



Серия «Психология»  
2023. Т. 45. С. 70–82  
Онлайн-доступ к журналу:  
<http://izvestiapsy.isu.ru/ru>

---

---

ИЗВЕСТИЯ  
*Иркутского  
государственного  
университета*

---

---

Научная статья

УДК 159.99  
<https://doi.org/10.26516/2304-1226.2023.45.70>

## **Этнопсихологические особенности экономического самоопределения монгольских предпринимателей**

Е. Л. Трофимова\*

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия  
Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

Т. А. Терехова

*Иркутский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

М. В. Чаликова-Уханова

*Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Россия*

**Аннотация.** Представлены исследования иркутской научной школы в области экономической этнопсихологии. На основе теоретико-эмпирического анализа выделены ведущие факторы экономического самоопределения предпринимателей малого бизнеса. Обсуждаются результаты эмпирического исследования, где выявлено, что наиболее значимыми факторами в структуре экономического самоопределения являются экономическая субъектность, субъективное экономическое благополучие, привлекательность предпринимательской деятельности, конкурентоспособность, экономический риск, отношение к деньгам, сценарии экономического поведения, временная перспектива.

**Ключевые слова:** экономическое самоопределение, ведущие факторы, российские и монгольские предприниматели.

---

**Для цитирования:** Трофимова Е. Л., Терехова Т. А., Чаликова-Уханова М. В. Этнопсихологические особенности экономического самоопределения монгольских предпринимателей // Известия Иркутского государственного университета. Серия Психология. 2023. Т. 45. С. 70–82. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2023.45.70>

---

Original article

## **Ethnopsychological Peculiarities of Economic Self-Determination of Mongol Entrepreneurs**

E. L. Trofimova\*

*Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation  
Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation*

T. A. Terekhova

*Irkutsk State University, Irkutsk, Russian Federation*

M. V. Chalikova-Ukhanova

*Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation*

---

© Трофимова Е. Л., Терехова Т. А., Чаликова-Уханова М. В., 2023

\*Полные сведения об авторах см. на последней странице статьи.  
For complete information about the authors, see the last page of the article.

**Abstract.** The article presents investigations of the Irkutsk research school of economic ethnopsychology. Based on a theoretical and empirical analysis the author identified key factors of economic self-determination of small business individuals. The author conducted a cross-cultural study on the sampling of 161 people, 72 of whom were Mongol entrepreneurs doing their business in Ulan-Bator, and 89 of whom were Russian small business individuals from Irkutsk. The article presents the results of the empirical study, which has found that the most significant factors in the organization of economic self-determination are economic subjectivity, subjective economic well-being, entrepreneurship appeal, competitiveness, economic risk, value for money, scenarios of economic behavior, time-dependent prospects.

**Keywords:** economic self-determination, key factors, Russian and Mongol entrepreneurs.

---

**For citation:** Trofimova E.L., Terekhova T.A., Chalikova-Ukhanova M.V. Ethnopsychological Peculiarities of Economic Self-Determination of Mongol Entrepreneurs. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Psychology*, 2023, vol. 45, pp. 70–82. <https://doi.org/10.26516/2304-1226.2023.45.70> (in Russian)

---

## Введение

В настоящее время в зарубежных и отечественных исследованиях заметен интерес к изучению этнопсихологических особенностей экономического сознания и поведения. В Иркутске еще в начале 2000-х гг. под руководством профессора А. Д. Карнышева сформировалась школа исследователей, которая одной из первых в стране стала вести научную деятельность в области экономической психологии и экономической этнопсихологии. Результаты теоретических и эмпирических изысканий представлены в многочисленных тезисах конференций, статьях, монографиях, учебно-методических пособиях под авторством доктора психологических наук, профессора А. Д. Карнышева, доктора психологических наук, профессора А. П. Вяткина, доктора психологических наук, профессора Т. А. Тереховой, доцентов Е. Л. Трофимовой, А. В. Маркер, В. Н. Мунгалова, Н. Н. Помуран, старшего преподавателя И. В. Глебца и др.

Авторы приходят к выводу, что этнопсихологические особенности, специфика национальной и религиозной культур являются предикторами экономического сознания и поведения людей. Например, в работе А. Д. Карнышева и Н. Н. Помуран показано, что экономическая социализация старшеклассников из «семейских» сел, воспитывающихся на основах старообрядческой этики труда, имеет отличия, в частности, они демонстрируют более высокие показатели коллективизма, более аккуратны, бережливы, склонны к четкой дифференциации труда в зависимости от пола [Карнышев, Помуран, 2004].

В. Н. Мунгаловым было доказано своеобразие в восприятии экономических ролей представителями различных этнических культур [Мунгалов, 2010].

О. Шерали рассматривает воздействие этнопсихологических особенностей на восприятие рекламы и потребительское поведение на выборке предпринимателей и студентов экономических направлений подготовки [Sherali, 2021].

