

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

На правах рукописи

Ши И

**Молодые предприниматели в социальной структуре современного
китайского общества (сетевой анализ ценностей)**

Научная специальность 5.4.4. Социальная структура, социальные институты
и процессы

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель:
Доктор социологических наук,
Павел Петрович Дерюгин

Санкт-Петербург

2023

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1. Теоретико-методологические основания исследования ценностей молодежного предпринимательства в социальной структуре китайского общества.....	25
1.1. Историко-социологический анализ молодежного предпринимательства как элемента социальной структуры китайского общества.....	26
1.2. Социологический портрет молодых предпринимателей Китая....	44
1.3. Университеты Китая как акторы ценностей молодежного предпринимательства.....	74
Выводы по Главе 1	92
Глава 2. Эмпирическое социологическое исследование ценностей молодых китайских предпринимателей - сравнительный сетевой анализ	96
2.1. Замысел эмпирического исследования и концептуальные принципы его проведения	97
2.2. Сравнительный сетевой анализ терминальных и инструментальных ценностей молодых российских и китайских предпринимателей	109
2.3. Ценность рыночных качеств в сети ценностей молодых китайских предпринимателей.....	127
Выводы по главе 2.....	151
Заключение	154
Список литературы	158
Приложение 1	176
Приложение 2	177
Приложение 3	178
Приложение 4	179
Приложение 5	180
Приложение 6	191

Приложение 7	197
Приложение 8	202

Введение

По оценкам экспертного сообщества международных организаций, молодежное предпринимательство в социальной структуре китайского общества занимает важное место и признается как развитое на высоком уровне. Так в 2019 году Международный банк HSBC провел глобальное исследование предпринимателей и выяснил, что Китай демонстрирует один из самых высоких показателей по доле молодых бизнесменов. Китайские миллениалы — молодые люди, родившиеся в период с 1985 по 2000 год, составляют 45% всех предпринимателей Китая, это ощутимо больше среднемирового показателя, который составляет около 30%. Более того, молодые бизнесмены, проживающие в китайских городах, зарабатывают значительно больше, чем где-либо еще в мире (например, в Гонконге показатель равен \$6,5 млн). Молодые предприниматели Китая решают важную задачу сокращения безработицы среди молодежи. Так, молодые предприниматели из Гонконга нанимают на 22 работника больше, чем в среднем по миру¹. Таким образом молодежное предпринимательство в Китае активно формирует основания новой социальной структуры, а само молодёжное предпринимательство рассматривается как локомотив строительства нового Китая. Тем более это важно в настоящий период, в период, когда после пандемии опора на внутренние силы Китая становится актуальным лозунгом для китайского населения.

Прикладные проблемы

Наряду с этим в условиях нарушенных мирохозяйственных связей по причинам пандемии, китайскому обществу предстоит активизировать выработку новых подходов к социальной поддержке молодежного предпринимательства, в частности, через более активное использования социальных сетей. Молодежное предпринимательство определяется важной движущей силой превращения

¹ Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2021 г.) <http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf> (Дата обращения - 06.07.2022)

кризисов в возможности, изменения рыночной экологии и содействия экономическому восстановлению. В последние годы строительство новой инфраструктуры, такой как сети 5G и центры обработки данных, стало новой точкой экономического роста, куда направляется молодежь.² Развитие цифровых технологий нового поколения стерло временные и пространственные границы деловой активности, изменяет организационную структуру предприятий в эпоху индустриальной экономики, взяв за основу эффективность³, что способствовало появлению и расширению предпринимательских возможностей молодежи⁴. 15 октября 2020 года премьер-министр Китая Ли Кэцян в своем выступлении на Национальной неделе деятельности «Массовое предпринимательство и инновации» заявил - "Если энтузиазм к предпринимательству под рукой, инновации и жизненная сила могут быть достигнуты с помощью сенсорного экрана, предпринимательство и инновации являются основой и ключом к победе страны в будущем."⁵ На 50-м Шанхайском молодежном форуме инноваций и предпринимательства, Ли Даокуи, экономист и декан Китайского института экономической мысли и практики Университета Цинхуа, выступил с программной речью на тему «Инновации и предпринимательство в постэпидемическую эпоху» через видеосвязь. Он считает, что эпидемия ускорила международный характер и темпы развития Китая, а также предоставила молодым людям возможность начать свой собственный бизнес и внедрять инновации.⁶ В частности, приостановка

2 Чжао Дунхуэй, Сунь Синьбо, Цянь Ю, Чжан Дапэн. Возникновение предпринимательства в эпоху цифровых технологий - исследование, основанное на множестве примеров. Развитие человеческих ресурсов в Китае 2021 г., том 38, номер 7, с.92

3 Ло Вэньхао. (2020). Реформа управления человеческими ресурсами в цифровой трансформации. Развитие человеческих ресурсов Китая

4 Аутио, Э., Намбисан, С., Томас, Л. Д. У., и Райт, М. (2018). Цифровые аффордансы, пространственные возможности и генезис предпринимательских экосистем. Журнал «Стратегическое предпринимательство».

5 Подробный отчет - Ли Кэцян посетил Национальную неделю массового предпринимательства и инноваций и выступил с важной речью - Содействовать всестороннему развитию массового предпринимательства и инноваций и продолжать повышать устойчивость и внутреннюю мотивацию экономического развития Китайская наука и технологическая промышленность, 2020 (11) - 7. 综合报道: 李克强出席全国大众创业万众创新活动周并发表重要讲话—推动大众创业万众创新向纵深发展 持续增强经济发展韧性和内生动力. 中国科技产业, 2020 (11) : 7.

6 Чжан Юэ. После вспышки у экономистов такие ожидания от молодых предпринимателей в Шанха. Газета «Вэньхуэй» 2020-04-25 <https://www.163.com/dy/article/FB2CSV0005506BEH.html>.

развития инициативы в международных форматах Пояса и Пути побуждает к активному развитию предпринимательства внутри Китая, что в большинстве своем оценивается как дополнительный (важный) способ преодоления внутренних региональных диспропорций, преимущественно за счет развития Синьцзян-Уйгурского автономного района, автономного района Внутренняя Монголия, провинции Ганьсу. В значительной степени в решении стратегических задач ставка делается на молодое поколение китайцев, на их инициативу и предпринимательскую активность.

Во-вторых, как уже было сказано ранее, тяжелая ситуация на рынке труда и частая безработица среди китайской молодежи, предполагает рассмотрение молодежного предпринимательства как фактора выживания значительной части не только сельской молодежи и молодежи провинций, но и молодежи проживающей в городах.

К ряду других проблем молодежного предпринимательства в Китае можно отнести:

- известную пассивность и отсутствие мотивации к предпринимательству даже у той части молодых людей, которая готовится к деятельности в экономической сфере, т.е. студентов экономических и других профильных вузов;

- определенные ограничения молодежного предпринимательства как социального лифта из-за существующих нормативных и законодательных барьеров в китайском законодательстве, недостаточного внимания со стороны общества;

- сужение спектра направлений деятельности молодых китайских предпринимателей, которые преимущественно ограничиваются сферами малого бизнеса, сферой услуг и торговли.

Очевидно, что показанные и другие проблемные вопросы молодежного предпринимательства в Китае не позволяют в полной мере реализовать предпринимательский потенциал и получать эффективную отдачу в социальном

占悦, 疫情发生后, 经济学家对上海青年创业者有这样的期待。文汇报, 2020-04-25。(Дата обращения - 01.11.2021)

строительстве. В значительной степени эти препятствия и барьеры складываются из-за специфических ценностей и ценностных ориентаций молодых предпринимателей.

Круг научных проблем, решение которых составляет интерес к теоретическому дискурсу и обзору проблем молодежного предпринимательства в Китае, представлен широким спектром проблем, которые интересны для научного исследования.

Прежде всего следует сказать, что виной тому может быть некоторая морально-этическая закрытость населения Китая, особенно того уровня проблем, которые характерны для молодежной среды. Здесь следует сказать о том, что ценностями молодежи как научной проблемой в китайской социологии стала заниматься только в последнее время, когда роль и место молодежи стали оценивать как важные.

Далее, малоизученными остаются вопросы, связанные с освещением ценностей молодежного предпринимательства. Наряду с этим социологам хорошо понятно, что соединительным мостом между прошлым (историей) и будущим (перспективой) любого общества выступают ценности, - ценности и ценностные ориентации людей, на основе которых формируется вся социальная структура. Как отмечал французский социолог Гюстав Лебон, управляют людьми идеи, чувства, нравы, то, что мы носим в себе. Учреждения и законы являются лишь отражением нашей души, выражением наших нужд, поэтому-то они и не могут изменить душу народов, так как сами из нее происходят.

В-третьих, очевидна повышающаяся роль молодежного предпринимательства в исторической перспективе Китая. В постиндустриальном информационном обществе молодежь начинает занимать определенные места, которые сопряжены с ее особыми знаниями и навыками в цифровых технологиях. В этом отношении ценности и ценностные ориентации молодых предпринимателей в значительной степени могут оказывать свое прогрессивное значение на весь ход социального развития китайского общества.

В-четвертых, для китайской социологии актуальным становится вопрос

разработки новых технологий и методик диагностики ценностей, поскольку эмпирическая социология и прикладные исследования в Китае остаются актуальной темой относительно изучения многих сфер деятельности, включая предпринимательство. Изучение ценностей и ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей в российской социологии может получить дополнительную возможность благодаря накопленному опыту таких исследований российскими исследователями. Тема настоящей диссертации соответствует паспорту специальности 5.4.4. «Социальная структура, социальные институты и процессы». В пункте 11 настоящего паспорта говорится о важности изучения различных стратегий адаптации социальных групп общества к складывающимся трансформациям и новым социальным условиям. Молодежное предпринимательство в Китае рассматривается в качестве важной стратегии адаптации. Далее, в пункте 30 рассматриваются возможности молодежи найти себя на рынке труда в условиях рыночного общества. Предпринимательство молодых людей понимается как существенная возможность найти работу на рынке труда. Наконец, ценностные ориентации отдельных личностей и специфических социальных групп, модели их поведения для настоящего направления социологии выступают одним из значимых объектов исследования.

Степень разработанности темы. Исследование ценностей и ценностных ориентаций составляют одно из важных направлений социологической науки. Важные идеи принципы социологического исследования ценностей молодых китайских предпринимателей высказаны в работах О. Конта, Г. Спенсера, Э. Дюркгейма, М. Вебера, К. Маркса и других. В работах классиков социологии сформулированы основополагающие подходы в понимании ценностей и их роли в различных сферах жизни и деятельности людей. Важные позиции в понимании ценностей молодых китайских предпринимателей высказаны У. Томасом и Ф. Знанецким⁷, которые показывают их как проявления личностных установок. Различные актуальные грани ценностей сформулированы

⁷ Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки (1918) // Американская социологическая мысль - тексты / Под ред. В.И. Добренькова. – М. - Изд. МГУ, 1994. - 343 с.

выдающимися социологами Ф. Адлером⁸, Г. Беккером⁹, П. Блау¹⁰, Г. Блумером¹¹, П. Бурдьё¹², К. Клакхоном¹³, Н. Луманом¹⁴, Р. Мертоном¹⁵, Дж. Мидом¹⁶, Т. Парсонсом¹⁷, М. Рокичем¹⁸, Н. Смелзером¹⁹, П. Сорокиным²⁰, Ю. Хабермасом, Дж. Хомансом²¹, А. Шюцем²², П. Штомпкой²³, А. Этциони²⁴ и многими другими. Исследование опирается на положения и выводы современных российских социологов В. П. Тугаринова²⁵, Р. П. Шпаковой²⁶, В. О. Василенко²⁷, М. С. Кагана²⁸, В. П. Бранского²⁹, А. Г. Здравомыслова³⁰, Б. А. Старостина³¹, В. И.

8 Adler F. The value concepts in sociology // American j. of Sociology. 1956. 62. № 3. P. 272 - 279.

9 Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория. 1961. - 859 с.

10 Блау П. М. Различные точки зрения на социальную структуру и их общий знаменатель // Американская социологическая мысль - тексты / Под ред. В.И. Добренькова, 1994.

11 Blumer H. Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus // Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek, 1973. Bd. 1.

12 Бурдьё П. Социология социального пространства / Н. А. Шматко. СПб. - Алетейя, 2007. - 288 с.

13 Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Actions. In - Parsons T. and Shils E. Toward General Theory of Action. Cambridge, Mass. - Harvard University Press, 1951. p. 395.

14 Феофанов К. А. Никлас Луман и функционалистская идея ценностно-нормативной интеграции - конец вековой дискуссии // Социс. 1997. № 3. С. 48 – 59.

15 Мертон Р. Социальная теория и социальная структура // Социологические исследования. – 1992. №2. С. 118 -121.

16 Мид Дж. Социальное сознание и сознание смысла / Пер. с англ. Р.Э. Бараш // Эпистемология и Философия науки. 2013. Т. XXXV. № 1. Институт философии РАН, 2013. С. 219 – 227.

17 Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева; Под ред. М.С. Ковалевой. Аспект Пресс, 1998. – 270 с.

18 Rokeach M. The Nature of Human Values. N-Y, 1973. p. 293

19 Смелзер Н. Социология / Пер. с англ. – М. - Феникс, 1994. – 688 с.

20 Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов - пер. с англ. – М. - Политиздат, 1992. – 543 с.

21 Homans G. K. Social Behavior its Elementary Forms. N.Y., 1961.

22 Шюц А. Формирование понятия и теории в общественных науках. В кн. - Американская социологическая мысль. МГУ, 1994. 485 с.

23 Штомпка П. Социология социальных изменений / Под ред. В. Я. Ядова - пер. с англ. Аспект Пресс, 1996. – 416 с.

24 Etzioni A. Les Organisations modernes. Gemblux, 1971.

25 Тугаринов В.П. Избранные философские труды. Изд-во Ленинградского ун-та, 1988. 344 с.

26 Шпакова Р. П. Завтра было вчера // Социологическое обозрение. 2003 Т. 3. С. 84 – 89.

27 Василенко В. А. Ценность и оценка - Автореф. дис.канд. филос. наук / АН УССР. Киев. - 1964. 21 с.

28 Каган М. С. Человеческая деятельность (Опыт системного анализа). Политиздат, 1974. 328 с.

29 Бранский В. П. Философский анализ проблемы ценностей. URL - <http://www.studfiles.ru/preview/3065311> (дата обращения 27.02.2020)

30 Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М. - Политиздат, 1986. – 223 с.

31 Старостин Б. А. Ценности и ценностный мир. – М. - Компания Спутник+, 2002. – 154 с.

Староверова³², В. А. Ядова³³, А. О. Бороноева³⁴, П. И. Смирнова³⁵ и др.

Важную роль для нашего исследования сыграли разработки специфики и содержания ценностей молодых предпринимателей, которые вытекают из анализа молодежи как особой социальной группы. В настоящем исследовании использованы идеи и положения, разработанные И. С. Коном³⁶, В. Т. Лисовским³⁷, С. Н. Иконниковой³⁸, И. М. Ильинским, А. И. Ковалевой, В. А. Луковым³⁹, А. А. Козловым⁴⁰, Douglas E., Prentice C.⁴¹, Kibler E.⁴², и др., показывающие важную роль молодежи в развитии современного общества. Специфика и особенности молодежи как активизирующейся созидательной силы китайского общества в середине и конце прошлого столетия изучены в трудах К. Манхейма⁴³, Эйзенштадта Ш. Н.⁴⁴, Л.В. Кулаковой⁴⁵, Лукова В.А.⁴⁶, Nechavarría D., Bullough A., Brush C.⁴⁷, работы в

32 Староверов В. В. Социальные проблемы молодежного малого предпринимательства. – М. - РИЦ ИСПИ РАН, 2004. – 138 с.

33 Ядов В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. – СПб. - Интерсоцис, 2009. – 138 с.

34 Бороноев А. О., Смирнов П. И. Россия и русские - Характер народа и судьбы страны. – СПб. - Изд-во «Санкт-Петербургская панорама», 2001. – 192 с.

35 Смирнов П. И. Ценность - стимул деятельности и одно из основных понятий социологии // Теоретический журнал «Credonew». – 2011. – №1 (65). – С. 139 – 157.

36 Кон И. С. Молодежь // Большая советская энциклопедия. – М. - 3-е изд. – 1986. – Т. 16. – 478 с.

37 Лисовский В. Т. Социология молодежи // Социологический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. / Науч. ред. Г.Н. Соколова, И.Я. Писаренко. – Мн. - Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 1991. – С. 407 – 410.

38 Иконникова С. Н. Молодежь - социологический и социально-психологический анализ. – Л. - Изд-во Ленинград. ун-та, 1974. – С. 53.

39 Ковалева А. И., Луков В. А. Социология молодежи - теоретические вопросы. – М. - Социум, 1999. – 351 с.

40 Козлов А. А. Две парадигмы в восприятии современной молодежи // Молодежная Галактика. – 2017.

41 Douglas E, Prentice C. Innovation and profit motivations for social entrepreneurship - A fuzzy-set analysis. Journal of Business Research, 2019, 99 - 69-79.

42 Kibler E., Wincent J., Kautonen T., et al. Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being? [J]. Journal of Business Venturing, 2019, 34 (4) - 608-624

43 Манхейм К. Проблемы молодежи // Диагноз нашего времени. М., 1994 С. 44-48

44 Эйзенштадт Ш. Н. Революция и преобразование обществ - Сравнительное изучение цивилизаций. — М. - Аспект-Пресс, 1999 357 с.

45 Кулакова Л.В. Роль молодежи в политической жизни общества // Научный журнал «Студенческий форум» № 17, 2017 С. 98-103

46 Луков В. А. Теории молодежи - Междисциплинарный анализ. М. - Канон + РООИ «Реабилитация», 2012 528 с.

47 Nechavarría D, Bullough A, Brush C, et al. High-growth women's entrepreneurship - Fueling social

которых акцентируется внимание на росте активности китайской молодежи в последнее время.

В трудах Н. Н. Зарубиной⁴⁸, Т. И. Заславской⁴⁹, Р. В. Рывкиной⁵⁰, М. Вебера⁵¹, Й. Шумпетера⁵², В. Зомбарта⁵³, М. Шелера⁵⁴, Э. Шпрангера, В. И. Бакштановского, Ю. В. Согомонова⁵⁵, Н. А. Макашовой⁵⁶, П. Н. Шихирева⁵⁷, В. В. Радаева⁵⁸, Г. К. Гинса⁵⁹, О. В. Крыштановской⁶⁰, А. Е. Куделина⁶¹, Simmons, S. A.⁶², Alon H., Niv A.⁶³ и др. исследованы принципы и подходы к пониманию предпринимательства как созидательной силы рыночного общества. Эти положения

and economic development [J]. Journal of Small Business Management, 2019, 57 (1) - 5-13.

48 Зарубина Н. Н. Социокультурные факторы хозяйственного развития - М. Вебер и современные теории модернизации. – СПб. - Изд-во РГХИ, 1998. – 288 с.

49 Заславская Т. И. Трансформация российского общества как предмет мониторинга // Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения. – 1993. – № 2. – С. 6 – 7.

50 Рывкина Р. В. [Влияние новой правящей элиты на ход и результаты экономических реформ](#) // Социологические исследования. – 1995. – № 11. – С. 35 – 43.

51 Вебер М. Избранные произведения / пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайдено. – М. - Прогресс, 1990. - 808 с.

52 Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М. - Директмедиа Паблишинг, 2008. – 400 с.

53 Зомбарт В. Буржуа - Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / Пер. с нем.; изд. и подготов. Ю.Н. Давыдов, В.В. Сапов. – М. - Наука, 1994. URL - http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/01.php (дата обращения 12.07.2019)

54 Марков Б. В. Ценности и бытие в философской антропологии Макса Шелера. URL - <http://anthropology.ru/ru/text/markov-bv/cennosti-i-bytie-v-filosofskoy-antropologii-maksa-shelera> (дата обращения - 24.05.2019).

55 Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Этика профессии - миссия, кодекс, поступок / Монография. – Тюмень. - НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2005. – 378 с.

56 Макашова Н. Этика и экономическая теория // Общественные науки и современность. –1992 – № 3. – С. 12 – 26.

57 Шихирев П. Н. От столкновения деловых культур к становлению их общей основы. Вступительная статья // Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Пер. с англ. 2-е изд. – М. - Дело, 2001. – 448 с.

58 Радаев В. В. Экономическая социология - учебник для вузов / В. В. Радаев; Гос. ун-т - Высшая школа экономики. – М. - Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 603 с.

59 Гинс Г. К. Предприниматель. – М. - Посев, 1992. – 224 с.

60 Крыштановская О. В. Нелегальные структуры в России // Социологические исследования. – 1995. – № 8. – С. 94 – 106.

61 Куделин А. Е. Предпринимательство как общеисторическое творчество общества - Автореф. дис. доктора филос. наук / Н. Новгород, 2006. – 56 с.

62 Simmons, S. A., Wiklund, J., Levie, J., Bradley, S. W., Sunny, S. A. (2019). Gender gaps and reentry into entrepreneurial ecosystems after business failure. Small Business Economics, 53 (2), 517-531.

63 Alon H., Niv A. Implementing continuous adaptation to technology innovation in complex adaptive organizations [J] .Journal of High Technology Management Research , 2018 , 29 (1) - 33-50.

применены для изучения ценностей молодых китайских предпринимателей и их роли в созидательной деятельности. Для анализа молодежного предпринимательства в Китае использованы подходы, важные для понимания особенностей управления современными предпринимательскими организациями, которые освещены в работах Д. М. Гвишиани⁶⁴, А. И. Кравченко⁶⁵, Ю. Д. Красовского⁶⁶, Е. Ф. Молевича⁶⁷, О. И. Шкаратана⁶⁸, П. Ф. Друкера⁶⁹, Ю. М. Беспаловой, В. А. Кондакова⁷⁰, М. Б. Брянцева, М. С. Кагана⁷¹, О. Г. Леонова⁷², О. В. Токаренко⁷³, Del Giudice, M.⁷⁴, Kretschmer, T., Khashabi, P.⁷⁵, Smith, P., Beretta, M.⁷⁶, Geiger M.⁷⁷, Nikiforou A. I.⁷⁸ и др. Активность молодежи в китайском обществе во второй половине прошлого века возросла и эти тенденции освещены

64 Гвишиани Д. М. Организация и управление - Изд. 2-е доп. – М. - Наука, 1972. – 536 с.

65 Кравченко А. И., Тюрина И. О. Социология управления - фундаментальный курс - Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 2-е изд., испр. и доп. – М. - Академический Проект, 2005. – 1156 с.

66 Красовский Ю. Д. Организационное поведение. 4-е изд., ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 487 с.

67 Молевич Е. Ф. К вопросу о структуре современного социологического знания // Социологические исследования. – 1997. – № 6. – С. 3 – 9.

68 Шкаратан О. И. [Этакратизм и российская социетальная система](#) // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – С. 49 – 62.

69 Drucker P. F. Concept of corporation. N-Y, 1946. – 329 p.

70 Беспалова Ю. М., Кондаков В. А. Прекариат в современной России - опасность ресентимента // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. Тюмень. - Изд-во Тюмен. индустр. ун-та, 2016. – № 2. – С. 6 – 11.

71 Каган М. С. Человеческая деятельность (Опыт системного анализа). Политиздат, 1974. 328 с.

72 Леонова О. Г. Глобальная регионализация как феномен развития глобального мира // Век глобализации. Волгоград. - Изд-во Учитель, 2013. – № 1. – С. 59 – 66.

73 Токаренко О. В. Теоретико-методологические подходы к анализу ценностных ориентаций и предпринимательского поведения. Мир России. – 1998. – № 3. – С. 138.

74 Del Giudice, M., Scuotto, V., Papa, A., Tarba, S. Y., Bresciani, S., & Warkentin, M. (2021). A self-tuning model for smart manufacturing SMEs - Effects on digital innovation. Journal of Product Innovation Management, 38 (1), 68-89.

75 Kretschmer, T., & Khashabi, P. (2020). Digital transformation and organization design - An integrated approach. California Management Review, 62 (4), 86-104.

76 Smith, P., & Beretta, M. (2021). The Gordian knot of practicing digital transformation - Coping with emergent paradoxes in ambidextrous organizing structures. Journal of Product Innovation Management, 38 (1), 166-191.

77 Geiger M. A meta-analysis of the gender gap (s) in venture funding - Funder- and entrepreneur-driven perspectives [J]. Journal of Business Venturing Insights, 2020, 13 - e00167

78 Nikiforou A I, Lioukas S, Voudouris I. Network Structure and Firm-level Entrepreneurial Behavior - The Role of Market and Technological Knowledge Networks[J]. Journal of Business Research, 2020, 106(1):129-138.

в трудах Гарушянца Ю.М.⁷⁹, а так же статья Картуновой А.С.⁸⁰, Галенович Ю. М.⁸¹, Бем К.Ю.⁸², Воскресенский А. Д.⁸³, Делюсин Л.П.⁸⁴, Видаль Ж.Э.⁸⁵, Усов В.Н.⁸⁶, Асланов Р. М.⁸⁷, Тихвинский, С.Л.⁸⁸, Гельбрас В.Г.⁸⁹.

В современных условиях о роли и месте китайской молодежи рассказывается в статьях Кордубаева М.К.⁹⁰, Андросенко М.Э.⁹¹, Ильинова Н.А.⁹², Ли Пэйлинь⁹³, Ван Яна.⁹⁴ Значительный вклад в освещение роли молодежи в развитии предпринимательской деятельности внесла работа под редакцией М.К. Горшкова⁹⁵, где осуществлен сравнительный анализ особенностей российских и

79 Гарушянц Ю.М. Движение 4 мая 1919 года в Китае. 1959 48 с.

80 Картунова А. С. К 90-й годовщине «движения 4 мая» Проблемы Дальнего Востока.4, 2009, с. 41.

81 Галенович Ю.М. «Культурная революция» в КНР что же это такое было? // Заметки китаевода. - М. - Муравей, 2002 С. 261-272

82 Бем К.Ю. К вопросу о перспективах молодежного движения в Китае. // Общество и государство в Китае - XXXII научная конференция / Ин-т востоковедения; Сост. и отв. ред. Н.П. Свистунова. – М. - Вост. лит., 2002 С. 145-148

83 Воскресенский А. Д. Китай и Россия в Евразии. Историческая динамика политических взаимоотношений – Москва - Издательство «Муравей» МГИМО, 2004 – 564 с.

84 Делюсин Л. П. «Культурная революция» - тридцать лет спустя // Вестн. науч. информ. /Ин-т междунар. экон. и полит.исслед. РАН. - 1997 С. 75-81; Делюсин Л.П. Китай в поисках путей развития – Москва - МГИМО, 2004 – 317 с.

85 Видаль Ж.Э. Штурмовики Мао Цзэдуна // Куда ведет Китай группа Мао Цзэдуна - Пер. с фр. И.Шрайбера. - М. - Прогресс, 1967 - С.143-151.

86 Усов В.Н. КНР - От «большого скачка» к «культурной революции» - (1960-1966 гг.) // Информ. бюл. / РАН. Ин-т Дал. Востока. - М., 1998 С. 109-122.; Усов В.Н. Китайский Берия Кан Шэн. М. - ОЛМА-ПРЕСС; ОАО ПФ «Красный пролетарий», 2004 – 479 с.

87 Асланов Р.М. Три модели и перспективы социализма в КНР // Восток - Россия - Запад - Ист. и культурол. исслед. - К 70-летию акад. В.С. Мясникова. - М., 2001 - С.473-491.

88 Тихвинский С.Л. История Китая и современность. М. - Наука, 2001 360 с.

89 Гельбрас В.Г. Социально-политическая структура КНР 50-60-е годы. -М. - Наука, 1980 - С.131-141.

90 Кордубаев М.К., Шмигирилова Л.Н. Национальная модель реализации молодежной политики в Китайской Народной Республике (КНР) // Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ - сб. ст. по мат. XXVI междунар. студ. науч. практ. конф. № 11(25).

91 Андросенко М.Э. Молодежь как потенциал социальных изменений в обществе // Вестник МГОУ. Серия «Психологические науки». № 1, 2012 С. 44-48

92 Ильинова Н.А. Молодежь в социальном пространстве общества // Успехи современного естествознания. – 2007 – № 1 – С. 89-91

93 Ли Пэйлинь Китайская молодежь перед лицом новых возможностей и вызовов // Россия и Китай - молодежь XXI в. отв. редакторы - М.К. Горшков, Ли Чунлинь, З.Т. Голенкова, П.М. Козырева. — М. Новый хронограф, 2014 С. 405-411

94 Ван Ян. Социальная миссия университетов КНР в условиях модернизации // Теория и практика общественного развития. 2018. №5. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-missiya-universitetov-knr-v-usloviyah-modernizatsii> (дата обращения - 12.04.2020).

95 Россия и Китай - молодежь XXI в. отв. редакторы - М.К. Горшков, Ли Чунлинь, З.Т. Голенкова,

китайских молодых предпринимателей как созидательной силы общества.

В исследовании использованы идеи китайских ученых глубоко изучивших историю и современность китайского предпринимательства – это Бау Оу, Ван Гэпин, Вэнь Цзябао, Ли Сянхун, Ли Хайянь, Ли Цян, Ли Чжюань, Ма Жун, Пань Синин, Су Цзюньчжан, Сунь Тайцин, Сунь Юйсю, Сюй Мин, Сюй Яминь, Сюн Фэн, Ци Пэнфэй, Фань Чуныон, Хань Чжэн, Чжао Сянцзе, Чэнь Эньфу, Юй Цзиян и других китайских ученых.

Наличие большого числа публикаций по проблематике китайской молодежи позволяет обстоятельно исследовать ценности и ценностные ориентации китайских молодых предпринимателей, дать научное толкование и анализ как элементу социальной структуры китайского общества. Следует также отметить, что значительная часть информации о ценностях и ценностных ориентациях молодых китайцев проявляющих активность в предпринимательстве может быть почерпнута из частнонаучных исследований по экономике, маркетингу, менеджменту и пр.

Объектом диссертационного исследования являются молодые китайские предприниматели.

Предмет диссертационного исследования являются их ценности и ценностные ориентации.

Цель диссертационной работы состоит в выявлении, изучении и систематизации основных характеристик ценностей и ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей, а также специфики их формирования и влияния на социальную структуру китайского общества в современных условиях.

Реализация поставленных целей достигается посредством решения следующих исследовательских задач -

1. Провести историко-социологический анализ молодежного предпринимательства как элемента социальной структуры китайского общества, выявить и охарактеризовать роль и место китайских университетов в подготовке молодежи к участию в предпринимательской деятельности.

2. Уточнить существенные характеристики ценностей и ценностных ориентаций молодых предпринимателей как объекта исследования в социологии. На основе теоретико-методологических принципов российской и китайской социологической науки проанализировать понятия «ценность» и «ценностные ориентации» относительно предпринимательской деятельности китайской молодежи.

3. Изучить типологические характеристики социологического портрета китайских молодых предпринимателей. Уточнить специфику социодинамики ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей в современных условиях;

4. Провести сравнительный анализ ценностей и ценностных ориентаций российских и китайских молодых предпринимателей на основе сетевого подхода к изучению рыночных качеств.

Гипотезы исследования

За период рыночных преобразований в Китае трансформировалось отношение к молодежному предпринимательству от полного его неприятия до системной и активной поддержки со стороны государства и общества. В *современных условиях* молодые предприниматели в КНР занимают значимое место в предпринимательской среде, а его роль повышается.

Молодые китайские предприниматели представляют особую социально-демографическую группу китайской молодежи, у которых складывается своеобразная система ценностей и ценностных ориентаций, выражающихся в иерархии этих ценностей, и прежде всего в отношении к рыночным ценностям, к приобретению частной собственности, заботе о прибыльности дела, конкурентоспособности, предприимчивости и других. Этими ценностями молодые китайские предприниматели будут отличаться от других групп китайского населения – предпринимателей более старших возрастов, сотрудников госкорпораций, сотрудников частных корпораций и студентов, что выступает основанием для локализации молодых китайских предпринимателей в специфическую социальную группу.

Научная новизна исследования состоит в выявлении существенных параметров ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей, взаимосвязи рыночных ценностей с ценностями другого порядка (коллективистских, деловых, человеческих), а также взаимовлияния социальной группы молодых предпринимателей и китайского общества на основе сетевого подхода.

Вышеназванный результат декомпозируется в следующих положениях:

1. В определении социальной роли, этапов и уровней развития молодежного предпринимательства в социальной структуре Китая, а также определении его места в иерархии китайского общества и специфических особенностей на современном этапе. В частности, подтверждена общая закономерность становления и развития молодежного предпринимательства в Китае как зависимого от социодинамики становления и развития всей системы китайского предпринимательства и представляющего собой одну из разновидностей предпринимательской деятельности.

2. В раскрытии противоречий и путей их разрешения в деятельности молодых предпринимателей в Китае как одного из рыночных механизмов в условия строительства социалистического общества. Представлены и охарактеризованы основные элементы система деятельности социальных институтов с молодыми предпринимателями, а также стратегии и формы работы с ними по формированию социальных ценностей, социальной мотивации и мировоззренческих позиций, как важных факторов успешной предпринимательской деятельности в условиях китайского общества.

