

¹Ладзина Н.А., ²Зейнолла С., ³Нургалиева А.Е.

¹д.п.н., профессор, Восточно-Казахстанский государственный университет
им. С. Аманжолова, Казахстан, г. Усть-Каменогорск, e-mail: ladzina_natalya@mail.ru

²доктор философии Ph.D, доцент филиала по г. Алматы Академии государственного управления при
Президенте РК, Казахстан, г. Алматы, e-mail: zeinollasaule@gmail.com

³магистр кафедры общей и прикладной психологии, Казахский национальный университет
им. аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, e-mail: n.a.e.89@mail.ru

ЭТНОПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

В данной статье представлен анализ понятия экономического сознания и влияния на него национально-психологических особенностей. Выбранная в качестве респондентов категория предпринимателей объясняется их ролью носителей новых социально-экономических отношений и влияния на эффективность социально-экономических преобразований в стране.

Цель исследования заключалась в обнаружении различий в экономическом сознании, детерминируемых национально-психологическими особенностями, и изучении специфики их проявления в экономическом поведении. Под экономическим сознанием понимается процесс и результат познания экономических отношений как фактора поведения различных социальных групп, как результат отражения условий хозяйственной жизни личности.

Методологически обосновано, что основной причиной, лежащей в основе межэтнических различий психики, является культура, выступающая в качестве регулятивной функции, в той или иной мере определяющая поведение людей, определяющая выбор экономических моделей. На основании теории культурных измерений был предложен алгоритм сравнительного анализа специфики проявления национально-психологических особенностей в экономическом сознании и экономическом поведении.

Результаты исследования подтвердили дифференциацию кластера вербальных характеристик экономических категорий в сознании респондентов казахской и русской национальности, различие в ценностной структуре предпринимателей, в уровне интернальности экономических отношений и их модальности; в личностных конструктах, описывающих экономические представления казахов и русских.

Ключевые слова: национально-психологические особенности, экономическое сознание, экономическое поведение, параметры национальной культуры.

¹Ladzina N.A., ²Zeinolla S., ³Nurgaliyeva A.

¹Doctor of Psychology, professor, Amanzholov East Kazakhstan State University,
Kazakhstan, Ust-Kamenogorsk, e-mail: ladzina_natalya@mail.ru

²Associate Professor of the Academy of Public Administration under the President of the Republic of
Kazakhstan in Almaty, Kazakhstan, Almaty, e-mail: zeinollasaule@gmail.com

³Master of "General and Applied Psychology" department, Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan,
Almaty, e-mail: n.a.e.89@mail.ru

Ethnopsychological Specificity of Entrepreneurs' Economic Awareness

This article presents an analysis of the concept of economic consciousness and the impact on it of national psychological characteristics. The category of entrepreneurs chosen as respondents is explained by their role as bearers of new socio-economic relations and influence on the effectiveness of socio-economic reforms in the country.

The purpose of the study was to identify differences in economic consciousness, determined by national psychological characteristics, and to study the specifics of their manifestation in economic

behavior. Under the economic consciousness is understood the process and the result of knowledge of economic relations as a factor of behavior of different social groups, as a result of reflection of the conditions of economic life of the individual. It is methodologically proved that the main reason underlying interethnic differences of mentality is the culture acting as a regulatory function, to some extent determining the behavior of people, determining the choice of economic models. On the basis of the theory of cultural dimensions has been proposed the algorithm of the comparative analysis of the specificity of manifestations of national-psychological features of economic consciousness and economic behavior.

The results of the study confirmed the differentiation of the cluster of verbal characteristics of economic categories in the minds of respondents of Kazakh and Russian nationality, the difference in the value structure of entrepreneurs, in the level of internality of economic relations and their modality; in personal constructs describing the economic representations of Kazakhs and Russians

Key words: national psychological features, economic consciousness, economic behavior, parameters of national culture.

¹Ладзина Н.А., ²Зейнолла С., ³Нұрғалиева А.Е.