В контексте предпринимательства это может проявляться в отношении к предпринимательской деятельности в целом, в построении карьеры бизнесмена в зависимости от преобладающих ценностных ориентаций, выборе сценариев экономического поведения, конкурентоспособности и готовности к риску, активности и т. д. [Позняков, 2023; Экономическое самоопределение предпринимателя ... , 2021].

Однако анализ научных исследований по данным eLIBRARY и Google Scholar позволяет утверждать, что кросскультурные исследования экономического сознания и поведения предпринимателей представлены единичными работами. В частности, изучаются стереотипные характеристики российского предпринимателя в сравнении с европейским бизнесменом (французы, финны, англичане, итальянцы) [Семенова, 2013] и японскими предпринимателями [Одинец, 20105]. В статье сотрудников Таллиннского университета обозначены основные факторы культурной социализации, которые оказывают решающее влияние на формирование характерных черт российского бизнесмена, ведущего свою экономическую деятельность на территории Прибалтики. Авторы резюмируют, что хотя предпринимательская активность у россиян и присутствовала, но отсутствовала предпринимательская культура и традиции, что было обусловлено официальной политикой государства: высокими налогами и таможенными сборами, бюрократией, восприятием предпринимателей как низкостатусных членов общества, также для них присущи консерватизм и крайняя осторожность в принятии рисков и выборе партнеров, отсутствие индивидуалистических традиций, тенденция к коллективистским ценностям [Golik, Teder, 2006]. Н. А. Ладзина, Л. С. Назырова в заключение своего эмпирического исследования делают выводы о влиянии национально-психологических особенностей на стереотипы казахстанских и русских предпринимателей, организацию труда и управление бизнесом, специфику конфликтов, корпоративную культуру [Ладзина, Назырова, 2018].

Коллектив преподавателей лаборатории социальной психологии и межкультурной коммуникации факультета психологии в 2019 году выиграл трехгодичный грант РФФИ на тему: «Этнопсихологические характеристики экономического самоопределения российских и китайских предпринимателей в сфере малого бизнеса». Проблема экономического самоопределения предпринимателя затрагивает и психологию, и экономику, и лингвокультурологию, поэтому была предпринята попытка провести междисциплинарное исследование.

По итогам исследования выпущено в свет свыше 30 научных статей, а основным результатом деятельности коллектива преподавателей является опубликованная монография «Экономическое самоопределение предпринимателя», в которой предложена модель системы экономического самоопределения предпринимателя, проанализированы этнопсихологические характеристики российских и китайских предпринимателей.

### ***Постановка проблемы***

В данной статье, в продолжение данной проблематики, мы обращаемся к кросскультурному сравнению характеристик экономического самоопределения российских и монгольских бизнесменов.

Интерес к китайским и монгольским предпринимателям обусловлен ориентированностью современной российской политики и экономики в сложившихся социально-экономических и политических условиях на дальневосточный и юго-восточный вектор развития, Монголия и Китай – наши ближайшие соседи, с которыми продолжается и наращивается тесное сотрудни-

чество в различных сферах жизнедеятельности, сближает ориентация на коллективистские ценности, долгое время экономика данных стран строилась на идеях социализма. И если в Китае предпринимательство всегда поддерживалось, то в России оно воспринималось неоднозначно, в советское время плановой экономикой рассматривалось как недопустимое. В Монголии также, только в начале 1990-х гг. однозначно стал осуществляться «переход от административно-командной системы управления экономикой к рыночной экономике. Этот переход был необходим для проведения приватизации государственной собственности, либерализации цен и установки курса национальной валюты по ее рыночной котировке, а также для либерализации внешней торговли. Выполнение этих задач способствовало созданию объективной основы для успешного проведения перехода к рыночной экономике» [Даваасурэн, 2011]. Таким образом, данные социально-экономические перемены и стали толчком, создали условия для развития бизнеса и непосредственно малого предпринимательства, «в результате этого люди получили возможность иметь предпринимательские доходы, накапливать собственный капитал и имущество» [Даваасурэн, 2011]. Коллеги-экономисты отмечают, что в Монголии отсутствовало законодательство, определяющее и терминологию, и деятельность «предприятий малого и среднего бизнеса», не было ни классификации, ни обоснованных критериев их выделения, нормативные основы стали активно оформляться с 2005 года, что и позволило стимулировать и на государственном уровне поддерживать малое и среднее предпринимательство в Монголии [Санина, 2016].

Анализируя развитие предпринимательства в России и Монголии, Л. В. Санина выделяет ряд схожих параметров [Там же]:

- «недостаточный уровень развития МСП по сравнению с развитыми рыночными экономиками,
- резкая дифференциация развития по регионам,
- низкая инвестиционная активность субъектов МСП,
- недостаток и низкая доступность финансовых ресурсов,
- дефицит техники и технологий;
- недостаточный уровень знаний и навыков ведения бизнеса;
- высокий уровень коррупционных отношений,
- неэффективная государственная поддержка».

