

# ОТНОШЕНИЕ К ДЕНЬГАМ КАК ФАКТОР ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО БЛАГОПОЛУЧИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ И НАЕМНЫХ РАБОТНИКОВ)

**Гавриков Антон Викторович**

Санкт-Петербургский политехнический  
Университет Петра Великого (СПбПУ)  
anton.v.gavrikov@gmail.com

## MONEY ATTITUDE AS A FACTOR OF PSYCHOLOGICAL WELL-BEING (ON THE EXAMPLE OF ENTREPRENEURS AND EMPLOYEES)

**A. Gavrikov**

*Summary.* The article discusses the main essential differences in the perception of the category “money” and monetary behavior among entrepreneurs and employees. Methodologically, the study was of a correlational nature, relied on comparative and personal approaches, combined survey and semi-projective methods. The participants of the study were divided into two groups: one of which was determined by ordinary employees and employees whose labor activity was not related to the performance of an entrepreneurial function and who had a linear cash income, the participants of the second group were entrepreneurs, small business sectors in the field of construction, trade, services. In this article, data on the identified correlations are provided selectively due to the limitations of the publication format. The study made it possible to identify differences between entrepreneurs and employees in relation to money and monetary behavior, as well as to identify and evaluate the strength of the relationship between the attitude to money and the psychological well-being of the individual, using the example of two groups of subjects — entrepreneurs and employees. The results of the study can be used both in practice during career guidance counseling and in conducting training sessions for entrepreneurs and employees in the field of active sales.

*Keywords:* psychology of entrepreneurship, psychology of money, financial behavior, motivations of entrepreneurs, small and medium-sized enterprises, SME.

*Аннотация.* В статье рассмотрены основные существенные различия в восприятии категории «деньги» и монетарном поведении в среде предпринимателей и наемных работников. Методологически исследование носило корреляционный характер, опиралось на сравнительный и личностный подходы, сочетало в себе опросные и полупроективные методы. Участники исследования подразделялись на две группы: одна из которых определялась рядовыми наемными работниками и служащими, трудовая деятельность которых не была связана с выполнением предпринимательской функции и которые имели линейный денежный доход, участниками второй группы являлись предприниматели, сектора малого бизнеса в сфере строительства, торговли, услуг. В настоящей статье данные о выявленных корреляционных связях приводятся выборочно в силу ограничений формата издания. Исследование позволило выявить различия между предпринимателями и наемными работниками в отношении к деньгам и монетарном поведении, а также выявить и оценить силы взаимосвязи между отношением к деньгам и психологическим благополучием личности, на примере двух групп испытуемых — предпринимателей и наемных работников. Результаты исследования могут быть использованы как на практике в ходе профориентационного консультирования, так и при проведении обучающих тренингов для предпринимателей и работников в сфере активных продаж.

*Ключевые слова:* психология предпринимательства, мотивационная сфера предпринимателей, психология денег, денежное поведение, малый бизнес, МСП.

## Введение

**Н**астоящая статья представляет результаты научного исследования в области психологии предпринимательства, проведенного на факультете психологии Санкт-Петербургского государственного университета в ходе подготовки и защиты автором выпускной аттестационной работы. Научным руководителем исследования выступила доктор психологических наук, профессор кафедры политической психологии СПбГУ О.С. Дейнека, труды которой послужили методологической основой исследования [3]. По утверждению

В.М. Соколинского «Лицемерие по отношению к деньгам распространено повсюду — их публично презирают, но тайно вожделяют; их рассматривают как чуть ли не самую важную вещь на свете, но при этом говорят о них, как о незначительной мелочи» [5]. По мнению А. Шопенгауэра, «всякое другое благо может удовлетворять лишь одно желание... Одни деньги — абсолютное благо: они отвечают не какой-нибудь потребности in concreto, а потребности вообще, in abstracto» [7]. Исследования отношение к деньгам в разных социальных группах в России малочисленны, что обуславливает их **высокую актуальность**. В том числе, **представля-**

Таблица 1. Параметры выборки

Предприниматели			Наемные работники			Выборка в целом		
	Чел.	%		Чел.	%		Чел.	%
Мужчин	17	68%	Мужчин	18	51%	Мужчин	35	58%
Женщин	8	32%	Женщин	17	49%	Женщин	25	42%
Всего	25	100%	Всего	35	100%	Всего	60	100%
Средний возраст, лет 38,08			Средний возраст, лет 36,86			Средний возраст, лет 37,37		

ется полезным проведение сравнительных исследований отношения к деньгам между предпринимателями и наемными работниками.