¹п.ғ.д., профессор, С. Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан мемлекеттік университеті, Қазақстан, Өскемен қ., e-mail: ladzina_natalya@mail.ru

²Ph.D, философия докторы, доцент, Қазақстан Республикасы Президенті жанындағы Мемлекеттік басқару академиясының Алматы қаласындағы филиалы, Қазақстан, Алматы қ., e-mail:zeinollasaule@gmail.com

³жалпы және қолданбалы психология кафедрасының магистрі, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., e-mail:n.a.e.89@mail.ru

Кәсіпкерлердің экономикалық құрамының этнопсихологиялық сипаттамасы

Мақалада автор экономикалық сана ұғымына және оған ұлттық-психологиялық ерекшеліктердің ықпалы туралы талдау жасаған. Респонденттер ретінде таңдалынып алынған кәсіпкерлер, бірінші кезекте, жаңа әлеуметтік-экономикалық қатынастардың тасымалдаушылары болып табылады және елдегі әлеуметтік-экономикалық өзгерістердің тиімділігіне тікелей әсер ететіндігімен түсіндіріледі.

Бұл зерттеудің негізгі мақсаты қазақстандық кәсіпкерлердің экономикалық санасының ұлттық-психологиялық ерекшеліктерін түсіндіретін айырмашылықтарын анықтау және оның экономикалық мінез-құлықтарының ерекшеліктерін зерттеу болып табылады. Психиканың этникааралық айырмашылықтары негізінде жатқан негізгі себеп-экономикалық модельдерді таңдауды айқындайтын, адамдардың мінез-құлқын анықтайтын, реттеуші функция ретінде әрекет ететін мәдениет болып табылады. Оның орындайтын көптеген қызметтерінің ішінде ең маңыздысы реттеу қызметі, осы немесе басқа кезде адамдардың мінез-құлқын анықтай отырып, мәдениет тек адам мінез-құлқының көрсеткіші ретінде ғана емес, экономикалық модельдердің таңдауын да көрсетеді. Мәдени өлшем теориясының негізінде экономикалық сана мен экономикалық мінез-құлықтағы ұлттық-психологиялық ерекшеліктердің пайда болу ерекшелігіне салыстырмалы талдау алгоритмі ұсынылды.

Зерттеу нәтижелері қазақ және орыс ұлтының респонденттерінің санасында экономикалық категориялардың вербалды сипаттамалары кластерінің дифференциациясын, кәсіпкерлердің құндылық құрылымындағы, экономикалық қатынастардың интерндігі мен олардың модальдылығы деңгейіндегі айырмашылықтарды, қазақтар мен орыстардың экономикалық түсініктерін сипаттайтын жеке конструктивтерді растады.

Түйін сөздер: ұлттық-психологиялық ерекшеліктер, экономикалық сана, экономикалық мінез-құлық, ұлттық мәдениет параметрі.

Введение

Экономическое сознание – одно из наиболее часто употребляемых в современных исследованиях понятий. Существуют различные интерпретации и методологические подходы к определению понятия «экономическое сознание». В зарубежной психологии эти исследования характеризуются междисциплинарным характером и связаны, зачастую, с потребительским поведением и предпринимательской деятельностью. Анализ зарубежной литературы показывает, что

условно можно выделить несколько направлений в этой области: исследование взаимосвязи экономического поведения и личностных характеристик (Bandstatter, 1993:473-494); проблемы психологической зависимости от шопинга и накопительства, связь данных категорий с субъективными оценками благополучия (Hanley, Wilhelm, 1992:5-18; Headey, 1993:97-117; Hebert, Link, 1988); экономические стратегии поведения и психологическая функция денег (Furnham, Argyle, 1998; Tang, 1993:93-99); мотивационные составляющие экономического сознания (Furnham,

Lewis, 1986; McClelland, Atkinson, Clark, Lowell, 1953).

Широкое развитие в зарубежной психологии получили исследования, связанные с построением портрета типичного предпринимателя, выявлением условий осуществления предпринимательской карьеры, разработкой методов оценки предпринимателя и их психологических характеристик (внутренний локус-контроль) (Rotter, 1966), отношение к риску (Kagan, 1965).