3. В выявлении целей, задач и роли образовательных учреждений в работе по привлечению студентов и обучающихся к предпринимательской деятельности. Выявлены типовые направления и технологии работы университетов с молодыми предпринимателями Китая, структурированы ценности и ценностные ориентации молодых китайских предпринимателей на макро и микро – уровнях исследований в социологии, раскрыто их регулятивное значение для предпринимательской деятельности студентов и молодежи, показана система

индикаторов и критериев, на основе которых могут изучаться эти ценности.

4. В анализе собранных уникальных эмпирических данных о ценностях молодых китайских предпринимателей, их систематизации, структурировании и характеристике особенностей ценностей как элемента социальной структуры, зависимости от социально-экономического курса в развитии китайского общества. С позиций различных социологических теорий выявлена специфика ценностей и ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей как объекта исследования, заполняющая лакуну научных исследований об особенностях молодежного предпринимательства в условиях различных социальных систем.

5. В обосновании принципов и стратегии сравнительного анализа ценностей и ценностных ориентаций российских и китайских молодых предпринимателей, характеристиках тождества и отличия этих ценностей, в раскрытии особенности понимания и отношения к целям, средствам и результатам предпринимательской деятельности, особенностей ценностей в различных сферах предпринимательства. Выявлены и охарактеризованы особенности ценностей молодых китайских предпринимателей в сравнении с другими группами и слоями китайского населения.

6. В разработке основных положений методики сетевого анализа ценностных ориентаций молодых российских и китайских предпринимателей, а также методических подходов к проведению эмпирических исследований терминальных и инструментальных ценностей, характерных для молодых предпринимателей.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в расширении знания о ценностях и ценностных ориентациях молодых китайских предпринимателей как объекте социологического исследования на основании различных социологических принципов и концепций. Важной частью работы выступает систематизация теоретических обобщений по теории ценностей специфических социальных групп (молодых китайских предпринимателей) и их влияния на социальную структуру общества.

Научно-практическая значимость работы

Как в России, так и в КНР, результаты исследования могут быть учтены в организации работы с молодыми предпринимателями, в разработке стратегий молодежной политики, выстраиванию взаимоотношений между молодыми предпринимателями и другими слоями и группами общества. Теоретический и практический материал исследования может быть адаптирован и включен в программу курсов «Социология молодежи», «Социология предпринимательства», «Социология России и Китая».

Теоретико-методологическую основу исследования составил мультипарадигмальный подход, объединивший достоинства структурно-функциональной, ценностно-активистской теории, а также принципов понимающей социологии и сетевой парадигмы. По замыслам такой комплекс теорий позволяет не только осуществить теоретические обобщения, раскрывающие содержание ценностей и ценностных ориентаций китайских молодых предпринимателей, но и дает возможность осуществить их эмпирическое исследование. Центральная идея работы заключается в понимании роли китайских молодых предпринимателей как особой социальной группы в китайском обществе, которая пытается изменить существующую ситуацию путем реализации своих ценностей в соответствии с складывающимися социальными обстоятельствами. Такова концептуальная установка исследования, которая в полной мере соответствует идеям П. Бурдьё, Э. Гидденса, П. Штомпки. Важную роль в изучении роли ценностей и ценностных ориентаций социально активных субъектов в социологии принадлежит теоретико-методологическим разработкам академиков В. А. Ядова и Т. И. Заславской, включая также произведения ученых Санкт-Петербургской школы социологов – В. П. Тугаринова, А.О. Бороноева, П. И. Смирнова и др.

Методы исследования делились на две группы – общетеоретические и эмпирические. В группу эмпирических методов включены - вторичный анализ данных о молодых китайских предпринимателях, сетевой анализ их ценностей, экспертные интервью, интернет-опросы, анкетирования, метод свободных

ассоциаций.

В результате проведенного исследования были сформулированы следующие основные **положения, выносимые на защиту**:

1. Становление молодежного предпринимательства в Китае начинается с реформ 1978 г., с периода перехода китайского социума к правовому обществу. На более ранних этапах становления китайского предпринимательства – при переходе от натурального ведения хозяйства к плановой экономике с натуральным уклоном (1945-1950 гг.), при переходе к индустриальному обществу от аграрного (1951-1966 гг.), при переходе к открытому обществу (1967-1978 гг.), молодежное предпринимательство не представляло собой особую социальную группу и не носило системного характера. В этом выразилась национальная специфика социального развития Китая в отношении к молодому поколению и молодежному предпринимательству. Зафиксированы некоторые характерные положения становления молодежного предпринимательства в Китае - 1. Довольно позднее выделение молодежного предпринимательства в самостоятельную социальную группу; 2. В значительной степени вынужденное признание роли молодежного предпринимательства прежде всего как способа повышения занятости молодежи; 3. Развитие молодежного предпринимательства преимущественно в городах; 4. Трансформация традиционных представлений и признание важности самостоятельности в выборе путей профессиональных ориентаций молодежи.

2. Основными элементами системы работы с молодыми китайскими предпринимателями выступают совокупность идеологических, организационных и воспитательных мер, осуществляемых КПК и государственными организациями на местном, региональном и государственном уровнях, сформированная стратегии развития, мотивационных мер, контроля и анализа участия молодежи в предпринимательстве. На молодежное предпринимательство выделяются существенные субсидии, вовлечением в молодежное предпринимательство занимаются многие образовательные учреждения и специально создаваемые социальные институты. Молодежное

предпринимательство в Китае оценивается как важный стратегический фактор социального и экономического роста, а также в качестве социального инструмента формирования мотивации и самовоспитания молодежи – в развитии предпринимательства в Китае делается ставка на молодежь. В значительной степени молодежное предпринимательство рассматривается в качестве инструмента раскрепощения и реализации творческих начал личности. Экономическая составляющая молодежного предпринимательства заключена прежде всего в обеспечении самозанятости молодежи. Совершенствование предпринимательства молодежи в Китае на уровне политики и на уровне реализации сталкивается с некоторыми ментальными трудностями, которые планомерно и последовательно преодолеваются благодаря системной работе КПК, государственных органов и образовательных учреждений. Ценности и ценностные ориентации молодых предпринимателей составляют важный элемент социальной структуры китайского общества. Типологические особенности ценностей молодых предпринимателей позволяют определять эту группу молодежи в относительно самостоятельный элемент общества, которому присущи специфические социальные характеристики, такие как особая мотивация, характерные признаки социально-демографического и социально-профессионального порядка.

3. Ценности и ценностные ориентации молодых китайских предпринимателей опосредованы социально-экономическими процессами, протекающими в общей системе предпринимательства Китая, особенно - в малом бизнесе. Ценность предпринимательства как социальной деятельности среди китайской молодежи постоянно повышается, оно все больше перемещается из периферии предпринимательства в направлении передовых отраслей социально-экономической жизни общества;

4. Ценностные ориентации молодых китайских предпринимателей существенно отличаются от ценностных ориентаций других слоев китайского населения, как китайской молодежи, так и людей старших возрастов, в том числе и от предпринимателей других возрастных групп. В наибольшей степени это характерно для рыночных ценностей, выражающихся в особом внимании к таким

ценностям и признании их особой важности;

5. Изучение ценностей и ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей на основе сетевого подхода адекватно отражает социальные характеристики молодых китайских предпринимателей, а предложенная в диссертации технология и математический аппарат обработки данных могут быть признаны актуальной процедурой диагностики, на основе которой решаются прикладные задачи управления молодежным предпринимательством и формированием рыночных ценностей.

Научная достоверность результатов исследования подтверждается использованием современных исследовательских подходов и методов. Для достижения большей объективности выводов и результатов эмпирического исследования применялась триангуляция различных методов. Стратегия исследования сочетает в себе количественные и качественные методы исследования и соответствует теоретико-методологическим подходам, заявленным в работе. Обоснованность результатов исследования подтверждается также апробацией выводов анализа в выступлениях на всероссийских и международных научных конференциях. Достоверность и обоснованность результатов исследования подтверждается наличием публикаций в рецензируемых научных изданиях.

Апробация результатов

Основные положения и выводы исследования докладывались и обсуждались на всероссийских и международных конференциях в 2017 – 2020 гг.

1. Малое предпринимательство в цифровой экономике Китая - вехи переломной истории от основания КНР (1949 г.) до реформ 1978 г. XVI Всероссийская научная конференция «Информация-Комуникация-Общество». Общество в цифровую эпоху. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ». 24 – 25 января 2019 год.

2. Социологическая модель ценностных сетей россиян и китайцев - исследование ценностного потенциала. IX Международная научно-практическая конференция «Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества». гг.

Благовещенск (РФ) и Хэйхэ (КНР), Харбин (провинция Хэйлуцзян, КНР), Тяньцзин (город центрального подчинения, КНР). 20-21 мая 2019 г.

3. Рост молодежного предпринимательства в Китае как фактор межпоколенной солидарности. Солидарность и конфликты в современном обществе / Материалы научной конференции XII Ковалевские чтения / Отв. редактор - Ю.В. Асочаков. СПб. - Скифия-принт, 2018. – 600 с. ISBN 978-5-98620-330-0. СПбГУ, СПб., 15-17 ноября 2018.

4. Применение сетевого анализа в сравнительных исследованиях ценностей российских и китайских предпринимателей. Международная научная конференция «Пространства коммуникации - язык, литература, медиа», посвященной столетию Иркутского государственного университета. Институт филологии, иностранных языков и медиакоммуникации ИГУ. Иркутск, 18–21 сентября 2018 года.

5. Ценности российских и китайских предпринимателей - сравнительный анализ (Результаты эмпирического социологического исследования). VIII Международная научно-практическая конференция. «Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества». Благовещенск – Хэйхэ - Харбин - Чанчунь – Шэньян. 21-28 мая 2018 г.

6. Векторы социальной солидарности в постсоветских странах - сравнительный сетевой анализ. VIII Казанский евразийский научно-практический форум «Интеграционный и модернизационный потенциал евразии - Состояние, проекты и форматы реализации». (09-12 июня 2019 г., Казань, Россия)

7. Сетевой подход в междисциплинарных исследованиях этнических процессов (эмпирическая модель «общества как подражания» по Г. Тарду). Всероссийской научной конференции с международным участием – XI Санкт-Петербургских социологических чтений Междисциплинарный подход в исследовании современных этнических проблем. Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет) СПбГТИ (ТУ) 18-20 апреля 2019 года.

8. Эталоны и образцы подражания поколения Y - региональная

социодинамика (На материалах эмпирического исследования Москвы – Санкт-Петербурга – Иркутска – Севастополя). Международную научно - практическая конференция III Готлибовские чтения, Иркутский государственный университет, Иркутск. 10-16 сентября 2019.

9. Солидарность в социологическом исследовании - подходы и индикаторы. Солидарность и конфликты в современном обществе / Материалы научной конференции XII Ковалевские чтения/ Отв. редактор - Ю.В. Асочаков. СПб. - Скифия-принт, 2018. – 600 с.. СПбГУ, СПб., 15-17 ноября 2018 г.

10. Стратегия социологической диагностики человеческого капитала на основе ценностей - потенциал сетевого подхода (На примере изучения научно-образовательных центров). IV Санкт-Петербургский Международный Форум Труда (Трек «Эффективность труда и качество трудовой жизни (социальный блок)» 27-28 февраля 2020 года.

11. Человеческий капитал в дискурсе российских и китайских студентов (некоторые результаты эмпирического исследования). Международная научная конференция «Текст, дискурс, нарратив - современные тенденции и перспективный развития» Тяньцзинь - Волгоград, 01–03 октября 2020 года.

Статьи научных журналах Web of Science и в рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки Российской Федерации:

1. Социальное самочувствие населения мегаполиса как интегральный показатель. Дискурс. 2020. Т., 6, № 2. С. 61-79

2. Сетевая диагностика стратегий идентификации в организации - методика и опыт пилотажного исследования. Дискурс. 2020. Т. 6, № 4. С. 73-94

3. Сетевые модели деловых ценностей в структуре человеческого капитала китайских студентов. Научный результат. Социология и управление. Т. 7, № 3, 2021. С. 135-151

4. Post Corona Society - How to Teach People be Social Again. Postmodern Openings.2020, Volume 11, Issue 1 Supl. 2, pages - 169-176

Исследование выполнено при поддержке РФФИ в рамках научного

проекта № 19-29-07443/19 «Научно-образовательные центры как фактор формирования человеческого капитала России - формат создания научно-образовательных центров мирового уровня согласно Указа Президента «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года».

Структура диссертационной работы. Диссертационное исследование состоит из введения, трех глав, включающих 7 параграфов, заключения, списка литературы, который насчитывает 185 источника на русском, английском и китайском языках, и трех приложений.

Глава 1. Теоретико-методологические основания исследования ценностей молодежного предпринимательства в социальной структуре китайского общества

Анализ ценностей молодежного предпринимательства в социальной структуре китайского общества составляет сложную и проблемную задачу⁹⁶. Говоря «социальная структура», в само это понятие исследователи могут вкладывать различный смысл и содержание. При этом, как правило, имеется в виду конечный набор характеристик, которые служат критериями при определении принадлежности того или иного человека к данной страте (классу, сегменту и т. д.) в рамках данной структуры⁹⁷.

На наш взгляд, молодежное предпринимательство в социальной структуре китайского общества может быть показано как ее важный и относительно самостоятельный элемент, ценности которого трансформировались на протяжении более чем пятидесяти лет от полного непризнания, до активной поддержки и развития со стороны государства и общества. Реформы и открытая политика значительно изменили представления и ценностях молодежного предпринимательства, которое в условиях глобализирующегося общества все больше приобретает новые черты. Характеристики ценностей на определенном этапе развития личности являются результатом совокупного воздействия всех внешних факторов на этом этапе⁹⁸. Особенно сильное влияние на эти изменения оказали новые экономические условия, в которых наибольшие изменения претерпели отношение к образованию, профессии, сфера любви, брака, потребления и т. д. В соответствии со взглядами Дэн Сяопина, ценности приобрели материальное, а не только духовное выражение и временные границы - молодежь

96 Су Тин Син. Задачи исследования изменений понятия ценности у китайской молодежи // Исследование вопросов молодежи. 1992. № 5.) 苏倾兴: 《中国青年价值观念的演变的课题研》 // 《青年问题研究》. 1992 年第五期

97 Торин П.А. К понятию «социальная структура» // Знание. Понимание. Умение. 2010. №1. С. 233.

98 Чен Чен. Дифференциация и наследование: Межпоколенческое сравнение ценностей молодежи на предприятиях. Китайские молодежные исследования 08/2017 с.29. 陈晨, 分化与继承: 企业青年价值观的代际比较. 中国青年研究. 08/2017 p.29。

хочет получать блага сегодня, не откладывая «на потом». ⁹⁹

Задачу социологического анализа ценностей молодежного предпринимательства можно будет считать решенной, если будут изучены такие его характеристики, которые раскрывают ряд важных особенностей -

- *истоки* - историю возникновения социального института молодежного предпринимательства в Китае;

- *современное положение* молодежного предпринимательства в общей структуре китайского предпринимательства;

- раскрыты *статусно-ролевые позиции*, социально – психологические характеристики и особенности ценностей той части молодежи, кто становится предпринимателем;

- показаны основные *связи молодежного предпринимательства* с общественными и государственными институтами – прежде всего, с системой образования – университетами и бизнеса;

- выявлены *направления развития и актуальные проблемы* молодых предпринимателей как специфической социально-демографической группы.

В соответствии с решением таких задач на наш взгляд могут быть выявлены и освещены место и роль молодежного предпринимательства в структуре китайского общества. Этим вопросам будет уделено внимание в первой главе.

1.1. Историко-социологический анализ молодежного предпринимательства как элемента социальной структуры китайского общества

В современном Китае молодежь не просто включена в эффективную экономику страны на этапе перехода в постиндустриальное информационное общество, современный «Китай делает ставку на стремительное инновационное развитие и глубокую диффузию инфокоммуникационных технологий во все сферы

⁹⁹ Лян Лин. Ценностные ориентации молодежи КНР в условиях построения социалистической рыночной экономики // ЖССА. 2003. №3. С.187.

хозяйственной и общественной жизни»¹⁰⁰, что невозможно осуществить без активного участия молодежи и формирования рыночных ценностей молодых китайцев^{101 102 103}.

Истоки современного молодежного предпринимательства в Китае складываются в процессе развития всей системы китайского предпринимательства - множества его форм и направлений, становления экономики в целом. По данным газеты russian.people.com.cn, которая ссылается на Государственное управление КНР по регулированию рынка¹⁰⁴, за 40 лет проведения политики реформ и открытости количество индивидуальных предпринимателей в Китае увеличилось. На конец октября 2018 года в Китае фактически действовали 71 млн 372 тыс. индивидуальных предпринимателей и 30 млн 674 тыс. частных предприятий. Количество первых увеличилось в 500 с лишним раз, вторых - в 338 раз, среди частных предпринимателей немало молодых людей, обладая сильной устойчивостью и жизнеспособностью, они сыграли основную вспомогательную роль в стабилизации занятости и экономических основ в нашей стране и внесли значительный вклад в экономическое развитие Китая¹⁰⁵. Немало молодых предпринимателей Китая – это люди, известные на весь мир как состоявшиеся бизнесмены с миллиардными прибылями.

Следует отметить, что исследования молодежного предпринимательства на первых этапах становления КНР были весьма

100 Шульцева В. Цифровая экономика Китая - "Ассимиляция! Сопротивление бесполезно!". Бизнес телекоммуникаций. http://www.lastmile.su/files/article_pdf/4/article_4702_931.pdf Дата обращения - 9.12.2018

101 Троцук И. В., Скрынникова М. П., Цзи Цзиньфэн. Приоритеты китайской молодежи в профессиональной сфере и положение молодых специалистов на рынке труда КНР // Теория и практика общественного развития. 2014. №12.

102 Касабуцкая М. С., Ковтун Е. А., Петров А. В., Савин С. Д. Восприятие коррупции в сознании молодежи России и Китая // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2018. №2 (47).

103 Лю Пэн. Воздействие средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций молодежи Китая // Актуальные вопросы современной науки. 2010. №15.

104 Более чем в 500 раз увеличилось количество индивидуальных предпринимателей в Китае за 40 лет проведения политики реформ и открытости. <http://russian.people.com.cn/n3/2018/1208/c31518-9526593.html> (Дата обращения - 6.07.2019)

105 Лу Пэн. Новая модель, способствующая росту нового поколения предпринимателей. Журнал Центрального института социализма 2021 Выпуск 3 с.73. 吕鹏, 推动新生代企业家成长的新格局. 中央社会主义学院学报, 2021年第3期. 73.

затруднительны, поскольку, как считает М.К. Горшков, в китайском обществе - «Молодежные поколения смогли во весь голос заявить о себе как об основном структуровозрождающем факторе общества лишь на индустриальной стадии становления рыночных отношений»¹⁰⁶. Поэтому данные о молодежном предпринимательстве в Китае на первых порах становления социалистической экономики носили преимущественно обзорный характер¹⁰⁷.

Этапы становления молодежного предпринимательства

Молодежное предпринимательство в Китае не могло возникнуть раньше, чем оно начало возникать среди людей старших поколений. Поэтому целесообразно рассмотреть особенности молодежного предпринимательства в соответствии с теми периодами и этапами, в тех рамках в которых в целом формируется китайское предпринимательство. Наиболее устойчивой в этом отношении выступает научная позиция, в которой выделяются четыре относительно самостоятельных этапа развития предпринимательства - 1. Переход от натурального ведения хозяйства к плановой экономике с натуральным уклоном (1945-1950 гг.); 2. Переход к индустриальному обществу от аграрного (1951-1966 гг.); 3. Переход к открытому обществу (1967-1978 гг.); 4. Переход к правовому обществу (после 1978 г.). При этом часть авторов-исследователей подчеркивают, что более правильно выделять периодизацию этапов экономического развития Китая связывая этапы развития с персоналиями в руководстве партией и государством Дэн Сяопином, Цзян Цзэминем, Ху Цзиньтао и Си Цзиньпинь, что позволит более строго выделять этапы развития молодежного предпринимательства¹⁰⁸.

1 этап. Переход от натурального ведения хозяйства к плановой экономике (1945-1950 гг.) До времени создания Китайской Народной Республики

106 Черевко Ю. В., Ивченкова М. С. Конференция «Социология молодежи в Китае и России» // Власть. 2012. №8. С. 165.

107 Гордон А.В. Рыночный социализм и формирование класса предпринимателей в Китае // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9, Востоковедение и африканистика - Реферативный журнал. 2018. №4.

108 Галаган А. Б., Савинов Ю. А. Эволюция модели экономического развития Китая // Российский внешнеэкономический вестник. 2016. №6. С. 40 – 46.

(1949 г.), Китай пережил долговременные беспорядки и войны и это не могло не сказаться на отставании экономического уровня, обесценивании валюты, слабости транспортной системы. Что касается идеи плановой экономики, то в начале 1950-х годов новое правительство преуспело в сдерживании инфляции, оживлении экономики и восстановлении промышленных систем, которые серьезно пострадали в результате войны. На основе корректировки национальной политики в 1950 году, частная промышленность и торговля должны были соответствовать разработанному правительством плану производства и маркетинга. Для активизации сельского рынка в сельских рыночных поселениях был создан контролируемый государством зерновой рынок, позволяющий фермерам свободно торговать излишками продуктов по рыночным ценам после завершения продажи и сбыта продукта государству.

В начале основания Китайской Народной Республики не хватало мощной ресурсной базы для экономического развития, а социальный порядок был хаотичным, национальная экономика находилась на грани краха. В то время общая система управления больше ориентировалась на равенство между экономическими организациями-единицами и обеспечивала основные гарантии выживания людей. Поэтому, хотя система организаций-единиц не способствует конкуренции и максимизации эффективности, она в то время как могла адаптировалась к требованиям социального развития. Централизованное распределение ресурсов создает канал, который мог связывать государство с каждым членом общества. Коллективные интересы и национальные интересы заменяют человеческие отношения и становятся его высшей социальной ценностью - «Содействовать коллективным интересам и получить лучшую жизненную безопасность через подразделение» - эти провозглашенные ценности также значительно снижали вероятность того, что люди будут заниматься индивидуальной, а не коллективной трудовой деятельностью. Как показывает анализ, в рассматриваемый исторический период уровень жизни людей был низким, снизился общий уровень образования, информация и новые идеи оказывались в закрытом социальном пространстве, а экономическая среда не свободной.

Преобразования сельского хозяйства в 1949-1952 гг. не принесли успеха и к 1953 г. выяснилась неспособность сельского хозяйства обеспечить страну продовольствием, что послужило основанием для введения государственной монополии на хлеб и основные продукты питания, а затем, в 1953-1954 гг. - и для усиления командно-административного управления и сокращения сферы рыночного регулирования ¹⁰⁹. Этим были заложены социально-экономические предпосылки восстановления азиатской модели производства. Крестьяне из собственников земли вновь становились арендаторами, а вся власть и собственность переходили в руки аппарата государственного управления. В это время правящей партией была предложена программа «четырёх модернизаций» (промышленности, сельского хозяйства, транспорта и обороны). Эти решения послужили новым толчком для осуществления очередных шагов для экономических преобразований.

Несмотря на все усилия, даже к середине XX века Китай по уровню экономического развития представлял собой доиндустриальное общество. Практически все население (до 90%) было занято в аграрном секторе производства с очень низкой производительностью труда. Темпы роста промышленности были достаточно высокие (выше, чем в индустриальных странах) и составляли в среднем 5,6% в год, но в национальном доходе страны доля промышленности составляла не более 10%. Была высокая степень концентрации промышленного производства в отдельных районах Китая (до 2/3) в Шанхае и Северо-Восточном Китае. Основу промышленности составляли две отрасли – текстильная и пищевая, на которые приходилось более половины производимого промышленного продукта. Темпы роста национального дохода составляли 1,2-1,3% в год во многом потому, что доля промышленности и современного сектора в экономике была низкой. Национальный доход на душу населения в 1950 г. составлял 55 дол., что было ниже в 4 раза, чем в СССР в 1928 г., т.е. на начало процесса индустриализации.

Предприимчивость молодежи в этот период не носила

109 Виноградов А. В. Китайская модель модернизации. Поиски новой идентичности. Издание второе, исправленное и дополненное. М. - НОФМО, 2008. С.142.

институциональный характер и мало чем отличалась от предыдущих времен, времен традиционного общества. Индивидуальная предпринимательская инициатива молодежи могла развиваться исключительно внутри крестьянских коммун, поскольку вся экономическая жизнь китайского общества состояла практически из одних крестьянских общин, хотя, тем не менее, обеспечение продовольствием китайского населения оставалось крайне острой проблемой. Нахождение в составе коммун нередко было насильственным что само по себе не допускало свободы деятельности молодежи.

2. Переход к индустриальному обществу от аграрного – «большой скачек» (1951-1966 гг.) Политика развития страны на основе создания многочисленных крестьянских коммун потерпела крах. На смену ей пришла политика интенсивного развития индустриальной экономики – политика «большого скачка» (1958). В Китай было приглашено большое количество технических экспертов, осуществлено массовое обучение и переобучение промышленных рабочих, которые прошли подготовку по повышению эффективности труда в интересах увеличения национального дохода, а также проведена модернизация НОАК. Индустриализация осуществлялась по советскому образцу, за счет внедрения советских и восточноевропейских технологий. С 1953 до 1957 года был реализован первый пятилетний план по развитию национальной экономики Китая. К решению проблем индустриализации активно привлекалась молодежь, что создавало новые социальные условия и обстоятельства, дававшие дополнительные возможности проявления индивидуальной инициативы юношей и девушек.

Одновременно с развитием промышленности и торговли одним из начинаний того времени стала коллективизация по социалистическому типу. Как отмечает известный китаевед А.В. Виноградов, «это была сугубо технологическая операция, но не по физическому уничтожению классовых противников, а по стимулированию экономического роста и финансированию индустриализации за счет укрупнения и централизации управления»¹¹⁰.

110 Виноградов А. В. Китайская модель модернизации. Поиски новой идентичности. Издание

Главной и очевидной целью как аграрной реформы, так и социалистического преобразования промышленности и торговли должно было стать ускоренное социально-экономического развития. Немаловажно, что наряду с грандиозными мероприятиями, правительство стремилось быстро увеличить возможности малого предпринимательства, прежде всего в промышленном и сельскохозяйственном производстве, добиться его увеличения уже в краткосрочной перспективе. Однако, одновременно результатом всесторонней социалистической модернизации в этот период стала ликвидация частной собственности и ограничение рыночных отношений. А поэтому первый опыт модернизации традиционного общества в индустриальное по пути социалистической, мобилизационной модели, - «социалистической рыночной экономики» - оказался неудачным.

При этом были и причины иного, неэкономического порядка, которые сдерживали инициативу и творческую энергию молодого китайского населения. В подавляющем большинстве эти причины касались общественного сознания, осознания китайским обществом своей созидательной силы и нового созидательного назначения молодежи. Это была непростая задача. В какой-то момент Китай начал полностью имитировать экономическую модель Советского Союза, соблюдая свои специфически китайские особенности. В макроэкономике КНР были мобилизованы все силы страны для проведения крупных мероприятий и разработан путь к массовой эффективной индустриализации, которая концентрировалась на коллективной воле по советскому образцу.

В качестве обобщающих выводов следует отметить, что в эпоху плановой экономической системы организации всех уровней, независимо от вертикальной (слойной) или горизонтальной структуры управления, были полностью привязаны к инструкциям центрального государственного планирования, а все общество выстроено как перекрестные организации, создающие единую и при этом однородную социальную структуру. Единицами государственного управления становятся не только экономические организации,

но и общественные, политические организации. В результате формируется социальная среда, в которой отслеживаются мысли, поведение и повседневная жизнь всех ее членов, - тоже, рассматриваемых как единицы управления, но более мелкие единицы. Организации-единицы концентрируют в себе самые различные функции и ресурсы для удовлетворения потребностей членов этой единицы, а каждый член организации-единицы, независимо от возраста, пола, образования и пр., полностью зависит от распределения ресурсов и социальных пособий организации-единицы. Таким образом, в результате такого единого централизованного управления обществом, правительство обязано брать во внимание все, даже самые незначительные и мелкие экономические и социальные вопросы под свой контроль, при этом уделять существенное внимание молодежи, занятой в экономической подсистеме общества. Естественно, что в такой социально-экономической среде уменьшается пространство для деятельности различных предпринимательских, профессиональных, общественных и иных учреждений и отдельных людей в обществе.

В конце этого периода начинается «культурная революция» (1966г.), главные цели которой заключалась преимущественно в сфере политической, а молодежь рассматривалась в качестве активной социальной силы проведения революции.

3. Переход к открытому обществу – (1967-1978 гг.)..эвь По оценкам китайских исследователей классовая борьба в китайском обществе обострилась, что впоследствии вылилось в культурную революцию. Главными критериями оценки человека в тот период становятся его политическое лицо и его семейное происхождение. По этим признакам человека следовало судить о его личной ценности и его достоинствах. Тоталитарная власть в самых откровенных формах принуждала молодых хунвейбинов уничтожать традиционную китайскую культуру, одновременно начинается гонение на науку и преследование интеллектуалов.

Во времена культурной революции одни выступали против традиционной китайской культуры, другие - против универсальных человеческих

ценностей, таких как права человека, свобода, демократия и верховенство закона. Эта социальная среда уничтожила не только большое количество интеллектуалов, специалистов-гуманитариев и технических специалистов, но также тех, кто относился к ранним революционерам, начинал борьбу за свободное развитие общества, культуры и науки.

Наряду с этим политика решительных изменений в стратегии и «культурная революция» Мао Цзедунa не могла не сказаться на целом ряде факторов, которые формировали особое отношение к молодежному предпринимательству. Это касалось специфического понимания роли образования молодежи, в котором появились устойчивые шаблоны и перегибы (например, отказ от изучения национальных языков народов Китая), уничтожением общемировой классической и национальной литературы, упрощенное отношение к сохранению здоровья молодежи (так называемые «босоногие врачи» - чицзяо ишэн, - которые не имели специального образования, но которым вменялось обеспечение здоровья молодежи в коммунах, преследование молодежи за инакомыслие или отказ от принятия ценностей «большого скачка», подмена опыта самоуправления участием молодежи в революционных комитетах. Лозунгами этого времени становится ликвидация «четырех старых» - «старых идей, старой культуры, старых обычаев и старых привычек». По оценкам исследователей «Культурная революция» стала бедствием для всего населения Китая.¹¹¹ После принятия Конституции 1975 г. свободы и самостоятельность молодежи существенно ограничивались.

Особо следует сказать об отношении к социологии в этот период, как науки, способствующей осознанию роли молодежи в обществе. Социологическая наука всегда играет особую роль в жизни общества. Не случайно именно социологов коснулась *волна сокращения во времена культурной революции*. По мнению современников, было несколько причин, по которым социология была запрещена в Китае. Так, во-первых, в 1950-е гг. вся страна была поглощена идеей построения социализма, а за образец были взяты идеи и стандарты СССР, где еще

¹¹¹ Буяров Д. В. Национальная политика Китая в конце 1950-х - конце 1970-х гг // ИСОМ. 2016. №1-1. С. 41.

в 1920-1930 гг. социология были объявлена «буржуазной лженаукой». Во-вторых, основные идеи и способы развития общества было необходимо изучать не социологически, а с точки зрения исторического материализма. В-третьих, в новом китайском социалистическом обществе не предполагалось наличие таких проблем, которые присущи капитализму. В-четвертых, Мао Цзэдун сам лично отрицательно относился к социологии, называя ее «пошлой», «противостоящей классовой борьбе» и «диалектическому методу»¹¹².

Индивидуальная и частная экономика также рассматривались как сферы деятельности, которые следовало ограничивать. Частное предпринимательство молодых людей только подвергалось критике с различных трибун.

В это время происходил поиск источника дальнейших преобразований китайского общества. «Культурная революция» в целом была противоестественной для китайской цивилизации формой исторического движения и не привела к успеху. Что было наиболее характерным для понимания роли молодежи в предпринимательстве того периода:

- жесткое закрепление места проживания, статуса и роли, которым должны были следовать юноши и девушки;
- утверждение уравнительного положения всей молодежи (город-деревня), что не предполагало развития предпринимательской инициативы молодых людей;
- стремление молодежи не столько проявлять свою индивидуальность и предприимчивость, сколько попасть в чиновничью верхушку – ганьбу – особое сословие в социальной структуре Китая¹¹³.

Великая пролетарская культурная революция, - как ее называют в китайских источниках, - завершилась в 1976 гг. и с этого времени в Китае был взят

112 Веселова Л.С., Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А. Векторы становления китайской социологии - прагматическая направленность, сохранение традиции. Социологические исследования. 2018. № 7. С. 124-134.

113 Гордон А.В. Рыночный социализм и формирование класса предпринимателей в Китае // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9, Востоковедение и африканистика - Реферативный журнал. 2018. №4. С. 139.

