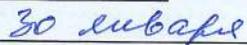


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКИ
Кафедра общей и социальной психологии

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Заведующий кафедрой
д-р. психол. наук, доцент

 И.В. Васильева
 2023

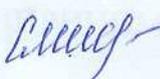
ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
магистерская диссертация

НАМЕРЕНИЯ ВЕСТИ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС У ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК ИЗ
РОССИИ И БОЛГАРИИ

37.04.01 Психология

Магистерская программа «Психология: личностное и организационное
консультирование»

Выполнил работу
студент 3 курса
заочной
формы обучения

 Шваб Светлана Михайловна

Руководитель
канд. психол. наук

 Мурзина Юлия Сергеевна

Рецензент
доцент
Русенский университет
Ангела Кънчева, факультет
Бизнеса и менеджмента

 Даниэль Павлов

Тюмень
2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. НАМЕРЕНИЯ ВЕСТИ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС У ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК ИЗ РОССИИ И БОЛГАРИИ.....	8
1. 1. ПРОБЛЕМА ВЫЯВЛЕНИЯ НАМЕРЕНИЙ ВЕСТИ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС У СТУДЕНТОВ.....	8
1. 1. 1. ФЕНОМЕНОЛОГИЯ ПРОБЛЕМЫ: ПРАКТИКА ВЕДЕНИЯ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА.....	8
1.1.2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ.....	10
1.1.3. СОЦИАЛЬНАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ НАМЕРЕНИЙ СТУДЕНТОВ ВЕСТИ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС.....	13
1.1.4. ПРАКТИЧЕСКАЯ ЗНАЧИМОСТЬ ИЗУЧЕНИЯ НАМЕРЕНИЙ СТУДЕНТОВ ВЕСТИ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС.....	14
1.2. ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ СТУДЕНТОВ МУЖСКОГО И ЖЕНСКОГО ПОЛА В ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ.....	15
1.2.1. ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ МУЖЧИН И ЖЕНЩИН	15
1.2.2. ОПЫТ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ СТУДЕНТОВ.....	20
1.3. ОБОСНОВАНИЕ РАЗЛИЧИЙ В НАМЕРЕНИЯХ ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК ИЗ РОССИИ И БОЛГАРИИ ВЕСТИ СЕМЕЙНЫЙ БИЗНЕС	24
ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ.....	26
ГЛАВА 2. ОСОБЕННОСТИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ПОСТРОЕНИИ СЕМЕЙНОГО БИЗНЕСА У ДЕВУШЕК И ЮНОШЕЙ ИЗ РОССИИ И БОЛГАРИИ.....	29
2.1. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПЛАНИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	29
2.1.1 МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ	33

2.1.2 ОБРАБОТКА ДАННЫХ.....	36
2.2 РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	36
ВЫВОДЫ ПО ВТОРОЙ ГЛАВЕ	51
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	55
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	58
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	69

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность. В современных условиях российская экономика переживает структурные изменения, связанные с постепенным переходом от сырьевой экономики к инновационной, что требует поиска новых организационных, управленческих и социальных ресурсов.

Создание новых предприятий лежит в основе экономического и социального развития [Low, MacMillan; Shane; Steyaert].

Важную роль в развитии экономики всего мира играет семейное предпринимательство. Более двух третей всех мировых предприятий принадлежат и поддерживаются семейными фирмами, на долю которых приходится около половины общего валового внутреннего продукта [Shanker; Astrachan]. Примерно 90% всех предприятий в Канаде и США считаются семейными. 75% британских компаний и 95% предприятий Германии управляются семьей. Семейный бизнес также играет значительную роль в Индии [Gabriel; Bitsch]. По данным Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, в стране насчитывается более 2 миллионов семейных предприятий, вносящих важный вклад в экономику [Торгово-промышленная палата России: сайт].

В силу особенностей исторического развития Российской экономики построению семейного бизнеса препятствуют институциональные, ментальные, демографические и экономические барьеры. В связи с этим определение явлений и процессов, способствующих развитию семейного бизнеса, является одним из первоочередных задач.

По данным отчета проекта «Глобальное исследование предпринимательского духа студентов-2021» (Global University Entrepreneurial Spirit Student Survey 2021), около 42% российских студентов намерены заняться предпринимательством через 5 лет после окончания вуза [GUESSS Global].