Несмотря на продуктивность зарубежного опыта исследования психологии предпринимательства и экономического поведения, прямой перенос полученных данных не представляется возможным, так как отечественный предприниматель формируется в условиях другой экономики, иной социальной среды, иного пути становления предпринимательской карьеры, и возможно, иных навыков и способностей. В частности, в многочисленных работах казахстанских, российских и зарубежных ученых, исследовавших предпринимательскую и управленческую деятельность, отражены четкие представления о взаимосвязи моделей профессиональной деятельности с национальной психологией их субъектов (Жарикбаев, 2014; Крысько, 2008; Опабекова, 2012; Павлов, 2006; Имашева, Абдрайымова, 2018). Достаточно широкий пласт исследований затрагивает гендерный аспект предпринимательства (Сеильбекова, Нурбекова, 2017).

Мировая наука постоянно доказывает, что государственная политика, методы экономического реформирования должны соответствовать социально-психологическим факторам, глубинной психологии этноса, социокультурных особенностей населения. Следовательно, успех проведения рыночных реформ в нашей стране во многом зависит от учета экономического менталитета населения Казахстана.

Анализ теоретико-методологических подходов в исследовании экономического сознания позволяет конкретизировать социально-психологическую проблему особенностей экономического сознания личности как процесса и результата познания экономических отношений, как фактора поведения различных социальных групп, как результата отражения условий хозяйственной жизни личности (Абульханова, 2012; Журавлев, Позняков, 2004; Титова, 2005). В других исследованиях – как содержание и продукт отражения человеком экономических отношений, выступающих в виде системы представлений человека об экономике как фрагменте социальной реаль-

ности (Вахитова, Доценко, 2014). Ряд исследователей экономического сознания ввели новую категорию – «экономический менталитет», а также различные типологии экономического сознания в соответствии с отношением к экономическим преобразованиям (Данильченко, 2003; Докторов, 1992; Нечаева, 1992).

Поскольку экономическое сознание опосредовано социально-экономическим положением человека, практическим опытом, традициями, культурой и конкретными ситуациями, то на данном этапе актуальным является изучение специфики проявления национально-психологических особенностей в структурных составляющих экономического сознания и экономического поведения представителей различных этносов Республики Казахстан. Для обоснования методологии изучения национально-психологических особенностей экономического сознания необходимым шагом является выделение этнопсихологических факторов, детерминирующих данный процесс. Обосновано, что основной причиной, лежащей в основе межэтнических различий психики, является культура. Среди множества выполняемых ею функций одной из важнейших является регулятивная функция, в той или иной мере определяющая поведение людей. Продолжив ряд логических умозаключений, можно прийти к выводу, что культура же определяет и выбор экономических моделей как один из вариантов поведения человека.

В процессе этнической социализации индивид усваивает и присваивает ценности, нормы, обычаи и т.п., характерные для его этнической группы. Наложение таких «культурных синдромов» на необходимость выполнять определенную социальную роль формирует определенный стиль деятельности и поведения.

Взяв за основу теорию культурных измерений Г. Hofstede (Hofstede, 1980) о параметрах различия культур и разработанный ранее сравнительный анализ проявления национально-психологических особенностей различных этнических групп в организационной культуре, мы дополнили его характеристиками специфики проявления экономического сознания и экономического поведения (Таблица 1).

На основании данного подхода мы можем отследить очевидное влияние на экономическое поведение этнопсихологических особенностей. Кроме того, это позволит нам выделить некоторые индикаторы проявления национальной специфики в экономическом сознании и экономическом поведении.