курс на образование богатого демократического социалистического государства.

Рыночная экономика и предпринимательство в этой стратегии стали рассматриваться как цели развития. В частности практически с нуля в КНР были сформированы многие современные экономические институты¹¹⁴, сложились стратегические направления перспективы инновационного развития¹¹⁵, сделан глубокий анализ научных основ экономики¹¹⁶, предприняты стратегические шаги по преодолению технического отставания¹¹⁷ и сформулированы принципы экономического сотрудничества¹¹⁸. Роль молодежного предпринимательства в этих преобразованиях рассматривалась скорее как пассивная.

Важно подчеркнуть, что уже на завершающем этапе этого периода со стороны государства стали предприниматься определенные усилия по изучению процессов, происходящих в молодежной среде^{119 120}, в том числе, связанные с участием молодежи в экономике и предпринимательстве¹²¹. Фактически это было свидетельством осознания роли и потенциала молодежного предпринимательства как социального процесса, приобретающего определенное значение для жизни китайского общества. Руководство страны подчеркивало, что вместе с формированием рыночных основ в рамках социалистической экономики должна складываться «соответствующая ей система стабильных ценностей»¹²².

114 Лю Инин. Становление банковской системы и ее современное // Идеи и идеалы. 2019. №2-2.

115 Решетникова М.С. Опыт формирования инновационной среды в рамках государственной инновационной стратегии Китая // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. №3 (27).

116 Е Чжаоя, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2017. №1 (42).

117 Гао Ин. Формирование научно-технического потенциала Китая // Вестник РУДН. Серия - Экономика. 2007. №3-4.

118 Харина У.Я. Становление и развитие инвестиционной привлекательности КНР // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2016. №29-1.

119 Се Вэйхо. Исследования тенденций развития китайской молодежи // Исследование китайской молодежи. 1996. № 4. 谢维和: 《中国青年发展状态研究报告》 // 《当代青年研究》. 1996年第四期。

120 Лу пин. Политическое влияние и политическая оценка современной китайской молодежи // Исследования молодежи. 1994. № 2. 卢平, 《当代中国青年的政治效应及其评价》 // 《青年研究》, 1994年第二期。

121 Черевко Ю. В., Ивченкова М. С. Конференция «Социология молодежи в Китае и России» // Власть. 2012. №8.

122 Лян Лин. Ценностные ориентации молодежи КНР в условиях построения социалистической

4. Переход к правовому обществу – «четыре модернизации» (после 1978 г.). В конце 1978 года правительство стало вновь признавать индивидуальную экономику как существенное дополнение к социалистической общественной собственности, новая юридическая платформа позволила возродить ее и добиться определенного развития. Во многом это определялось тем, что были сделаны обоснованные выводы о роли малого предпринимательства, и тогдашний лидер Дэн Сяопин отдавал предпочтение традиционной для Китая эволюционности в развитии и реформировании всех сфер жизни общества ¹²³. Допущенные ранее хаотические шараханья с молодёжным предпринимательством привели к самым глубоким социальным последствиям, ухудшавшим жизнь китайской молодежи. В КНР вновь поменялся хозяйственный механизм, формы собственности и системы управления, затронувшие и молодежное предпринимательство.

Рыночные преобразования самым существенным образом поменяли представления и молодежном предпринимательстве в Китае. Реально переформатированное китайское общество позитивно восприняло развитие молодежного предпринимательства как неотъемлемой части рыночной экономики. Молодые предприниматели стали проявлять себя самостоятельной силой как в городе, так и в деревне. Поначалу это были преимущественно мелкие и малоэффективные предприятия, занятые на самых простых направлениях предпринимательства – малочисленные частные предприятия, нередко самозанятые и кустари. Существенной была разница между молодыми предпринимателями в городе и деревне, на ведение предпринимательской деятельности оказывало свое влияние этническое происхождение молодых людей, регион их проживания (богатые прибрежные провинции и бедные континентальные), мигрантское происхождение, принадлежность к семье чиновничества и ряд других социальных характеристик ¹²⁴. Молодежь, как и все

рыночной экономики // ЖССА. 2003. №3. С. 185.

123 Программа изучения воспитательной теории Дэн Сяопина. Пекин, 1998. 《邓小平教育理论学习纲要》. 北京北京师范大学出版社. 1998年6月。

124 Гордон А.В. Рыночный социализм и формирование класса предпринимателей в Китае // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9, Востоковедение и африканистика - Реферативный журнал. 2018. №4. С. 140.

«общество в своем многообразии участвовало в формировании новых институтов и новой системы ценностей», формируя новую систему отношения к предпринимательской деятельности юношей и девушек ¹²⁵.

В этой системе ценностей преимущественное влияние оказывают ценности социалистического хозяйствования и одновременно рыночной экономики. Сильное влияние на современную китайскую молодежь оказывают идеи прагматизма и рациональности, которые трансформируются на все стороны жизни китайской молодежи ¹²⁶. Исследователь ценностей китайской молодежи Лян Лин показывает ¹²⁷ четыре стадии формирования ценностей современной китайской молодежи:

- *идеологическая*, на этой стадии в результате Культурной революции формируется система единых ценностей социалистической идентичности;

- *радикальная*, которая характеризуется критическим восприятием ценностей западной культуры, одновременно формируется платформа заимствования ценностей улучшения жизни молодежи, ее «вестернизация» ¹²⁸;

- *аналитико-критическая*, переосмысление ценностей западного мира, наступившего после разочарования неудачами в такой системе ценностей;

- *начальный период изменений и инноваций (1990 гг.)*, понимание важности учета национальных ценностей и впервые, внимание ценностям личности ¹²⁹, роль индивидуальной инициативы, творчества и инноваций, которые особенно присущи молодежи.

И, как показывают современные социологические исследования молодежного предпринимательства в КНР, нынешний уровень его развития,

125 GUIHEUX G. [Rec.] // Perspectives chinoises. – Hong Kong, 2008. – N 2. – P. 118–120. – Rec. ad. op. - Carolyn L. Hsu. Creating market socialism - how ordinary people are shaping class and status in China. – Durham; L. - Duke University Press, 2007. 225 p. С. 118.

126 Ван Ян. Социальная миссия университетов КНР в условиях модернизации // Теория и практика общественного развития. 2018. №5.

127 Лян Лин. Ценностные ориентации молодежи КНР в условиях построения социалистической рыночной экономики // ЖССА. 2003. №3. ЧС.187.

128 Лю Пэн. Информационно-коммуникативное пространство китайской молодежи - опыт социологического анализа // Теория и практика общественного развития. 2011. №5.

129 Бальчиндоржиева О. Б. Проблема личностной модернизации в Китае // Вестник ОмГУ. Серия - Экономика. 2015. №3.

массовость и охват различных секторов экономики существенно отличается от молодежного предпринимательства в России ¹³⁰. В цифровой экономике молодежное предпринимательство китайских предпринимателей нацеливается в том числе на развитие информационных технологий и их широкое продвижение во все сферы промышленности и сельского хозяйства.

Представленные этапы развития молодежного предпринимательства в Китае показывают, что начало собственно предпринимательской деятельности было положено реформами после 1978 г. Эти реформы ускорили многочисленные социальные процессы благодаря чему возникали *новые социальные слои, в том числе частные предприниматели, индивидуальные промышленники, торговцы и т.д.*, в которые вливались и молодые китайцы. В свою очередь, этот процесс можно разбить на три стадии ¹³¹.

1978-1984 гг. Согласно статистике управления, в 1978 году во всем Китае насчитывалось всего лишь 140 тыс. индивидуальных хозяйствующих субъектов ¹³². В 1989 году, после разрешения регистрировать частные предприятия, число последних не превышало 90,5 тыс. В 1982 г., чтобы снизить безработицу, в Конституции КНР *индивидуальное предпринимательство было узаконено*, оно стало развиваться быстрыми темпами - количество индивидуальных хозяйств в 1978—1981 гг. выросло в 14,3 раза (со 140 тыс. до 2,28 млн человек) в основном за счет безработной молодежи, бывших преступников, инвалидов и т.д. Члены этого слоя имели доход даже больший, чем работники государственных и коллективных организаций, что повлекло сокращение в разрыве доходов разных социальных слоев, особенно горожан и крестьян.

130 Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А., Цзинь Ц., Ши И. Ценности российских и китайских предпринимателей - сравнительный анализ (результаты эмпирического социологического исследования). В сборнике - [Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества](#) Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Ответственные редакторы Д.В. Буяров, Д.В. Кузнецов. 2018. С. 354-357.

131 Исследование влияния семейного прошлого на предпринимательские намерения студентов колледжей. Ду Янь Ляо Синьцзянь, Красная фасоль образование, Выпуск 30, 2021 г.

132 Более чем в 500 раз увеличилось количество индивидуальных предпринимателей в Китае за 40 лет проведения политики реформ и открытости. <http://russian.people.com.cn/n3/2018/1208/c31518-9526593.html> (Дата обращения - 06.07.2019)

1985—1991 гг. «После первой южной инспекции товарища Дэн Сяопина в 1984 году родилась первая волна выхода в море для ведения бизнеса¹³³». В это время возникают различные виды частной собственности, что порождало новые социальные слои в т.ч. появилась страта частных предпринимателей. В деревне благодаря введению поселково-волостных предприятий возникло большое количество крестьянских предпринимателей. «Родились представительные предприниматели, такие как Лю Чуаньчжи, Чжан Жуйминь, Ван Ши, Цзун Цинхоу, Сюй Ляньцзе, такие репрезентативные компании, как Lenovo, Haier, Vanke, Wahaha, Hengan и т. Д., стали отраслевыми эталонами в будущем 错误!未定义书签。». На этой стадии уровень экономического неравенства вырос по сравнению с начальным этапом реформ - доход работников негосударственных организаций стал выше таковых в государственных; в государственном секторе доходы работников монополий отставали от высокотехнологичных предприятий. Но это поколение ограничено собственными технологиями и предпринимательским сознанием, это всего лишь переходная группа.¹³⁴

1992—1999 гг. «В 1992 году товарищ Дэн Сяопин совершил свой второй южный осмотр и произнес южную речь. В том же году 14-й национальный конгресс Коммунистической партии Китая выдвинул цель создания социалистической рыночной экономической системы.

С повсеместным применением современной корпоративной системы и перетеканием социальных элит изнутри системы во внешнюю, два аспекта системной реформы, постоянное развитие предпринимательства стало основной движущей силой высоких темпов экономического роста Китая в конце 1990-х годов ¹³³, это также напрямую вызвали масштабное развитие частной собственности и рост страты частных предпринимателей - в 1992 г. число частных предприятий

133 Лю Чжиян, Эволюция предпринимательства за сорок лет реформ и открытости Народный форум / Середина декабря 2018 г. с. 24. 刘志阳, 改革开放四十年企业家精神的演进。人民论坛, 2018年12月中, p.24。

134 Ли Даокуи, Китайские частные предприниматели в новой и старой модели развития. Журнал Центрального института социализма 2021 Выпуск 3 с.59. 李稻葵, 新旧发展模式下的中国民营企业。中央社会主义学院学报, 2021年 第3期 с.59。

составило 139 тыс., что на треть больше показателей 1991 г.; В 1999 г. количество частных достигло 1,37 млн, что в 12,7 раза больше, чем в 1991 г. В середине 1990-х гг. реформа дошла до государственных предприятий - в процессе приватизации бывшие управляющие государственных и поселково-волостных предприятий стали владельцами части их акций и пополнили ряды частных предпринимателей, укрепив социальный статус и экономическую мощь данной страны. Существенным было и то, что в Китае осуществлено ряд политических преобразований, которые повлияли на развитие рыночной экономики благодаря целому ряду политических преобразований¹³⁵.

Современные китайские социальные классы делятся на десять социальных классов. Эти десять социальных классов - руководители государства и общества, менеджеры, частные предприниматели, профессионально-технического персонала, персонала, индивидуальные промышленные и торговцы, сотрудников сферы бизнес-услуг, промышленный рабочий класс, сельскохозяйственный рабочий класс, безработные и полубезработные класс в городских и сельских районах.¹³⁶ **Частные предприниматели занимают второй, третий и шестой уровни.** Самые крупные предприниматели расположены в иерархии сразу после страны управленцев высшего звена государственных и партийных руководителей. Это предприниматели, занимающиеся крупной и средней предпринимательской деятельностью. Разница между этой страной и страной государственных и общественных руководителей не имеет четкой границы. В частности, в нее входят бывшие владельцы или основатели относительно крупных частных предприятий. Предприниматели начинают нанимать этих профессиональных управляющих на свои предприятия в конце 90-х гг. XX в., когда появляется тенденция отделения права собственности от права управления; Другие предприниматели владельцы предприятий, которые продолжают руководить предприятием после смены ее

135 Нгуен Суан Кыонг. Политические реформы в Китае в первые годы XXI века // Вестник МГИМО. 2015. №2 (41).

136 Лу Сюэйи. Современный китайский социальный класс Пекин - Издательство литературы по социальным наукам, 2018 - 8. 陆学艺. 当代中国社会阶层. 北京: 社会科学文献出版社, 2018:8.

формы собственности на акционерную становятся профессиональными менеджерами собственниками.

На *третьем уровне иерархии* находится страта частных предпринимателей, которые имеют определенное количество частного или основного капитала и получают прибыли от капиталовложений. Сегодня предприниматель для того, чтобы находиться в этой страте, должен иметь не менее восьми наемных рабочих. Изначально эта страта имела низкий социальный статус и состояла из жителей деревень и уездов. После 1992 г. включение в ее состав управляющих и технических специалистов бывших государственных и коллективных предприятий, кадровых работников различных организаций повысило ее социальный престиж. Из-за идеологических соображений политический статус страты частных предпринимателей не соответствует ее экономическому положению (существует масса препятствий для участия ее представителей в политической жизни страны). Разрыв в доходах частных предпринимателей очень высок в зависимости от объемов капитала и уровня образования. Основу страты сегодня составляют средние и мелкие предприниматели. В целом страта занимает 0,6% в сертификационной структуре, но этот показатель различается по регионам - в развитых регионах может достигать 3%, в неразвитых — 0,3%.

На *шестой позиции* находятся индивидуальные промышленники и торговцы, которые по российским стандартам могут быть отнесены к индивидуальным предпринимателям.

Как показывает анализ в стратификационной структуре Китая, наиболее интенсивно развиваются именно средний слой страты частных предпринимателей, хотя пока доля управленческих работников, специалистов и технического персонала, частных предпринимателей, конторских служащих, индивидуальных промышленников и торговцев, работников торговли и обслуживания, которые составляют средний класс, в китайском обществе невелика. В дальнейшем можно прогнозировать стабилизацию стратификационной картины — изменения будут происходить только в объеме страт.

Исследование истории возникновения молодежного предпринимательства в Китае показывает важные социальные характеристики этого процесса¹³⁷. Характеризуя историю молодежного предпринимательства следует отметить его основные особенности:

1. В силу традиций китайского общества и особенностей исторического пути развития китайского государства, молодежное предпринимательство возникает довольно поздно, на этапе индустриализации экономики Китая. Важное значение в развитии молодежного предпринимательства сыграли соответствующие решения КПК и правительства Китая. Это период, который по времени соответствует 1985 – 1992 гг. китайский исследователь Ван Сяоди характеризуя как период, когда - «человеческий капитал, экономические и властные ресурсы стали главными факторами рыночной экономики, уровень индустриализации и урбанизации повысился, общество крестьянского типа стало постепенно трансформироваться в индустриальное»¹³⁸. Значительный человеческий капитал складывался благодаря участию молодых предпринимателей в развитии экономики Китая¹³⁹. В эти же годы (1985) открывается Китайский молодежный университет политических наук (China Youth University for Political Sciences), который разрабатывает молодежную политику Китая, включая вопросы развития молодежного предпринимательства.

2. Молодежное предпринимательство в условиях социалистического Китая рассматривалось прежде всего как эффективное средство повышения занятости молодежи и получения опыта ведения бизнеса в перспективе¹⁴⁰.

3. Первыми молодыми предпринимателями становились юноши и

137 Цзи Цзиньфэн. Ценностные ориентации китайской молодежи - тенденции и факторы трансформации трудовой мотивации // Теория и практика общественного развития. 2013. №8.

138 Ван Сяоди. Социальная структура китайского общества - динамика стратификационных процессов // Вестник РУДН. Серия - Социология. 2011. №4.

139 Цзян Сьюань. Организационная структура и тематическая направленность газеты "Пекинская молодежь" // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. №6.

140 Ломова Т. Е., Тимошенко Е. Д., Ячин С. Е. Трансформация ценностных ориентаций российской и китайской студенческой молодежи в условиях глобализации // Вестник ДВО РАН. 2009. №1.

девушки – преимущественно городские жители. Тем самым в молодежном предпринимательстве сложились такие направления его развития как мелкая торговля, сфера услуг, транспорт. В провинциях, на селе молодежное предпринимательство развивалось значительно медленнее.

В социальном смысле следует отметить начало формирования новых отношений между старшими и младшими поколениями китайского населения, когда молодежь получала больше самостоятельности в выборе путей и направлений своего становления. Также увеличивались различия и новые отношения между городской и сельской молодежью. По свидетельствам ряда источников здесь возникали существенные неравенства, которые были нетрадиционными ранее для китайского общества. Прежде всего такие неравенства отражаются в ценностях предпринимательской части молодежи, поэтому - «Вопрос ориентации молодежи необходимо рассматривать под углом прогноза изменения ценностей. Изменяется, развивается и само общество и виды конфликтов в нем. Следовательно, будут изменяться и ценности молодежи. Основная тенденция сегодня — это приоритет ценностей самореализации и приобретение социальных преимуществ. Каждый член общества стремится к этим ценностям, не вступая в острые конфликты с другими».¹⁴¹

1.2. Социологический портрет молодых предпринимателей Китая

В научных исследованиях социологов Китая китайское молодежное предпринимательство рассматривается с нескольких сторон, системно и последовательно, что в значительной степени отражает признание важности роли молодых предпринимателей для жизни китайского общества, и чем, собственно, такое внимание отличается от подходов в российской исследовательской традиции.

Взгляды китайского сообщества на роль молодежи в

141 Лян Лин. Ценностные ориентации молодежи КНР в условиях построения социалистической рыночной экономики // ЖССА. 2003. №3. С. 191.

предпринимательстве концентрируются **вокруг ряда постулатов**, которые сосуществуют как конфликтующие научные понятия.

Во-первых, *молодежное предпринимательство в Китае оценивается как важный стратегический фактор экономического роста в обществе социализма*. В этом и есть противоречие. Для идеологических схем в исследованиях феномена предпринимательства очевидно явное противопоставление - молодёжное предпринимательство формируется в особых условиях построения рыночной экономики в Китае, которое осуществляет рыночные преобразования под руководством Коммунистической партии. Для некоторых классических схем свободный рынок не совмещается с какими-то политическими догмами. Тем не менее, экономика социалистического Китая в последние 30 лет постоянно растёт, занимает 2 место в мире по величине ВВП, в чем значительную роль играет молодежное предпринимательство. Это никак не состыкуется с представлениями о рыночном предпринимательстве, которое вырастает на основе пятилетних планов, и при этом экономика страны сохраняет свою многоукладность, большой бизнес сосуществует с долевым участием государства, привлекая молодежь к участию в виде молодежных предпринимательских организаций в свои структуры. В молодежной политической доктрине Китая наряду с политико-идеологическим воспитанием, декларируются и другие важные принципы воспитания молодежи, способствующие развитию предпринимательской активности китайской молодежи, в частности, поддержка молодежных инициатив в экономике и информирование молодежи о возможностях решения ее социально-экономических проблем.

Во-вторых, в Китае важна роль молодежного предпринимательства как социального инструмента мотивации к самовоспитанию молодежи, преобразования сознания людей и раскрепощения личности творчеством, что также *вступает в противоречие с историческими традициями иерархического воспитания в послушании и подчинении*. Некоторые социальные реалии могут складываться не на основе тех или иных ценностей, а в периоды решительных социальных изменений, даже и вопреки тем ценностям, которые признавались как

основа предыдущими поколениями.¹⁴² В прошлом стремление к «стабильному, железному рисовому шару» в сознании сегодняшней китайской молодежи постепенно исчезает, современные молодые китайцы имеют больше индивидуальных предпочтений, чем старшие поколения. Предпринимательство вбирает в себя широкую гамму социальных, психологических, организационных и экономических характеристик, а поэтому оно является эффективным способом реализации личных и социальных ценностей китайской молодежи. Известный на весь мир китайский предприниматель Ма Юнь учредитель и создатель транснациональной корпорации Алибаба босс, настаивает, что молодые люди, которые не нашли работу в госструктурах, должны становиться предпринимателями, и чем раньше они это сделают, тем лучше. И самое главное здесь – это развитие самого человека. Предпринимательство требует полной отдачи, требует, чтобы молодой человек или девушка, которые заняты предпринимательством, затрачивали необходимое время и силы, брали на себя финансовый, психологический и социальный риск, получая в награду деньги и удовлетворение достигнутым. Для воспитания многомиллионной социальной группы китайской молодежи это весомый социальный инструмент мотивации. Это способствует не только стремлению человека к выживанию и самореализации. Благодаря самозанятости, молодые китайцы могут тесно интегрировать свои интересы и карьеру и делать то, что их больше всего интересует и что они считают наиболее полезным. Понимание предпринимательства как особого социального инструмента воспитания молодежи отличает представления о предпринимательстве в китайском обществе.

В-третьих, для китайского понимания молодежного предпринимательства важно и то, что это деятельность, которая предполагает *необходимость развития рационального и одновременно творческого мышления, что также не соответствует китайской эмоциональности и чувственности,*

142 Дерюгин П. П, С. В. Панов, С. В. Курапов, Ши И, Е. А. Камышина Сетевая диагностика стратегий идентификации в организации - методика и опыт пилотажного исследования. УДК 316.4.051.62 <http://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-4-73-94>

китайской ментальности. Предпринимательство - динамичный процесс последовательного наращивания богатства. Но прежде чем начать бизнес, молодые люди вынуждены задать себе ряд вопросов и логически на них ответить - каков процесс управления начинающей компанией; каковы основные сильные стороны их собственных предпринимательских проектов, и на что они рассчитывают, чтобы победить других и утвердиться на рынке, как долго я могу сохраняться, если не буду рассчитывать свои силы и ресурсы? И многочисленные др. Если дать ответы на эти вопросы, сформируется логичное и последовательное представление о том, как начать бизнес, востребуется особый дух – «духа капитализма» (М.Вебер). Кроме того, предпринимательство – такая работа, которая требует организаторского таланта, творческого начала, стремления к умножению богатства и готовности к риску ¹⁴³. Это процесс создания чего-то нового, какой-то ценности, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности, процесс, приносящий в результате денежный доход и личное удовлетворение достигнутым, - что так важно для китайского общества в отношении подрастающих поколений. Таким образом, предпринимательская способность - это способность человека к самосушествованию и саморазвитию в предпринимательской практике. Ведь только в случае, если план предпринимательства будет обстоятельно продуман, молодой человек с сильными предпринимательскими способностями не только не станет обузой для общества, но и увеличит его занятость за счет самозанятости. Он неизбежно будет вынужден трансформировать свои интеллектуальные, волевые и эмоциональные процессы.

В-четвертых, *ставка на молодежь в экономической политике Китая весьма противоречиво сочетается с ментальностью иерархических отношений старших и младших поколений.* Молодежь представляет собой группу китайского населения с большой предпринимательской жизнеспособностью и является наиболее важным предметом массового предпринимательства и инноваций. Но при

143 Полутова М. А. Генезис представлений зарубежных исследователей о сущности и характерных признаках феномена «Предпринимательство» // Вестник ЗабГУ. 2013.

этом такая самостоятельность плохо встраивается в структуру общества, где подчинение старшим пронизывает все социальные институты и структуры.

Из сказанного очевидно, что молодежное предпринимательство в Китае рассматривается китайским обществом как одно из наиболее перспективных направлений развития экономики страны, являющееся фактически потенциалом ее роста. И не случайно в настоящее время роль и значение молодежного предпринимательства все больше привлекает внимание правительственных кругов, предпринимателей и научной общественности.

Главным моментом такого активного внимания к молодежному предпринимательству в Китае было вызвано *проблемами обеспечения занятости молодежи*, возможность реализовывать социальные потребности, в том числе трудоустройство выпускников вузов, и проблему передвижения избыточной рабочей силы из деревень в города, преодоление последствий финансовых кризисов и повышение уровня зарплаток среди молодых людей и пр. Число выпускников колледжей и вузов в Китае продолжает расти. Именно эти практические проблемы являются первопричиной формирования молодежного предпринимательства как социального института экономической системы Китая. В целом такая практика соответствует международному опыту, который показывает, что сумма денег, вложенных в молодежное предпринимательство, создает в четыре раза больше возможностей для их самоустройства в трудовую деятельность, чем создание этих самых рабочих мест. Поэтому стратегии поощрения молодых людей к открытию собственного бизнеса, который способствует быстрому развитию экономики Китая, является перспективным и требуют внимательного изучения.

Социологический портрет молодых предпринимателей Китая складывается из базовых характеристик этой социально-демографической группы. В данном случае мы использовали данные статистических обследований некоторых научно-исследовательских учреждений и исследовательских центров Китая.

Результаты исследования, проведенного Китайским фондом молодежного предпринимательства и занятости среди 8520 китайских молодых

предпринимателей в августе 2022 года¹⁴⁴, показали, что, по возрасту 19-23 года составляли 51,3%, из них 20 лет были пиком предпринимательства.

С точки зрения количества предпринимателей, количество начинающих предпринимателей составило 73,4%, а количество предприниматели, которые много раз начинали свой бизнес - 26,6%. Доля предпринимателей с многократным предпринимательским опытом увеличивалась с увеличением возраста. их, возраст 31 лет является важным узлом, среди предпринимателей старше 31 лет более 53.7% составляют многократные предприниматели. Можно видеть, что большинство начинающих предпринимателей обычно имеют низкий показатель успеха в первом предпринимательстве из-за отсутствия у них реального предпринимательского опыта и различных ресурсов в смежных областях. С ростом возраста и увеличением числа предпринимателей, непрерывным накоплением предпринимательского опыта и связанных с ним ресурсов многие предприниматели становятся относительно зрелыми, и качество предпринимательства может быть выше.

Наибольшее распространение молодежное предпринимательство в Китае получило в *западных регионах страны*, где оно развито в примерно два раза более активно, чем в других регионах.

Как видно, региональное распространение и предпринимательские проекты сосредоточены преимущественно в западных и восточных регионах (См. график 1).

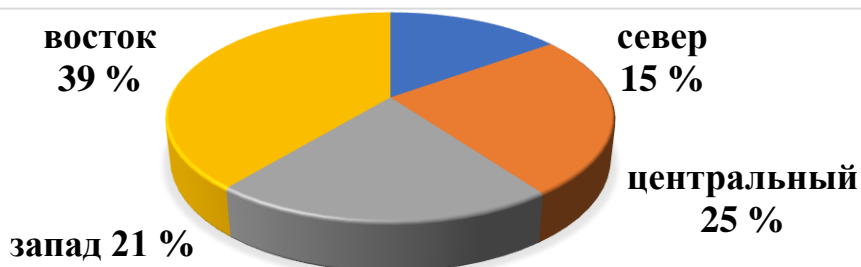


График 1 - Сравнение регионального распределения молодых предпринимателей Китая по регионам страны (1- восток; 2 - центральный; 3 - запад; 4 - северо-восток)

¹⁴⁴ Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2022 г.) https://mp.weixin.qq.com/s/GOpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw (Дата обращения - 09.01.2023)

Распределение молодежного предпринимательства по сферам деятельности показано на графике 2.

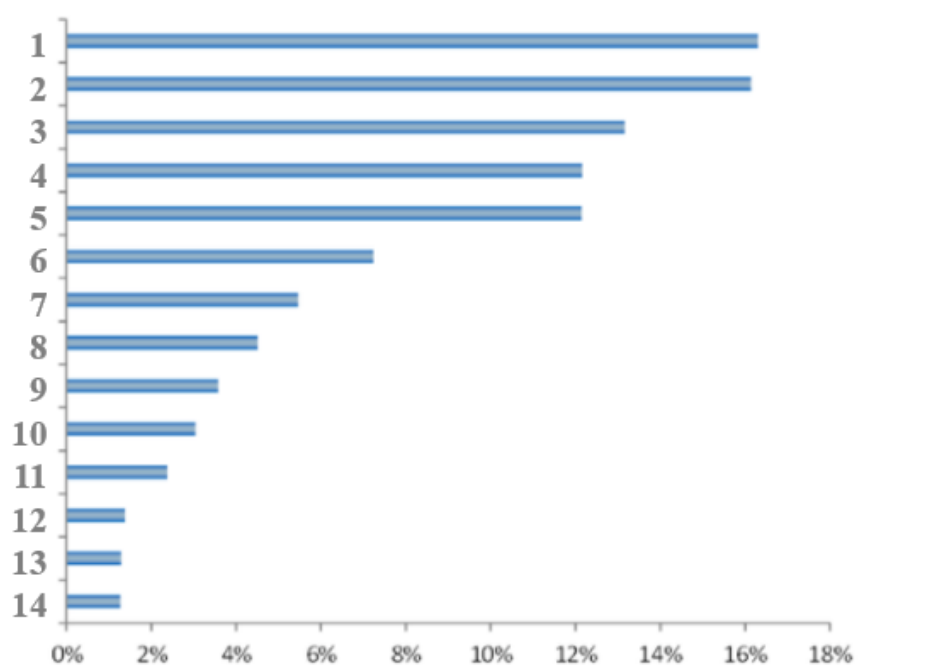


График 2 - Сравнение отраслевого распределения молодежного

предпринимательства в Китае (1. Сельское хозяйство, лесное хозяйство,

животноводство; 2. Оптовая и розничная торговля; 3. Образование и культура; 4. Спортивная и развлекательная индустрия; 5. Индустрия размещения и питания;

6. Индустрия бытовых услуг; 7. Информационные технологии в сфере услуг; 8. производство; 9. Строительная индустрия; 10. другое; 11. Научные исследования, технические услуги и геологоразведка; 12. Финансы и страхование; 13. Индустрия бизнес-услуг; 14. Транспортная индустрия).

Здесь видно, что с точки зрения предпринимательской индустрии, почти 70% молодых предпринимательских предприятий сосредоточены в сельском хозяйстве, лесном хозяйстве, животноводстве и рыболовстве, оптовой и розничной торговле, образовании и культуре, спорте, развлечениях, сфере размещения и общественного питания. Среди них на сельское хозяйство, лесное хозяйство, животноводство и рыболовство приходилось 16,3%, а на оптовую и розничную торговлю приходилось 16,1%¹⁴⁵, что отражает то, что молодые предприниматели, как правило, выбирают отрасли с низкими технологиями и пороговыми значениями

145 Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2022 г.) https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw (Дата обращения - 09.01.2023)

капитала для открытия собственного бизнеса. Это также соответствует текущей ситуации большинства молодых предпринимателей которым не хватает средств и социальных ресурсов.

Девушки и женщины в молодежном предпринимательстве занимают значимое место (См. график 3.)



График 3- Мужчины и женщины в молодежном предпринимательстве Китая

С точки зрения гендерных характеристик, женщины (оранжевый цвет на рисунке) и мужчины-предприниматели составляли 44.6% (синий цвет на рисунке) и 55.4% соответственно¹⁴⁶. Отмечается, что женщины-предприниматели изменяют стереотипные представления, о роли женщин в предпринимательстве. Хотя показатели женщин в предпринимательских способностях несколько уступают показателям мужчин, однако у них высок предпринимательский энтузиазм. В Гонконге женщины-молодые предприниматели составляют большую часть гонконгских предпринимателей младше 35 лет. Для сравнения - среди владельцев бизнеса старше 55 лет оказалось лишь 33% женщин. Аналитики из HSBC Кевин Херберт заявил, что женщины Гонконга и материкового Китая «начинают новый бизнес гораздо быстрее» и что «в следующем поколении молодых предпринимателей *мы впервые видим что-то похожее на гендерное равенство*».

¹⁴⁶ «Отчета о жизнеспособности молодежного предпринимательского города (2021)»

Число предпринимателей показывает перевернутое U-образное распределение по мере повышения уровня образования, среди них на среднюю школу и ниже приходилось всего 2,5%, среднюю /профессиональную школу 7,2%, колледж 36,2%, бакалавриат 51,2%, степень магистра и выше 2,9%, общая доля предпринимателей с высшим образованием или выше достигла 90,3%¹⁴⁷(график 4), это отражает то, что уровень образования предпринимателей, как правило, выше, рост обусловлен увеличением предпринимательской группы колледжей и университетов, что отражает то, что наша страна стала более зрелой в развитии инновационной осведомленности и предпринимательских способностей студентов колледжей. С точки зрения профессионального опыта предпринимателя , студенты составляют около 51.3%, выпускники студенты - 11,8%, а безработные после окончания учебы - 10,7%, всего 73,8%.