**Проблема настоящего исследования** обусловлена сформировавшимся в нашем обществе гипертрофированным отношением большинства граждан (преимущественно — наемных работников) к деньгам («деньги решают все»), их «фетишизацией», негативным и амбивалентным отношением к предпринимателям («хочу так же много денег», но «честным трудом денег не заработать»). В сознании большинства наемных работников доминирует негативный образ предпринимателя, как человека, имеющего «много денег», заикленного на обогащении. Г. Зиммель (1858–1918) в своей работе «Философии денег» указывал, что деньги — сила, не только обезличивающая, но и освобождающая [1]. Однако, для наемного работника выход за предел «нормы» (обретение большего количества денег) означает обретение свободы, но не свободы не «для», а свободы «от» ответственности.

Описываемое исследование проводилось в городах Санкт-Петербурге и Красноярске в марте — апреле 2021 года. **Предметом исследования** являлось отношение предпринимателей и наемных работников к деньгам как фактору психологического благополучия, с учетом: 1) жизненных ценностей, 2) отношения к факторам денежного успеха, 3) девиаций денежного поведения. **Объектом исследования** являлись предприниматели и наемные работники общей численностью 60 человек.

**Целью исследования** являлось проведение, на основе эмпирических данных, проверки следующих гипотез: 1) жизненные ценности предпринимателей не сводятся к материальной сфере; 2) предприниматели, при оценке своего психологического благополучия, придают меньшую важность деньгам по сравнению с наемными работниками.

#### Методы исследования

Для проведения исследования было применено пять методов:

1. Методика (опросник) «Отношение к деньгам» (MAS — Money attitude scale) А. Фернэма, Д. Темлер, К. Ямаучи, в адаптации О.С. Дейнека [2]. Цель применения методики — определить отношение к деньгам предпринимателей и наемных работников.
2. Методика (опросник) «Шкала психологического благополучия» (ШПБ) (англ. The scales of psychological well-being) К. Рифф, в адаптации Т.Д. Шевеленковой и Т.П. Фесенко. С помощью методики ставилась цель оценить психологическое благополучие наемных сотрудников и предпринимателей.
3. В качестве **дополнительных методов**:
  - 3.1. Экспресс-методика (опросник) «На что бы Вы решились ради денег?». С помощью методики ставилась цель оценить девиации в отношении к деньгам наемных работников и предпринимателей.
  - 3.2. Экспресс-методика (опросник) «Что наиболее важно чтобы сделать деньги?», К. Рабинштейн, в адаптации А. Фенема. С помощью методики ставилась цель оценить девиации в отношении к деньгам наемных работников и предпринимателей.
  - 3.3. Методика (опросник) «Ценностные ориентации» В.Е. Семенова, в модификации О.С. Дейнека. Цель методики — оценить место денег в системе ценностей наемных работников и предпринимателей [5].

#### Процедура проведения исследования

Эмпирическое исследование проводилось субъективно-оценочным методом опроса путем проведения анкетирования.

#### 1. Результаты исследования отношения к деньгам

Результаты математико-статистической обработки данных исследования по опроснику MAS показали, что отношение к деньгам респондентов обеих групп близко к средним значениям. В таб.2 приведены сравнительные данные по группам по утверждениям опросника со статистически достоверными различиями.