Таблица 1 – Влияние этнопсихологических особенностей на экономическое сознание

Параметры культуры	Характеристика параметра в казахской культуре	Проявление параметра в экономическом сознании	Характеристика параметра в русской культуре	Проявление параметра в экономическом сознании
Индивидуализм – коллективизм	Групповые цели (семья, род) превалируют над индивидуальными	В выборе партнеров по бизнесу, инвесторов приоритет может отдаваться родственникам	Групповые цели (община, друзья) превалируют над индивидуальными	В выборе партнеров по бизнесу, инвесторов приоритет может отдаваться друзьям, коллегам по прежней работе
Маскулинность – феминность	В системе ценностей преобладает пресс воспитания с упором на взаимность и служение друг другу. Выраженная мужественность в системе ценностей	Превалирует экономическое поведение, направленное на повышение благосостояния семьи. Большая часть доходов тратится на родственников.	Феминность выражена больше, чем в казахской культуре, более сильная мотивация достижений	Превалирует соревновательное экономическое поведение
Толерантность	Низкая толерантность к людям с отличающимися идеями и поведением, тенденция к внутригрупповому согласию, санкции к людям, нарушающим этнические нормы	Ориентация в оценке деятельности на вышестоящие (госслужбы) органы, на критерии отношений, следование нормам, жесткая система санкций. Конформное поведение, избегание конфликтов	Более высокая толерантность к другой системе ценностей	Ориентация в оценке профессиональной деятельности на деятельностные критерии, проявление самостоятельности, нетерпимость к другому способу действий
Избегание неопределенности	Высокий уровень избегания неопределенности в нормативном поведении	Стремление к «прописыванию» правил ведения дел, высокая склонность к риску при поддержке семьи	Более низкий уровень избегания неопределенности, меньшая нормативность и конформность поведения.	Возможность продуктивной работы в ситуации неопределенности, отсутствие жестких инструкций, готовность к риску
Отношение ко времени	Ориентация во времени на прошлое и настоящее	Легче ставят и реализуют краткосрочные цели и задачи, «короткие деньги» живут здесь и теперь	Ориентация во времени на прошлое и будущее	Часто ставят долгосрочные цели, зачастую игнорируют проблемы сегодняшние ради реализации задач в будущем
Эмоциональный контроль	Степень допустимости эмоциональной экспрессивности на вербальном уровне достаточно низкая, высокий эмоциональный контроль	Хорошо контролируют эмоции, сдержанны. Закрытость жестов и чувств	Высокая степень допустимости эмоций. Открытость в выражении чувств	Эмоциональная несдержанность, открытость проявления чувств, выраженная жестикуляция, мимика
Дистанция власти	Большая дистанция власти, при этом допускается в дискурсе подчеркивание родственных отношений	Высокая иерархичность, полное подчинение руководителю. Больше значений оценки деятельности персонала придается фактору отношений, исполнительности	Более короткая дистанция власти	Плоские управленческие структуры, больше делегирования полномочий, фактору отношений придается меньшее значение
Высокая низкая контекстность	Высокая контекстность отношений	Высокое значение статуса, дипломатичность высказываний. Изменение дискурса речевого этикета на термины родства	Средний уровень контекстности отношений и поведения	Низкая рефлексия отношенческого фактора, прямота высказываний
Дистанция общения	Большая дистанция с людьми, не входящими в круг родственников, при этом круг родственников включает дальней родство	При построении деловых контактов превалирует замкнутость на своей этнической группе. Стремление к переходу на неформальный уровень общения	Низкая дистанция общения	Излишняя открытость в общении, игнорирование иерархических ролей, что часто приводит к конфликтам

Основная цель данного исследования заключалась в том, чтобы обнаружить наличие различий, объясняющих национально-психологические особенности экономического сознания казахстанских предпринимателей, и изучить специфику его проявления в экономическом поведении.

В качестве гипотез исследования выступает предположение:

1. О влиянии национальной психологии на экономическое сознание, которое проявляется:

- в специфике экономического поведения;
- в специфике ценностной структуры;
- в уровне интернальности экономических отношений, в их модальности;
- в личностных конструктах, описывающих экономические представления казахов и русских;
- в дифференциации представлений об экономических ролях и экономическом партнерстве;
- в различии структуры становления финансовых отношений в казахских и русских семьях;
- в специфике формирования управленческих команд и модераторов экономической политики.

2. О влиянии ряда факторов на формирование экономического сознания, таких как:

- социально-политических факторов;
- социально-экономических факторов;
- цифровизации всех сфер жизни;
- культурологических факторов;
- профессиональная деятельность как фактор.

3. В качестве условий, способствующих формированию продуктивного экономического сознания, выступают:

- степень сформированности экономических знаний;
- уровень рефлексивности экономического поведения;
- экономическая компетентность, цифровая компетентность.