График 4- Уровень образования молодых предпринимателей Китая (1 - Бакалавриат; 2 – Колледж; 3 – Средняя /профессиональная школа; 4 –Магистра и выше; 5 –Средняя школа и ниже.)

147 Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2022 г.) https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRYIIWRHeYw (Дата обращения - 09.01.2023)

Молодежное предпринимательство в любой стране отражает общую тенденцию состояния предпринимательства. Не исключение в этом отношении и Китай. Еще не так давно молодые предприниматели в Китае составляли 2-3% от всех молодых людей, что было очень похоже на современное предпринимательство молодежи в РФ. Сегодня ситуация быстро меняется. StartupBlink составил рейтинг предпринимательской экосистемы 100 стран и 1000 городов. В рейтинге 2022 года предпринимательская экосистема Китая заняла десятое место¹⁴⁸.

Ориентация молодежного предпринимательства Китая формируется преимущественно на потребительские интересы. Как ранее отмечалось, молодежное предпринимательство в КНР ориентировано на сферу услуг или третичную сферу как эту деятельность определяют в Китае.

Этот факт отражает характеристику социальных потребностей населения Китая (2020 г.) - наиболее высока доля потребления продуктов питания, табак, алкоголь - 29,1%, одежда – 6,1 %, оплата жилья – 25,8%, бытовые предметы и услуги –6,1%, трафик и связь – 12,9%, образование и культурные развлечения – 9,6%, здоровье – 8,0%, другие материалы и услуги – 2,4%.¹⁴⁹ По статистике больше 90% китайцев отмечают, что в будущем хотят иметь детей, при этом 30% считают, что в семье иметь двоих детей наиболее уместно. 74,5% считают, что главный смысл рождения ребенка состоит в укреплении супружеского союза и его зрелости.

Эти традиционные потребности китайцев формируют запросы, на которые ориентировано молодежное предпринимательство.

Такая позиция отличается от патриархальных установок традиционной китайской культуры. 60% молодых людей готовы растить своих детей и воспитывать их. По сравнению со своими родителями, они стараются *больше их понять*, 86% опрошенных считают, что родители и дети равны, родители должны уважать взгляды и чувства ребенка, в то же время они чрезмерно озабочены этим и

148Startup Blink - Лучшие страны для стартапов. <https://www.startupblink.com/> (Дата обращения - 30.11.2022)

149 Статистический ежегодник Китая за 2021 год. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2021/indexch.htm>.

около 40% респондентов считают, что родители должны стараться, чтобы соответствовать требованиям ребенка.¹⁵⁰ Интересы многодетных семейств дают основательную почву для открытия новых предприятий молодыми предпринимателями.

Кто становится молодым предпринимателем Китая. В рамках преференциальной политики молодежь из разных слоев общества становится предпринимателями, но, тем не менее, учащиеся колледжей и студенты университетов составляют подавляющее их большинство. Китайский Фонд молодежного предпринимательства и занятости совместно с Китайской академией труда и социального обеспечения, в «Отчет об оценке развития молодежного предпринимательства в Китае» показывает, что среди молодых предпринимателей студенты являются важной силой в молодежном предпринимательстве, составляя 40,5% от общего числа¹⁵¹, ряд стратегий поддержки бизнеса на всех уровнях правительства, чтобы облегчить беспокойство предпринимательства¹⁵². Современные студенты больше не повторяют трехточечную линию от спальни до классной комнаты и до столовой, они больше не удовлетворяются однообразием только чтения книг. И хотя наступает век экономики знаний, повседневные нужды студенчества предполагают их участие в предпринимательстве, что сказывается на многочисленных особенностях его организации.

В частности, это проявляется в стратегиях поиска способов проявления предпринимательской инициативы учащимися колледжей и студентов университетов. Преимущественно они сводятся к попыткам обеспечить свой предпринимательский доход на основе частичной занятости, в работе неполный рабочий день, в работе только выходные и праздничные дни, в работе на неполную

150 Журнал «Родители должны читать» и Пекинское агентство по тестированию рынка нового поколения провели подробный анализ ценностей и образа жизни современной китайской городской молодежи. <http://baby.sina.com.cn/news/2005-04-04/15903.shtml>

151 Отчет об оценке развития молодежного предпринимательства Китая (2020год) Растущее политическое и экономическое наблюдение 16.11.2020 https://m.thepaper.cn/baijiaohao_10003990 (Дата обращения - 17.11.2021)

152 Троцук И. В., Скрынникова М. П., Ци Цзиньфэн. Приоритеты китайской молодежи в профессиональной сфере и положение молодых специалистов на рынке труда КНР // Теория и практика общественного развития. 2014. №12.

ставку. Работа с частичной занятостью, которую молодые предприниматели могут свободно организовывать в любое время, по мнению большинства студентов, не оказывает негативного влияния на их обучение. Среди распространенных вариантов предпринимательства репетиторство и агентские профессии, посредничество в торговле, рекламе и пр. Студенты иногда объединяются в кампус «группы с неполной занятостью», связи которых выходят далеко за пределы первоначальной программы предпринимательства, от обучения, продажи газет, продвижения косметики до формирования сетей агентов по продаже дефицитных товаров. Опрос показывает, что доля студентов колледжей с неполным рабочим днем достигает 71,3%. Они проводят около 16 часов в неделю неполный рабочий день.¹⁵³ Результаты исследования уровня дохода студентов, занятых предпринимательством на неполный рабочий день, составляет около 200 юаней. Однако есть и очень высокие - 500 - 650 юаней в месяц.¹⁵⁴ Наряду с этим некоторые студенты из богатых семей могут организовывать свое предпринимательство через инвестирование проектов.

Социальное самочувствие китайских частных предпринимателей.

Российский исследователь по изучению социального самочувствия жителей Санкт-Петербурга назвал три важных показателя - «Изучение проводилось по трем параметрам: . Защищенность от социальных опасностей (Кз); степень социального оптимизма (Ко); удовлетворенность своей жизнью»¹⁵⁵ . В отчете 19-го Национального Конгресса Коммунистической партии Китая также подчеркивалось, что чувство выгоды, счастья и безопасности людей должно быть более существенным, более безопасным и более устойчивым. Китайские ученые также обычно рассматривают три показателя - безопасность, чувство выгоды и счастье, как ключевые показатели социального самочувствия, отражающие

153 Вэй Хэцзюнь. Исследование статуса и факторов влияния неполной занятости студентов колледжей с точки зрения социального расслоения Журнал Молодежного профессионального колледжа. Шаньси. Выпуск 331, Март 2020, с. 31.

154 «Отчета о жизнеспособности молодежного предпринимательского города (2021)»

155 П. П. Дерюгин, Л. А. Лебединцева, О. В. Ярмак, Ши И, Е. А. Камышина Социальное самочувствие населения мегаполиса как интегральный показатель. Дискурс. 2020. Т., 6, № 2. С. 64.

удовлетворенность и удовлетворенность людей текущей жизнью, что, в свою очередь, влияет на их действия и усилия, направленные на улучшение жизни в будущем уверенность¹⁵⁶. Уточнение взаимосвязи между этими тремя способствует повышению уровня социального управления и повышению уровня счастья людей¹⁵⁷. Результаты исследования социального менталитета частных предпринимателей¹⁵⁶ показывают, что - общее чувство безопасности у предпринимателей невысокое, а их оценки особенно низки в таких областях, как корпоративное устойчивое развитие и информационная безопасность. Это также отражает влияние внешней политики Китая на предпринимательское поведение; Общее ощущение достижения высокое, но субъективная оценка социального статуса невысока, и доля людей, которые думают, что они принадлежат к верхнему среднему классу, невелика, что свидетельствует о феномене «субъективного смещения статуса вниз». Чем выше относительный статус предпринимателей, тем больше они склонны инвестировать в инновационную деятельность¹⁵⁸, восприятие предпринимателями социального статуса низкий уровень также в определенной степени влияет на развитие инновационной предпринимательской деятельности; Частные предприниматели относительно довольны своей нынешней жизнью и в целом чувствуют себя счастливыми. Однако 54,7% предпринимателей по-прежнему хотят попытаться внести некоторые изменения, если им будет предоставлена возможность. Что касается вопроса о том, хотят ли они, чтобы их дети взяли верх, доля людей, ответивших «неуверенные», увеличилась на 8,2% по сравнению с 2019 годом. С одной стороны, это объясняет множественное мышление о выборе карьеры будущими поколениями. С другой стороны, это также отражает то, что под влиянием новой коронной эпидемии пневмонии энтузиазм предпринимателей и их уверенность в том, что тревога и социальная незащищенность всего китайского

156 Ли Пин, Чжао Делей, Статус-кво и путь оптимизации социального самочувствия частных предпринимателей - на основе двух опросов в провинции Чжэцзян, Журнал Центрального института социализма, выпуск 2, 2021 г., Р195

157 Сюэ Няньвэнь - значительное практическое значение «чувства приобретения, счастья и безопасности», Национальное управление, выпуск 47, 2017

158 Ма Цзюнь Ло Хэнцзюнь Сяо Сяо Восприятие статуса частного предпринимателя и вклад корпоративных инноваций Рассмотрение руководством Нанкай том 22 выпуск 2 2019 с.150

общества возросли ¹⁵⁹, а энтузиазм и предпринимательская уверенность предпринимателей не очень высоки.

Мотивация выбора предпринимательства как занятости среди молодежи КНР в последние времена становится иной, чем это было несколько лет назад. Основной мотив молодежного предпринимательства в КНР проявляется как *стремление к достижению результата и успеха*. В познании предпринимательства подавляющее большинство молодых предпринимателей испытывают потребность в «самореализации» ¹⁶⁰. Во всяком случае, в подавляющем числе исследований предпринимательская молодежь имеет более высокую самооценку, и мотивация их достижения результата значительно выше, чем мотивация на простое выживание, т.е. реализовать свою мечту о лучшей жизни на основе предпринимательства, изменить жизнь людей и доказать жизненность собственных ценностей, достичь социальной идентичности как состоявшегося предпринимателя.

Кроме того, сети социальной поддержки также положительно влияют на предпринимательскую деятельность студентов - «Социальная поддержка обычно включает поддержку со стороны всех сторон общества, особенно материальную и эмоциональную поддержку со стороны семьи, родственников и друзей, а также материальную, информационную, системную и политическую поддержку со стороны правительства, общества и рынка» ¹⁶¹. «Образование и профессиональная подготовка, государственная поддержка, рыночные условия и финансовая среда - все это имеет значительный положительный прогнозирующий эффект на предпринимательскую готовность студентов колледжей» ¹⁶².

159 Shi, Y., & Yaroschchuk, L. (2020). Post Corona Society - How to Teach People be Social Again. *Postmodern Openings*, 11(1Supl2), 169-176. <https://doi.org/10.18662/po/11.1sup2/149>

160 Лу Девен. Страсть и разум определяют менталитет молодых предпринимателей. Народный форум Середина июля 2019 г. с.106. 吕德文, 激情与理性勾勒青年创业者心态。人民论坛, 2019年07月中, p.106。

161 Ни Дачжао. Социальная сеть молодых предпринимателей, способность привлекать ресурсы и предпринимательская деятельность. Журнал Хэнаньского колледжа экономики животноводства, том 34, выпуск 187 Апрель 2021 г. с.50. 倪大钊, 青年创业者的社会网络、资源获取能力与创业绩效。河南牧业经济学院学报, 2021年4月(总第34卷第187期) p50。

162 У Лишуан, Исследование влияния предпринимательской среды на готовность студентов к

Предпринимательство для некоторой части китайской молодежи становится результатом полученного образования. Естественно, что наряду с такими молодыми людьми часть предпринимателей оказываются перед пассивным выбором, выбором предпринимательства под давлением экономических проблем. Эта мотивация отрицательного выбора встречается часто и также является важным фактором развития молодежного предпринимательства.

Существует значительная положительная корреляция между предпринимательским опытом отцов и матерей и предпринимательскими намерениями молодежи, чем богаче и успешнее предпринимательский опыт родителей, тем сильнее предпринимательская готовность молодых людей¹⁶³. Также можете сказать - для китайского молодежного предпринимательства важную роль играет семья. Исследование мотивации к предпринимательству показало, что семейные связи играют важную роль в бизнесе миллениалов. Практическая поддержка и связи родителей, которые присутствуют в семьях бизнесменов, могут быть бесценным капиталом для выстраивания больших предприятий.

Технологии стартапа в молодежное предпринимательство в Китае разные. Так, 71% молодых предпринимателей приходят в предпринимательство через «партнерское предпринимательство». Из-за нехватки социального и делового опыта молодежное предпринимательство часто трудно понять и вписаться в общее деловое сообщество. В настоящее время стартаповец сначала включается в атмосферу малого бизнеса, а затем находит партнера. Другой вариант - отраслевые ассоциации, которые важны для понимания отраслевой информации, знакомства с отраслевыми партнерами и налаживания широкого сотрудничества для продвижения своих позиций и влияния в отрасли. В то же время молодые предприниматели могут выбирать парк стартапов, который может предоставлять эффективные вспомогательные услуги, и использовать предоставляемые ими

предпринимательству. Исследования высшего инженерного образования, 2019 (1) - 184-189。吴立爽, 创业环境对大学生创业意愿的影响研究。高等工程教育研究, 2019(1):184 — 189。

163 Исследование влияния семейного прошлого на предпринимательские намерения студентов колледжей, Ду Янь Ляо Синьцзянь, Красная фасоль образование, Выпуск 30, 2021 г.

льготные политики и услуги финансового управления, чтобы обеспечить устойчивое развитие компании.

Молодые предприниматели нередко создают сообщество веб-сайтов или интернет центр для содействия поиска сфер предпринимательства и проектов деятельности. Логика и этика молодых предпринимателей основывается на принципах клановости, коллективизма и корпоративной психологии, но несколько отличается от правил ведения предпринимательства людьми старшего возраста. Труднее всего во взаимодействии с молодыми китайскими предпринимателями достичь уровня взаимопонимания и доверия.

Особенно доверия для китайцев традиционно изначально относиться к партнерам по бизнесу с осторожностью и недоверием - «А главное, если вы не понимаете процессов, которые проводит китайская сторона с вашим бизнесом, то, скорее всего, вами манипулируют. Изучайте Китай и своих партнеров, прежде чем предпринимать какие-либо шаги, не допускайте ошибок и будьте вежливы во всем - только так вы найдете не только хорошего партнера в Китае, но и заслужите уважение»¹⁶⁴, - так советует Осипов Н., специалист по китайской культуре предпринимательства. Практически любое предложение от иностранца по предпринимательству, как правило, будет восприниматься молодыми китайцами с вниманием и осторожностью, которые китайские предприниматели пытаются обратить в свою сторону. Китайцы не стремятся занять в отношениях с партнером активной позиции, а ожидают, когда партнер предпримет какие-то действия. Если же существует потребность в действиях или возникает противостояние двух сторон, привлекаются посредники. Непосредственному принятию того или иного решения предшествует сбор информации о партнере. Важное значение для делового мира в Китае имеют понятия о формальной чести и достоинства.

Самый расхожий миф в понимании предприимчивости молодых китайцев, - миф о том, что система китайского образования не способствует

164 Осипов Н. Китайская культура ведения бизнеса - ключевые особенности. <https://enterchina.ru/blog/kitayskaya-kultura-vedeniya-biznesa-klyuchevye-osobennosti> (Дата обращения - 06.07.2021)

развитию изобретательности, и что будет трудно найти сотрудника, способного оригинально мыслить. Как правило, это категоричное заявление подкрепляется целым облаком из аргументов - система образования, в основе которой лежит зубрежка, многочисленные копии всемирно известных брендов и даже неспособность среднего офисного работника найти самостоятельно чуть нестандартное решение, выходящее за рамки инструкции руководства, - это миф, от которого следует отказываться. Проблемы с креативностью в среде китайской молодежи, скорее, выдумки. Китайская земля, как и любая другая, полна талантами - об этом свидетельствуют и экономические успехи последних десятилетий, и даже художественные проекты. Амбиции молодого поколения китайских предпринимателей подстегиваются не только материальными потребностями, а примерами международного и национального успеха их соотечественников.

Поддержке молодежного предпринимательства в Китае уделяется достаточно много внимания и по разным направлениям. Вопрос занятости молодежи всегда был глобальной темой. Китай - это страна с молодым населением. Молодежное предпринимательство - это лучший и наиболее активный способ решения проблем занятости. Если набрать в китайских поисковиках определение «молодежное предпринимательство», то мы обнаружим 16 млн. ссылок. Для сравнения, в российских транснациональных поисковиках («Яндекс») их окажется около 4 млн., т.е. в четыре раза меньше. И дело, конечно же, не только в количественных характеристиках упоминания этого определения. Дело в том, что проблемам поддержки молодежного предпринимательства в Китае уделено внимание на системном уровне – как честь государственной политики, которая реализуется в жизни.

Поддержка молодежного предпринимательства партийными органами, органами государственной и муниципальной власти характеризуется последовательностью и на принципах эволюционного его развития. В последние годы КПК и правительство Китая интенсивно издавали серию программных документов по поощрению и поддержке молодежного предпринимательства. В этих документах определены политические меры по участию молодых людей в

предпринимательстве. В докладе 19-го национального конгресса Коммунистической партии Китая по поводу задач партийных органов в этом отношении говорится - «мы должны вдохновлять и защищать предпринимательство, поощрять большое число социальных субъектов к участию в инновациях и предпринимательстве» ... фокусироваться «на решении структурной занятости, поощряя предпринимательство, в интересах занятости. Предоставлять комплексные услуги по трудоустройству населения и выпускников колледжей, а также и других молодых людей, трудящихся-мигрантов к мультиканальный занятости и предпринимательству»¹⁶⁵. Обобщая материалы этих документов, можно увидеть направления предлагаемых мер - формирование *институциональных механизмов* правительства в сфере молодежного предпринимательства и *выстраивание системы обслуживания молодых предпринимателей*, а также *поддержка предпринимательских услуг*. Как отмечают исследователи молодежного предпринимательства, самое главное, что удалось сделать за эти годы в КНР, вовлечь большое количество молодых людей в предпринимательскую деятельность.

Соответствующими министерствами и Комиссиями Государственного Совета совместно с местными органами власти рассмотрено ряд конкретных стратегических шагов, которые поощряют и поддерживают молодежное предпринимательство, нацеленных на *увеличение числа участников молодежного предпринимательства*, создание заинтересованной социальной атмосферы для молодежного предпринимательства и постоянного стимулирования его развития («политические дивиденды и раунды реформ для роста и развития»). Определены меры по совершенствованию управления молодежным предпринимательством. В частности, рассмотрен вопрос об *объединении нескольких департаментов*, занимающихся молодежным предпринимательством, и создании *специализированных агентств* для интеграции существующих политических мер и

165 В докладе 19-го Национального конгресса КПК описывается картина новой эры. <https://ru.set-up-company.com/blog/business-in-china/the-report-of-19th-national-congress-of-cpc.html> (дата обращения - 06.07.2021)

укреплению управления результативностью политики предпринимательства. Функциональная ориентация таких агентств включает в себя три аспекта - во-первых, обеспечение «единого» консультирования предпринимателей и единого толкования политики для молодых бизнесменов, с тем чтобы предпринимательская политика распространялась «как в глубину, так и в широту». Во-вторых, агентства отвечают за конкретную реализацию политики в области надзора, содействуют систематизации, нормализации и институционализации разработок и осуществления политики молодежного предпринимательства на всех уровнях управления. Кроме того, эти специализированные учреждения должны своевременно анализировать оценку удовлетворенностью процессом реализации политики предпринимательства, обратной связи, успешностью институциональных инноваций. Например, учреждаются премии - «невывлаченный вклад молодежного предпринимателя», «творческая инициатива по трудоустройству», а также стимулы и меры, такие, как налоговые льготы и субсидии на социальное обеспечение, которые могут способствовать дальнейшему укреплению осуществления мер политики молодежного предпринимательства. В-третьих, агентства уделяют особое внимание долгосрочным целям политики в молодежном предпринимательстве.

Программы развития молодежного предпринимательства выстраиваются как на местном, региональном и международном уровне. *Международная программа «Молодежное предпринимательство Китая»* была инициирована в ноябре 2003 года совместно Центральным комитетом Коммунистической лиги молодежи и Всекитайской федерацией молодежи, а также Всекитайской федерацией промышленности и торговли. Основная цель программы – концентрация усилий сообщества, особенно бизнес-сообщества, для предоставления консультаций и финансирования, технологий и создания сетей для молодежного предпринимательства. Для приема пожертвований и грантов в рамках программы учрежден специальный фонд, который призван обеспечить беспроцентные стартовые затраты, консультации репетиторов, и другие общественные услуги для подходящих молодых предпринимателей. Программу

обеспечивают многочисленные правозащитные организации и адвокаты, которые совместно выступают за формирование осведомленности о социальной ответственности, поощряют квалифицированных молодых людей смело начинать бизнес, способствуют трудоустройству посредством предпринимательства, продвигают передовые концепции и передовые модели. *Участником такой программы может стать* любой гражданин Китая, кто отвечает следующим условиям - (1) возраст от 18 до 35 лет; (2) частично занятые или безработные; (3) иметь хорошую бизнес-идею и предпринимательскую страсть; (4) без стартовых средств. Такой молодой человек может рассчитывать на субсидии в 30 000-50 000 юаней. Поддержка включает - (1) Бесплатное обучение предпринимателей; (2) Консультационные услуги - помочь молодым людям ответить на операционные проблемы, возникающие в процессе открытия бизнеса; (3) Руководство по предпринимательству - Связи с предпринимателями. Бизнес-наставника, услуги экспертов и волонтеров на протяжении трех лет; (4) Стартовый капитал - беспроцентные гарантии путем специального фонда для молодых предпринимателей.

В перспективах, программы молодежного предпринимательства предполагается вывести за пределы Китая. Так, например, в Санкт-Петербурге уже создана *Китайско-российская Ассоциация молодых предпринимателей* (ноябрь 2015 г.) В целях Ассоциации содействия развитию предпринимательства среди российско-китайской молодёжи, а также введения инноваций, соответствующих новым вызовам международного сотрудничества между Китаем и Россией, предоставления необходимой помощи молодым предпринимателям из России и Китая. Ассоциация предоставляет свою помощь студентам и выпускникам российских и китайских вузов в воплощении своих бизнес-инициатив. В ней состоят участники как из России, так и из Китая. Практика международного сотрудничества молодых предпринимателей всемерно поощряется китайским руководством.

Льготы по финансированию стартапа молодежного предпринимательства в Китае разнообразны. Естественно, что выпускники школ,

колледжей и университетов не имеют достаточных стартовых средств для реализации предпринимательских идей. Как показывают исследования, 74,6% предпринимателей используют личные или семейные сбережения в качестве предпринимательских идей, 15,8% начали бизнес за счет займов у родственников и друзей, а 15,8% использовали компании венчурного капитала и другие каналы для открытия бизнеса. Менее 10% предпринимателей имеют средства для открытия бизнеса¹⁶⁶. Здесь ситуация медленно, но меняется. Для поддержки предпринимательства среди молодежи правительство Китая разработало ряд мер по финансовой поддержке и снижению финансовой нагрузки в период начала бизнеса. В интересах этого учрежден *фонд поддержки* и осуществлены меры по увеличению венчурного капитала. В частности, активно расширяются каналы *финансирования молодежных проектов*, пропагандируется опыт компаний, которые инвестируют в молодежное предпринимательство, снижены универсальные и административные сборы (налоги), проводится политика льготного налогообложения, стартапам предоставляются определенные льготы по срокам возврата денег, снижаются эксплуатационные расходы и, наконец, внедряются арендные субсидии для соответствующих направлений молодежного бизнеса. К таким ключевым проектам, где льгот становится еще больше, в Китае отнесены *инновации, Интернет, защита окружающей среды* и др. В частности, начинающим малым и микропредприятиям в этих сферах предоставляются *арендные субсидии* для содержания объектов недвижимости.

В Китае существует *три типичные модели* обучения предпринимательству молодежи - *Первая* осуществляется правительством и строится как политика продвижения и внедрения инноваций в колледжах и университетах; *Вторая* – выстраивается как система непрерывного реформирования учебной программы, которая в основном интегрирует обучение предпринимательству в систему профессиональной учебной программы (колледжи и университеты); *Третья* - практическая предпринимательская деятельность в

166 Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2021 г.)
<http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf>

рамках предпринимательских сообществ (предпринимательские парки и инкубаторы, предпринимательские кафе, квартиры и дома). Китай создает 150 инкубаторов-стартапов для студентов, возвращающихся после получения образования из-за границы, предоставляя услуги по поддержке создания новых компаний и облегчая обмен информацией о человеческих ресурсах, проектах, политике и финансировании. Согласно исследованию Torch Center Министерства науки и технологий, «Отчет о развитии инкубации и развития предпринимательства в Китае 2020» - По состоянию на 2020 год в стране насчитывалось 4849 инкубаторов, в инкубаторе 206 000 инкубаторов, было поглощено 2,9 миллиона рабочих мест, в стране действуют 6959 инновационных компаний, обслуживал 414000 компаний и команд. В компании работают 15,14 миллиона сотрудников, общий объем инвестиций в команду и предприятие составляет 76,5 миллиардов юаней. На рынке котируется 621 компания, и у них есть 216 000 действующих прав интеллектуальной собственности¹⁶⁷. Например, такая форма предпринимательского сообщества как YOU+ (Вы+) охватывает более 20 проектов и развернута в восьми крупных городах в Пекине, Гуанчжоу, Ханчжоу, Шэньчжэне, Шанхае, Фучжоу, Сучжоу и Чэнду, а проекты в таких городах, как Нанкин, Далянь и Фошань, находятся в стадии разработки. Автор идеи Лю Ян положил в основу предпринимательского дома YOU+ концептуальную идею Интернета и традиционные принципы китайского коллективизма. Квартира или дом в настоящем случае являются лишь носителем YOU+, ее ядро составляют молодые предприниматели, сообщество, где все жильцы живут в «домашней» культуре и «дают теплый дом» тем молодым людям, которые «ушли из дома», приехали из других провинций и районов. Чтобы поддержать предпринимательскую природу сообщества YOU + разработана система «семейных правил». Главное, что дает проживание в предпринимательском доме это осуществление предпринимательства на минимальных ставках аренды и

167 Чэнь Минлин, Мао Жуйсинь. Характеристики предпринимателей, показатели выживания и роста предпринимательских предприятий. Управление технологиями и инновациями, Том 41 №6, ноябрь 2020. 陈敏灵, 毛蕊欣, 创业者特质与创业企业生存绩效、成长绩效技术与创新管理。第 4 1 卷, 第 6 期, 2 0 2 0 年 1 1 月。

минимальных расходах ведения своего дела. После проведения полугодового исследования опыта предпринимательского дома YOU + со стороны специалистов крупной компании «Xiaomi» и пятиминутных переговоров, Лэй Цзюнь учредитель «Xiaomi», инвестировал в проект YOU + 100 миллионов юаней в интересах развития этой платформы выращивания молодых предпринимателей.

Таким образом очевидно, что в Китае хорошо осознают важность реальной поддержки молодых предпринимателей, для чего недостаточно простых советов. Чтобы перенять опыт и определить новые пути развития бизнеса, молодых предпринимателей необходимо погрузиться в работу лучших мировых компаний и изучить их изнутри. Многие университеты создали базы инновационной и предпринимательской практики, предоставляя студентам бесплатные места для открытия собственного дела и даже предоставляя им необходимые стартовые средства. Некоторые квалифицированные университеты также поддерживают предпринимательство студентов колледжей, предоставляя ресурсы для выпускников.¹⁶⁸ Помимо обучения предпринимательству в университетах и колледжах Китая существует несколько форм консультационной поддержки начинающих предпринимателей «на местах». Это многочисленные центры предпринимательства, которые создаются в интересах усиления профессионального руководства предпринимательской деятельностью молодежи в конкретных районах и на конкретных площадках. Деятельность таких центров направлена на практическое обучение и практический инструктаж молодых людей, повышение уровня их готовности к риску, с тем чтобы они могли лучше интегрироваться в текущую ситуацию и выбрать адекватное направление предпринимательства в соответствии со складывающейся ситуацией в районе. Здесь можно найти опытного консультанта по управлению бизнесом, получить информацию как научиться использовать наличные ресурсы, научиться сотрудничать со всеми участниками своего дела и сделать все возможное, чтобы

168 Лу Девен. Страсть и разум определяют менталитет молодых предпринимателей. Народный форум Середина июля 2019 г. с.107. 吕德文, 激情与理性勾勒青年创业者心态。人民论坛, 2019年07月中, p.107。

создать хорошую деловую атмосферу, сформировать профессиональную команду, получить помощь наставников и так далее. Кроме того, в таких центрах можно получить возможность сотрудничества с уже действующими предпринимательскими ресурсами других компаний, что является важным для начинающих предпринимателей.

Пропаганда и образцы успешных молодых предпринимателей-китайцев формируется в определенные системные действия. В Китае каждый год отбирается «десять выдающихся молодых людей Китая». Цель отбора - *похвалить и опубликовать молодежные модели поведения людей*, которые внесли большой вклад в практику реформ, открытости и социалистической модернизации, создают великолепный образ выдающихся молодых людей в современном Китае и вдохновляют молодых людей усердно учиться, усердно работать, служить обществу и развивать таланты к модернизации Родины в новом столетии. Право попасть в десятку лучших имеют те, кто соответствует таким критериям - 1. Гражданин Китайской Народной Республики, которому исполнилось 18 лет. 2. Любит социалистическую Родину и поддерживать основную линию партии. 3. Активно участвует в практике реформ, открытости и социалистической модернизации, и приносит выдающиеся достижения и большой вклад. *Это официальные эталоны идентификации.* С момента своего запуска в 1990 году, эта пропаганда оценивается как важная для выращивания молодых предпринимательских талантов, которые могут сделать позитивные усилия по достижению всеобъемлющего возрождения китайской нации.

Амбиции молодого поколения китайских предпринимателей *стимулируются примерами международного и национального успеха их соотечественников в бизнесе.* Для молодых китайцев объектом предпринимательского вдохновения является компания Alibaba и ее основатель Джек Ма, которая не просто достигла высоких показателей прибыли, а также способствовала кардинальным изменениям в целых отраслях страны, а теперь и мира.

Другая часть пропаганды нацеливается на молодежную аудиторию,

которой представляют образцы успешных карьер в молодежном предпринимательстве, *основанном на упорстве и смекалке*. Свой первый стартап Чэнь Фанъи со своими однокурсниками основал в 2008 году, в 22 года, будучи студентом третьего курса института информационных технологий Национального Университета Хуацяо. Четверо из пятерых вложили по 40 000 юаней, таким образом, сформировав стартовый капитал в размере 160 000 юаней. Чэнь Фанъи вложил сам в себя. Определенный талант Чэнь Фанъи слушать и слышать тенденции времени позволил ему поймать новую волну. Через обозначенный период была готова первая версия приложения для смартфона xiyou, позже переименованная в meiyou или «meet you», а еще через двадцать дней его можно было найти в сети как для iOS, так и Android. И буквально в считанные недели приложение скачало более 3 млн пользователей ¹⁶⁹. Также Цай Янгинг является сооснователем полезного и очень популярного в Китае сообщества Yi-Gather, которое предоставляет вакансии и рабочие места. Уже 1390 работников из 85 городов 13 стран мира присоединились к этому сообществу. Большинство из них работают в сферах ИТ, дизайна и прочих инновационных секторах экономики. Хан Бинг является генеральным директором сайта nashangban.com. Это – рекрутинговый ресурс для поиска ИТ-тантов, основанный в начале 2013 года. В настоящее время детище Хэна Бинга уже имеет базу данных на 500 000 ИТ-специалистов высокого класса ¹⁷⁰. Такими многочисленными примерами наполнены источники как официальных СМИ, так и интернета.

Важную часть управления состоянием молодежного предпринимательства в Китае составляет его анализ и оценка. Разработка предпринимательских проектов, достаточные средства, эффективное управление, постоянная настойчивость в развитии молодежного предпринимательства, тем не менее пока оцениваются только как начальные шаги к его процветанию. Молодежное предпринимательство по-прежнему оценивается как фактор спасения

169 Самые успешные предприниматели Китая до 30 лет. Как Чэнь Фанъи сам себя инвестировал. URL - <https://scsg.ru/ru/blog/kak-chen-fani-sam-sebya-investiroval/> (Дата обращения - 13.08.2021)

170 Китайское деловое сообщество. URL: <https://www.facebook.com/chinabizcom/posts/703329626712817/> (Дата обращения - 13.02.2022)

от безработицы молодежи, которая остается высокой. «Отчет об исследовании возможностей трудоустройства студентов колледжей 2022 года», опубликованный 27 апреля, показывает, что 1,4% выпускников 2021 года решили начать свой собственный бизнес, а число выпускников 2022 года, решивших начать собственный бизнес, увеличилось до 1,9%¹⁷¹. Видно, что влияние новой коронной эпидемии с каждым годом становится меньше, но определенный разрыв по сравнению с 3% в 2018 году¹⁷² все же есть. «Отчет о занятости китайских студентов колледжей за 2022 год», опубликованный Исследовательским институтом Мусос 13 июня 2022 года, также показывает, что проблемы выживания самозанятых групп продолжают расти. Среди студентов, решивших начать собственное дело после выпуска в 2018 году, более половины бросили предпринимательство в течение трех лет¹⁷³. В «Исследовательском отчете по трудоустройству и предпринимательству в Китае», проведенном Китайским молодежным вниманием, выявлено, что показатель успешности предпринимательской деятельности молодых студентов составляет только от 2% до 3%¹⁷⁴, что значительно ниже, чем показатель успешности обычных стартапов.