А. Даваасурэн указывает еще на один схожий фактор в развитии предпринимательства: финансовые средства, используемые бизнесменами для развития своей деятельности: «доходы от собственной деятельности, средства учредителей» [Даваасурэн, 2013].

По мнению исследователей, монгольская культура отличается низкой дистанцией власти, незначительным уровнем индивидуализма, средней степенью маскулинности, высоким уровнем избегания неопределенности, средней степенью стратегического мышления и культурой, ориентированной на краткосрочную перспективу [Бор, 2012]. Кочевая жизнь монголов способствовала закреплению таких черт, как созерцательность, неспешность, любовь к природе. Отмечаются и негативные качества, такие как лень, необяза-

тельность, непунктуальность. Монголы склонны опаздывать, не соблюдать временные договоренности, откладывать и переносить назначенные встречи, например, слово «маргаш» (завтра) можно часто слышать от монголов. Чаще всего это означает никогда. Монголы чтят свои традиции и обычаи, что сказывается на деловых встречах и переговорах, которые, как правило, ведутся долго. Поэтому предстоящим деловым переговорам следует уделять особое внимание. Монголы предпочитают вести бизнес с теми иностранцами, кого им посоветовали близкие люди. В стране преобладает культура, которая построена на отношениях и связях. Все эти факторы влияют на предпринимательскую деятельность монгольского народа.

Цель данного эмпирического исследования: выявить этнопсихологические особенности экономического самоопределения монгольских предпринимателей.

### **Организация и методы исследования**

В соответствии с разработанной моделью системы экономического самоопределения предпринимателя [Экономическое самоопределение предпринимателя, 2021] и для возможности проведения сравнительного анализа, применялся уже апробированный в рамках гранта инструментарий, использовались следующие методы и методики:

1) анкетирование: вопросы о личности респондента, а также о фактах экономического поведения и экономического сознания;

2) стандартизированные методики: опросник субъективного экономического благополучия (В. А. Хашенко), привлекательность предпринимательской деятельности (Т. Г. Хашенко), отношение к конкуренции (О. С. Дейнеко), отношение к деньгам (М.Ю. Семенов), уровень экономической субъектности личности (Т. Г. Хашенко), этническая идентичность (Г. У. Солдатова), шкала оценки качества жизни (адаптация Н. Е. Водопьяновой), семантический дифференциал времени (В. П. Серкин), опросник гражданской идентичности (Е. Л. Трофимова), управленческие умения (К. Л. Вилсон), экспресс-опросник «Индекс толерантности» (Г. У. Солдатова), сценарии экономического поведения (Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко), установки в отношении богатства и бедности (А. Д. Карнышев).

Выборку составили 72 предпринимателя из г. Улан-Батора разных сфер деятельности, из них 19 мужчин и 5 женщин в возрасте 26 до 56 лет (представители монгольской национальности). А также 89 предпринимателей г. Иркутска разных сфер деятельности: 42 женщины и 47 мужчин в возрасте от 25 до 60 лет, все русской национальности. Экономическая деятельность всех респондентов относится к сфере малого бизнеса.

### **Результаты исследования**

Проанализируем данные, характеризующие ведущие факторы, входящие в структуру экономического самоопределения, по которым зафиксированы достоверные различия между монгольскими и российскими предпринимателями.

Поскольку экономическую субъектность мы рассматриваем как основную характеристику экономического самоопределения предпринимателя, остановимся на анализе соответствующих эмпирических данных. По мнению Т. Г. Хащенко, «уровень экономической субъектности личности характеризует следующие формы социально ответственного поведения предпринимателя:

1) принятие личной ответственности за материальные обстоятельства собственной жизни;

2) активная рефлексия причин и способов собственной активности в пространстве экономических отношений;

3) установка на материальное самообеспечение и экономическую независимость;

4) сознательная саморегуляция экономической активности (инициирование, планирование, прогнозирование, контроль, проектирование);

5) внутренне детерминированная преобразовательная активность в экономическом пространстве собственной жизни» [Хащенко, 2017, с. 226].

Достоверно ниже уровень экономической субъектности продемонстрировали монгольские предприниматели, они более склонны верить в удачу, везение, полагаться на государственную поддержку, т. е. не чувствуют персональную ответственность за результаты своей экономической деятельности, соответственно и менее склонны рефлексировать по этому поводу (рис. 1).