Материалы и методы

На основании поставленных целей нами были выдвинуты группы исследовательских задач, из которых в данной статье мы остановились на одной: с помощью метода «Цветовых метафор» М. Люшера в модификации И.Л. Соломина выявить мотивы экономического поведения и определить ценностное отношение к экономическим категориям (деньги, инвестиции, собственное дело, риск, и т.д.) в каждой группе респондентов.

Особенности и специфика проявления экономического сознания титульных этносов Казахстана исследуются по данной Программе у представителей малого и среднего бизнеса – частных предпринимателей, являющихся руководителями различных ТОО, либо соучредителями данных фирм. Включение в фокус исследовательского интереса особенностей экономического сознания предпринимателей не случайно, именно предпринимательская деятельность наиболее ярко и адекватно представляет проявление всех выделенных критериев экономического сознания и экономического поведения.

Метод цветowych метафор И. Соломина создан на основе цветового теста отношений (ЦТО) А. Эткинда с целью выявления мотивации человека. Мы посчитали необходимым использование адаптированного нами варианта данного метода для выявления эмоционально-мотивационного отношения к структурным составляющим экономического сознания и выявления типов поведения. В связи с этим нами был предложен список понятий, характеризующих структурную компоненту экономического сознания и виды экономического поведения. Все понятия были разбиты на основные блоки.

В первый блок вошли понятия, характеризующие отношение к финансовой сфере: инвестиции, кредиты, ценные бумаги, капитал, вклады, собственность, стартовый капитал, сделки, затраты.

Во второй блок мы поместили понятия, характеризующие отношение к личной жизни и деятельности: моя семья, мое здоровье, успех, партнерство, бизнес, собственное дело, производство, посредничество, труд, расширение фирмы, цифровизация, искусственный интеллект.

Третий блок содержит понятия, характеризующие временную компоненту: мое прошлое, мое настоящее, мое будущее.

В четвертом блоке мы расположили понятия, характеризующие межличностные отношения: дружба, общение, конфликты, указания, исполнение, замкнутость, скрытность, доверие, лицемерие, компаньон, раздражение, удовлетворение, социальные сети, деловые контакты.

В пятый блок входят понятия, характеризующие отношение к социально-экономическим факторам: налоги, инфляция, экономический рост, экономический кризис, экономическое образование, стабильность национальной валюты, контролирующие органы, реформы, указы, элементарные экономические знания.

Шестой блок состоит из понятий, характеризующих отношение к закону: взяточничество, обман, казнокрадство, законопослушность, конституция, государство, служебное положение, коррупция, профессиональная этика.

Седьмой блок содержит понятия, характеризующие отношение к профессиональной деятельности: риск, собственное дело, богатство, независимость, конкуренция, прибыль, принятие решений, лидерство, оптимизм, выгода, руководитель, выигрыш, ответственность, потребность в достижениях, эффективность, моя стратегия, эгоизм, альтруизм, жизненный опыт, благотворительность.

Основанием для составления списка послужило структурированное интервью и анализ теоретического материала. Кроме того, мы включили категории, которые являются социальными предикторами отношений к цифровому миру. Краткость статьи не дает нам возможность детально проанализировать весь кластер вербальных характеристик и мотивов, но позволяет представить их дифференциацию между группами респондентов казахской и русской национальности. Выборка составила 56 человек. Стаж предпринимательской деятельности у 45% испытуемых исчисляется от 3 до 5 лет; у 55% – свыше 5 лет. Группы респондентов, поделенных

по национальному признаку, составили 28 человек. Обработка данных сводилась к подсчету количества случаев обозначения понятия каждым из восьми цветов и выделении на основе этого восьми групп понятий. Более детальному анализу подвергались те группы, которые включали в себя интересующие нас понятия, как «бизнес», «кризис», «коррупция». Кроме того, нами было подсчитано общее число совпадений присвоения всеми респондентами группе понятий одного и того же места, т.е. сколько всего человек обозначили все понятия, входящие в одну группу, цветом, занимающим в их индивидуальных цветовых рядах одинаковое место (мода M_0). Вычисление коэффициента вариации (v) позволило нам определить процентную долю всех признаков, которые не входят в модальную категорию. В общем, чем меньше коэффициент вариации, тем типичнее, или значимее (верно отражает картину) мода.