Проблемы молодежного предпринимательства. Самими молодыми предпринимателями часто высказываются суждения о том, что им *не хватает средств для начала деятельности, нет связи между различными направлениями молодежного предпринимательства, высокая стоимость рабочей силы* – это те места, которые считаются одними из наиболее заметных трудностей. 41,7% респондентов считают, что самой большой трудностью для молодых предпринимателей все же является финансирование, 24,8% респондентов считают, что их социальные ресурсы и связи слабы, 19,8% считают, что им не хватает соответствующих знаний и умений, также отсутствует соответствующая конкурентоспособность в расширении бизнеса и технологических инновациях.

171 «Отчет об исследовании возможностей трудоустройства студентов колледжей 2022 года»

172 «Отчет об исследовании предпринимательской экологии студентов колледжей в 2018 году»
<https://zhuanlan.zhihu.com/p/47371864>

173 «Отчет о занятости китайских студентов колледжей за 2022 год»

174 «Исследовательском отчете по трудоустройству и предпринимательству в Китае» за 2021 год.

Налоговые льготы или субсидии для бизнеса являются наиболее важными требованиями предпринимателей (33,4%), что также отражает острую необходимость для предпринимателей решить проблему финансовых трудностей; 7,9% требований заключаются в упрощении процесса государственного административного утверждения¹⁷⁵.

Хотя государство ввело ряд льготных мер и мер поддержки для поощрения самостоятельной занятости молодежи, однако путь к самозанятости в Китае чрезвычайно труден, поскольку в дополнение к ограничению собственного опыта предпринимательской деятельности, существует нехватка *общей упорядоченности предпринимательской среды*. По сравнению со зрелой и полной предпринимательской средой в зарубежных странах, современная среда молодежного предпринимательства в Китае все еще не идеальна, в особенности это касается функций правительства и осведомленности государственных служащих по обеспечению предпринимательской деятельности актуальным содержанием. Кроме того, формированию зрелой предпринимательской среды молодых предпринимателей не способствует традиционная социальная концепция в принятии философии предпринимательства как такового.

Совершенствование предпринимательства молодежи в Китае на уровне политики и на уровне реализации сталкивается с *некоторыми трудностями*, которые можно свести к следующему:

- по-прежнему, мало кто считает молодежное предпринимательство идеальным выбором для карьеры, более престижно для китайской молодежи остается занятие государственной службой;

- политика массового молодежного предпринимательства распространяется *не на все молодежные группы*, учащихся колледжей, выпускников средних и старших классов, а также не на всех выпускников средних школ;

- юридические основания молодежного предпринимательства зачастую

175 Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2021 г.) <http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf>

остаются плохо проработанными;

- молодые предприниматели несут значительные риски из-за собственного предпринимательства, поскольку в Китае увеличивается свободная рабочая сила и растет число безработных молодых людей. Эти факторы усиливают предпринимательское давление и внутри предпринимательскую конкуренцию, выталкивая молодежь на периферию – в бесперспективные сферы деятельности;

- существует много противоречий между профессиональной учебной программой и практическим предпринимательством из-за чего молодые предприниматели не получают целевой подготовки как предприниматели. В учебных заведениях изучаются методы подготовки, нацеленные на сдачу экзаменов, молодые люди более энергичны в учебе, но при этом имеют меньше знаний об обществе и о рынке, и не имеют практического опыта, а также возможности выбора предпринимательских проектов, что становится первым порогом для молодых предпринимателей;

- молодежное предпринимательство сосредоточено преимущественно в развитых районах на востоке Китая, а в западных районах – молодых предпринимателей относительно немного;

- молодые предприниматели слабо заинтересованы в формировании предпринимательских платформ Интернета для сельского хозяйства и продвижения сельскохозяйственных товаров;

- многим молодым предпринимателям не хватает каналов связи для получения предпринимательской информации о конкретных местах и районах, где востребована их деятельность;

- подачи заявок на участи в предпринимательстве остается громоздкой. Предпринимательские стартовые фонды также являются сложным порогом для молодых предпринимателей. Без источников финансирования трудно накапливать стартовые фонды посредством неполного рабочего дня или совмещения работы и учебы;

- для уровня молодежного предпринимательства высокие затраты с точки зрения оплаты рабочих мест, рабочей силы и сырья. У молодых

предпринимателей, как правило, проблемы с нехваткой предпринимательских средств;

- после того, как молодой предприниматель потерпел неудачу из-за проблем с отбором проектов, он часто пребывает в унынии и не существует системы влияний, способной возобновить предпринимательский энтузиазм;

- отсутствие развитых предпринимательских способностей молодых людей, непонимание трендов предпринимательской политики и отсутствие соответствующих теоретических знаний молодых людей в области предпринимательской деятельности, отсюда - неспособность принимать быстрые решения, связанные с предпринимательством.

Результаты исследуемых предпринимательских проектов, как правило, хорошие - как производственный, так и операционный статус, изменения в количестве клиентов и операционные доходы в основном находятся в положительной тенденции роста. Что касается будущего развития, молодые предприниматели также в основном *настроены оптимистично*, даже если предпринимательство терпит неудачу, *все больше молодых предпринимателей решает вернуться*.

Недостатки и трудности молодежного предпринимательства характерны для молодежного предпринимательства и в других странах. Из-за отсутствия у молодежи социального опыта они часто слепо оптимистичны и недостаточно психологически подготовлены. Из-за неудач в предпринимательстве многие молодые предприниматели чувствуют себя очень болезненно и даже впадают в депрессию.

Следует также отметить *ряд психологических особенностей молодых предпринимателей Китая*. Родившиеся в 1990-х годах, сегодняшние молодые предприниматели Китая стали непосредственными пользователями достижений и реформ страны, уверенной политики и выросших ресурсов. Они являются бенефициарами обязательного образования и чувствуют преимущества национального прогресса и международного усиленного статуса. В настоящее время образ жизни и материальные возможности молодых китайских

предпринимателей резко изменились по причинам быстрого развития страны и общества. Быстрорастущий слой молодых предпринимателей обладает новыми информационными возможностями, эта молодежь более свободна и готова к решительным действиям, смело берется реализовывать много таких проектов, которые ранее рассматривались как дерзкие и невозможные. Значительная часть молодых предпринимателей помногу работают, продвигая свои бизнес-идеи. Столкнувшись с экономическим давлением женитьбы, рождения детей, покупки дома или покупки автомобиля, они также имеют смелость быть убежденными в выбранном пути и не идти на компромисс. И, в связи с этим, можно говорить о целом ряде особенностей, которые отличают молодых китайских предпринимателей от предпринимателей более старших поколений:

- *престижность предпринимательства*, эталоном поведения молодых предпринимателей все чаще выступает престижность предпринимательства и его социальный авторитет;

- *образованность*, стремление получать качественное (дорогое) образование в лучших университетах Китая, престижнее всего - в Пекинском университете;

- *цифровизация предпринимательства*, поиск возможности реализации предпринимательских устремлений в цифровом пространстве, увлечённость компьютерами, видеоиграми и пр.;

- *нацеленность на материальный успех*, внимательное отношение к получению прибылей. Как сейчас говорят в Китае - "Лучше плакать в BMW машине, чем улыбаться на велосипеде";

- *прагматизм*, это молодежь, которая более равнодушно относится к другим людям, чем это характерно для предпринимателей более старших возрастов, для китайского населения в целом;

- формирующееся *потребительское отношение к жизни, ориентация на удовольствия*. Наряду с этим бизнесмены Гонконга показывают высокую социальную ответственность. 7 из 10 опрошенных миллениалов-бизнесменов сказали, что делали благотворительные пожертвования в течение прошедших 12

месяцев.

Показанные особенности присущи предпринимателям и других возрастов. Однако в ситуации с молодыми китайскими предпринимателями следует помнить, что эти особенности стали более выпуклыми и сформировались в короткие исторические сроки. Молодых китайских предпринимателей отличает стремление к реализации мечты (бизнес-идеи) и они уже не боятся бороться за свою личную мечту и умеют терпеть неудачу. Они хотят создать ценности, отличные от ценностей других. Многие из молодых предпринимателей уже отклонились от ожиданий, которые считались традиционно китайскими и не хотят быть только частью чего-то, «как и другие».

Таковы основные социально-демографические характеристики молодых предпринимателей КНР. Как было показано, центральное место в формировании социально-демографической группы молодых предпринимателей занимают учащиеся и студенты. Особое значение играет университетское образование молодых китайцев, в частности специфических ценностей, которые побуждают к предпринимательской деятельности.

1.3. Университеты Китая как акторы ценностей молодежного предпринимательства

В настоящее время идеологические и воспитательные функции высшего образования редуцированы под влиянием рыночной экономики. Эта мировая тенденция коснулась и китайских университетов с началом рыночной трансформации. На первый план выходят специализация и прагматизм, замещающая собой стремление к универсальным научным знаниям и исследованиям. Такое смещение ценностей обусловлено также и тем, что университеты вынуждены рассматривать научно-образовательную деятельность как источник дохода.

Преследуя цель преобразования китайских университетов в соответствии с рыночной логикой, в качестве главной задачи ставится адаптация образовательных программ к потребностям децентрализованной экономики.

Данная стратегия считается необходимой для поддержания экономического роста в стране. В центре внимания оказались экономические и социальные науки, подавлявшийся в условиях централизованной экономики и государственного управления.¹⁷⁶ «Изменения учебного плана и методов обучения, ставшие четвертым компонентом реформы, были предназначены для того, чтобы сформировать студентов, способных добиться успеха в условиях свободного рынка. В системе ценностей студентов деловые ценности окажутся более весомыми и более взаимосвязанными как между собой, так и с другими ценностями, что подтверждает деловую ориентацию китайского образования, направленную на формирование рыночно ориентированных ценностей выпускников университетов.¹⁷⁷ Среди этих изменений нужно особо отметить акцент на формирование навыка решения проблем, свободы интеллектуального поиска, самостоятельной работы». ¹⁷⁸ На сегодняшний день в Китае сформировалась система университетов, ориентированных на привитии студентам практических навыков и развитие предпринимательской инициативы. В эту систему входят *коммерческие университеты*, где обучаются в основном студенты из обеспеченных семей. «Дух таких университетов ничем не отличается от духа обычного предпринимательства. В своем стремлении к прибыли такие университеты находятся часто в состоянии конкурентной борьбы друг с другом¹⁷⁹».

К таким университетам относятся *созданные при крупных организациях учреждения* (т.н. модель вузовских предприятий ¹⁸⁰), в которых студенты осваивают узкий набор практических профессиональных компетенций, в учебные

176 Lewin K.M., Hui X., Little A.W., Jiwei Z. 1994 Educational Innovation in China - Tracing the Impact of the 1985 Reforms. Essex, England - Longman.

177 Дерюгин П. П., Кремнёв Е. В., Ярмак О. В., Ши И, Вэнсинь Чж. Сетевые модели деловых ценностей в структуре человеческого капитала китайских студентов. Научный результат. Социология и управление. Т. 7, № 3, 2021. С. 135-151

178 Михальченкова Н.А. Китайские университеты в условиях трансформации государственной политики - ответ на вызовы глобализации // Власть. 2016. №5. С. 81.

179 Университет как центр культуропорождающего образования. Изменение форм коммуникации в учебном процессе / М.А.Гусаковский, Л.А.Ященко, С.В.Костюкевич и др.; Под ред. М.А. Гусаковского. - Мн. - БГУ, 2004 - 279 с. - (Universitas). С. 29.

180 Михальченкова Н.А. Китайские университеты в условиях трансформации государственной политики - ответ на вызовы глобализации // Власть. 2016. №5. С. 79.

планы которых быстро вносятся изменения в русле интересов корпораций, а также университеты, *нацеленные на обучение теории и практике предпринимательства*, например, Университет Международного Бизнеса и Экономики (Пекин, 1951 г.). В таких университетах студентов стремятся адаптировать к ценностям предпринимательства - смело браться за новые дела, принимать нестандартные решения, добиваться успеха, мотивируя к созданию собственного дела еще в процессе обучения. Что представляют собой современные китайские университеты в общей системе образования?

По состоянию на 2017 год в стране существовало порядка 2914 высших учебных заведений, 1880 из которых - университеты. В 2018 году Китай занимал второе место в мире по количеству лучших университетов по версии Academic Ranking of World Universities ¹⁸¹. На мировом рынке труда выпускники китайских университетов добиваются некоторых успехов, *устраиваясь на работу* в ведущие производственные и научные учреждения. Каждый год 20.000-40.000 выпускников китайских вузов поступают на образовательные программы аспирантуры и докторантуры и *обучаются* в 175 ведущих высших образовательных учреждениях мира, в том числе и в России.

Рассмотрим систему высшего образования в Китае. Первым этапом выступает прохождение государственного экзамена в старшей средней школе, необходимого для поступления в университет на программу бакалавриата. Бакалавриат относится к промежуточному уровню образования между средним и высшим — программа, как правило, рассчитана на 4-5 лет. Далее следуют программы магистратуры (2-3 года) и докторантуры (3-5 лет). Уже на этих ступенях образование уделяется определенное внимание в формировании предпринимательских ориентаций.

Классическое университетское образование в общественном сознании населения Китая обладает большой ценностью. В большей степени это относится именно к гуманитарному образованию, хотя в дальнейшем мы увидим, что в

181 Список университетов Китая. https://wiki2.org/ru/Список_университетов_Китая (Дата обращения - 29.07.2022)

настоящее время активно развивается и техническое направление и усиление подготовки студентов как предпринимателей.

Особое место в формировании предпринимательской инициативы студенчества играет система ценностей, которая стимулирует предпринимательскую инициативу. Китай – страна с многомиллионным населением, требующая значительных усилий для его сплочения. «Достижение этой задачи возможно только путем осознания принадлежности к единой нации, объединённой, главным образом, на основе общих ценностей и достижений традиционной культуры Китая», - к такому выводу приходит китайский учёный Вэнь Фан в своей работе, посвящённой ценностям и идентичности различных социальных групп Китая¹⁸². Китайское общество — это социальная система, сформировавшаяся в условиях цивилизации Хуа-Ся и развивавшаяся в русле преемственности традиции вплоть до XX в. Образование является неотъемлемой частью культуры и должно зависеть от традиционной культуры нации¹⁸³. Система ценностей традиционной китайской культуры была заложена две с половиной тысячи лет назад в рамках философии конфуцианства¹⁸⁴ и до сих пор является ядром в том числе и всей системы образования, включая высшее образование. Ценности современных китайцев настолько устойчивы и прочны, что независимо от того, проживают ли они в КНР или эмигрировали в другие страны, их приверженность нравственным идеалам прошлого, преимущественно, сохраняется¹⁸⁵. Для китайского руководства основной ролью образования является воспроизводство традиционных китайских ценностей и культуры, которое в свою очередь закрепляет идентичность и единство китайского общества, а сами университеты рассматриваются как проводники этого воспроизводства. Тем не

182 Вэнь Фан. Как формируются символические границы социальных групп? // Шэхуйсюэ яньцзю (Социальные исследования). – 2005.- № 1. – С.32-44.

183 Ку Минъюань, О сходстве и различии ценностей китайских и западных университетов, Исследования в сфере высшего образования, Том 3, №38, март 2017 с.3. 顾明远, 浅谈中西大学价值观之异同. 高等教育研, 第3期, 第38卷, 2017年3月, p.3.

184 Иванова Ю.В., Серeda А. В. Материальное благополучие в традиционной системе ценностей китайского общества // Вестник ЗабГУ. 2012. №7.

185 Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом «Высшая школа экономики». 2015. 464 с.

менее, как отмечает О.А. Макшина, «в современном Китае образование рассматривается как базовое условие для поворота от экстенсивной к инновационной модели развития. Под влиянием новых экономических и жизненных реалий меняются мировоззрение и шкала ценностей современной китайской молодежи»¹⁸⁶. Отметим, что в целом руководство КНР страны придает все большее значение образованию и рассматривает образование как основной институт сплочения и интеграции населения. Только за последнее время система претерпела серьезные изменения и на данный момент 99,7% населения страны вовлечены в различные формы обучения, в том числе и люди с ограниченными возможностями, люди старшего возраста, люди, проживающие в отдаленных районах и, естественно, молодежь. В значительной степени такая подготовка преследует вполне инициацию предпринимательства всех слоев населения.

Исследование генезиса ценностной идентичности в университетах Китая представляет как практический, так и научный интерес, однако при изучении и анализе данного явления необходимо обратить внимание на его исторический и культурный контекст. Нужно понимать, что формирование ценностей идентичности в китайских университетах существенно отличается от модели свойственной европейским университетам, что в свою очередь также ведет и к различиям теоретико-познавательных подходов к научному пониманию и осмыслению ценностей студентов. «Сущностное различие между западной и восточной системами образования состоит в том, что первая ориентирована на познание внешнего мира с опорой на разум, а вторая — на познание человеком самого себя с опорой на добродетель. Это дуальное различие приводит в конечном счете к расхождению как в содержании обучения, так и в доминирующих методах научения»¹⁸⁷. В первую очередь отметим важные для нас аспекты анализа китайских университетов как агентов традиционных ценностей. Затем это определенная разница в понимании самой природы ценностей в китайской и

186 Машкина О.А. Жизненные стратегии и ценности выпускников китайских университетов // Отечественная и зарубежная педагогика. 2016. №5 (32).

187 Филонович С. Предисловие научного редактора перевода\ Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом «Высшая школа экономики». 2015. 464 8с.

европейской науке, а также соотношение общечеловеческих и традиционных китайских ценностей. Однако *общей чертой этих подходов является понимание важности их роли* в достижении единства общества. В обоих случаях ценности рассматриваются как основополагающие культурные и социальные феномены - «Система ценностей образует фундамент всякой культуры, культурно-генетический код её функционирования и развития»¹⁸⁸. И китайские, и европейские исследователи соглашаются в том, что единство общества формируется в результате сложного взаимопереплетения ценностей, в последствии чего создается уникальная социальная система, не имеющая аналогов или дубликатов — «сообщество». Примером такого «сообщества» может выступать университетская корпорация, ценности которой затем существенным образом влияют на будущую деятельность выпускников. Различия в понимании ценностей затрагивают как саму трактовку понятия «ценности», так и большинство его характеристик. *На эмпирическом уровне* эти противоречия выражаются во множестве разнообразных моделей поведения. Это особенно видно на примерах, демонстрирующих различное понимание одних и тех же ценностей, проявляющихся при прохождении обучения у студентов китайских и европейских университетов как различающиеся.

Ценность коллективизма. Это базовая ценность, относящаяся к традиционной китайской культуре - взаимопомощь, поддержка и взаимовыручка прививается китайским студентам с раннего возраста, начиная с института семьи и школьного образования. Духом коллективизма проникнуты и принципы молодежного предпринимательства, например, среди китайских предпринимательских организаций большинство состоит из сотрудников, вышедших из одних провинций или поселений, нередко из одних родственников. Соответственно в университете китайских студентов нет необходимости учить методам коллективной работы, проводить специальные тренинги командообразования, как это принято в образовательных организациях

188 Иванова Ю.В., Середа А. В. Материальное благополучие в традиционной системе ценностей китайского общества // Вестник ЗабГУ. 2012. №7.

европейского и американского образца.

Другой пример прекрасно демонстрируется в работе «Культурные основы обучения - Восток и Запад» американско-китайский исследователь Цзинь Ли - «Когда я раздумывала над темой диссертации, я сначала (как я всегда делала) обратилась к своей матери, чтобы рассказать ей о ходе своей учебы и услышать, что она скажет по поводу переводного термина «мотивация достижений» (成就動機), взятого из западной психологии. Она была озадачена этой западной концепцией, не смогла найти ни одной аналогии в китайском языке и на некоторое время потеряла дар речи. Наконец она пробормотала - «Мотив для убийства — это еще понятно, но какое отношение мотивация может иметь к учебе?» (в китайском языке для «мотивации» и «мотива» есть только один термин 動機, после некоторого раздумья я пришла к выводу, что между английскими «motivation» и «motive» также нет сколь-нибудь значительного различия)»¹⁸⁹. В итоге Цзинь Ли перевела на китайский язык понятие «мотивация достижений в учебе» как «сердце и разум, жаждущие учебы». Труд в системе ценностей китайцев занимает центральное место - «начало всех благ – труд - если народ ослабит усердие в труде, он будет беден, а бедность, по Мо-цзы – это корень беспорядков в стране»¹⁹⁰. Поэтому для китайских студентов непонятна важность и актуальность проблем системы мотивации и стимуляции к труду, разработкой которой занимается европейский и американский менеджмент для внедрения в предприятия. Результаты исследования Цзинь Ли продемонстрировали, как отличаются содержательные или методические основы обучения европейской и китайской систем образования как в целом, так и в частности. Она также обнаружила, что тем единственным, что объединяет эти системы ценностей является признание важности самого обучения.

Продолжая ряд примеров ценностных различий подготовки студентов,

189 Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом «Высшая школа экономики». 2015. 464 С. 17.

190 Машкина О.А. Жизненные стратегии и ценности выпускников китайских университетов // Отечественная и зарубежная педагогика. 2016. №5 (32).

приведем понимание смысла и целей общения. «В конфуцианской культуре критерием оценки человека являются его поступки, а не слова»¹⁹¹. Китайским студентам, обучающимся в европейских университетах, трудно понять важность овладения навыками коммуникации и ораторского искусства, поскольку для них большей ценностью обладают действия и поступки. Поэтому трактовка общения как «средства достижения цели» или как «оружия в конкурентной борьбе» непонятна китайскому студенту.

Другой пример. На практических занятиях китайским студентам продемонстрировать предложили продемонстрировать ритуал чаепития в качестве примера организации и проведения «мероприятий». Китайские студенты подготовили все процедурные моменты и очень точно выразили особенность чаепития в восточной традиции. Обращаясь к аудитории, они сказали примерно следующее - европейскому человеку следует усвоить, что перед тем как начинать пить чай, необходимо выделить достаточное количество времени (не менее 30 минут) и найти хорошего собеседника, без этого чаепития быть не может. Очевидно, что общение в китайской традиции — это ритуальное действие, и его социальная функция значительно отличается от норм и правил, свойственных для европейцев.

Этот особенный взгляд на понимание общения отмечают и предприниматели - в переговорах с китайскими коллегами добиться расположения партнеров непросто. Для этого необходимо постоянно поддерживать личный контакт - в идеале общаться на китайском языке или хотя бы через переводчика, вместе обедать и ужинать, заниматься спортом, путешествовать. По их мнению, у китайцев другое понимание социальных связей - никто не будет всерьез рассматривать бизнес-проекты с малознакомыми людьми — обязательно нужны рекомендации. А на выстраивание отношений уходит очень много времени. Китайцы очень восприимчивы к эмоциональной составляющей переговоров, к невербальным коммуникациям. Даже если тщательно подготовлена вся

191 Филонович С. Предисловие научного редактора перевода\ Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом «Высшая школа экономики». 2015. 464 С. 8.

документация, но при этом есть сомнения в успехе общего предприятия, убедить партнеров из Китая будет крайне сложно. «В то же время горящий идеей фанатичный адепт инновационного стартапа будет иметь все шансы заключить сделку с Китаем. Вот такой парадокс сочетания консерватизма и авантюризма». ¹⁹²

Перейдем к другому примеру. Особое место в ряду традиционных китайских ценностей занимает «скромность, являющаяся одной из важнейших конфуцианских добродетелей, требует от успешного учащегося не только избегать демонстрации превосходства над сверстниками, но и помогать тем, кто нуждается в помощи» ¹⁹³. Ценность скромности сохранилась и по сей день в сознании китайцев, тогда как многочисленные эмпирические исследования студентов университетов Европы и России показывают, что в системе ценностей современного человека скромность занимает последние места ¹⁹⁴. В исследованиях также отмечается, что российскими студентами скромность определяется как качество личности, потерявшее свое былое значение и даже вредное для достижения успеха в конкурентной борьбе за лучшие результаты и лучшие показатели.

На теоретическом уровне анализ подходов к осмыслению процесса становления ценностной идентичности в китайских исследованиях демонстрирует, что центральной категорией понимания самой сути ценностей, выступает гармония, единство и взаимосвязь трех начал – природы (естественной и социальной среды), духа и самого человека. Ценности отдельного человека немислимы вне этой системы координат, вне включенности человеческого Я в окружающую его природно-социальную среду. Вплоть до XX века в китайской науке «ценность трактовалась не как отдельное субъективное переживание, а как явление,

192 Китай наш - как российские предприниматели пробиваются в Поднебесную https://www.rbc.ru/own_business/30/10/2017/59f340069a794759a2fe9808 (Дата обращения - 12.08.2021)

193 Филонович С. Предисловие научного редактора перевода\ Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом «Высшая школа экономики». 2015. 464 С. 8.

194 Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А., Цзинь Ц., Шиляева А.С. Сравнительный анализ ценностей молодых Российских предпринимателей в координатах менеджмента - метрдика исследования и некоторые выводы\Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества. Материалы VII международной научно-практической конференции. 2017. С. 267-271.

сопряжённое с понятием природного, морального, социального и жизнеустроительного закона, укорененное в недрах универсума, имеющее онтологическое звучание»¹⁹⁵.

Таким образом, ценностью в китайском понимании могут быть наделены только те материальные, социальные или духовные явления, в которых достигнуто единство и гармония духа, общества, природы и самого человека. «Несоблюдение указанной законосообразности наносит вред всему космическому организму и влечет за собой наказание, поэтому каждый человек несет ответственность за свои действия перед другими людьми и перед всем мировым целым».¹⁹⁵

В то же время, традиционное европейское трактование ценности, их возникновение и проявление, связано с процессом самоутверждения, становления и возвышения *самости личности*. На это обращает внимание в своей фундаментальной работе «Возникновение ценностей» Х. Йоас. Анализируя базовые научные подходы европейских социологов к определению и пониманию природы ценностей, он приходит к следующему выводу - «ценности возникают в процессе формирования самости и в опыте самотрансценденции» личности.¹⁹⁶

«Восточная культура ставит развитие людей на отношения между людьми и подчеркивает культивирование человеческой добродетели, что является этической культурой. Западная культура придает большое значение развитию личности и является индивидуальной культурой. Эта разница неизбежно повлияет на ценности университета¹⁹⁷»

Выделим среди других еще некоторые важные особенности китайского понимания ценностей, находящие по нашему мнению отражение в деятельности китайских вузов.

195 Иванова Ю.В., Середа А. В. Материальное благополучие в традиционной системе ценностей китайского общества // Вестник ЗабГУ. 2012. №7.

196 Йоас Х. Возникновение ценностей / пер. с нем. К. Г. Тимофеевой. – СПб. - Алетейя, 2013. – 312 с. С.9.

197 Ку Миньюань, О сходстве и различии ценностей китайских и западных университетов, Исследования в сфере высшего образования, Том 3, №38, март 2017 с.3. 顾明远, 浅谈中西大学价值观之异同. 高等教育研, 第3期, 第38卷, 2017年3月, p.3.

Во-первых, это соотношение ценностей и ценностных ориентаций в системе «личность-общество», которое в китайской научной традиции однозначно решено в пользу «общество», «общественное», «общее». Изначально общество понималось в китайской науке как государство, но позже, как свидетельствуют исследования, оно стало трактоваться как народ - «трансформация ценностной структуры способствовала возникновению представлений о народе как субъекте социального бытия, волю которого исполняет Небо». ¹⁹⁸ Далее в систему общества помимо народа включается семья как ядро общества, интересы которой доминировали над интересами личности - «Личное на шкале ценностей стояло намного ниже общего, обязательного для всех». ¹⁹⁸

Во-вторых, традиционной китайской системе ценностей во главе находятся ценности общества и государства, ценными и значимыми для личности, сообщества или общества в целом признаются те категории, которые отвечают целям развития и процветания страны. Таким образом в системе ценностей государство занимает первую, высшую ступень иерархии, это ценности первого порядка. На второй ступени располагаются ценности мира, порядка, традиции, на третьей - иерархия, ритуал, знание, конфуцианское прошлое. ¹⁹⁹ Такая система ценностей пронизывает всю систему подготовки китайского студенчества, в том числе той ее части, которая ориентирована на предпринимательскую деятельность.

Описанные нами принципы понимания ценностей находят свое отражение в работе китайских вузов, где государству принадлежит решающая роль. В первую очередь это относится к экономическим аспектам, как например учреждение и развитие *фонда поддержки университетов*. Университеты ежегодно оканчивают 9,09 млн. ²⁰⁰ китайских студентов, что почти в 9 раз превышает число

198 Иванова Ю.В., Середа А. В. Материальное благополучие в традиционной системе ценностей китайского общества // Вестник ЗабГУ. 2012. №7. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnoe-blagopoluchie-v-traditsionnoy-sisteme-tsennostey-kitayskogo-obschestva> (дата обращения - 30.07.2019).

199 Кульпин Э.С. Становление системы основных ценностей российской цивилизации // История и современность. 2008. № 1. С. 49-75.

200 Уведомление Министерства кадров и социального обеспечения о выполнении хорошей работы в сфере занятости и предпринимательства для выпускников национальных колледжей в 2021 году Министерство человеческих ресурсов и социального обеспечения Письмо (2021) № 27

выпускников 20 лет назад²⁰¹. Увеличение финансовой нагрузки сделало создание фонда поддержки государственного образования необходимой мерой. Объем бюджетных средств, вкладываемых в обеспечение деятельности китайских университетов, немногим уступает аналогичным в США (меньшее 4,0% и 5,6% ВВП соответственно), однако этих средств все же недостаточно. Стоимость обучения в вузах высокая относительно ВВП на душу населения (соответственно - 3000 и 2000 тыс. долларов). Большая часть китайских семей не в состоянии обеспечить обучение в университете даже одного ребенка.

Еще одна важная экономическая проблема, связанная с деятельностью университетов — государственный кредит. В 2009 г. кредит университетов перед государством составил около 5 млрд. долл., проценты по которому непосильны для самих вузов.²⁰² Предполагается, что в значительной степени финансовые затраты на образование помогут компенсировать небольшие частные образовательные учреждения, развитие которых запланировано в ближайшем будущем.

В 1995 году Министерство образования КНР инициировало создание «Проекта 211». Проект предполагал укрупнение университетов в целях улучшения качества образования и материальной базы вузов. Более тысячи университетов объединились, сократившись до 300, т.е. количество вузов уменьшилось более чем в три раза. Уменьшение числа государственных образовательных учреждений с 1999 года спровоцировало появление и развитие частного образования в Китае. Особенно активно рост доли негосударственного образования усилился с 1 сентября 2003 г., когда вступил в силу «Закон о поощрении частного образования». К настоящему времени частное образование занимает около 28.13% всего образовательного рынка Китая²⁰³. В частных вузах направления подготовки и

10 марта 2021 г. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/19/content_5593988.htm (Дата обращения - 01.11.2021)

201 Статистические данные Национального бюро статистики показывают, что количество выпускников колледжей в 2001 году составило 1,036 миллиона человек. <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zb=A0M0203&sj=2020> (Дата обращения - 01.11.2021)

202 Система высшего образования в Китае. <https://articlekz.com/article/8129> (Дата обращения - 29.07.2019)

203 Онлайн-пресс-конференция Министерства образования Китайской Народной Республики

методы обучения в большей степени соответствуют американским и европейским подходам. Что касается численности частных университетов, то ситуация здесь не до конца ясна. По данным одного из отчетов указывалось, что в 2018 году, в частных университетах обучается 649.60 миллионов студентов, что составляет 22,95% от общего числа студентов по стране.²⁰³

Наряду с этим в «Государственной программе развития образования в КНР на 2010-2020 годы» ставится задача поддержки разнообразия форм собственности в деятельности вузов, правительство планирует поддерживать не только государственные вузы, но и частные. Источники финансирования этих вузов остаются прежними - извлечение финансового дохода от ведения образовательной деятельности. И хотя специалисты характеризуют частные вузы как очень слабые, качество образования в которых остается на низком уровне, а их дипломы отличаются от дипломов государственного образца, развитие этого сектора образования будет продолжено. В том числе, учитывая важную роль таких вузов в подготовке молодых предпринимателей.