Таблица 2. Результаты обработки данных опросника MAS

Утверждения опросника	Наемные работники		Предприниматели		Р ошибки
	М	σ	М	σ	
Я отношусь к деньгам также, как и мои родители	4,26*	2,29	2,96*	1,79	0,030
Я у верен (а), что количество зарабатываемых человеком денег тесно связано с его/ее способностями и усилиями	3,40**	1,93	4,96**	1,65	0,002
Я всегда оплачиваю счета за услуги ЖКХ немедленно	4,83*	2,16	3,84*	1,80	0,047
Я уверен(а), что я мало контролирую свою финансовую ситуацию с точки зрения моей возможности изменить ее	4,26*	2,16	2,88*	1,76	0,013

Примечание: \*  $p \leq 0,05$ , \*\*  $p \leq 0,01$

Таблица 3. Результаты обработки данных опросника MAS (в тенденции)

Утверждение опросника	Наемные работники		Предприниматели		Р ошибки
	М	σ	М	σ	
Если в конце недели (месяца) у меня остались деньги, я не чувствую себя комфортно, пока все их не истрочу	1,83	1,40	1,20	0,50	0,074
Я предпочитаю не давать людям денег в займы	4,26	2,17	5,36	1,479	0,063
Я горжусь своими финансовыми достижениями — зарплатой, богатством, вкладами и т.д.— и позволяю моим друзьям знать о них	2,31	1,53	3,04	1,67	0,068
Я уверен(а), что мой настоящий доход приблизительно равен тому, что я заслуживаю, выполняя данную работу	3,03	1,988	3,84	1,63	0,081
Я часто фантазирую о деньгах и о том, что бы я с ними сделал	4,54	2,09	3,60	2,14	0,091

Таблица 4. Результаты обработки данных о субъективном уровне дохода

	Наемные работники		Предприниматели		Р ошибки
	М	σ	М	σ	
Субъективный уровень дохода	1,743	0,611	2,120	0,332	0,007

Из таб. 2. видно, что предприниматели в меньшей степени наследуют родительские монетарные стратегии и склонны самостоятельно формировать свой «стиль» денежного поведения. Наемные работники демонстрируют более высокую тревожность по поводу оплаты регулярных платежей.

В таб. 3 приведены описательные статистики по утверждениям опросника MAS, которые показали близкие к достоверным различия на уровне статистической тенденции.

Группа наемных работника более ориентирована на сберегательную модель денежного поведения. Наем-

ные работники, напротив, демонстрируют тенденцию тратить все имеющиеся деньги, реализуя жизненный сценарий «от зарплаты до зарплаты». Свой субъективный уровень дохода (СУД) по методике О.С. Дейнека, так же был оценен предпринимателями выше, чем наемными работниками (таб.4).

Предприниматели субъективно оценивали свой доход («средний», с тенденцией к «высокому») выше, чем наемные работники (промежуточное значение между «низким» и «средним» с тенденцией к «среднему»). При этом, предприниматели, предположительно, занижали оценку из-за связанной с темой денег осторожности, их отношение к деньгам более практично.

Таблица 5. Результаты исследования компонентов психологического благополучия

Компоненты психологического благополучия	Наемные работники		Условно-норматив. значения	Предприниматели		р ошибки
	М	$\sigma$		М	$\sigma$	
Позитивные отношения с окружающими	58,40	14,22	56	57,96	9,05	0,538
Автономия	58,29	12,63	57	62,20	9,95	0,163
Управление окружающей средой	55,26	13,27	57,5	60,16	8,39	0,148
Личностный рост	56,11	11,86	60,5	60,60	8,04	0,152
Наличие цели в жизни	58,00	13,43	58,5	62,24	9,06	0,236
Самоприятие	56,31	12,31	54,5	59,08	7,60	0,747
Психологическое благополучие	342,37	64,89	343,5	362,24	41,99	0,227
Баланс аффекта	96,40	25,42	99	84,96	18,02	0,074
Осмысленность жизни	94,69	19,67	95	102,76	14,39	0,210
Человек как открытая система	61,23	12,74	63,5	64,24	7,51	0,206



Рис. 1. Диаграмма компонентов психологического благополучия

## 2. Результаты исследования психологического благополучия

В таб.5 представлены результаты исследования психологического благополучия по группам предпринимателей и наемных работников.