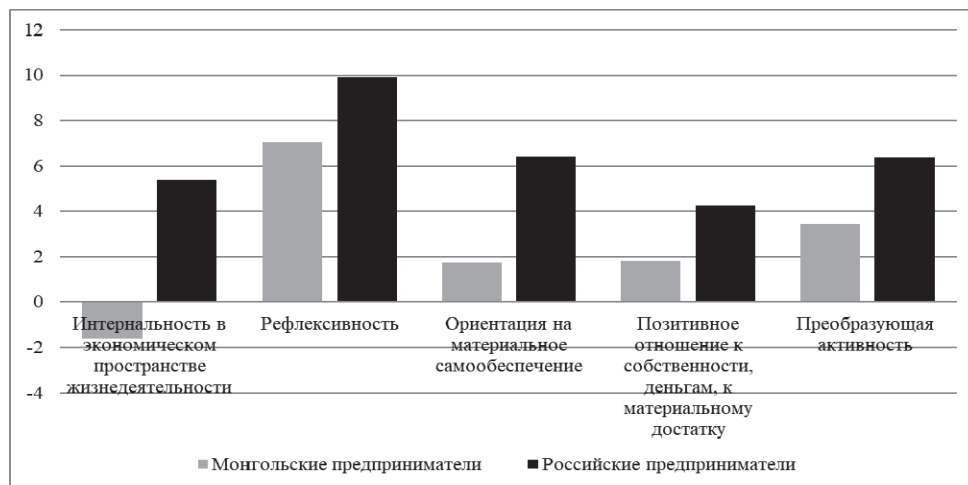


Рис. 1. Уровень экономической субъектности личности (средние значения)

Предприниматели монгольской национальности характеризуются менее выраженной ориентацией на материальное самообеспечение, в целом позитивно, но спокойно относятся к собственности, к преобразующей инновационной активности проявляют стремление, но умеренно, что вполне согласуется с типичным психологическим портретом монголов.

Однако предприниматели-монголы достоверно более оптимистичны в самооценке будущего материального положения и бизнес-достижений, положительно оценивают текущую динамику своего финансового состояния (рис. 2).

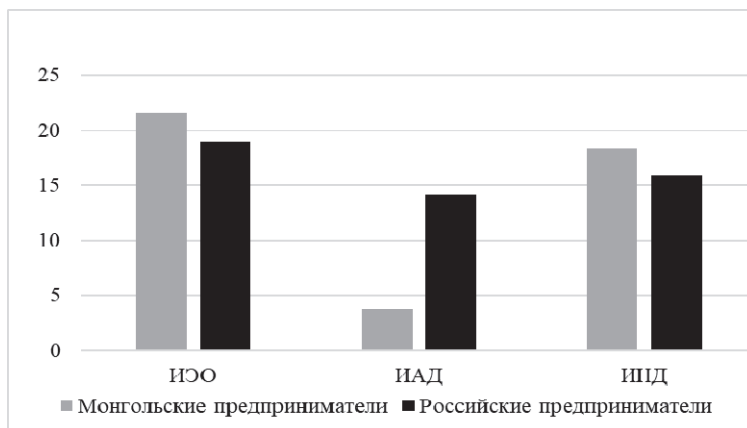


Рис. 2. Субъективное экономическое благополучие (средние значения)

Средние значения ИЭО – «индекс экономического оптимизма и уверенности» у респондентов монгольской национальности –  $M_m = 21,6$ ,  $p = 0,002$ ; у российских –  $M_p = 18,9$ ,  $p = 0,002$ . Вероятно, это связано с тем, что монголы все же реально ощущают поддержку государства при осуществлении предпринимательской деятельности, поэтому находят ее достаточно привлекательной. Монгольские предприниматели считают, что, осуществляя собственный бизнес, они имеют все шансы повысить материальный уровень жизни, даже учитывая ухудшение экономической ситуации в стране и не прилагая максимальных усилий. Более половины опрошенных предпринимателей г. Иркутска думают, что в ближайшем будущем их материальный уровень скорее снизится, чем возрастет, а также многие отмечают то, что текущие экономические условия в стране частично благоприятны для ведения бизнеса, а частично нет.

В то же время показатели ИАД – «индекс субъективной адекватности дохода запросам и потребностям личности» у монголов значительно ниже ( $M_m = 3,8$ ;  $p = 0,000$ ) в сравнении с российскими предпринимателями ( $M_p = 14,1$ ;  $p = 0,000$ ), следовательно, они считают, что их доходы не позволяют в полном объеме удовлетворять как материальные потребности семьи, так и возможности самореализации, независимости, свободы. ИНД – «индекс финансовой депривированности», отражающий степень недостатка финансовых средств у респондентов монгольской национальности выше: у монголов –  $M_m = 18,9$ ;  $p = 0,001$ ; а у русских –  $M_p = 15,9$ ;  $p = 0,001$ . В определенной степени это может быть связано с повышением уровня запросов, ожиданий и непосредственно со снижением уровня экономического развития в период пандемии, кроме того, малый бизнес не приносит огромных доходов.