Содержание учебных планов и дисциплин в вузах КНР также контролируется государством в рамках так называемой политики «Строительства отборных дисциплин». Отдельно внимание уделяется практическому ракурсу подготовки, способности выпускников выстраивать и организовывать предпринимательскую деятельность. Как подчеркивает М. Завадский, «в Китае инновации намного более практичны, чем в других странах мира, здесь никто не будет изобретать просто так, все думают о рыночных перспективах. Речь идет об улучшении технологических качеств, создании новых бизнес-моделей, конвергенции – словом, о любых надстройках над сделанным где-то «фундаментальным» изобретением».²⁰⁴ Большое внимание уделяется обучению техническим специальностям, которые обеспечивают решение инновационных проектов предпринимательства – 62% дисциплин (США – 14%, Япония – 26%), во

2019-02-26 http://www.moe.gov.cn/fbh/live/2019/50340/mtbd/201902/t20190227_371502.html (Дата обращения - 01.11.2021)

204 Завадский М. Гигант микроинноваций. [Электронный ресурс] <http://www.expert.ru/expert/2010/38/Эксперт> №38 (722).

всех университетах готовятся специалисты по сельскому хозяйству – 11% преподаваемых дисциплин связаны с сельским хозяйством.

В ближайшее время тренды ориентации университетского образования на предпринимательскую деятельность выпускников будут сохранены. Так, в «Государственной программе развития образования в КНР на 2010-2020 годы» говорится в том числе о том, что необходимо повышать уровень научно-технических инноваций и их внедрение в общественной пользы на основе предпринимательской инициативы выпускников вузов. К этому относятся - повышение качества научно-исследовательской работы, применение научно-исследовательских результатов в производстве, увеличение финансирования практически-ориентированных научно-исследовательских проектов. Подчеркнута необходимость углубления реформы системы высшего образования, в том числе переориентации образовательных программ на запросы со стороны предпринимательского сектора, рынка труда, формирования прямой связи между системой профессионального образования и работодателями.

Государственное управление в области университетского образования ставит своей важнейшей задачей создание и реализацию стратегий оптимизации приема в университеты и обеспечения занятости выпускников вузов. Конкурс в китайские университеты крайне высок, возьмем, к примеру, 2021 год, в 2021 году 10,78 миллиона кандидатов в Китае подали заявки на Единый национальный экзамен по высшему образованию, а процент приема в ключевые университеты составляет около 2,4%, что означает, что один из 42 человек может быть принят в ключевой университет. Уровень приема в некоторые престижные университеты составляет около 0,97%, что означает, что один из 103 человек может быть принят в престижный университет. Университет Цинхуа и Пекинский университет планируют принять около 7200 студентов в 2021 году, а уровень приема составляет около 0,067%, что означает, что 7 из 10000 человек могут быть приняты в Университет Цинхуа и Пекинский университет²⁰⁵. По количеству студентов

205 Знаете ли вы, сколько будет поступать на вступительные экзамены в колледж в 2021 году?
<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1707588658202120954&wfr=spider&for=pc> (Дата обращения -

колледжей Китай занимает первое место в мире. В 2008 году общий объем всех видов высшего образования в Китае достиг 29,07 миллиона человек, а общий коэффициент охвата высшим образованием достиг 23,3%²⁰⁶. По состоянию на 2020 год общий охват различными формами высшего образования в Китае составляет 41,83 миллиона человек, а общий уровень охвата высшим образованием составляет 54,4%²⁰⁷ (общий коэффициент охвата образованием - общее количество учащихся с определенным уровнем образования, независимо от возраста, составляет процент населения возрастной группы, указанной в стране этого уровня образования). Эти данные говорят о том, что образование в Китае от некогда элитной привилегии перешло на уровень, доступный широким слоям населения и поэтому ориентация на формирование предпринимательской инициативы выпускников составляет одно из главных направлений подготовки.

Важным фактором при поступлении в университет остается место рождения и жительства абитуриента. Особенно актуально это противоречие для жителей городов и деревень, различных провинций и районов. Городским жителям и жителям развитых центральных районов поступить в университет гораздо проще. В Пекине, Шанхае, в юго-восточных провинциях Цзянсу, Цзецян процент поступления в последние годы составляет более чем 50%. Разница по количеству мест между центральными и периферийными вузами может составлять до 8 раз. При этом стоимость обучения в региональном университете будет более чем в 3 раза ниже, чем в центральных (в среднем 1500 и 5000 долл. США ежегодно).

С 1997 г. введена единая система поступления в университеты по всей стране на одних и тех же условиях. Обучение в вузах платное, однако действует система стипендий и материальных поощрений. В целом ряде вузов поощряется

01.11.2021)

206 Национальное статистическое коммюнике о развитии образования, 2008 г., Министерство образования Китайской Народной Республики.

http://www.moe.gov.cn/s78/A03/ghs_left/s182/moe_633/201002/t20100205_88488.html (Дата обращения - 01.11.2021)

207 Основные результаты национальной статистики образования в 2020 году Министерства образования Китайской Народной Республики Китай.

http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202103/t20210301_516062.html (Дата обращения - 01.11.2021)

студенческое предпринимательство. Напротив, в центральных университетах такая практика не поддерживается.

Университетское образование в Китае — это довольно эффективный социальный лифт, однако само по себе оно не гарантирует успешную карьеру. Выпускники вузов мотивируются к проявлению предпринимательского духа и устраиваются на работу самостоятельно. Исходя из данных министерства образования КНР за 2007 год, можно заключить, что выпускникам университетов не так просто найти работу - только половина (47,2%) выпускников смогли заключить трудовой договор с китайскими компаниями, 16,8% поступили в магистратуру, 2,3 % планировали найти работу за границей, 4,8% не смогли трудоустроиться, 3,6 % собирались открыть собственное дело. С трудностями при трудоустройстве сталкиваются также и специалисты, имеющие степень магистра и доктора наук, на рынке труда более востребованы специалисты, не имеющие высокого уровня образования. Среди факторов, влияющих на трудоустройство выпускников существенно выделяются также пол, профессиональная специализация, место проживания.²⁰⁸

Для улучшения ситуации с трудоустройством выпускников высшей школы, в 2015 году правительство Китая обязало университеты разработать и открыть специальные программы стартапов для поддержки молодых предпринимателей. В структурах технопарков и университетских кампусов было открыто 600 бизнес-инкубаторов. Их услугами уже пользуются 40 тыс. компаний, в которых заняты 700 тыс. человек. Отметим, однако, что по данным исследований 1/3 студентов не заинтересованы в построении карьеры по специальности, а порядка 1/4 студентов проваливает выпускные экзамены.²⁰⁹ «Лишь 5% выпускников настроены открыть собственный бизнес, однако, широко рекламируемые в китайской прессе примеры успешного опыта молодых бизнесменов в сфере высокотехнологичного производства, несомненно, дадут

208 Система высшего образования в Китае. <https://articlekz.com/article/8129> (Дата обращения - 29.07.2019)

209 Корней О. Молодые и успешные // Китай. 2015. № 6(116). С.44-46. С.45.

позитивные результаты»²¹⁰.

Соотношение преподавателей и студентов в университетах Китая составляет примерно 1 к 18. Однако анализируя динамику трудовых траекторий преподавателей, можно сделать вывод о том, что становится все меньше магистров и докторов наук, готовых работать в университетах. Каждый год с работы увольняется 6% преподавательского состава, вступает в новые должности 3,6%. Таким образом, при том, что каждый год из вузов выпускается порядка 100 тыс. потенциальных преподавателей, китайские вузы испытывают кадровый голод. По результатам исследований Пекинского университета, 50% преподавателей соглашались с тем, что штат преподавателей недостаточен, а педагогическая нагрузка крайне велика.²¹¹ В вузах отмечаются случаи коррупции, а также другие проблемы этического характера, связанные с преподавателями.

Еще одна важная тенденция в китайской образовательной системе - переход *от традиционного распространения и толкования знаний* (толкования истины, как понимал задачу обучения Конфуций) к расширению академической и идейной свободы преподавателя и студента. «Американские эксперты в области образования постоянно характеризуют китайскую систему как устаревшую, избыточно консервативную, препятствующую развитию самостоятельного и критического мышления и т.п. Это приводит к дискриминации учащихся из стран Юго-Восточной Азии, обучающихся в школах США, что само по себе неприемлемо. Но это создает и серьезные угрозы в отношении конкуренции цивилизаций - взгляд «сверху» представителей западной образовательной культуры на традиции восточной культуры в долгосрочной перспективе может ослабить позиции западной цивилизации в конкуренции с восточной».²¹² Наряду с

210 Машкина О.А. Жизненные стратегии и ценности выпускников китайских университетов // Отечественная и зарубежная педагогика. 2016. №5 (32). URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennyye-strategii-i-tsennosti-vypusknikov-kitayskih-universitetov> (дата обращения - 30.07.2019).

211 Система высшего образования в Китае. <https://articlekz.com/article/8129> (Дата обращения - 29.07.2019)

212 Филонович С. Предисловие научного редактора перевода\ Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом «Высшая школа экономики». 2015. 464 с. С. 8. https://id.hse.ru/data/2015/09/15/1087364286/Li_site.pdf (Дата обращения - 29.07.2019)

этим экспертное сообщество фиксирует ряд изменений в стратегиях образования, которые свидетельствуют о трансформации и реформировании традиционных для китайской культуры преклонения и зависимости от власти. В частности, развитие таких принципов обучения особо актуально для подготовки молодых предпринимателей.

Актуальная цель для вузов Китая - интеграции в мировую систему высшего образования. «Государственная программа развития образования в КНР на 2010-2020 годы» предусматривает следующие меры по развитию сотрудничества с ведущими университетами мира -

- *внедрение кредитной системы* (всего в настоящее время около 120 тыс. китайцев обучаются за границей, в среднем они тратят 2.2 млрд. долл. ежегодно вне Китая);
- *разработка докторских программ (PhD)* (достижение оптимального баланса между обучением и исследовательской деятельностью сроком от 2 до 4 лет);
- *осуществление международных обменов* (взаимное приглашение ученых и специалистов, обмен студентами).²¹³

Отдельно нужно подчеркнуть значительную роль институтов Конфуция в распространении китайского образования и китайских ценностей в мире. По состоянию на декабрь 2019 г., Китай открылся 550 институтов Конфуция и 1172 классных комнаты Конфуция в начальных и средних школах в 162 странах и регионах по всему миру.²¹⁴ Это глобальная сеть международных культурно-образовательных центров, учрежденных Государственной канцелярией по распространению китайского языка за границей (сокр. Ханьбань, Hanban, 国家汉办). Некоторые из этих институтов специализированные, например, Афинский

²¹³ Система высшего образования в Китае. <https://articlekz.com/article/8129> (Дата обращения - 29.07.2019)

²¹⁴ Энциклопедия Baidu-Институт Конфуция
<https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%94%E5%AD%90%E5%AD%A6%E9%99%A2/812632?fr=laddin>

институт Конфуция бизнеса, Лондонский институт Конфуция китайской медицины. Центры управляются и финансируются с китайской стороны Штаб-квартирой институтов Конфуция (Ханьбань).

Итак, мы рассмотрели некоторый опыт китайских университетов по поддержанию и распространению предпринимательских ценностей среди студенчества. Как видно из изложенного, сохранение и распространение традиционных ценностей, свойственных китайской культуре, в совокупности с внедрением новых ценностей предпринимательства для китайских вузов является одной из важнейших перспективных задач. Практические результаты обучения китайского студенчества в рамках данной стратегии показывают, что у такого методологического подхода есть немало положительных аспектов, которые стимулируют развитие предпринимательства среди молодежи.

Выводы по Главе 1

Проведение теоретико-методологического анализа ценностей молодежного предпринимательства в социальной структуре китайского общества позволило обобщить полученные результаты и сделать ряд важных выводов.

Во-первых, в современной структуре китайского общества молодые предприниматели занимают относительно самостоятельное положение, ценности которых могут рассматриваться как специфические и отличающиеся от ценностей других социально-демографических групп. Эти ценности представляют собой установки -ориентиры, которые нацеливают деятельность молодых предпринимателей на достижение определённых целей, использование определенных средств, позволяющих добиваться значимых результатов. Среди основных ориентаций молодых предпринимателей центральные места занимают инновационный подход к предпринимательской деятельности. Основными характеристиками молодежного предпринимательства как элемента социальной структуры выступают - признание молодежного предпринимательства в Китае как

важного фактора экономического роста в обществе социализма; как социального инструмента мотивации к самовоспитанию молодежи, преобразования сознания людей и раскрепощения личности творчеством; как института обеспечения занятости молодежи.

Во-вторых, молодые предприниматели формируются как значимая социально-демографическая группа в китайском обществе, которая проходит ряд стадий формирования, на каждом из которых отношение общества к молодым предпринимателям складывается по-особому, а роль молодежи в формировании китайского общества понимается и оценивается в зависимости от стратегического курса развития КНР. Начало современного молодежного предпринимательства в Китае берет отсчет с преобразований 1978 г., когда наступает период рыночных изменений, возникает институт предпринимательства в Китае и формируется признание важной роли молодежи как относительно самостоятельной общественной, социально-демографической группы.

В-третьих, молодые предприниматели в современном Китае обладают специфическими статусно-ролевыми и социально – психологическими характеристиками, к которым отнесены - поло-возрастные признаки; сферы занятости (сельское хозяйство, лесное хозяйство, животноводство, производство, строительная индустрия, оптовая и розничная торговля; индустрия размещения и питания, образование и культура, индустрия бытовых услуг, информационные технологии в сфере услуг, транспортная индустрия, индустрия бизнес-услуг); масштабы предпринимательской деятельности; уровень и тип полученного образования. Выявлены социально-экономические условия, способствующие развитию молодежного предпринимательства - раннее участие в предпринимательстве; психологическая предприимчивость - стремление к достижению результата и успеха; проживание в семьях предпринимателей; партнерское предпринимательство – участие в стартапах; определенные этические правила. Среди мер поддержки молодежного предпринимательства можно выделить - поддержку молодежного предпринимательства партийными органами, органами государственной и муниципальной власти; создание заинтересованной

социальной атмосферы для молодежного предпринимательства и постоянного стимулирования его развития; объединение нескольких департаментов, занимающихся молодежным предпринимательством, и создание специализированных агентств для интеграции существующих мер и укреплению управления результативностью политики молодежного предпринимательства; разработку программы развития молодежного предпринимательства выстраиваются как на местном, региональном и международном уровне; льготы по финансированию стартапа молодежного предпринимательства в Китае разнообразные; разнообразные модели обучения предпринимательству молодежи; пропаганду образцов успешных молодых предпринимателей-китайцев формируются в определенные системные действия; систематический анализ и оценка состояния молодежного предпринимательства. Исследованы и показаны некоторые социально-психологические особенности молодых предпринимателей - престижность предпринимательства; образованность, стремление получать качественное (дорогое) образование; поиск возможности реализации предпринимательских устремлений в цифровом пространстве, увлечённость компьютерами, видеоиграми и пр.; нацеленность на материальный успех, внимательное отношение к получению прибылей; прагматизм; формирующееся потребительское отношение к жизни, ориентация на удовольствия.

В-четвертых, в процессе формирования ценностей молодёжного предпринимательства важную роль играет множество социальных институтов Китая, среди которых одно из центральных мест занимает система образования и, частности, университеты. В оценке роли университетов в формировании предпринимательской инициативы студентов, важную роль играют следующие тенденции:

- усиление специализации и прагматизма в системе обучения, которые замещают стремление к универсальным научным знаниям и исследованиям;
- соединение образования с деятельностью в реальном секторе экономики, нацеленность образования на обучение теории и практике предпринимательства;

- формирование предпринимательских установок и ценностей, начиная с ранних периодов обучения;
- соединение традиционных ценностей китайского общества с ценностями предпринимательства и предприимчивости;
- стимулирование студентов к участию в предпринимательстве в период обучения в вузе не в ущерб получения образования.

Проведенный теоретико-методологический анализа ценностей молодежного предпринимательства в социальной структуре китайского общества позволяет сформировать концептуальные позиции в интересах осуществления эмпирической части и апробации полученных выводов.

Глава 2. Эмпирическое социологическое исследование ценностей молодых китайских предпринимателей - сравнительный сетевой анализ

Анализ социолого-исторических и теоретико-методологических оснований исследования ценностей молодых китайских предпринимателей проделанный в первой главе позволяет утверждать о процессе институционализации молодежного предпринимательства в структуре китайского общества. Как было показано, формирование ценностей молодежного предпринимательства в Китае неразрывно связано с многовековыми традициями Китая и особенностями его менталитета, а также со специфическими условиями современного этапа развития страны. Ценности молодежного предпринимательства как совокупность таких установок молодых предпринимателей, руководствуясь которыми они организуют свою практическую работу, формируются непросто. В частности, особенность китайского менталитета во многом выражается в неразрывной связи деловых качеств предпринимательской активности с другими важными качествами людей, такими как коллективизм, умение создавать и поддерживать активную коммуникационную среду, ряд специфических личностных качеств, которые характеризуют самого человека как покладистого, доброго и в тоже время способного постоять за свои интересы. Вне такой связи ценностей-качеств исследование будет неполным.

В интересах изучения места и роли молодёжного предпринимательства в социальной структуре китайского общества, особенностей ценностей молодых предпринимателей, нами были спланированы и осуществлены ряд исследовательских процедур, которые позволяли выявить особенности взаимодействий этой социальной группы с представителями других социальных групп. В частности, объектами нашего эмпирического исследования становились непосредственно молодые китайские предприниматели, сотрудники государственных и негосударственных предприятий, студенты китайских и российских университетов, молодые китайские предприниматели, которые открыли свое дело в России (в Санкт-Петербурге), молодые российские

предприниматели, а также российские и китайские респонденты, представляющие различные социально-возрастные группы.

Эмпирическая часть исследования выполнена в рамках инициативного проекта, в котором участвовали студенты социологического факультета СПбГУ и студенты СПбГЭТУ (ЛЭТИ), что позволило получить доступ к информации относительно молодежного предпринимательства в РФ, полученной ранее в результате исследований других участников проекта. Помимо выступлений на конференциях по материалам эмпирических исследований были сделаны доклады в Пекинском, Народном университетах, в университете Цинхуа, в ряде других университетов, а также на конференциях в Тяньцзине и Хэйхэ.

По результатам исследования первой главы очевидно, что ценности молодых китайских предпринимателей формируются под влиянием сложной совокупности взаимосвязанных факторов экономического, правового, политического и культурного порядка и отражают рефлексию китайского общества на понимание и признание важности рыночных механизмов. Сложная социальная сущность ценностей в свою очередь предполагает использование совокупности эмпирических методов социологического исследования, которые обеспечивают выявление и объяснение положения молодых предпринимателей в структуре китайского общества.

2.1. Замысел эмпирического исследования и концептуальные принципы его проведения

Социологическая наука «с момента появления и до настоящего времени уделяет предпринимательству значительное внимание»²¹⁵. Особое место в изучении предпринимательства по праву занимают исследовательские подходы, которые обращены к ценностям, как объекту исследования.

Ценности молодежного предпринимательства. Молодые

215 Яикова Л. В. Социологическое осмысление феномена предпринимательства // Изв. Саратов. ун-та. 2008. Сер. «Социология. Политология». Т. 8, вып. 2. С. 28–63.

предприниматели Китая – это люди, ценности которых возникли в новых исторических условиях и в том конкретном обществе, которое сложилось в этих условиях ²¹⁶. Как говорили Т. Парсонс и Н. Луман собственно ценности составляют базовые структуры общества, на которых в последствии возникают все основные социальные институты. Среди всей совокупности ценностей общества их ядром, основанием выступают ценности профессиональных групп, которые формируются как рефлексия функциональных взаимодействий. В большей или меньшей мере ценности различных профессиональных групп отражают саму сущность социальной системы. Это в полной мере касается и молодежного предпринимательства в Китае. Ценности молодых предпринимателей отражают основные особенности китайского общества, его социальной структуры на современном этапе.

Ценности отражают потребности конкретного человека и социально-профессиональных групп. «Ценностность ценности есть та позиция, исходя из которой наблюдают, требуют, ангажируются и обнаруживают себя способными к действию» ²¹⁷ - отмечает Н Луман. Поэтому обращение к изучению ценностей по- существу обозначает обращение к тем потребностям, которые лежат в основании общественного развития. Различия в ценностях социально-профессиональных групп раскрывают единство и противоречия, которые могут сопровождать социально-исторические этапы развития общества и в этом отношении ценности молодых китайских предпринимателей могут быть особенно показательными индикаторами - различные способы действия, различные цели и результаты деятельности будут отражаться в ценностях профессиональных групп Теоретические и эмпирические исследования показывают, что ценности в любом виде деятельности, могут выступать исходным моментом в изучении потребностей личности, группы, общества, в том числе справедливость этого утверждения касается и молодежного предпринимательства.

216 Йоас Х. Возникновение ценностей / пер. с нем. К. Г. Тимофеевой. СПб. Алетейя, 2013. 312 С. 15.

217 Луман Н. Мировое время и история систем. URL - <http://www.ruthenia.ru/logos/number/44/08.pdf> (дата обращения - 05.06.2020).

Раскрывая ценности молодых китайских предпринимателей как объекта социологического исследования важно показать их как уникальный и одновременно универсальный социальный феномен, при помощи которого возникает возможность охарактеризовать взаимосвязи различных социальных акторов. Уникальность ценностей как объекта социологического исследования заключается в том, что ценности молодежного предпринимательства позволяют сравнивать и анализировать данные - изучать молодых предпринимателей во взаимоотношениях с представителями других социально-профессиональных и социально-демографических групп. Именно поэтому к ценностям обращаются ученые-исследователи самых различных школ и направлений, изучающие социодинамику развития социальных институтов и процессов. В этом их универсальность.

Одновременно ценности выступают уникальным объектом исследования в социологии молодежного предпринимательства, поскольку ценности этой группы людей неповторимы и особенны. Ценности молодых предпринимателей принадлежат только им, поскольку деятельность таких людей отражает все противоречия, которые испытывают предприниматели, организуя фирмы, выстраивая отношения с властными структурами, вступая в контакты с потребителями и поставщиками и т.д. В этом их уникальность.

Обобщая достоинства ценностей как объекта изучения молодых китайских предпринимателей в социальной структуре общества, остановимся на главных характеристиках.

Во-первых, в ценностях «схватываются» основные противоречия, которые сопровождают ту или иную деятельность молодых китайских предпринимателей как части китайского общества. Такие противоречия вполне могут отражать отношение к личному и общественному, технократическому и гуманитарному, новому и отживающему и т.д. Говоря по-другому, ценности как объект исследования фиксируют противоречия становления рыночных отношений в всех основных проявлениях.

Во-вторых, ценности позволяют выявлять особенности отношений

внутри предпринимательского сообщества, грани отношений между молодыми и опытными предпринимателями, предпринимателями на старте и предпринимателями, кто уже добился успеха и т.д. Это особенно важно для характеристики предпринимательства в транзитивных сообществах²¹⁸.

В-третьих, ценности как объект исследования позволяют выявлять особенности взаимоотношений молодых предпринимателей и наемных сотрудниками в организациях – раскрывать различие интересов и потребностей людей, взаимодействие которых дает развитие предпринимательского дела. Это важный параметр оценивания роли и значения предпринимательской деятельности молодежи в Китайском обществе, где общественное мнение играет важную роль.

В-четвертых, для молодежного предпринимательства в Китае характерны особые цели, средства и результаты деятельности, что характеризует молодых предпринимателей как особую социально-демографическую группу. Несомненно, что система ценностей молодых китайских предпринимателей выражается в специфических оценках окружающей действительности, оценке фактов и событий в жизни китайского общества и поэтому изучение ценностей этой категории людей позволит приблизиться к раскрытию характеристик китайского предпринимательства в целом.

В-пятых, ценности как объект исследования молодых китайских предпринимателей позволяют на одном научном языке, в единой системе понятий и категорий описывать цели средства и результаты предпринимательской деятельности. Это тем более важно, при проведении сравнительного анализа между различными группами предпринимателей.

В-шестых, и это главное, ценности молодых китайских предпринимателей раскрывают его социальное значение и важность,²¹⁹ в частности, для развития рыночных отношений в Китае. В соответствии с положениями К. Маркса о роли профессиональных групп в формировании

218 Пантвич Д. Конфликты ценностей в странах транзисии // Социс. 1997. № 6. С. 24–36.

219 Хабибова Н. Е. Философский анализ понятия «ценностные ориентации» - онтологический и гносеологический аспекты - автореф. дис. ... канд. филос. наук / БашГУ. Уфа, 2004. 18 с.

специфической структуры общества, которые в последствии развивал Т. Парсонс, каждая профессиональная группа трансформирует по-своему социальную структуру общества. В рыночных условиях предпринимательство выступает основной движущей силой в формировании свободных экономических отношений.

Подводя итог сказанному, становится очевидным, что ценности как объект исследования молодежного предпринимательства в Китае обладают множеством преимуществ и достоинств, что делает их важным индикатором для формирования многих исследовательских процедур, включая сетевой подход.

Наряду с положительными моментами, которые характеризуют ценности как объект исследования молодежного предпринимательства в Китае, следует отметить некоторые трудности и ограничения такого исследования -

- недостаток официальных статистических данные о молодежном предпринимательстве. В России такие данные публикуются в результате проводимых исследований социологами, экономистами и пр. В Китае сбор подобной информации требует дополнительных усилий;

- нежелание молодых китайских предпринимателей участвовать в исследованиях, известная закрытость и подозрительность респондентов;

- требование дополнительных комментариев и пояснений при изучении множества понятий и терминов, которыми описывается молодежное предпринимательство;

- сложности использования количественных методов, для чего приходится использовать преимущественно закрытые вопросы и приблизительность некоторых цифровых данных.

Цель эмпирического исследования можно определить как сбор эмпирических данных в интересах выявления и характеристики системы ценностей молодых предпринимателей, а также фиксацию положения этой социально-демографической группы в структуре китайского общества. Еще одной целью эмпирического исследования можно считать адаптацию методик сетевой диагностики ценностей к условиям китайского социума, в частности, перевод текстов и апробация этих методик в условиях китайского общества.

Следует остановиться на некоторых особенностях проведения эмпирической части исследования в условиях Китая.

Во-первых, *социологическое исследование ценностей молодых предпринимателей проводится среди людей, возраст которых ограничивается рамками 18 – 36 лет.* В Китае нет строгого понимания категории «молодежь», как это характерно для российской социологии. В различных районах и провинциях сюда могут быть отнесены люди в возрасте от 14 до 44 лет. Поскольку наше исследование предполагало проведение сравнений с данными российских социологов, мы к категории молодых предпринимателей причислили тех респондентов, возраст которых был в пределах от 14 до 36 лет, как это было определено в работах А.С. Шиляевой, изучавшей ценности молодых предпринимателей России. Конечно, различия в ценностях людей в 14 или 44 года – существенные. При этом подчеркнем, что китайские молодые предприниматели в 83% случаев в нашем исследовании составляют возрастную когорту от 18 до 36 лет, т.е. соответствуют тем респондентам, которые становились участниками исследований А. Шиляевой, что позволяет пользоваться полученными ею данными для сравнения.

Во-вторых, *эмпирическая часть исследования проведена преимущественно среди молодых предпринимателей, предпринимательские организации и деятельность которых проходит в крупных городах – Пекине, Тяньцзине, Хэйхэ и других.* Это также важно в методологическом отношении, поскольку предполагавшийся сравнительный анализ ценностей китайских и российских молодых предпринимателей осуществлен в крупных городах России и Китая. Предпринимательская деятельность молодых китайских предпринимателей в сельском хозяйстве заслуживает своего значимого отдельного внимания. Одновременно с этим изучение этой категории предпринимателей предполагает другие исследовательские подходы и другой инструментарий, специфика ценностей молодых предпринимателей в китайских городах и в китайских деревнях существенная.

В – третьих, *трудности, возникающие в связи с переводом целого ряда*

категорий и понятий. Для получения адекватного текста инструкций и методического аппарата было важно адаптировать их к китайскому пониманию предпринимательства. Сформулированные ценности предпринимательской деятельности в принципе отражали тождественные группы ценностей – личных и общественных интересов, технического и гуманитарного порядка. Наряду с этим осуществлялось неоднократное обсуждение смысла предлагаемых для измерения индикаторов среди носителей китайского языка.

В-четвертых, *сложность триангуляции результатов количественных и качественных методов эмпирического исследования.* Интересы проведения исследования предполагали обращение к массовым опросам и анкетированию по единым методикам в России и Китае. Наряду с этим нам часто приходилось проводить интервью с экспертами и предпринимателям, как с российской, так и с китайской стороны. Если количественные данные, полученные на основе единых индикаторов и показателей позволяли получать точные данные о ценностях молодых предпринимателей со стороны как России, так и Китая, то результаты интервью и опросов далеко не всегда отражали суть интересующих исследователя вопросов.

В-пятых, *некоторая закрытость предпринимательского сообщества, как в России, так и в Китае.* Далеко не всегда молодые предприниматели готовы открыто и искренне характеризовать те социально-психологические процессы, которые складываются во внутренней среде их предпринимательских организаций. В частности, это в полной мере касается вопросов мотивации персонала, заработной платы, гендерных отношений, взяток и коррупции, отношений с органами власти и других. Как правило, обращение к китайским молодым предпринимателям предполагает участие человека-посредника, гарантирующего искренность намерений исследователя.

Как показал теоретический анализ, ценности молодежного предпринимательства будут адекватно исследованы, если в процессе сбора эмпирических данных у исследователя будет возможность обращения к респондентам, представляющим интересы и ценности различных социальных

групп. Поэтому можно говорить о нескольких направлениях проведения эмпирического исследования. Разработка единых индикаторов и показателей предпринимательской деятельности, на основании которых будет оцениваться такая деятельность со стороны как респондентов-предпринимателей, так и со стороны ряда категорий респондентов других социально-демографических и возрастных групп:

- предпринимателей с небольшим опытом работы и только начинающие свою деятельность, предпринимателей, добившихся определенного успеха и предпринимателей, добившихся значимого успеха;

- людей различного возраста – молодежи, среднего возраста и пожилых людей;

- экспертов, представляющих как практическую сферу предпринимательства, так и сообщество представителей университетов - профессоров;

- студенческой молодежи, как активной социальной группы, нацеленной на развитие рыночных отношений.

Наиболее важными индикаторами ценностей молодежного предпринимательства определены показатели:

- признания важности молодежного предпринимательства для китайского общества;

- понимание трендов и направленности формирования основных усилий молодых предпринимателей;

- представление молодых предпринимателей об успешности их предпринимательской деятельности;

- особенности восприятия молодежного предпринимательства представителями различных социальных групп;

- особенности ценностей молодых китайских предпринимателей в различных сферах предпринимательской деятельности.

В интересах достижения целей эмпирического исследования респондентами опросов, интервью и ситуаций наблюдения за деятельностью

молодых китайских предпринимателей стали 1415 человек, представляющих различные категории респондентов, по-разному представляющих цели, средства и результаты молодежного предпринимательства.

Таблица 1- Тип и количество респондентов

№ п/п	Категории респондентов	Всего человек
1	Молодые китайские предприниматели в КНР (18-36 лет)	116
2	Молодые китайские предприниматели в РФ (18-36)	56
3	Китайские предприниматели (37-60 лет)	39
4	Неработающие китайские молодые люди (18-36 лет)	78
5	Студенты – китайцы, обучающиеся в университетах в КНР	143
6	Китайская молодежь (18-36 лет), работающая в госкорпорациях	68
7	Китайская молодежь (18-36 лет), работающая в частных корпорациях	73
8	Китайцы старших возрастов (36-60 лет), работающие в госкорпорациях	56
9	Китайцы старших возрастов (36-60 лет), работающие в частных корпорациях	39
10	Эксперты из сферы бизнеса	4
11	Эксперты из университетов	5
12	Студенты российских вузов (СПбГУ, СПбГЭТУ (ЛЭТИ))	128

Пояснения и характеристики основных групп респондентов.

Молодые китайские предприниматели в КНР – люди в возрасте от 18 до 36 лет, основная занятость которых происходит в сфере своего дела, открывшие свое предпринимательское дело, которые действуют и проживают в Китае.

Молодые китайские предприниматели в РФ - люди в возрасте от 18 до 36 лет, занятость которых происходит в сфере своего дела, открывших свое предпринимательское дело или находящиеся в стадии открытия на территории РФ (в Санкт-Петербурге).

Весь период эмпирического исследования был разбит на этапы и включал подготовительный период, период апробации методик, основной этап и заключительный этап.