Результаты и обсуждение

Сравнительные данные представлены в таблице 2. Предприниматели казахской национальности объединяют понятие «бизнес» в одну группу с шестью понятиями и ставят их на первое место по степени привлекательности.

Таблица 2 – Модальные категории понятий по группам предпринимателей

Предприниматели казахской национальности		Предприниматели русской национальности	
Понятие	Частота (%)	Понятие	Частота (%)
Мой имидж	64	Мое будущее	69
Моя семья	55	Труд	54
Богатство	52	Независимость	67
Власть	54	Материальное благополучие	44
Общение	55	Моя организация	61
Мои подчиненные	49	Власть	46
Карьера	46	Риск	56
Общее число совпадений	43	Общее число совпадений (мода M_0)	41
Коэффициент вариации	n	Коэффициент вариации	n

Объединение анализируемого нами понятия с шестью остальными можно проинтерпретировать следующим образом. Бизнес воспринимается как неотъемлемая часть жизнедеятельности

и ее необходимое условие, а, значит, влияет на благосостояние семьи в настоящем, дает власть над подчиненными, в рамках него происходит общение с влиятельными людьми. Кроме того,

предпринимательская деятельность рассматривается как возможность дальнейшей карьеры в госструктурах.

У предпринимателей русской национальности выявляется несколько иная тенденция в отношении к анализируемому нами понятию. Анализ таблицы позволяет предположить, что для данной группы испытуемых предпринимательская деятельность – это, прежде всего, обязанности и труд, выполняемые в рамках своей организации, которые дают респондентам независимость, власть, материальное благополучие и возможность самовыражения.

Нас интересовал блок отношения к закону и инновационным понятиям, поэтому мы проанализировали модальность совпадений по категориям «экономический кризис» и «коррупция». В казахской выборке данные понятия находились на 4 и 5 местах соответственно, что показывает отрицательное отношение к этим категориям. Кроме того, они были объединены с такими понятиями как налоги, реформа, государство и власть, казнокрадство. В русской выборке понятие «кризис» находилось на 3 позиции, что говорит о значимом в эмоциональном плане значении данной категории. В кластер с этим понятием были включены категории «государство», «принятие решений», «стратегия». Категория «коррупция» находилась на пятом месте, как и в казахской выборке. Однако кластер характеристик включал иные понятия: служебное положение, контролирующие органы, родственники. Коэффициент ковариации в обоих случаях был выше 0,5, что позволяет говорить скорее о тенденции, чем о статистическом различии между выборками.

Не получили различий социальные представления предпринимателей о богатстве, связанные с общими хорошими условиями жизни: возможностью не думать о завтрашнем дне, наличием недвижимости – хорошей квартиры, загородного дома.

Отношение предпринимателей к цифровизации как предиктора готовности к новым технологиям оказалось двояким: в сочетании с категориями дома, семьи, мое будущее, оно носит нейтральный характер. В сочетании с компонентами законодательной деятельности понятия носят негативный оттенок. Некоторые различия между респондентами казахской и русской национальностей в этой позиции статистически незначимы. Интересен кластер вербальных ха-

рактеристик, связанных с категориями «партнерство», «собственное дело». «развитие». В казахской выборке в качестве ресурса к данному понятию выступают все категории дома, семьи. В русской выборке только в 50% ответов присутствует семья или родственники.

Выводы

Итак, рассмотрение результатов исследования подтверждает явную дифференциацию мотивационных и эмоционально-ценностных компонентов экономического сознания казахов и русских, что углубляет спектр исследования экономического поведения различных этнических групп. Выявлены различия в кластере вербальных представлений об экономических категориях, выделены корреляции между экономическими понятиями и категориями, связанными с семьей, родственниками в казахской группе респондентов. Эта же категория понятий выступает в качестве ресурса в ситуации кризиса и эмоциональной поддержки. Не обнаружено различий в отношении к цифровизации предпринимательской деятельности, но эмоциональная модальность показывает некоторые опасения со стороны предпринимателей к этой сфере.

Исследование призывает к внимательному изучению специфики и особенностям проявления национальной психологии во всех сферах жизнедеятельности личности, углубляет научные представления о возможностях диагностики такой сферы личности как экономическое сознание.

