rakhmееva I.I. Theoretical and methodological foundations for studying the regional regulatory environment in the new reality / dissertation for the degree of Doctor of Economic Sciences / Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "Ural State Economic University". 2022
17. Rakhmееva I.I., Chesnyukova L.K. Methodology of moral and sociocultural economics // *Scientific works of the Free Economic Society*. 2024. No. 1. P. 165-175.
18. Radaev V. Emerging Russian Entrepreneurship As Viewed By The Experts // *Economic & Industrial Democracy*. 1993. T. 14. No. S1. pp. 55-77.
19. Shevchenko, O. P. Entrepreneurial culture: the problem of representing the concept and constructing a strategy for scientific search / O. P. Shevchenko // *Mission of Confessions*. 2022. T. 11, No. 4(61). pp. 78-83.
20. Zakharova Zh.A. Motives for entrepreneurial activity in regions with insufficient self-development potential // *Problems of territory development*. 2020. No. 1 (105). pp. 22-36
21. Shokhin, A. N. Factors of mutual trust between the institution of business and the institution of power in modern Russia / A. N. Shokhin, A. V. Proskurin // *Business. Society. Power*. 2019. No. 2(32). pp. 64-73.
22. Gladysheva, E. V. The influence of moral values on the success of economic activity (on the example of domestic entrepreneurs of the 19th-20th centuries) / E. V. Gladysheva // *Russian technological journal*. 2017. T. 5, No. 4(18). pp. 67 – 76.
23. Klimova, S. V. Charity of entrepreneurs: traditions and innovations in social practice / S. V. Klimova // *Bulletin of the Saratov State Socio-Economic University*. 2015. No. 3(57). pp. 122–127.
24. Chernoy, L. S. Transformations of entrepreneurial ethics in New and Contemporary times / L. S. Chernoy // *Economic science of modern Russia*. 2014. No. 3(66). pp. 104–117.
25. A.G. Onosov, A.G. Nikonov. 100 business heroes / A.G. Onosov, A.G. Nikonov. 2023. 302 p.
26. Is it time to take action? Monitoring 1992–2022 [Electronic resource] // Official website of VTsIOM. News. 2022. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/pora-predprinimat-monitoring-1992-2022> (access date: 03/01/2024)
27. Radaev V. Non-economic motives of entrepreneurial activity // *Questions of Economics*. 1994. No. 7. P. 85
28. Rakhmееva I.I., Kleimenov M.V. Students of the University of Economics as a reserve for the development of entrepreneurship in the regions of Russia // *Bulletin of Economics, Law and Sociology*. 2021. No. 3. P. 36
29. Inequality and poverty. Materials of the official website of the Federal State Statistics Service [Electronic resource] // FSGS. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13723> (access date: 03/20/2024)

30. Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E. & Puranen B. (2022): *World Values Survey Wave 7 (2017-2022) Cross-National Data-Set. Version: 4.0.0.* World Values Survey Association. DOI: doi.org/10.14281/18241.18

31. A closed survey of the FSO showed a record distrust of business towards the security forces [Electronic resource] // RBC. 2019. URL: https://www.rbc.ru/society/28/05/2019/5cebe7939a794754023bf449?utm_source=application (access date: 02/28/2024)

32. *Entrepreneurship in Russia: the attitude of Russians, barriers* [Electronic resource] // VTsIOM. 2019. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/predprinimatelstvo-v-rossii-otnoshenie-rossiyan-barery> (access date: 03/10/2024)

33. Auzan A.A. *Cultural codes of the economy. How values influence competition, democracy and the well-being of the people.* M.: AST Publishing House, 2022. 160 p.

Информация об авторах:

Рахмеева Ирина Игоревна, доктор экономических наук, профессор, и.о. заведующего кафедрой экономической теории и прикладной социологии ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург, e-mail: rahmееva_ii@usue.ru

Клейменов Михаил Вячеславович, кандидат социологических наук, доцент кафедры экономической теории и прикладной социологии ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», Екатеринбург, e-mail: k-mihaell@mail.ru

Irina I. Rakhmееv, Doctor of Economics, Professor, Acting Head of Department of Economic Theory and Applied Sociology, Ural State University of Economics, Yekaterinburg.

Mikhail V. Kleymenov, Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Economic Theory and Applied Sociology, Ural State University of Economics, Yekaterinburg.