Таблица 2- Этапы и методы исследования

Направления исследований	1 этап Подготовительный	2 этап Апробация методик	3 этап Основной	4 этап Заключительный
	Цель: Разработка замысла и методик исследования	Цель: Апробация технологий исследования ценностей молодых предпринимателей	Цель: Сбор данных и их структуризация	Цель: Обобщение и выводы
Молодые китайские предприниматели в КНР	<p>Интервью:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Роль • Цели • Актуальность • Направления Молодежного Предпринимательства <p>Эссе китайских студентов в РФ о значении молодежного предпринимательства</p>	<p>Доклад на конференции в СПбГЭТУ (ЛЭТИ)</p>	<p>Интернет- опрос:</p> <p>Рыночные ценности в структуре ценностей молодых китайских предпринимателей</p> <p>Ценности молодых китайских предпринимателей и других социальных групп китайского общества</p>	<p>Выводы:</p> <p>Сетевые сравнительные модели ценностей молодых китайских предпринимателей и респондентов других социальных групп</p> <p><u>ПРИЛОЖЕНИЯ 1- 5, 8</u></p>
Молодые китайские предприниматели в РФ	<p>Опрос студентов РФ</p> <p>Об отношении к молодым китайским предпринимателям в РФ</p>	<p>Доклад на Городском социологическом семинаре в СПбГУ</p>	<p>Интернет- опрос:</p> <p>Терминальные и инструментальные ценности молодых китайских предпринимателей. Сравнительный анализ терминальных и инструментальных ценностей российских и китайских предпринимателей</p>	<p>Выводы:</p> <p>Сетевые модели терминальных и инструментальных ценностей молодых китайских предпринимателей</p> <p><u>ПРИЛОЖЕНИЯ 6 - 7</u></p>

Студенческая молодежь РФ и КНР и предпринимательство	Включенное наблюдение Отношение студенчества к предпринимательству	Доклад на конференции в СПбГЭТУ (ЛЭТИ)	Интернет- опрос: Деловые ценности российских и китайских студентов университетов	Выводы: Сетевые модели деловых ценностей российских и китайских студентов
--	---	--	--	---

Интервью с экспертами проводилось как с представителями предпринимательского сообщества (состоявшимися предпринимателями), так и с представителями профессорско-преподавательского состава Пекинского и Народного университетов, а также руководителем Центра молодежного предпринимательства г. Хэйхэ. Основными вопросами интервью было обсуждение роли и целесообразности развития молодежного предпринимательства в КНР, его особенностей, направлений деятельности молодых предпринимателей, трудностей и проблем, которые стоят на пути молодых предпринимателей, обсуждались меры повышения активности деятельности молодых китайских предпринимателей, которые следует осуществить государственному аппарату и обществу. Отношение к молодежному предпринимательству разное, неоднозначное. В частности, профессором Н.К. из Пекинского университета было высказано мнение о том, что в период учебы в вузе студент не должен заниматься предпринимательской деятельностью, а только усердно учиться. Его «предпринимательством» должно стать стремление получать дополнительные стипендии, участие в грантах, конкурсах. Напротив, профессор Ф.Н. из Народного университета подчеркивал важность поддержки предпринимательской инициативы студентов, особенно тех из них, кто проходит подготовку на экономическом факультете и факультете менеджмента.

Со студентами-китайцами, обучающимися в РФ, проводилось эссе на тему «Отношение к молодежному предпринимательству в России и КНР - общее и различия». В настоящем случае было зафиксировано важное для нашего исследования положение о различиях в оценках роли и значения молодежного

предпринимательства. Обобщенный вывод может заключаться в том, что по мнению китайских студентов обучающихся в РФ, в Китае молодежь значительно активнее участвует в предпринимательстве и более заинтересованно относится к нему.

С российскими и китайскими студентами проводился анкетный опрос на тему «В чем различия трудовой деятельности в предпринимательских и государственных организациях». Такой анализ материалов позволил раскрыть включенность молодежи в рыночные механизмы развития китайского общества - в предпринимательство и отношение к работе в корпорациях. Эти результаты мы обобщили и представили в своих докладах широкой общественности.

В свободной форме – эссе - студенты *российских вузов (СПбГУ, СПбГЭТУ (ЛЭТИ))* высказали свое отношение к участию молодых китайских предпринимателей в ресторанном бизнесе.

Центральное место в проведенных эмпирических исследованиях занимали три *интернет-опроса*, данные которых использовались в сетевом анализе результатов. Данные этих интернет-опросов будут далее рассматриваться в последующих трех параграфах.

Первый интернет опрос проводился с китайскими молодыми предпринимателями, которые открыли свое дело в Санкт-Петербурге и нацеливался на выявление и характеристики терминальных и инструментальных ценностей предпринимательской деятельности. Затем полученные результаты молодых китайских предпринимателей сравнивались данными российских респондентов. Интересом проведения этого анализа нами были использованы данные А.С. Шиляевой, которая в рамках единого инициативного проекта использовала аналогичную методику изучения ценностей молодых российских предпринимателей.

Второй интернет-опрос предполагал сравнение ценностей молодых китайских предпринимателей с ценностями других представителей китайского общества – респондентами разных поколений и сфер деятельности – работников государственных и негосударственных организаций.

Третий интернет-опрос проведен среди студенческой молодежи российских и китайских университетов. Целью этого опроса было выявление отношения студентов к деловым качествам, которые выступают одной из важных основ молодежного предпринимательства.

Из сказанного видно, что эмпирическое исследование планировалось как комплекс процедур количественного и качественного анализа и предполагало триангуляцию получаемых данных. Такое использование разнообразных методов эмпирического социологического исследования позволило сформировать представление о месте и ценностях молодежного предпринимательства в структуре современного китайского общества и проверить ранее заявленные гипотезы. Последующие параграфы будут посвящены основным результатам исследования.

2.2. Сравнительный сетевой анализ терминальных и инструментальных ценностей молодых российских и китайских предпринимателей

Проведение сравнительного анализа ценностей российских и китайских предпринимателей имеет актуальную научную целесообразность для анализа социологии социальных структур и процессов в трансформирующихся обществах. Россия свернула с пути социалистического развития в конце прошлого столетия, Китай, напротив, продолжил развивать общественные институты и формировать соответствующую социальную структуру в избранном направлении, при этом воспринял некоторые подходы рыночной экономики. В том числе это касается предпринимательства. В России и Китае по-разному были осознаны ценности молодежного предпринимательства. В ряде публикаций российских социологов отмечается характер развития молодежного предпринимательства в России, где наблюдаются подъемы активности молодежи, а затем некоторые спады. В частности, на тему проблем развития молодежного предпринимательства активно издают свои труды российские социологи и экономисты В. Г. Немировский, З. М. Дыльнова, В. В. Староверов, И. Н. Лапша, А. В. Иноземцева, Ж. М. Грищенко, А. Ю. Чепуренко, Л. Г. Новикова, С. В. Гришаева, А. А.

Максименко, К. В. Харченко и другие. В Китае, напротив, эволюция молодежного предпринимательства в целом отражает рост внимания и заинтересованности как со стороны общества к предпринимательству молодежи, так и со стороны государства, это мы видели в текстах первой главы. Различная реакция молодежи в отношении предпринимательской деятельности на наш взгляд раскрывает один из важных моментов социального развития любого общества, поскольку здесь отражается понимание обществом перспектив своего дальнейшего существования, перспективы выбора важных и значимых ценностей подрастающего поколения.

В настоящем случае замысел эмпирического исследования предполагал проведение сравнительного анализа ценностей молодых российских и китайских предпринимателей по единым индикаторам. В параграфе речь пойдет о тех молодых китайских предпринимателях, которые открыли свое дело в Санкт-Петербурге.

Основаниями для разработки процедуры исследования стали идеи М. Рокича о классификации ценностей на терминальные и инструментальные. Далее, на основании анализа различных источников по социологии, менеджменту и экономике были сформулированы ценности, которые представляли как терминальные, так и инструментальные ценности. В каждой из двух групп ценностей выделялось еще по 4-е подгруппы ценностей, конкретизирующих терминальные и инструментальные ценности.

К числу важнейших терминальных ценностей-целей предпринимательства отнесены:

- ценности, которые определяют личный успех - и достижение личного продвижения. Сюда входили такие ценности как возможность творческой самореализации, достижение высокого уровня саморазвития, рост личного материального благосостояния, возможность свободы своего проявления;

- ценности, которые характеризовали цели, относящиеся к управленческой и технической стороне предпринимательства - новые проекты решения задач предпринимательства, техническое переоснащение, инструментальные и технологические новшества, поиск новых технологий на

рынках и пр.;

- ценности социального порядка - авторитет страны, увеличение экономических результатов развития страны, взаимодействие с другими странами и государствами, поддержка устоявшихся стандартов и ценностей;

- ценности гуманитарной направленности - взаимодействие с малоимущими и оказание им помощи, образование населения, поддержание системы здравоохранения, в целом, развитие человеческого капитала.

Соответственно к числу инструментальных ценностей-средств предпринимательства отнесены:

- психологические методы управления - лидерство, развитие командных принципов работы, стимулирование персонала, качество и результативность общения;

- методы менеджмента - формирование управленческой структуры, цели и задачи деятельности, властные организационные отношения, контроль;

- методы реализации инноваций - обучение персонала, новшества, система производственных операций, анализ и предвидение развития фирмы;

- ресурсные основы организации предпринимательства - финансы, недвижимость, новые бизнес-проекты, личная трудоспособность.

Эти важные для предпринимательства основы предпринимательской деятельности были переформулированы в вопросы и внесены в опросники. Они оценивались по рейтинговой шкале от 1 до 16 по важности, как в группе терминальных ценностей, так и в группе инструментальных ценностей.

Анкета опросника на китайском языке представлена ниже. Табл. 3.

问卷填写说明 -

请您仔细阅读以下问题，并根据所提供选项对您个人重要性的显著程度进行有限顺序排列：1-表示所选择选项对您最重要；2-表示所选择选项对您第二重要；… 16-表示所选择选项对于您的企业经营目的或者手段最不重要。在选择过程中，您有足够的时间去考虑或者修改自己的答案。希望最终的答案可以准确地反映您的个人立场。

Табл. 3 – 1) Для Вашего创业的目的最重要地体现在如下方面

1. 自我创意的具体化	
2. 技术项目的实现	
3. 提高国家的威望和地缘政治影响力	
4. 提高人力资本质量 (俄罗斯或者中国)	
5. 自我实现 (最大程度地开发和运用自己的潜力)	
6. 改装或者升级现有的产品	
7. 提高国家的经济实力 (GDP)	
8. 援助社会弱势群体 (残疾人, 孩子, 青少年, 退休人员, 移民等)	
9. 自我的物质保障与财务独立	
10. 通过现代技术降低产品的价格	
11. 发展和增强国家间的关系	
12. 提高知识和技能水平	
13. 获得自由 (自主独立性, 行为举止和判断的独立性)	
14. 走向国外市场	
15. 保护和发展国家传统和文化	
16. 促进公众健康	

Табл. 3. (продолжение) - 2) 为了达到这些目标我将使用如下手段

1. 提高自我领导素养	
2. 建立最优化组织结构以及领导交替授权机制	
3. 选用专业人才	
4. 股票和借贷资本	
5. 组建友好团结的、相互尊重的团队	
6. 建立明确的目标设定系统	
7. 使用具有创新性的物资供应、管理、营销的方法	
8. 不动产和自然资源 (购买与利用)	
9. 在团队中建立激励机制	
10. 权力和纪律	
11. 通过现代科技优化成本	
12. 经营理念和智力资本 (包括知识产权)	
13. 积极地加强商业往来	
14. 业务监控系统	
15. 商业运营当中的诊断、预测、调整	
16. 劳动本身 (勤劳、决策中的责任心、效率、自律)	

Гипотеза настоящего эмпирического исследования заключалась в предположении о том, что в условиях глобализирующегося мира между российскими и китайскими молодыми предпринимателями, - как специфической

социальной группой, - действующих в различных социальных средах, тем не менее будет зафиксировано определённое единство ценностей, выделяющих этих респондентов в особую социальную группу. По нашим представлениям, для молодых предпринимателей в обеих странах большее единство будет характерным для пониман конечных целей предпринимательства (терминальные ценности). Это единство окажется меньшим при оценивании средств предпринимательства (инструментальные ценности). Настоящее гипотетическое предположение основывается на анализе данных о социальных основаниях развития предпринимательства, где в результате сетевых информационных связей формируются единые представления о том каковы цели предпринимательской деятельности, что ожидать и на что направлена эта деятельность, что особенно характерно и важно для предпринимателей поколения У. При этом приемы, способы и средства достижения терминальных целей предпринимательства окажутся более зависимыми от национальных и ментальных особенностей молодежи России и Китая, что скажется на меньшем их единстве, т.е. в выборе средств предпринимательства между молодыми российскими и китайскими предпринимателями согласие и единство ценностей будет меньшим.

Как уже говорилось, наше исследование проводилось в рамках единого инициативного проекта по теме сетевых исследований ценностей с исследованиями, которые проводились в России под руководством П.П. Дерюгина, и в рамках одной методической процедуры. Наиболее актуальными для нас стали материалы и результаты исследования, проведенного А.С. Шиляевой среди российских молодых предпринимателей. В таблице 4 показаны респонденты, которые составили случайную выборку исследования А.С. Шиляевой, и в которую дополнены данные о китайских молодых предпринимателях.

Таблица 4 - Выборка респондентов

Категории предпринимателей	Средний возраст, лет	Время участия в предпринимательстве, лет	Самооценка достигнутых результатов
Молодежь, не занятая в предпринимательстве	22,7	-	-

Молодые предприниматели	Селигеровцы	24,8	от 0 до 6,7	?
	Самозанятые	23,6	от 0 до 8,1	Удовлетворительные
	Стартаповцы	25,3	от 0 до 4,6	Удовлетворительные
Состоявшиеся предприниматели		36,8	от 14 до 18	Успешные
Долгожители в предпринимательстве		52,3	от 20 до 27	Преуспевающие
Китайские предприниматели (в РФ, СПб)		24,7	от 2 до 12	Удовлетворительные

В докладе по итогам настоящего исследования ²²⁰ показаны методические элементы процедуры обработки полученного эмпирического материала. Поэтому в данном случае будут обсуждаться только полученные результаты.

Здесь отметим, что основанием для построения таблиц и сетей ценностей, которые будут представлены в последующем, выступали корреляционные матрицы, в которых представлялись данные о степени связи каждой группы респондентов с каждой другой.

Результаты исследования представлены в графиках и таблицах ниже.

1. Сети ценностей.

На рисунках 5 и 6 показаны сети терминальных ценностей молодых российских и китайских предпринимателей. Черные сплошные линии характеризуют степень связи ценностей со значением корреляции от +0,2 до +1,0. Пунктирные линии обозначают вес ценности, чем ближе к центру круга, тем весомее ценности. Что касается инструментальных ценностей их графики здесь не представлены в целях экономии места. Обсуждение результатов изучения инструментальных ценностей будет показано в таблице 6 и частично на сети ценностей, График 5.

²²⁰ Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А., Цзинь Ц., Ши И. Ценности российских и китайских предпринимателей - сравнительный анализ (результаты эмпирического социологического исследования). В сборнике - [Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества](#) Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Ответственные редакторы Д.В. Буйров, Д.В. Кузнецов. 2018. С. 354-357.

Анализ сети ценностей молодых российских предпринимателей позволяет сделать вывод о том, что наиболее весомыми для них стали ценности, которые характеризуют зону личных целей. В центре сети ценностей находится ценность самореализации, которая наиболее плотно связана с ценностями свободы и модернизации. Значимыми связями этой ценности оказались другие ценности зоны личных целей – материальная обеспеченность и творчество.

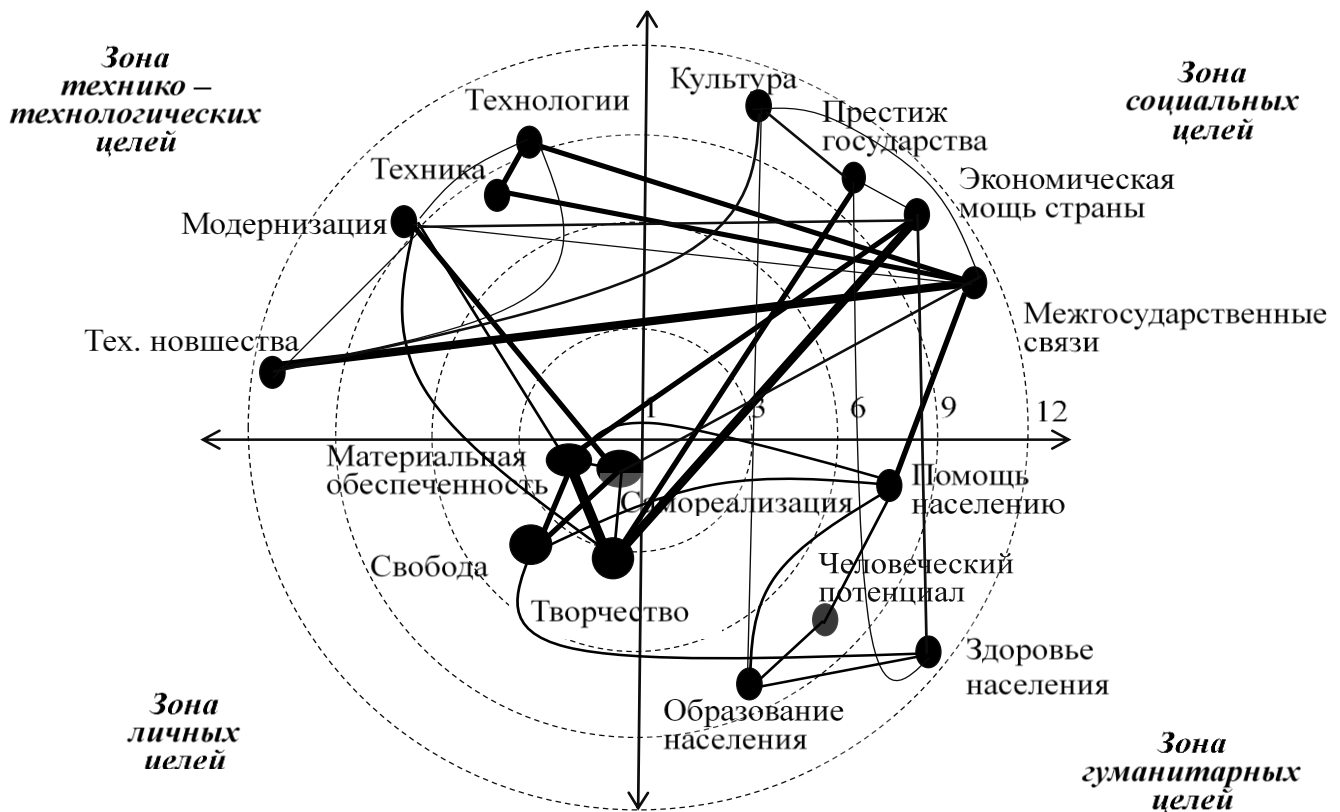


График 5 - Терминальные ценности-цели молодых российских предпринимателей

Далее по степени связанности у молодых российских предпринимателей выступает зона экономических ценностей. Это зона сети, где формируются устойчивые связи как с зоной личных целей, так и зоной технико-технологических целей. Однако следует заметить, что вес экономических ценностей ниже, чем весовые характеристики ценностей в зоне личных целей.

Следующими по степени связанности оказались ценности, которые характеризуют зону технико-технологических целей предпринимательства. Можно видеть, что внедрение технических новшеств крепко связывается с международными связями. С международными связями также связаны ценности

внедрения новых технологий и новых технических средств.

Меньше всего сложилось связей в системе ценностей молодых российских предпринимателей, характерных для зоны гуманитарных целей. Развитие человеческого потенциала, укрепление здоровья населения и повышение образования в данном случае не являются приоритетными ценностями.

Сети ценностей молодых китайских предпринимателей формируются по-иному. Как можно видеть на рисунке № , для молодых китайских предпринимателей важнее всего ценность собственной материальной обеспеченности, при этом, наравне с ней оценивается ценность оказания помощи населению. Недалеко по весу от этих ценностей находятся ценности развития человеческого потенциала и повышение уровня образованности населения.

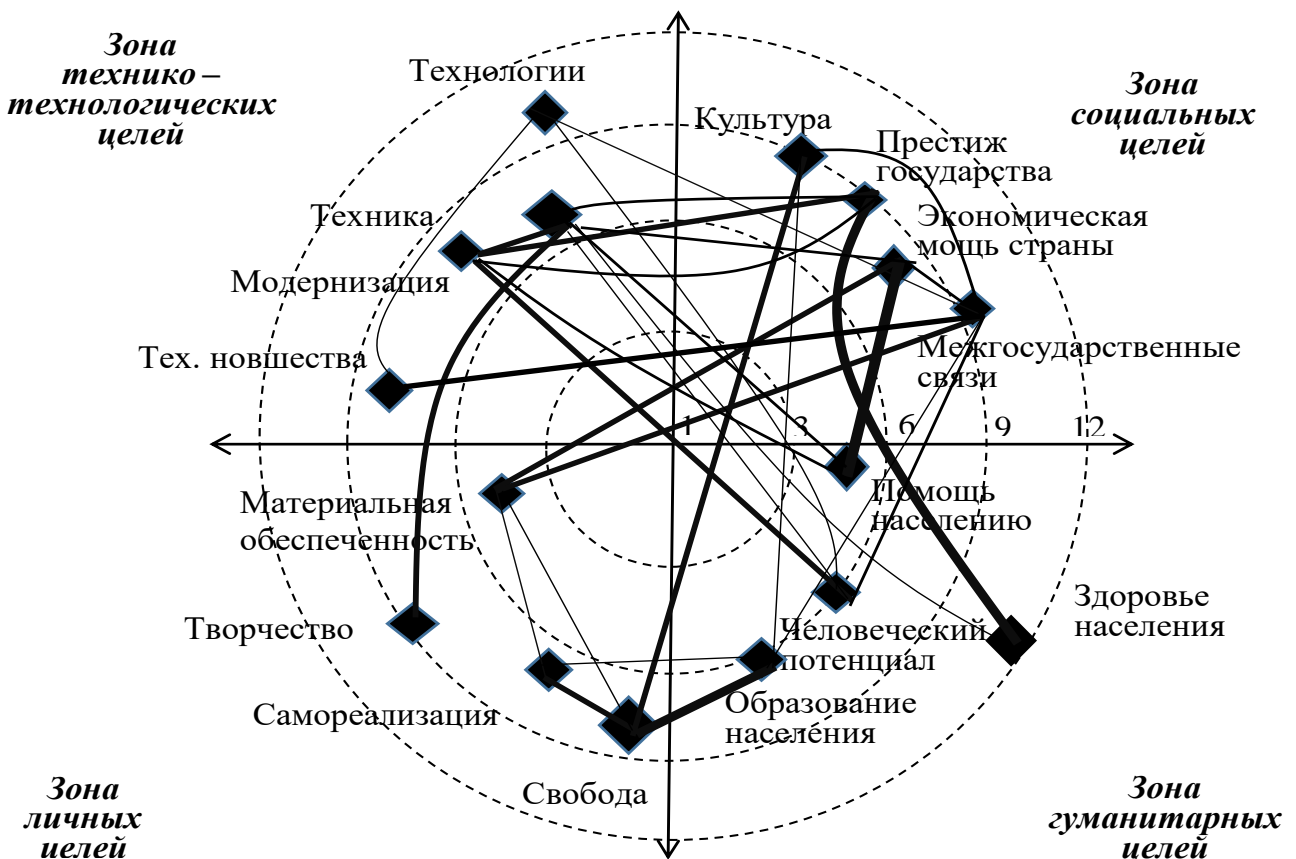


График 6 - Сети терминальных ценностей молодых китайских предпринимателей

Самые плотные связи в системе ценностей молодых китайских предпринимателей складываются в зоне экономических целей. Это можно видеть по толщине линий-связей, которые складываются между зоной ценностей социальных целей и другими зонами сети. Экономические цели, престиж

государства, межгосударственные связи, как цели предпринимательской деятельности, более гармонично связаны с оказанием помощи населению, развитием технической и технологической составляющей предпринимательства.

Показательно, что зона личных целей предпринимательства в данном случае выражена не так ярко. На невысоком уровне оказались ценности самореализации, свободы и творчества.

2. Сравнение сетей ценностей молодых российских и китайских предпринимателей.

Дальнейшая процедура анализа предполагала сравнение сетей ценностей молодых российских и китайских предпринимателей, которое осуществлено в технологиях сопоставления сетевых данных (графически) и сравнение табличных данных, раскрывающих важность и значимость тех или иных ценностей. (График 7 – 10. и табл. № 5, 6)



График 7 - Сопоставление весовых характеристик сетей ценностей-целей молодых российских и китайских предпринимателей



График 8 - Сопоставление сетевых характеристик инструментальных ценностей-средств молодых российских и китайских предпринимателей

Для более точного сравнения и анализа данных ниже приводятся таблицы и графики, характеризующие общее и различия в ценностях российских и китайских предпринимателей.

Таблица 5 - Осредненные рейтинги терминальных ценностей. Терминальные ценности-цели (чем меньше рейтинг, тем больше его значение)

Личные	1 Творчество	5 Самореализация	9 Личная обеспеченность	13 Свобода	Разница рейтингов
китайцы	7,9	6,8	8,27	7,81	3,69
россияне	3,78	3,12	3,97	5,15	
Технические	2 Технический проект	6 Модернизация	10 Внедрение новых технологии	14 Зарубежные рынки	Разница рейтингов
китайцы	6,80	8,3	10,54	7,81	1,2
россияне	8,10	9,50	9,889	10,66	

Государственные Общественные	3 Престиж государства	7 Экономическая мощь	11 Межгосударственные связи	15 Поддержка традиций	Разница рейтингов
китайцы	8,8	9,4	9,81	9,45	1,5
россияне	10,53	10,73	11,41	10,69	
Гуманитарные	4 Человеческий потенциал	8 Помощь незащищенным	12 Уровень жизни людей	16 Здоровье населения	Разница рейтингов
китайцы	8,30	8,90	8,63	11,63	0,07
россияне	8,94	10,18	7,95	10,70	

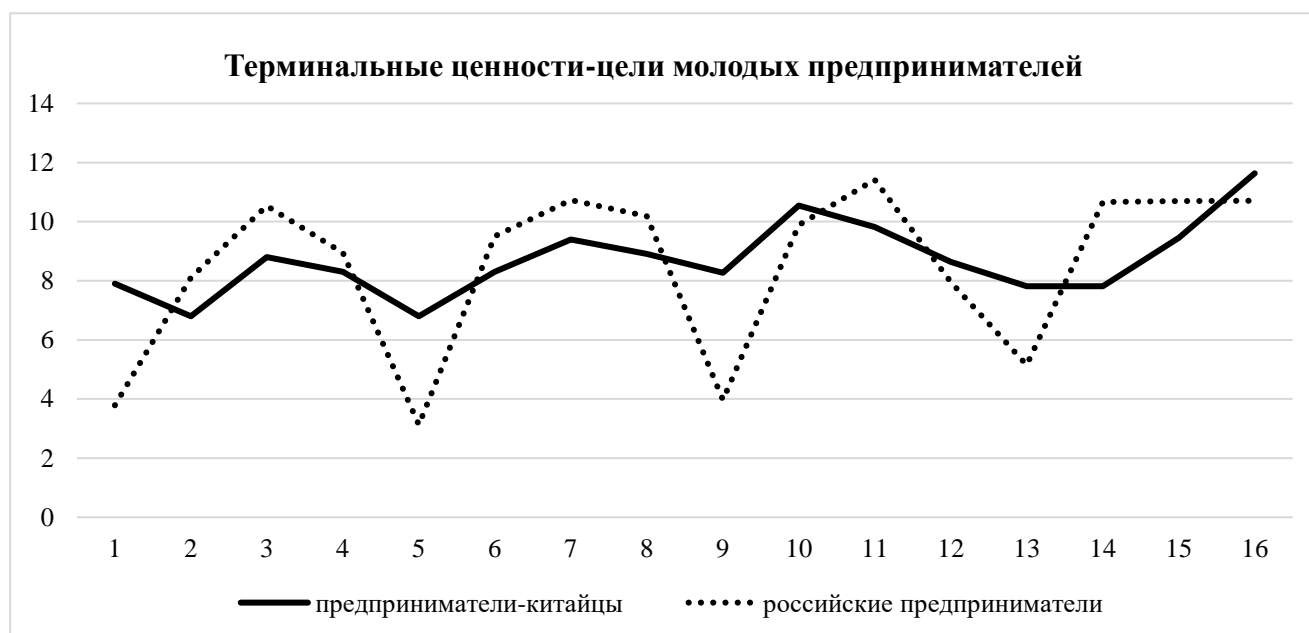


График 9 - Рейтинговые оценки терминальных ценностей-целей

Гипотеза настоящего эмпирического исследования заключается в предположении о более высоком единстве между молодыми российскими и китайскими предпринимателями в понимании ценностей-целей, чем единство в понимании ценностей-средств.

Если сравнивать обобщенные данные чисто арифметически, то можно сделать вывод о том, что такая гипотеза не подтвердилась. Действительно, сравнивая терминальные ценности-цели и ценности-средства, можно увидеть, что различия здесь будут таковыми - 6,46 ранга – разница в терминальных ценностях и

4,98 ранга – в инструментальных. Тем не менее, при более глубоком изучении становится понятным, что такая разница возникает благодаря существенным различиям в оценке личных целей предпринимателей.

Если сравнить рейтинги всех других групп, то различия в терминальных ценностях, то различия здесь окажутся не такими значительными.

Минимальные различия оказались в ценностях гуманитарного порядка (0,07 ранга). Примерно на одном уровне у молодых предпринимателей обеих стран находится оценка ценности здоровье населения – самая низкая в обеих случаях. Скорее всего это та сфера, где организация предпринимательства требует специфических знаний, очень высокой социальной и правовой ответственности и не может носить массовый характер. Примерно на одном уровне оказались и ценности-цели предпринимательства, связанные с повышением образования населения и человеческого капитала. Более существенными различиями характеризуются цели, связанные с оказанием помощи населению. Здесь у китайских предпринимателей, как уже отмечалось, зафиксированы высокие рейтинги.

В зоне технико-технологических целей различия составили 1,2 рейтинга, а наибольшие различия зафиксированы в понимании важности внедрения технических новшеств. Китайские молодые предприниматели техническим новшествам отдают явное предпочтение, как, впрочем, это характерно и для других ценностей этого сектора - модернизации и внедрения новой техники. Российские предприниматели более ценными и важными понимают роль новых технологий.

Еще более значимой оказалась разница в подгруппе государственно-общественных ценностей-целей (престиж государства, экономическая мощь страны, развитие межгосударственных связей и сохранение национальных традиций), различия, 1,5 рейтинга. Как оказалось, китайские молодые предприниматели оценивают их более приоритетно, чем российская молодежь.

Можно сказать, что сети ценностей молодых китайских предпринимателей зафиксированы в узких пределах по величине рейтингов, что

позволяет говорить о взвешенности и некоторой гармонии в системе значимых ценностей-целей. Самыми существенными расхождениями в ценностях предпринимательства оказалась группа ценностей-целей, относящихся к проявлениям личного творчества, самореализации, обеспечения личного благополучия и свободы. В настоящем случае для китайских предпринимателей эти ценности оказались значительно менее важными, чем для российских предпринимателей. Более всего эта разница проявлялась в оценивании творческой самореализации (разница – 4,12 ранга) и обеспечения личного благополучия (разница – 4,30 ранга). В целом, разница по рангам личных целей достигла максимума – 3,69. За счет различий в понимании личных целей предпринимательства, собственно, складываются существенные различия в понимании терминальных ценностей-целей предпринимательства.

Таблица 6 - Рейтинговые оценки инструментальных ценностей.