Оценка привлекательности предпринимательской деятельности находится в диапазоне высоких значений, достоверных различий между группами респондентов по двум показателям («желание заниматься предпринимательством» и самооценка готовности к предпринимательской деятельности») не выявлено, тогда как по «прогностической оценке эффективности предпринимательской деятельности» наблюдаются значимые различия ( $M_m = 6,14$ ;  $M_p = 5,14$ ;  $p = 0,039$ ), т. е. предприниматели из Улан-Батора несколько выше оценивают свою готовность и возможную результативность экономической деятельности.

Таблица 1

Привлекательность предпринимательской деятельности

Наименование шкалы	Монгольские предприниматели	Российские предприниматели
«Желание заниматься предпринимательством»	5,85	5,55
«Самооценка готовности к предпринимательской деятельности»	6,23	5,50
«Прогностическая оценка эффективности предпринимательской деятельности»	6,14	5,14

Монгольские предприниматели демонстрируют готовность к конкурентной борьбе на уровне чуть выше среднего, но достоверно несколько ниже, чем российские бизнесмены, соответственно ( $M_m = 90,72$ ;  $M_p = 97,15$ ;  $p = 0,029$ ), принимают необходимость конкуренции, но менее склонны предаваться фантазиям относительно будущих перспектив и более ориентированы на сотрудничество.

Степень реального экономического риска в настоящее время предпринимателями-монголами оценивается скорее как умеренно средняя ( $M_m = 4,15$  из максимальных 7 баллов), особых угроз в ведении бизнеса они не видят, российские предприниматели воспринимают уровень риска несколько выше ( $M_p = 4,75$ ), но значимых различий в оценке уровня риска между монгольскими и русскими предпринимателями не наблюдается.

В табл. 2 приведены результаты преобладающих монетарных установок у предпринимателей. И русские, и монгольские предприниматели умеренно позитивно относятся к деньгам, способность рационального управления денежными потоками оценивают средне, хотя предпринимательская деятельность обязывает научиться эффективному финансовому управлению, ориентированы на экономию денежных средств, значимых различий по этим двум шкалам между исследуемыми группами респондентов не выявлено.

Значимые различия зафиксированы по остальным трем шкалам, что позволяет говорить о том, что монгольские предприниматели в меньшей степени, по сравнению с русскими, склонны испытывать сильную тревогу, эмоциональное напряжение из-за денег и менее склонны тратить деньги по настроению для развлечения.

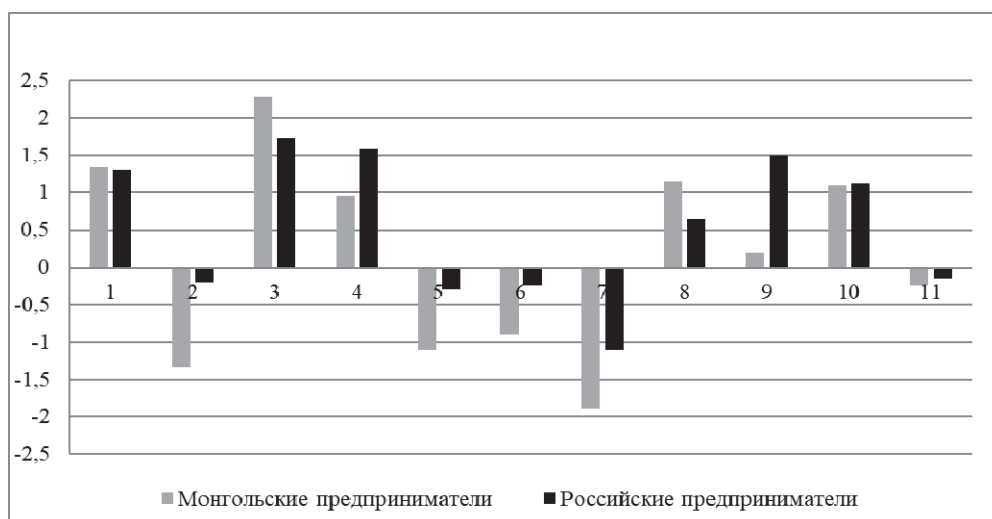
Рассмотрим экономическое поведение предпринимателей в контексте выбора предпочтительных сценариев его реализации в деятельности (рис. 3).