Подтвердилось предположение об отсутствии статистических достоверных различий между эмпириче-

скими данными в группах. По сравнению с наемными работниками, предприниматели, являются несколько более самостоятельны, ориентируются на собственные критерии оценки и цели, менее зависимы от чужих мнений. Наемные работники зависимы от окружения и внешних оценок (начальник, работодатель);

Значения о по группам респондентов показывают, что предприниматели, при оценке своего психологи-

Таблица 6. Корреляционные связи категории психологическое благополучие (выборочно)

Психологическое благополучие (интегративная категория)		
Предприниматели	r	P ошибки
Даже когда у меня достаточно денег, я часто чувствую себя виноватым...	-0,403	p ≤ 0,05
Я часто говорю: «Я не могу себе этого позволить»	-0,417	p ≤ 0,05
Я иногда чувствую превосходство над теми, кто имеет меньше денег	-0,459	p ≤ 0,05
Я часто чувствую тревогу и напряжение, когда спрашивают о моем финансовом положении	-0,408	p ≤ 0,05
Я уверен(а), что время, не потраченное на зарабатывание денег, потрачено зря	-0,404	p ≤ 0,05
Я горжусь своими финансовыми достижениями	-0,425	p ≤ 0,05
Я часто спорю о деньгах с моим партнером	-0,404	p ≤ 0,05
Наемные работники	r	P ошибки
Иногда я покупаю ненужные мне вещи, чтобы произвести впечатление на людей	-0,363	p ≤ 0,05
Я часто чувствую себя хуже тех, кто имеет больше денег, чем я	-0,366	p ≤ 0,05
Я часто трачу деньги на себя, когда нахожусь в депрессии	-0,375	p ≤ 0,05

Таблица 7. Ценностные ориентации по группам

Жизненные ценности	Наемные работники			Предприниматели			P ошибки
	Ранг	M	σ	Ранг	M	σ	
Семья	1	1,66	1,89	2	2,92	1,96	0,0003
Справедливость	5	6,20	2,43	10	7,88	3,07	0,024
Деньги	4	5,77	2,85	6	6,48	2,52	0,286
Здоровье	2	2,54	1,56	1	2,48	2,00	0,439
Вера	9	8,00	3,49	8	7,84	3,64	0,910
Интересная работа	6	6,23	2,06	7	6,56	2,74	0,524
Друзья	7	6,23	2,46	5	6,16	2,15	0,933
Любовь	3	4,80	2,42	3	4,40	2,90	0,264
Прогресс	11	9,31	2,48	9	7,96	3,12	0,062
Свобода	8	7,69	2,42	4	5,00	3,44	0,003
Слава, признание	12	9,97	2,97	12	10,16	2,08	0,485
Творчество	10	9,00	2,83	11	8,32	2,673	0,200

ческого благополучия, более сбалансированы по всем шкалам (рис. 1)

Статистически значимые корреляционные связи между данными исследования по опроснику MAS и категорией психологического благополучия выборочно приведены в таб. 6.

Таким образом, для предпринимателей удовлетворительное психологическое благополучие в монетарном аспекте предполагает некоторое «дистанцирование» от денег. Для наемных сотрудников

удовлетворительное психологическое благополучие достигается за счет «успешного» сравнения себя с окружающими и соответствия сложившимся денежным стереотипам.

### 3. Результаты исследования ценностных ориентаций

Результаты математико-статистической обработки данных опросника «Ценностные ориентации» позволили провести сравнительный анализ ценностных ориентаций предпринимателей и наемных работников (таб. 7).