Поскольку высшие учебные заведения являются двигателем ускорения экономического роста, наделяя своих студентов – потенциальных

предпринимателей – соответствующими знаниями, компетенциями, психологическими качествами, пониманием предпринимательского духа и мотивацией к развитию бизнеса, исследование намерений студентов высших учебных заведений создать семейный бизнес после окончания учебы имеет важное значение для стратегического планирования и регулирования рынка труда, разработки целевых программ и образовательных продуктов для молодых предпринимателей, понимания механизмов повышения уровня предпринимательской активности.

Несмотря на то, что женщины исторически играли и продолжают играть важную роль в предпринимательстве и в семейном бизнесе в частности, мы до сих пор мало знаем о вкладе женщин-членов семьи в семейные фирмы, а также факторах, влияющих на формирование намерений женщин заниматься семейным бизнесом.

Проблема исследования. Большая часть исследований в области предпринимательства в России ориентирована на традиционное несемейное предпринимательство. Работы, посвященные семейному бизнесу, как правило, проводятся с целью изучения проблем правоприменения, особенностей управления, наследования в семейном предпринимательстве. Недостаточное внимание уделяется вопросу намерений молодежи, как потенциальных предпринимателей, иметь семейный бизнес. В то время как предпринимательское намерение – это ключевой фактор прогнозирования предпринимательского поведения [Kruger et al.; Ajsen].

Нет однозначных выводов о влиянии пола на предпринимательские намерения. Хотя подавляющее большинство исследователей сходятся на мнении о важности пола при объяснении предпринимательских намерений, исследования с противоположными результатами говорят о необходимости дальнейшего изучения, прежде чем делать более обоснованные выводы.

Объект – намерения студентов вести совместный бизнес с семьей.

Предмет – сопоставительное исследование намерений студентов из России и Болгарии (девушек и юношей) вести семейный бизнес.

Цель данного исследования: изучить намерения студентов из России и Болгарии вести семейный бизнес.

Задачи:

1. Изучить особенности ведения семейного бизнеса.
2. Проанализировать теоретические и методологические основы изучения предпринимательских намерений.
3. Разработать и провести эмпирическое исследование намерений юношей и девушек из России и Болгарии вести семейный бизнес с родственниками.
4. Провести количественный и качественный анализ данных, полученных в ходе исследования.

Теоретической базой исследования намерений студентов вести семейный бизнес послужили работы российских [Широкова Г.В., Цуканова Т.В., Богатырева К.А., Беляева А, Шерешева М., Манолова Т.С., Ткачев А.] и зарубежных ученых [Ajzen I., Shapero., Bird B., Krueger N., Kolvereid L., Pavlov D., Perello M., Wilson F., Linan F., Pruett M., Piperopolous P.], занимающихся исследованием предпринимательских намерений, а также работы исследователей, изучающих особенности построения и развития семейного бизнеса [Позняков В.П., Мурзина Ю.С., Mokina M, Maseda A., Stavrou E., Laspita S.] и женского предпринимательства [Cardella G., Gupta V., Ward A. Nechemias C, Welsh D., Camporiano G.].

Гипотезы исследования:

Гипотеза 1: Существуют значимые различия в уровнях намерений вести семейный бизнес у студентов мужского и женского пола.

Гипотеза 2: Существуют значимые различия в уровнях намерений вести семейный бизнес у студентов из Болгарии и России.

Фактологическая база: В ходе исследования мы провели анкетирование 243 студентов Тюменского государственного университета (Россия) и 288 студентов Русенского университета имени Ангела Кынчева (Болгария). В состав выборки вошли студенты мужского и женского пола в возрасте от 18 до 42 лет,

обучающиеся по направлениям: образование; искусство и гуманитарные науки; социальные науки; журналистика и информация; бизнес, управление и право; естественные науки; математика и статистика; информационные и компьютерные науки; инженерные и строительные науки; сельское, городское и рыбное хозяйство; здравоохранение; услуги.

Анкетирование проводилось в период с 24 марта 2021г. по 15 июня 2021г. на базе Тюменского государственного университета и с 14 февраля 2021г. по 19 июня 2021г. в Русенском университете имени Ангела Кынчева. Интервьюеры напрямую обращались к студентам на лекциях, семинарских и лабораторных занятиях в выбранных университетах.

Практическая значимость: Сформулированные по итогам исследования выводы о намерении студентов иметь семейный бизнес могут быть полезны разработчикам региональных программ поддержки семейного предпринимательства. Кроме того, знания могут использоваться для создания целевых программ и образовательных продуктов бизнес-образования в российских университетах.