Таблица 2

## Отношение к деньгам предпринимателей

Шкалы	Наименование шкалы	Средние значения		Уровень значимости
		Монголы	Россияне	
1	«Позитивное и рациональное отношение к деньгам. Искусство управлять деньгами» (max 70)	45,904	46,696	0,942
2	«Фиксация на деньгах. Мотив экономии» (max 49)	30,428	28,629	0,152
3	«Тревожность из-за денег. Мотив финансовой безопасности» (max 77)	30,38	36,775	0,042
4	«Негативные эмоции по отношению к деньгам. Напряжение из-за денег» (max 63)	19,904	26,337	0,001
5	«Терапевтическая функция денег, деньги как удовольствие или лекарство» (max 56)	28,904	32,191	0,048



Условные обозначения: 1 – экономический патернализм (покровительство) – экономическая самостоятельность; 2 – экономия времени – экономия денег; 3 – кратковременная ориентация – долгосрочная перспектива; 4 – расточительность – экономность; 5 – экономический интерес – экономическая индифферентность; 6 – приоритет прибыли – приоритет закона; 7 – экономическая активность – экономическая пассивность; 8 – приемлемость кредитов – неприемлемость кредитов; 9 – распределение финансового вознаграждения по равенству – распределение финансового вознаграждения по справедливости; 10 – подверженность импульсивным покупкам – неподверженность импульсивным покупкам; 11 – приоритет размера вознаграждения – приоритет творчества.

Рис. 3. Сценарии экономического поведения предпринимателей

У предпринимателей и российских, и монгольских скорее проявляется ориентация на независимость и самостоятельность в ведении бизнеса, установки на будущие достижения и экономическую активность, они стремятся к рациональному потребительскому поведению, с опаской относятся к кредитам. На уровне тенденции монгольские бизнесмены в большей степени ориентированы на экономию времени, точнее, на экономический интерес и приоритет прибыли, стремление к экономической активности.

Значимые различия выявлены по шкале «Распределение финансового вознаграждения по равенству – распределение финансового вознаграждения по справедливости» ( $M_m = 0,2$ ,  $M_p = 1,5$ ,  $p = 0,031$ ), таким образом, респонденты монгольской национальности чаще считают, что вознаграждение необходимо распределять по равенству, чтобы избежать напряженных ситуаций. В то время как русские предприниматели пытаются соблюдать баланс между экономией времени и денег, лавировать между стремлением к прибыли и не нарушать правовое поле, опасаются проявлять экономическую заинтересованность в сложившихся условиях неопределенности, занимают выжидательную позицию, однозначно отдают приоритет вознаграждению по справедливости.

В контексте временной перспективы монгольские бизнесмены наиболее высокую активность проявляют в настоящем ( $M_m = 6,14$ ), затем ориентированы на активность в будущем ( $M_m = 4$ ) и низкий уровень в прошлом ( $M_m = 2,5$ ). Российские предприниматели сохраняют примерно одинаковый уровень активности во всех временных перспективах, с тенденцией снижения от прошлого ( $M_p = 4,6$ ) к настоящему ( $M_p = 4,47$ ) и будущему ( $M_p = 4,11$ ), наши предыдущие исследования также показывали слабую выраженность установок на будущее у иркутских предпринимателей.

### **Выводы**

Авторами проведен кросскультурный сравнительный анализ характеристик экономического самоопределения предпринимателей, выделены ведущие факторы, по которым зафиксированы достоверные различия между монгольскими и российскими предпринимателями: 1) *экономическая субъектность* монгольских предпринимателей проявляется в вере в удачу, везение, они в большей степени, по сравнению с российскими предпринимателями, полагаются на государственную поддержку; 2) *субъективное экономическое благополучие*: монголы достоверно более оптимистичны в самооценке будущего материального положения и бизнес-достижений, а россияне не рассчитывают на повышение материального уровня, так как текущие экономические условия в стране не совсем благоприятны для ведения бизнеса; 3) *привлекательность предпринимательской деятельности*: предприниматели из Улан-Батора оценивают выше свою готовность и возможную результативность экономической деятельности; 4) *отношение к деньгам*: и российские, и монгольские предприниматели проявляют стремление к экономии средств, монгольские предприниматели значительно реже переживают негативные эмоции из-за денег; 5) *сценарии экономического поведения* у обеих групп респондентов реализуются через ориентацию на экономическую самостоятельность, долговременную перспективу и экономическую активность, рациональное потребительское поведение. Однако для монгольских предпринимателей желательно вознаграждение распределять по равенству, а для российских – приоритетно вознаграждение по справедливости. Во временной перспективе монгольские предприниматели наибольшую активность готовы проявлять в настоящем и ориентируются на активность в будущем, тогда как российские предприниматели сохраняют примерно одинаковый уровень активности во всех временных перспективах.

### Список литературы

Бор А. О национальных особенностях культуры управления в Монголии // Вестник НГУЭУ. 2012. № 3. С. 270–275.

Даваасурэн А. Проблемы предпринимательства в Монголии // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2011. № 12. С. 274–277.

Даваасурэн А. Становление предпринимательства в Монголии. Иркутск : Изд-во БГУ-ЭП, 2013. 219 с.

Даваасурэн А. Зарождение и специфические особенности предпринимательства в Монголии // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) : электрон. журн. 2011. № 1 (75). <http://izvestia.bgu.ru/reader/article.aspx?id=8401> (дата обращения: 21.08.2023).