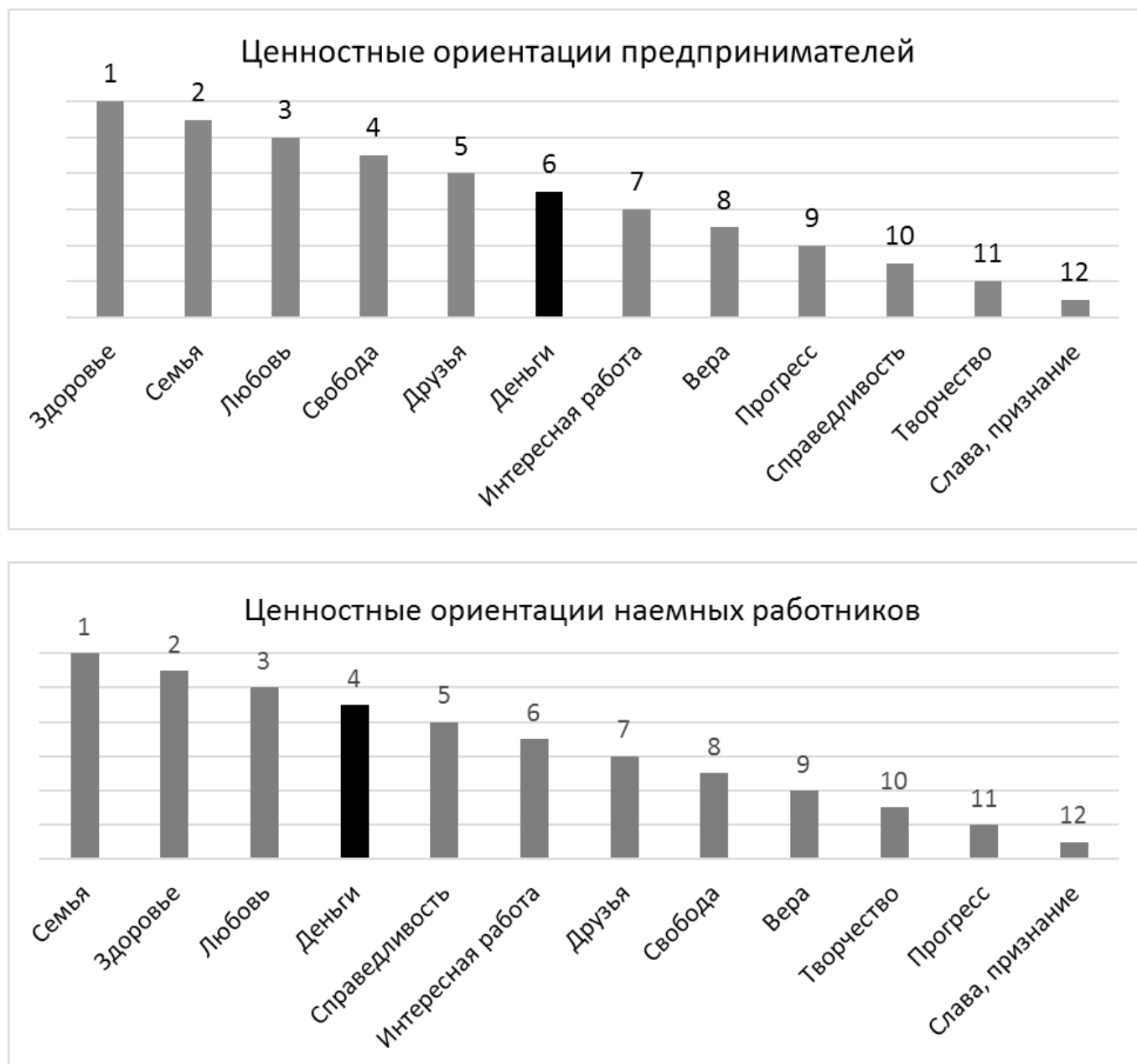


Рис. 2. Диаграмма ценностных ориентаций по группам

Совпадающими для обеих групп испытуемых являются терминальные ценности — здоровье, семья, любовь.

Диспозиция ценностных установок наемных работников и предпринимателей представлена на рис. 2.