Адаптация методики И. Соломина к исследованию экономического сознания позволяет расширить проективный спектр диагностических техник в плане изучения неосознаваемых кластеров различных категории и понятий. Анализ различий в моделях экономического поведения, традиции более тесного родственного решения экономических проблем в казахской семье, позволяют сделать предположение, что стандартные оценки финансового состояния семьи казахов и русских по уровню дохода на одного члена семьи не дают реальной картины экономической ситуации.

Данные исследования в продолжении заявленных задач могут быть интересны в рамках реализации Президентской программы модернизации общественного сознания «Рухани жангыру».

Литература

- Bandstatter H. (1993) Should Economic Psychology care about personality structure? / *Journal of Economic Psychology*, 14(3), pp. 473-494.
- Hanley A. and Wilhelm M. Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes // *Journal of Economic Psychology*, 1992. 13, - pp.5-18.
- Hebert R., Link A.N. *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*, - Praeger (New York). — 1988.
- Furnham A. and Argyle M. *The Psychology of Money*. London: Routledge. 1998.
- Tang T. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*. 1993. 14, - P.93-99
- Furnham A. and Lewis A. *The Economic Mind: The social psychology of economic behaviour*. Brighton: Wheatsheaf. 1986.
- McClelland D., Atkinson J., Clark R. and Lowell E. *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts. 1953.
- Kagan J. Reflektion-impulsivity and reading ability in primary grade children // *Child Development*. 1965. V. 36. pp. 609-628
- Жарикбаев К.Б., Олжаева А.К., Ахметова М.К. *Казахская этнопсихология* / К.Б. Жарикбаев, А.К. Олжаева, М.К. Ахметова. – Алматы, 2014. – 290 с.
- Крысько В.Г. *Этническая психология*. – 4-е изд./ В.Г. Крысько. – М.: Академия, 2008. – 320 с.
- Опабекова А. Б. Влияние национальных особенностей на психологическое поведение в бизнесе // *Психологические науки: теория и практика: материалы Междунар. науч. конф. (г. Москва, февраль 2012 г.)*. – М.: Буки-Веди, 2012. – С. 54-57. - URL <https://moluch.ru/conf/psy/archive/33/1504/> (дата обращения: 14.04.2018).
- Павлов К.В. Национальные особенности экономического поведения // *Приоритеты России*. – М., 2006. – № 4. – С.1-7
- Имашева Ж.А., Абдраймова Г.С. Этническое предпринимательство как объект социологического исследования: концептуализация понятий // *Вестник КазНУ, Серия психология и социология*. – №2 (65) 2018. – С. 86-92.
- Сеильбекова С.Д. Особенности женского предпринимательства в Казахстане // *Вестник КазНПУ. Серия социологические науки*. – 2017. №1. – С. 113-120.
- Журавлёв А. Л., Позняков В. П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // *Психология. Вестник Высшей школы экономики*. – 2004. Т. 1. № 3. – С. 46–64.
- Geert Hofstede, *Culture's Consequences* (1980).
- Позняков В. П., Титова О. И. Конкурентные и партнерские отношения российских предпринимателей: региональные и гендерные особенности // *Проблемы экономической психологии* / Отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М.: Изд-во ИП РАН, 2005. Т. 2. – С. 181–204.
- Доценко Е.Л., Вахитова З.З. / *Психосемантика учебное пособие* // Доценко Е.Л., Вахитова З.З. – ТГУ.: Томск, 2014. – 292 с.
- Арутюнян Ю.В. *Трансформация постсоветских наций: По материалам этносоциологических исследований* Текст. /Ю.В. Арутюнян. – М.: Наука, 2003. – 207 с.
- Журавлева Н. А. Динамика ценностных ориентаций предпринимателей в условиях макросоциальных преобразований // *Психологический журнал*. – 2015. Т. 36. № 1. – С. 46–60.
- Headey B. An economic model of subjective well-being: integrating economic and psychological theories. *Social Indicators Research*, 1993. 28, - pp.97-116.