Ладзина Н. А., Назырова Л. С. Влияние национально-психологических особенностей на экономическое сознание казахстанских предпринимателей // Социальная и экономическая психология. Ч. 1. Состояние и перспективы исследований : сб. науч. тр. М. : Ин-т психологии РАН, 2018. С. 390–401.

Мунгалов В. Н. Содержание и структура ментального пространства сибиряков (на примере русских, бурят и евреев) // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 8. С. 138–141.

Одинец С. А. Детерминанты возникновения и существования русофобии в сознании японцев // Сибирский психологический журнал. 2005. № 21. С. 54–59.

Позняков В. П. Самоопределение российских предпринимателей: ценностные и смысло-жизненные ориентации : монография. М. : Ин-т психологии РАН, 2023. 286 с.

Карнышев А. Д., Помуран Н. Н. Этнопсихология старообрядчества : монография. Иркутск : Изд-во БГУЭП, 2004. 167 с.

Санина Л. В. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России и Монголии: сравнительный анализ // Россия и Монголия: история, дипломатия, экономика, наука. Т. 6. Иркутск : БГУ, 2016. С. 253–262.

Семенова О. Ф. Этнокультурные особенности восприятия российского предпринимателя в качестве будущего делового партнера // Сибирский психологический журнал. 2013. № 48. С. 111–117.

Хащенко Т. Г. Психолого-педагогическая концепция формирования предпринимательской направленности личности в процессе профессионализации : дис. ... д-ра психол. наук. М., 2017. 430 с.

Экономическое самоопределение предпринимателя / Т. А. Терехова [и др.]. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2021. 419 с.

Golik M., Teder J. Ethnic Minorities and Entrepreneurship in Estonia // 14th Nordic Conference on Small Business Research. Stockholm 2006. URL: [https://www.researchgate.net/profile/Juhan\\_Teder/publication/237684036\\_ethnic\\_minorities\\_and\\_entrepreneurship\\_in\\_estonia/links/02e7e52a04e6825837000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Juhan_Teder/publication/237684036_ethnic_minorities_and_entrepreneurship_in_estonia/links/02e7e52a04e6825837000000.pdf) (date of access: 01.09.2023).

Sherali O. Study of ethnopsychological basis of personal characteristics in perception of advertising // Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities. 2021. Vol. 11, N 10. P. 129–134.

### References

Bor A. O natsionalnykh osobennostyakh kultury upravleniya v Mongolii [About the national features of the management culture in Mongolia]. *Vestnik NGUEU* [Vestnik NSUEM], 2012, no. 3, pp. 270–275. (in Russian)

Davaasuren A. Problemy predprinimatelstva v Mongolii [Problems of Entrepreneurship in Mongolia]. *Vestnik Irkutskogo gosudarstvennogo tehnikeskogo universiteta* [Proceedings of Irkutsk State Technical University], 2011, no. 12, pp. 274–277. (in Russian)

Davaasuren A. *Stanovlenie predprinimatelstva v Mongolii* [Rise of entrepreneurship in Mongolia]. Irkutsk, BGUEP Publ., 2013, 219 p. (in Russian)

Davaasuren A. Zarozhdenie i spetsificheskie osobennosti predprinimatelstva v Mongolii [The origin and specific features of entrepreneurship in Mongolia]. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii (Baikal'skii gosudarstvennyi universitet ekonomiki i prava)* [Izvestiya of

Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)], 2011, no. 1 (75). Available at: <http://izvestia.bgu.ru/reader/article.aspx?id=8401> (date of access: 21.08.2023). (in Russian)

Ladzina N.A., Nazyrova L.S. Vliyanie natsionalno-psikhologicheskikh osobennosti na ekonomicheskoe soznanie kazakhstanskikh predprinimatelei [Influence of national psychological characteristics on the economic consciousness of Kazakh entrepreneurs]. *Sotsialnaya i ekonomicheskaya psikhologiya. Vol. 1. Sostoyanie i perspektivy issledovaniya* [The influence of national psychological characteristics on the economic consciousness of Kazakh entrepreneurs. Vol. 1]. Moscow, Institute of Psychology of RAS Publ., 2018, pp. 390–401. (in Russian)

Mungalov V.N. Soderzhanie i struktura mentalnogo prostranstva sibiryakov (na primere russkikh, buryat i evreev) [Content and structure of the mental space of Siberians (on the example of Russians, Buryats and Jews)]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Tomsk State University Journal], 2010, no. 8, pp. 138–141. (in Russian)

Odinets S.A. Determinanty vozniknoveniya i sushchestvovaniya rusofobii v soznanii yaponsev [Determinants of the emergence and existence of Russophobia in the minds of the Japanese]. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal* [Siberian Journal of Psychology], 2005, no. 21, pp. 54–59. (in Russian)

Poznyakov V. P. Samoopredelenie rossiiskikh predprinimatelei: tsennostnyye i smyslozhiznennyye orientatsii [Self-determination of Russian entrepreneurs: value and life-meaning orientations]. Moscow, Institute of Psychology of RAS Publ., 2023, 286 p. (in Russian)