Полученные данные соответствуют результатам исследования по опроснику MAS, согласно которым наемные работники в меньшей степени уверены в том, что количество зарабатываемых денег тесно связано с способностями и усилиями человека, при этом, однако, они «жаждут» денег больше, чем предприниматели.

Статистически значимые корреляционные связи между ценностью «Деньги» и данными исследования по опроснику MAS приведены в таб. 8. (выборочно).

Для групп предпринимателей и наемных работников выявлены разные наборы корреляционных связей с денежными установками по опроснику MAS. Для наемных работников ценность денег несколько гипертрофирована, так как они склонны думать, что деньги могут решить все их проблемы, а людей скорее склонны оценивать по деньгам. Наемные работники демонстрируют поведение «бедных».

Таблица 8. Корреляционные связи ценности «деньги» (выборочно)

Деньги		
Предприниматели	r	P ошибки
Я горжусь своими финансовыми достижениями	0,559	p ≤ 0,01
Я всегда знаю сколько денег у меня в кошельке	0,598	p ≤ 0,01
Я сделал бы все возможное ради денег	0,516	p ≤ 0,05
Наемные работники	r	P ошибки
Я твердо верю, что деньги могут решить все мои проблемы	0,530	p ≤ 0,01
В России по деньгам мы сравниваем друг друга	0,444	p ≤ 0,01
Я часто покупаю ненужные вещи из-за сниженной цены	0,447	p ≤ 0,01

Таблица 9. Корреляционные связи ценности «свобода» (выборочно)

Свобода		
Предприниматели	r	P ошибки
Я всегда знаю сумму моих сбережений	0,422	p ≤ 0,05
Наемные работники	r	P ошибки
Я горжусь своей способностью экономить деньги	- 0,353	p ≤ 0,05

Таблица 10. Девиации денежного поведения

Что наиболее важно чтобы сделать деньги?	Наемные работники		Предприниматели		p ошибки
	M	σ	M	σ	
Жениться (выйти замуж) по расчету	3,00	1,96	2,16	1,41	0,194
Иметь сексуальный контакт с незнакомым человеком (один раз)	1,71	1,32	3,20	1,89	0,001
Обмануть бизнес-компаньона	1,97	1,64	1,24	0,66	0,074
Украсть что-либо	1,63	1,22	1,32	0,69	0,530
Расстаться с супругом, подругой/другом	2,46	1,70	1,92	1,35	0,259
Уехать в другую страну	4,49	1,93	4,80	1,92	0,497
Выполнять работу, которая не нравится	3,97	1,81	3,58	2,08	0,500
Дать взятку	2,86	1,65	3,88	2,37	0,067
Получить взятку	3,03	1,98	3,40	2,20	0,494

Таблица 11. Факторы денежного успеха

Что наиболее важно, чтобы «делать» деньги	Наемные работники			Предприниматели			P ошибки
	Ранг	M	σ	Ранг	M	σ	
Везение, удача	2	3,46	2,02	4	4,80	1,85	0,011
«Мозги», талант, способности	1	2,60	2,038	1	2,48	1,74	0,900
Нужные связи, друзья	4	4,23	2,00	5	5,20	2,50	0,140
Жадность, скупость	9	8,94	1,28	9	8,36	1,20	0,062
Нечестность, непорядочность	10	9,12	1,64	10	9,60	1,61	0,005
Терпение, бережливость	7	5,93	2,18	7	5,88	2,13	0,915
Риск, авантюра	8	7,06	1,89	8	6,08	1,76	0,009
Трудолюбие, усердие	3	3,89	2,16	3	3,52	2,07	0,465
Образование	6	4,77	2,15	6	5,68	2,17	0,072
Желание, амбиции	5	4,72	2,04	2	3,16	2,29	0,008



Рис. 3. Диаграмма факторов денежного успеха

Ценность «свобода» (таб.9) для предпринимателей характеризуется положительными корреляционными связями со степенью согласия с утверждениями «я всегда знаю сумму моих сбережений». Предприниматели рассматривают деньги как ресурс, в том числе, для обретения свободы.