References

- Arutyunyan Yu.V. (2003) *Transformasiya postsovetских nasii: po materialam etnosociologicheskikh issledovaniy* [Transformation of the post-Soviet nations: Based on ethno sociological research materials] Text. U.V. Harutyunyan. M.: Science, 207 p.
- Bandstatter H. (1993) Should Economic Psychology care about personality structure? *Journal of Economic Psychology*, 14(3), pp. 473-494.
- Dotsenko E.L., Vakhitova Z.Z. (2014) *Psihomantik: ychebnoe posobie* [Psychosemantics: study guide]. TSU.: Tomsk, 292 p.
- Furnham A. and Argyle M. (1998) *The Psychology of Money*. London: Rout ledge.
- Furnham A. and Lewis A. (1986) *The Economic Mind: The social psychology of economic behavior*. Brighton: Wheatsheaf.
- Geert Hofstede, (1980) *Culture's Consequences*, 245 p.
- Heine P. (2007) *The economic way of thinking* M.: Williams, 530p.
- Hanley A. and Wilhelm M. (1992) Compulsive buying: An exploration into self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13, pp.5-18.
- Headey B. (1993) An economic model of subjective well-being: integrating economic and psychological theories. *Social Indicators Research*, 28, pp.97-116.
- Hebert R., Link A.N. (1988) *The Entrepreneur: Mainstream Views and Radical Critiques*, Praeger (New York)
- Imasheva J.A., Abdrayymova G.S. (2018) *Etnicheskoe predprinimatelstvo kak obekt sociologicheskogo issledovaniya: konseptualizaciya ponatii* [Ethnic entrepreneurship as an object of sociological research: conceptualization of concepts] *Vestnik KazNU, Psychology and Sociology Series*, No 2 (65), pp. 86-92
- Kagan J. (1965) Reflektion-impulsivity and reading ability in primary grade children. *Child Development*, Vol. 36, pp. 609-628
- Krysko V.G. *Etnicheskaja psihologia* [Ethnic psychology] 4th ed. M.: Academy, 2008, 320 p.

McClelland D., Atkinson J., Clark R. and Lowell E. (1953) *The Achievement Motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.

Opabekova A. B. (2012) Vlianie natsionalnykh osobenostei na psihologicheskoe povedenie v biznese [The influence of national characteristics on psychological behavior in business] *Psychological Sciences: Theory and Practice: materials of the Intern. scientific conf.* M.: Buki-Vedi, pp. 54-57. URL <https://moluch.ru/conf/psy/archive/33/1504/> (access date: 04/14/2018) .

Poznyakov V. P., Titova O. I. (2005) Konkurentnye i partnerskie otnosheniya rossiskikh predprinimateley: regionalnye i gendernye osobenosti [Competitive and partnership relations of Russian entrepreneurs: regional and gender features] *Problems of economic psychology*. Ed. ed. A. L. Zhuravlev, A. B. Kupreychenko. M.: IP RAS Publishers, Vol. 2, ,pp. 181–204.

Pavlov K.V. (2006) Natsionalnye osobenosti ekonomicheskogo povedeniya [National characteristics of economic behavior] *Priorities of Russia*, M., 4, pp.1-7.

Seilbekova S.D., Nurbekova J.A. (2017) [Features of female entrepreneurship in Kazakhstan] *Bulletin KazNPU. series sociology*, pp.215-222

Tang T. (1993) The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*, 14, pp. 93-99

Zhuravleva N. A. (2015) Dinamika cenostnykh orientatsii predprinimatelei v ysliviah makrisotsialnykh preobrazovaniy [Dynamics of value Psychological orientations of entrepreneurs in the conditions of macro social transformations] *Psychological journal*, Vol. 36, No 1, pp. 46–60

Zhuravlev, A.L., Poznyakov, V.P. (2004) Ekonomicheskaya psihologiya: teoreticheskie problem i napravleniy empiricheskikh issledovaniy [Economic Psychology: Theoretical Problems and Areas of Empirical Research Psychology. *Vestnik of Higher School of Economics*. Vol. 1, No. 3, pp. 46–64

Zharikbaev K. B., Olzhaeva A. K., Akhmetova M. K. (2014) Kazahskaia etnopsihologiya [Kazakh ethno psychology] *Almaty*, 290 p.