Karnyshev A.D., Pomuran N.N. Etnopsikhologiya staroobryadchestva [Ethnopsychology of the Old Believers]. Irkutsk, BGUEP Publ., 2004, 167 p. (in Russian)

Sanina LV. Problemy razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva v Rossii i Mongolii: sravnitel'nyi analiz [Problems of development of small and average businesses in Russia and Mongolia: comparative analysis]. *Rossiya i Mongoliya: istoriya, diplomatiya, ekonomika, nauka* [Problems of development of small and medium-sized businesses in Russia and Mongolia: comparative analysis]. Vol. 6. Irkutsk, BGUEP Publ., 2016, pp. 253–262. (in Russian)

Semenova O.F. Etnokulturnyye osobennosti vospriyatiya rossiiskogo predprinimatel'ya v kachestve budushchego delovogo partnera [Ethno-cultural features of the perception of a Russian entrepreneur as a future business partner]. *Sibirskii psikhologicheskii zhurnal* [Siberian Journal of Psychology], 2013, no. 48, pp. 111–117. (in Russian)

Khashchenko T.G. Psikhologo-pedagogicheskaya kontseptsiya formirovaniya predprinimatelskoi napravlenosti lichnosti v protsesse professionalizatsii [Psychological and pedagogical concept of the formation of an entrepreneurial orientation of the personality in the process of professionalization]. Dr. sci. diss. Moscow, 2017, 430 p. (in Russian)

Terekhova T.A. et al. Ekonomicheskoe samo-opredelenie predprinimatel'ya [Economic self-determination of an entrepreneur]. Irkutsk, ISU Publ., 2021, 419 p. (in Russian)

Golik M., Teder J. Ethnic Minorities and Entrepreneurship in Estonia // 14th Nordic Conference on Small Business Research. Stockholm 2006. Available at: [https://www.researchgate.net/profile/Juhan\\_Teder/publication/237684036\\_ethnic\\_minorities\\_and\\_entrepreneurship\\_in\\_estonia/links/02e7e52a04e6825837000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Juhan_Teder/publication/237684036_ethnic_minorities_and_entrepreneurship_in_estonia/links/02e7e52a04e6825837000000.pdf) (date of access: 01.08.2023).

Sherali O. Study of ethnopsychological basis of personal characteristics in perception of advertising. *Asian Journal of Research in Social Sciences and Humanities*, 2021, vol. 11, no. 10, pp. 129–134.

#### Сведения об авторах

**Трофимова Елена Леонидовна**  
кандидат психологических наук, доцент,  
кафедра социальной, экстремальной  
и пенитенциарной психологии  
Иркутский государственный университет  
Россия, 664003, г. Иркутск, К. Маркса, 1  
доцент кафедры социологии и психологии  
Байкальский государственный университет

#### Information about authors

**Trofimova Elena Leonidovna**  
Candidate of Sciences (Psychology), Associate  
Professor, Department of Social, Emergency  
and Penitentiary Psychology  
Irkutsk State University  
1, K. Marx st., Irkutsk, 664003,  
Russian Federation  
Associate Professor of the Department

Россия, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11  
e-mail: trofimova-bgy@mail.ru

**Терехова Татьяна Александровна**  
доктор психологических наук, профессор,  
кафедра социальной, экстремальной  
и пенитенциарной психологии  
Иркутский государственный университет  
Россия, 664003, г. Иркутск, К. Маркса, 1  
e-mail: terehovata@mail.ru

**Чаликова-Уханова Мария Васильевна**  
старший преподаватель, кафедра мировой  
экономики и экономической безопасности  
Байкальский государственный университет  
Россия, 664003, г. Иркутск, ул. Ленина, 11  
e-mail: maha-katastrofa@mail.ru

of Sociology and Psychology  
Baikal State University  
11, Lenin st., Irkutsk, 664003,  
Russian Federation  
e-mail: trofimova-bgy@mail.ru

**Terekhova Tatiana Aleksandrovna**  
Doctor of Sciences (Psychology), Professor,  
Department of Social, Emergency  
and Penitentiary Psychology  
Irkutsk State University  
1, K. Marx st., Irkutsk, 664003,  
Russian Federation  
e-mail: terehovata@mail.ru

**Chalikova-Ukhanova Maria Vasilevna**  
Senior Lecturer, Department of World  
Economics and Economic Security  
Baikal State University  
11, Lenin st., Irkutsk, 664003  
Russian Federation  
e-mail: maha-katastrofa@mail.ru

Статья поступила в редакцию **31.08.2023**; одобрена после рецензирования **15.09.2023**; принята к публикации **18.09.2023**  
The article was submitted **August, 31, 2023**; approved after reviewing **September, 15, 2023**; accepted for publication **September, 18, 2023**