**4. Результаты исследования девиаций денежного поведения**

По результатам математико-статистической обработки данных опросника «На что бы Вы решились ради денег?», девиаций денежного поведения в группах респондентов не выявлено (таб.10). Однако, прослеживаются некоторые особенности.

Так, хотя в системе ценностей наемных работников ценность «семья» находится на первом месте, они, с большей готовностью, ради денег, заключают брак по расчету или расстанутся с супругом, подругой/другом. Таким образом, отчасти, наемные работники рассматривают семью как средство увеличения дохода.

**5. Результаты исследования ключевых факторов денежного успеха**

Результаты математико-статистической обработки данных опросника «Что наиболее важно чтобы сделать деньги?» приведены в таб. 8.



Респонденты обеих групп придают одинаковую важность факторам денежного успеха ««мозги», талант, способности» и «трудолюбие, усердие». Однако вторым по важности фактором денежного успеха предприниматели считают «желание, амбиции», в то время как наемные работники полагаются на «везение и удачу» (рис. 3).

#### Выводы по результатам исследования

1. Предприниматели в большей степени связывают количество зарабатываемых денег со способностями и прикладываемыми личными усилиями по сравнению с наемными работниками. Наемные работники считают, что их материальное положение обусловлено преимущественно внешними факторами (начальник, работодатель, удача, везение, «справедливость» и пр.).
2. Между предпринимателями и наемными работниками присутствуют различия в ценностных

ориентациях. При совпадении терминальных ценностей (здоровье, семья, любовь) в двух группах, в пятерку важнейших ценностей у наемных работников входят *деньги*, тогда как у предпринимателей — *свобода*.

В целом, по результатам проведенного исследования *подтвердились гипотезы* о том, что предприниматели, при оценке своего психологического благополучия, придают меньшую важность деньгам по сравнению с наемными работниками.

#### Направления дальнейших исследований

Автором проводятся серия исследований в сфере малого и среднего бизнеса, в том числе, межстрановые исследования условий учетно-налогового регулирования МСП [2,7].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Simmel, G. Die Probleme der Geschichtsphilosophie. Frankfurt am Main 1997 // GA, Band 9, S. 175 f., 401–417; ЭФ, с. 1082.
2. Гавриков, А.В. Малые и средние предприятия: учетно-налоговое регулирование как фактор развития / А.В. Гавриков, Н.Г. Викторова // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: Сборник трудов Всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции. В 4-х частях, Санкт-Петербург, 01–04 июня 2021 года. — Санкт-Петербург: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2021. — С. 27–32.
3. Дейнека О.С. Экономическая психология в российской политике переходного периода [Электронный ресурс]: Дис. д-ра психол. наук: 19:00:12 / Ольга Сергеевна Дейнека. М.: РГБ, 2003. 326 с.
4. Дейнека О.С. Экономическая психология: учеб. пособие. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2000. 160 с.
5. Соколинский В.М. экономическое образование в век информации: Некоторые аспекты / В.М. Соколинский, Т.В. Соколинская // Организационные структуры «экономики знаний»: Сб. науч. тр / Центр науч.-информ. исслед. по науке, образованию и технологиям; Отв. ред. Пястолов С.М. — МОСКВА, 2010. — С. 134–145.
6. Шопенгауэр Артур Об интересном./ Артур Шопенгауэр; [Сост., предисловие, глоссарий В.Г. Голобокова]. — Москва: Олимп: АСТ, 1997. — 425 с.;
7. Гавриков, А.В. Сопоставимость данных при проведении межстранового исследования учетно-налогового регулирования малых и средних предприятий: Россия и страны ЕС / А.В. Гавриков // Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли: сборник трудов всероссийской научно-практической и учебно-методической конференции, Санкт-Петербург, 30 мая — 02 2022 года. Том Часть 1. — Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2022. — С. 54–59. — EDN PXMKCQ.

© Гавриков Антон Викторович (anton.v.gavrikov@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»