Инструментальные ценности-средства (чем меньше рейтинг, тем больше его значение)

Группы ценностей	Подгруппы ценностей (указаны их порядковые номера в анкете, далее они показаны на графиках)				
Психология	1 лидерство	5 команда	9 мотивация	13 общение	разница рейтингов
китайцы	7,62	6,18	10,17	6,05	0,6
россияне	5,64	7,32	7,33	7,69	
Менеджмент	2 структура	6 целеполагание	10 власть	14 контроль	разница рейтингов
китайцы	8,14	6,41	5,12	8,71	1,64
россияне	7,67	7,44	9,08	10,73	
Инновации	3 кадры	7 инновации	11 оптимизация	15 прогностика	разница рейтингов
китайцы	7,27	6,84	7,931	8,29	1,69
россияне	4,71	10,01	11,30	11,05	
Ресурсы	4 капитал	8 недвижимость	12 бизнес-идея	16 трудолюбие	разница рейтингов
китайцы	6,84	7,369	8,49	8,75	1,05
россияне	9,46	13,30	8,50	4,41	

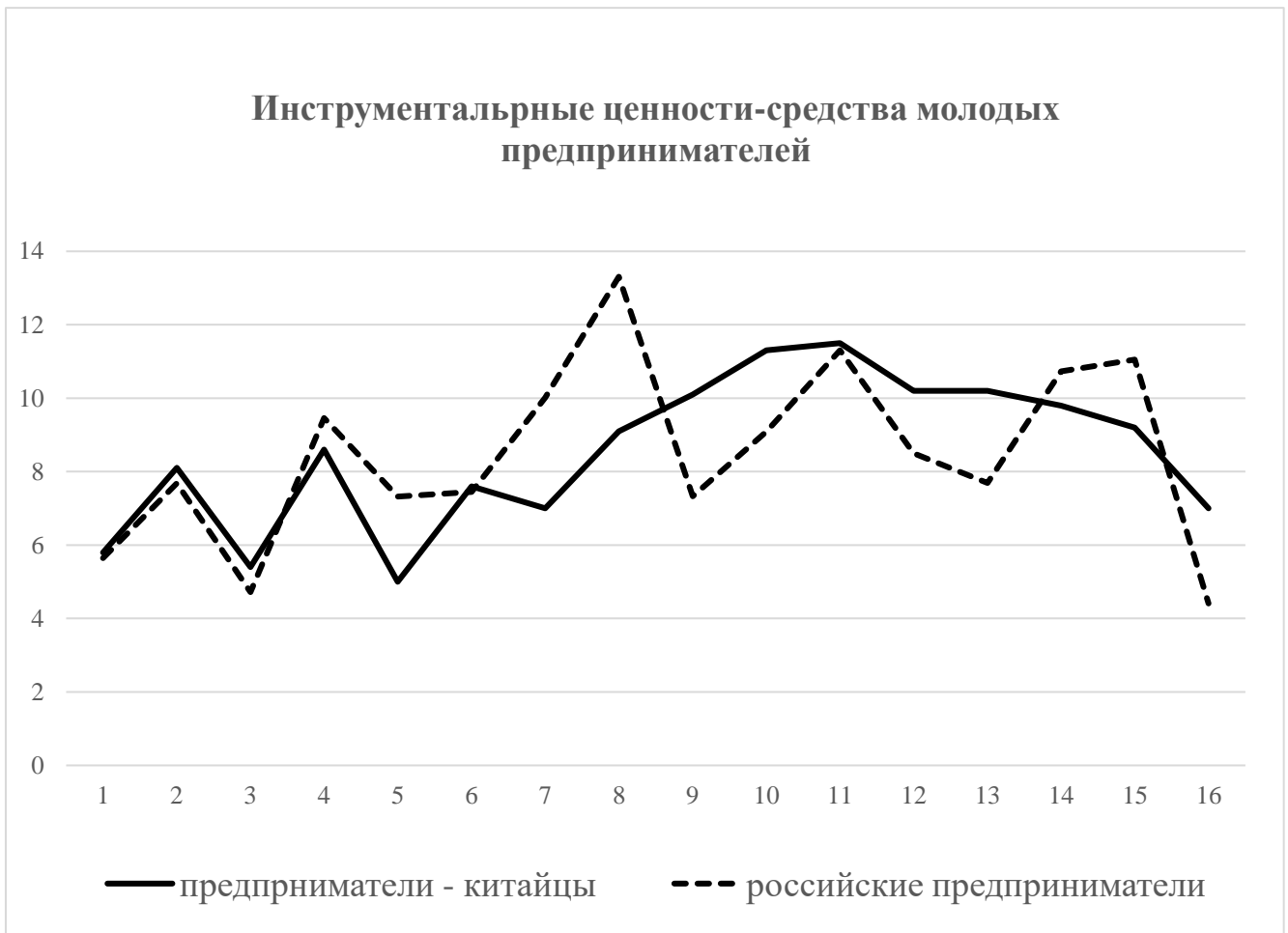


График 10. Рейтинговые оценки инструментальных ценностей

Представления российских и китайских молодых предпринимателей о инструментальных ценностях-средствах оказались более едиными. Это видно из таблицы 6 и на графике 10, где практически половина всех изучаемых параметров полностью совпадает. Наибольшее совпадение характерно для понимания психологических методов управления (разница рангов – 0,6). Российские предприниматели при этом отдают более существенное внимание таким приемам управления, которые связаны с лидерством и мотивацией. *Китайские предприниматели выделяют важную роль общения.*

Различия в ценностях-средствах в подгруппе ресурсов предпринимательства составили 1,05 ранга, и они оказались на втором месте. Приоритетными с точки зрения китайских предпринимателей стали капиталы и недвижимость, российская молодежь полагает, что основным ресурсом предпринимательства выступает личное трудолюбие (4,34 рейтинга).

В подгруппе средств менеджмента китайские предприниматели явно

выделяют важность таких форм организационных отношений как власть и дисциплина. Здесь различия достигли максимума (3, 96 рейтинга). Эти показатели подтверждают, что китайские предприниматели вопросам дисциплины и власти уделяют самое существенное внимание.

Наконец, в подгруппе инновационных средств менеджмента наиболее существенными различиями были представления о роли переподготовки кадров и использования новых методов управления, производства и сбыта. Приоритетными для российских предпринимателей оказались представления о переподготовке кадров как о важном условии современного предпринимательства (разница рангов – 2, 46). Напротив, молодые китайские предприниматели считают, что таковым приоритетом выступают новые методы работы (разница рейтингов – 3,28).

Таким образом, полученные данные в целом подтверждают, что российские и китайские молодые предприниматели рассматривают цели деятельности с одинаковых позиций по большинству вопросов. Ценности в данном случае совпадают с высокой степенью тождества. Самыми противоречивыми выглядят ценности личного порядка – самовыражения, творчества и свободы. Тем не менее, по ценности увеличения своего материального благосостояния личные ценности обеих групп молодых предпринимателей едины – это важная ценностная ориентаций и установка. Более существенное различие между молодыми предпринимателями Китая и России закачаются в средствах достижения целей. Российские предприниматели ориентированы на трудолюбивый персонал и свое значимое лидерство, в то время как китайским молодым предпринимателям важны принципы коллективной работы, общение, дисциплина. На наш взгляд, настоящий вывод в значительной степени говорит доказанности выдвинутой гипотезы.

3. Молодые китайские предприниматели в социальной среде россиян

Следующий шаг исследования предполагал сравнение ценностей молодых китайских предпринимателей с социально-демографическими, возрастными и социально-профессиональными (предприниматели) группами россиян – петербуржцами, где им доводится организовывать свое предпринимательское дело.



График 11 - Сравнительный анализ представлений респондентов различных социальных статусов о терминальных и инструментальных ценностях предпринимательства.

На данном графике (11) показаны попарные сравнения ценностей респондентов исследуемых групп и различных статусно-ролевых позиций. Из этого сравнения следуют некоторые выводы об особенностях ценностей китайских предпринимателей. Важно подчеркнуть, что среди респондентов - китайских предпринимателей были преимущественно молодые люди в возрасте около 25 лет.

Во-первых, результаты исследования зафиксировали естественные различия в ценностях российских и китайских предпринимателей, главное из которых заключено в том, что *единство ценностей китайских предпринимателей со всеми другими группами российских респондентов оказывается очевидно ниже*. Т.е. все 56 молодых китайских предпринимателей оценивают смысл, целесообразность и способы предпринимательства совершенно своеобразно.

Более того. Если ценности китайских предпринимателей более-менее связаны с ценностями российской молодежи, стартаповцами и селигеровцами, - в общем смысле, - с молодежью, то с ценностями людей старших поколений,

самозанятыми в предпринимательстве, успешными и преуспевающими российскими предпринимателями, корреляция едва характеризует уровень статистической погрешности – 0,3. Между преуспевающими российскими предпринимателями и китайскими молодыми предпринимателями такое единство было минимальным, практически нулевым. Пожалуй, положительным моментом этого анализа можно считать тот факт, что китайские предприниматели более ориентированы на молодежь, здесь у них больше взаимопонимания и единства в ценностях смыслов ведения бизнеса.

Однако, увеличивающееся расхождение в ценностях с российскими предпринимателями, добившимися успеха в этом деле, показывает, на наш взгляд, о том, что возможности китайских предпринимательских организаций ограничиваются именно молодежной аудиторией.

Во-вторых, и это также важно особо отметить, ценности китайских предпринимателей существенно отличаются в понимании методов ведения предпринимательской деятельности (инструментальные ценности). Очевидно, это свидетельствует о том, что методы ведения предпринимательства китайскими предпринимателями не вкладываются в привычный набор инструментов российского менеджмента.

В- третьих, общей тенденцией трансформации ценностей российских и китайских предпринимателей следует отметить тренд обособления ценностей людей, добивающихся успеха в предпринимательстве. По мере освоения предпринимательской деятельности ценности таких предпринимателей все более и более отличаются от ценностей других групп респондентов.

Обобщение полученных материалов, позволяет говорить о самой важной особенности, характеризующей ценности китайских предпринимателей. Эта особенность заключается в следующем - предприимчивость китайских предпринимателей как личностное свойство более значимое. Прежде всего, это выражается в том, что среди китайской молодежи стремление заниматься каким-либо делом проявляется значительно активнее. Это более прагматичная предприимчивость.

Выводы

Проведенный сравнительный анализ позволяет сделать ряд выводов, раскрывающих некоторые особенности ценностей молодых российских и китайских предпринимателей.

Во-первых, в целом, терминальные и инструментальные ценности российских и китайских молодых предпринимателей формируются и проявляются в целом ряде похожих или даже одинаковых трендов и закономерностях. Особенно ярко выражено такое совпадение в понимании терминальных ценностей предпринимательства, где значительная часть критериев совпадает полностью (наиболее в понимании гуманитарных целей).

Во-вторых, самыми существенными различиями в ценностях молодых предпринимателей остается понимание предпринимательства как социально обусловленной деятельности, т.е. зафиксированы существенные различия в понимании и принятии ценностей, характеризующих социальную направленности предпринимательства.

В-третьих, российские молодые предприниматели самыми существенными целями предпринимательства выделяют личные цели и интересы среди совокупности терминальных ценностей. В группе инструментальных ценностей они полагаются на человеческий капитал - психологические методы управления (лидерство, командообразование, мотивацию и общение), подготовку и переподготовку кадров, трудолюбие персонала, что на наш взгляд подтверждает веру в человеческие потенциалы как главную опору предпринимательства.

Наконец, для молодых китайских предпринимателей, работающих в условиях российского рынка, характерен более утилитарный подход к организации дела, приоритет социальных и государственных целей предпринимательства, техническая и ресурсная основы предпринимательской деятельности, что характеризует молодых китайских предпринимателей как более прагматичных и опытных организаторов предпринимательской деятельности.

В целом результаты проведенной эмпирической части исследования частично подтверждают выдвинутую гипотезу о большем единстве терминальных

ценностей, чем инструментальных у молодых российских и китайских предпринимателей, что выделяет эту социальную группу в социальной структуре различных социальных сообществ.

2.3. Ценность рыночных качеств в сети ценностей молодых китайских предпринимателей

Вторая часть **гипотезы**, предполагавшая эмпирическое подтверждение, заключалась в исследовании и доказательстве особой ценности рыночных качеств в системе значимых и важных качеств для молодых китайских предпринимателей. В соответствии с результатами теоретического анализа в первой главе мы пришли к выводу, что молодых китайских предпринимателей как особую социальную группу отличает от других социальных групп позитивное восприятие рынка и рыночных качеств людей, как социальной среды, где может развиваться свободное предпринимательство. Такие ценности предположительно будут определять особое место молодых предпринимателей в социальной структуре китайского общества. Далее, в теоретических и методологических положениях сформулированных в первой главе, мы пришли к выводу об особой системе восприятия рыночных ценностей той частью молодежи, кто уже занимается, или в перспективе только планирует заниматься предпринимательством. Эти различия в ценностях во многом и определяют (институционализируют) группу молодых предпринимателей в некоторое специфическое сообщество – специфическую социально-демографическую группу. Поэтому в исследовании ценностей предполагается обращение к совокупности тех из них, которые вытекают из самой природы рыночного общества – стремление обладать частной собственностью, быть конкурентоспособным, преуспевающим в начатом деле, положительно воспринимать принципы свободного рынка как норму для жизни общества, быть предприимчивым и др.

Таким образом, целью этой части эмпирического исследования стала разработка методики сравнительного исследования рыночных ценностей молодых

предпринимателей на основе сетевого подхода и выявление места и роли обозначенных ценностей в общей системе различных ценностей в различных социальных группах китайского общества.

К моменту проведения исследования группа инициативного проекта в которую входит соискатель настоящей диссертации, обладала базой информации о ценностях различных представителей китайского общества, включающую данные опросов около 3 тыс. человек. Однако, что касается рыночных ценностей, такая информация исследовалась впервые. Общая тема участников инициативного проекта предполагала изучение места и роли молодых предпринимателей в социальной структуре общества российского общества, что позволяло сравнить получаемые данные.

Поскольку тема диссертации предполагает исследование молодых китайских предпринимателей, выборка респондентов определялась по совокупности а) социально-возрастных (молодежь) и б) социально-профессиональных (предприниматели) признаков, как наиболее важных. Поэтому сравнительный анализ ценностей молодых китайских предпринимателей проводился в сопоставлении со следующими группами респондентов (Табл. 7)

Таблица 7 - Категории респондентов в выборке

Категории респондентов	Количество респондентов
Молодые предприниматели в КНР (18-36)	116
Предприниматели с опытом работы (37-60 лет)	39
Неработающая молодежь (не работает и не учится)	78
Студенты китайских вузов	1143
Сотрудники госкорпораций - молодежь (18-36 лет)	68
Сотрудники госкорпораций – старший возраст (36-60 лет)	56
Сотрудники частных корпораций - молодежь (18-36 лет)	73
Сотрудники частных корпораций – старший возраст (37-60 лет)	39

Еще раз подчеркнем, что по нашим представлениям рыночные ценности молодых предпринимателей составляют ядро всей системы ценностей,

поскольку ориентация на эти ценности позволяет им успешно реализовывать бизнес-проекты. В соответствии с этим позициями определены методологические и методические принципы эмпирического исследования.

Методология. Обращение к ценностям вытекает как фундаментальное положение понимающей социологии Вебера, где объектом исследования выступает «смысловая связь» взаимодействующих субъектов, когда понимание «внутреннего» позволяет анализировать «внешнее» - складывающуюся социальную реальность как взаимодействие. Другим важным принципом построения методики диагностики выступают идеи Г. Зиммеля о ценностях и ценностных ориентациях как установках личности, которые формируются на основе личного опыта жизни и складываются в систему правил поведения, общения и взаимодействия человека с человеком и окружающей реальностью, обеспечивающих выбор из числа альтернатив. По-существу Г. Зиммель конкретизирует позицию М. Вебера, что позволяет понимать взаимодействие Я и Мы как единство и противопоставление ценностей отдельных людей и групп, на базе чего формируются нормы, правила и основы институционализации. Еще одним основанием исследования стали методологические идеи П. Штомки и В.А. Ядова касающиеся активности и деятельности людей. Предприниматели составляют активную часть населения, они делают попытки изменять существующий порядок вещей, инициировать события и преобразовывать окружающую действительность. Поэтому для проведения исследования ценностей молодых китайских предпринимателей нами использованы идеи П. Штомки и В.А. Ядова, с позиций которых предпринимателей следует рассматривать как созидательную силу рыночной экономики, обладающую модернизационной энергией и инновационными устремлениями.

На базе совокупности этих теоретических положений была сформирована методическая процедура - анкета интернет-опросника, нацеленная на выявление ценностей рыночных качеств в сетях системы ценностей молодых китайских предпринимателей. Объектом исследования, таким образом, стали молодые китайские предприниматели, а предметом – место, роль и ценность

рыночных качеств молодых предпринимателей в общей системе их ценностей.

Методика. Для осуществления исследования нами использованы основы замысла методики, которую применяли для исследования ценностей участники инициативного проекта. Теоретической базой основой этой методики выступают предположения и идеи Л. Фестингера о противоречивых (диссонансных) оценках каких-либо событий, в нашем случае – человеческих качеств другого человека, оценивая которые респонденты вольно или невольно будут выражать представление о своих собственных ценностях и антиценностях. Важным достоинством такой методики выступает возможность выявлять представления о другом человеке, не обращаясь к конкретным событиям, фактам или личностям среди людей различных социальных групп. Соотнесение ценностей молодых китайских предпринимателей с ценностями респондентов других социальных групп позволяет решить главную задачу исследования – изучить ценности молодых китайских предпринимателей в социальной структуре китайского общества.

Помимо этого, построенная таким образом исследовательская процедура имеет и еще ряд достоинств. Полученные данные показывают ценность одних качеств личности в совокупности, или в сети, с другими качествами. Во-вторых, методика может пониматься как универсальная, поскольку ее можно применять для изучения ценности различных качеств не зависимо от профессиональной принадлежности респондентов или специфики образования. В-третьих, качества рыночного порядка не так часто исследуются в подобных процедурах. В-четвертых, настоящая методика переведена на другие языки – китайский, вьетнамский, немецкий, испанский, английский, латышский, что позволяет проводить некоторые сравнительные исследования ценностей молодых предпринимателей.

Предпринимательская деятельность в китайском обществе предполагает, что ею занимаются люди, у которых помимо рыночных качеств формируется и совокупность других качеств, которые могут как способствовать предпринимательской деятельности, так и вступать в конфликт ценностей. Для китайского общества прежде всего важна гармония и непротиворечивое единство

рыночных качеств и качеств коллективизма, взаимовыручки и товарищества. Коллективистский дух совместной деятельности составляет одну из фундаментальных основ китайского менталитета. Поэтому в исследовательскую процедуру были включены качества коллективизма наряду с рыночными качествами.

Еще одну группу качеств подлежащих исследованию и анализу составляли деловые качества, т.е. качества, которые составляют инструментальные ценности. Деловые качества, в отличие от качеств рыночных, нацелены на умение делать дело вне зависимости от целей и ориентаций деятельности.

Наконец, в систему актуальных для исследования целей, были включены качества «хорошего человека», т.е. такие качества, которые важны для любого человека, включенного в социальную среду.

Краткое описание качеств.

Перечень основных рыночных качеств составлен на основании анализа работ классиков рыночной экономики, - А. Смита, Д. Рикардо, К. Маркса, Й. Шумпетера, К. Поланьи, В. Зомбарта и других. К таким качества были отнесены - позитивное восприятие свободных рыночных отношений; стремление к приобретению и сохранению частной собственности; забота о прибыли; конкурентоспособность; предприимчивость; стремление преуспевать. Описание важности таких качеств сделано во множестве публикаций ²²¹.

Другая группа качеств характеризовала деловые качества. На наш взгляд таковыми качествами могут быть определены качества, которые вытекают из принципов научного менеджмента - целеустремленность, лидерство, восприятие инноваций, организационное отношение – властность, расчетливость и прагматизм, манипуляции, т.е. качества, необходимые для создания организации групповой деятельности и руководства людьми в процессе работы.

Третья группа качеств предполагала коллективистские свойства - умение располагать к себе; уважительное отношение к другим людям;

221 Мальцев Владимир Владимирович Человек, экономика и свободный рынок - подход М. Н. Ротбарда // JER. 2017. №1.

доброжелательность; заботливость о других; оказание помощи другим людям; общительность. Без этих качеств предпринимательская деятельность в условиях китайской действительности невозможна.

Наконец, важная – четвертая группа качеств, определенная нами как «хороший человек». Определение хорошего человека понимается нами, как это определял Г. Спенсер. Он подчеркивал, что хороший человек, - это такой человек, который своей свободой не подавляет свободу других ²²². Сюда же были определены не только свободолюбие, но и открытость, правдивость, адекватность самооценки, скромность, терпимость.

Технология опроса.

Показанные 24 качества делились на 4-е группы, но представлялись респондентам вперемешку списком и они оценивались по 6-ти балльной шкале. Вопрос формулировался следующим образом.

Уважаемые коллеги!

Просим Вас принять участие в социологическом исследовании. Смысл исследования заключен в описании качеств людей, которые нас окружают. Исследование проводится анонимно, без указания имен, фамилий и пр., в данном случае это совершенно не нужно.

В исследовании предполагается три процедуры.

1. Мысленно представьте реального человека, который для Вас может выступить в качестве положительного эталона или ближе всего к такому эталону. Возможно, в настоящее время он работает или проживает где-то в другом месте. Важно, что он существует реально и его образ может послужить для Вас эталоном для подражания. Для этого в графе "+ Эталон" (образец для подражания, положительный эталон) оцените качества этого человека по следующей балльной шкале -

5 – качество выражено **очень ярко**;

4 – качество **довольно выражено (очевидно)**;

²²² Воронцов А.В. История социологии - учебник и практикум для академического бакалавриата. М. - Издательство Юрайт, 2019. 366 с.

- 3 – качество проявляется **слабо**;
- 2– качество проявляется **очень слабо**;
- 1 – качество практически **не проявляется**;
- 0 – качество **отсутствует**.

2. Прodelайте такую же процедуру в отношении человека, на которого Вы не хотели бы походить (графа "– Эталон");

3. В графе "Я сам" оцените свои качества по предложенным индикаторам.

Как понятно, респонденты оценивали положительный эталон для подражания, отрицательный эталон, каким нельзя быть и самого себя. Исследование длилось не более 15 мин. и человек (респондент) мог ответить только один раз.

Для обработки результатов использован программный продукт, который был разработан магистрантом К.Д. Даниловым (СПбГЭТУ (ЛЭТИ), - участником инициативного проекта. Специальный программный продукт позволял оперативно, практически мгновенно после окончания опроса получать систематизированную информацию в виде матриц и сетевых моделей. Такая реализация полученных данных позволяла выстраивать большую аналитическую работу и оформлять ее в графическом изображении. В целом же, созданная методика давала возможность проводить социологическую диагностику, ориентированную на анализ успешности формирования качеств предпринимателей у различных групп молодежи. Математический аппарат методики выстраивался как корреляционный анализ всех респондентов каждого с каждым и поэтому в моделях обобщались миллионы единиц информации, фактически формировалось поле больших данных о ценностях представителей разных групп.

Анкета предполагала заполнение паспортной карточки с некоторыми данными о респондентах - пол, возраст, место рождения и место проживания, опыт управления, образование, специальность по которой работает\учится респондент, социальный статус (студент, работник организации, владелец бизнеса, пенсионер), тип компании (для работающих респондентов). Программный продукт позволял

моделировать самые разнообразные сетевые связи исходя из показанных характеристик моделировать сети ценностей как в общей системе, так и отдельных локаций. Непосредственный опрос проводился в конце 2019 – начале 2020 гг.

Результаты

1. *Весовые (среднее арифметическое) характеристики рыночных качеств молодых китайских предпринимателей выше, чем весовые характеристики этих ценностей среди других групп респондентов.*

Полученные эмпирические данные свидетельствуют, что в целом рыночные качества всеми группами респондентов оцениваются по-разному, но при этом ниже, чем все другие качества, включенные в исследовательскую процедуру (График 12).

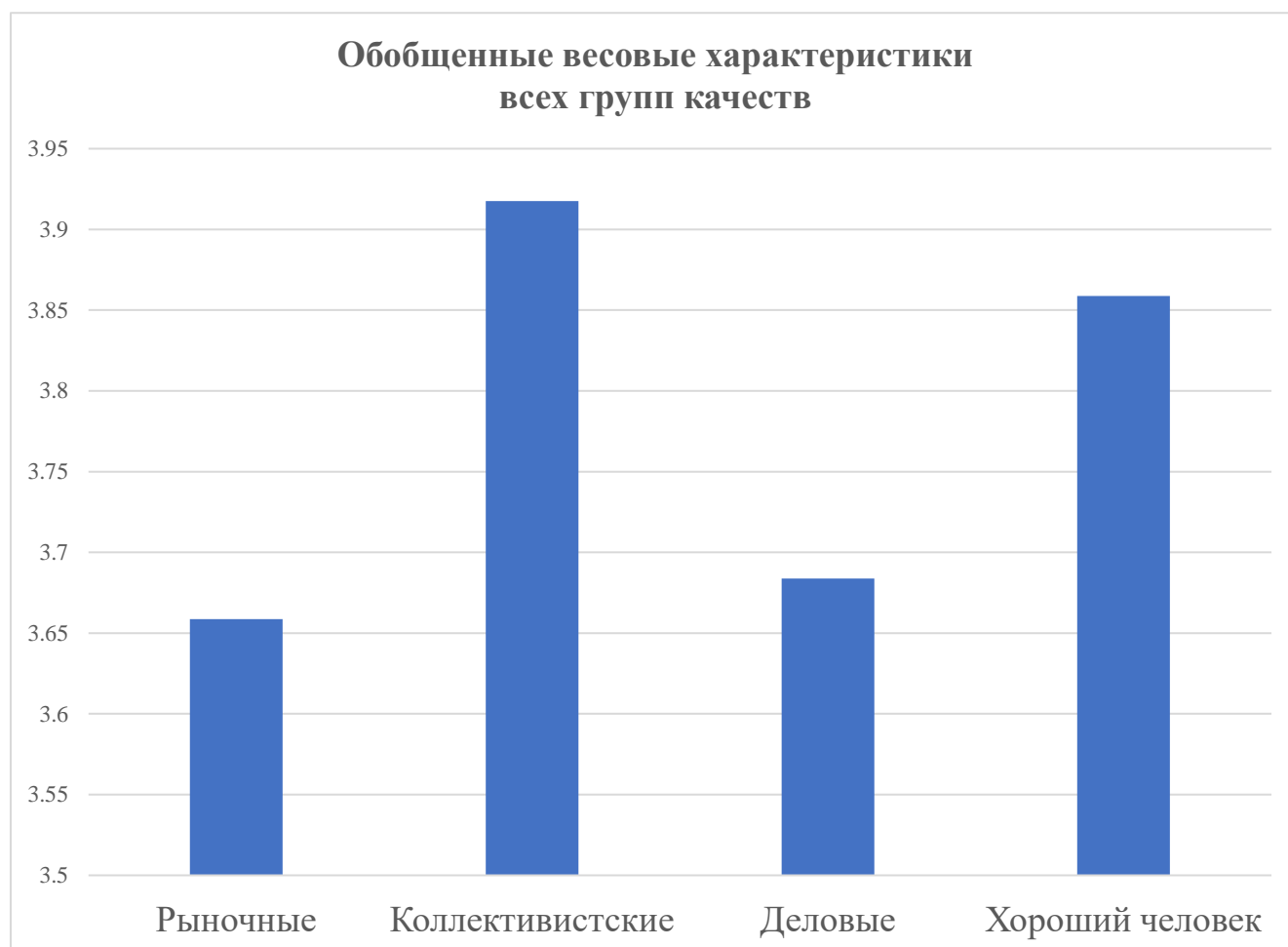


График 12- Обобщенные весовые характеристики всех групп качеств

Наиболее значимыми для исследуемых групп респондентов были качества коллективизма и хорошего человека. Деловые качества и качества рыночной сферы были ниже на 0,3 пункта. Таким образом, можно говорить, что

ориентация на рыночные качества у исследуемых групп в целом остается наименее значимой.

По весу рыночные качества молодыми китайскими предпринимателями ниже, чем эти качества оценивали опытные предприниматели, наравне с сотрудниками госкорпораций старших возрастов, 36-60 лет. Однако среди всех других категорий, в том числе старшего возраста и молодежи (неработающая молодежь, студенты, сотрудники частных и госкорпораций), молодые предприниматели оценивали эти качества выше.

Менее всего рыночные качества в системе других качеств оценивались как значимые неработающей молодежью, и в этом отношении неработающая молодежь и молодые предприниматели являются антиподами. Самые высокие оценки рыночных качеств зафиксированы у опытных предпринимателей. Поэтому можно сказать, что неработающая молодежь, - с одной стороны и предприниматели с опытом предпринимательской деятельности, - с другой, для молодых китайских предпринимателей являются полярными полюсами в ориентациях и отношениях к рыночным ценностям (график 13).

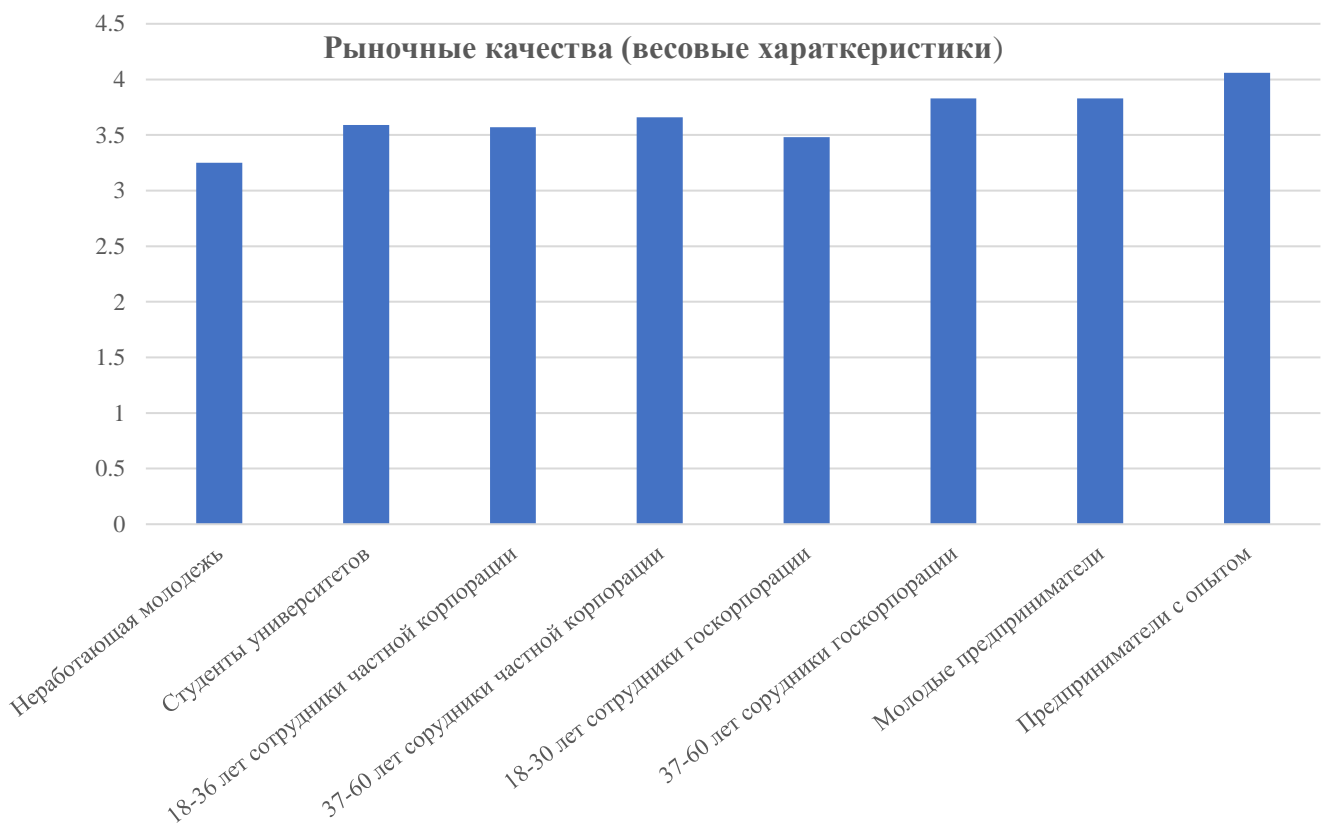


График 13 - Рыночные качества (весовые характеристики)

Как можно видеть, весовые характеристики рыночных качеств оцениваемые молодыми предпринимателями оказались выше, чем у других групп респондентов, за исключением опытных предпринимателей.

Конкретные значения весовых характеристик качеств показаны в Таблица 8.

Таблица 8 - Конкретные значения весовых характеристик качеств

	Рыночные	Коллективистские	Деловые	Хороший человек	Всего
Неработающая молодежь (не работает и не учится)	3,25	3,35	3,35	3,4	3,3375
Студенты китайских вузов	3,59	4,02	3,65	4,04	3,825
Сотрудники частных корпораций - молодежь (18-36 лет)	3,57	4,02	3,61	3,94	3,785
Сотруд. частн корпораций (37-60 лет)	3,66	4,24	3,78	4	3,92
Сотрудники госкорпораций - молодежь (18-36 лет)	3,48	3,89	3,47	3,82	3,665
Сотрудники госкорпораций – старший возраст (37-60 лет)	3,83	4,02	3,83	3,81	3,8725
Молодые предприниматели (18-36 лет)	3,83	3,86	3,87	3,91	3,8675
Предприниматели с опытом работы (37-60 лет)	4,06	3,94	3,91	3,95	3,965
	3,65875	3,9175	3,68375	3,85875	

Наиболее важными качествами для китайских респондентов стали качества коллективизма, которые оценивались выше всех других у эталонов подражания. Ценность рыночных качеств у молодых китайских предпринимателей превосходила по весу практически все группы респондентов, кроме опытных предпринимателей и была наравне с весовыми характеристиками, которые

присвоили качествам сотрудники госкорпораций старших возрастов.

2. Сетевые конфигурации рыночных качеств молодых китайских предпринимателей в сравнении сетевыми конфигурациями других участников эмпирического исследования раскрывают особую иерархию и взаимосвязь рыночных качеств, отличающих молодых предпринимателей от всех других групп респондентов.

Далее на рисунках будут показаны сети ценностей рыночных качеств всех исследованных групп. Красным цветом будут обозначены положительные связи, синим пунктиром – отрицательные. Чем толще линия, тем прочнее сетевая связь, которая измерена коэффициентом корреляции Спирмена. Степень положительной и отрицательной связи оценена по шкале Чеддока - от 0 до 0,3 – очень слабая; от 0,3 до 0,5 – слабая; от 0,5 до 0,7 – средняя; от 0,7 до 0,9 высокая; от 0,9 до 1,0 – очень высокая.

Начинается обзор с сети рыночных качеств молодых предпринимателей (график 14).



График 14 - Сетевые связи ценности рыночных качеств молодых китайских предпринимателей.

Сетевые характеристики рыночных качеств молодых предпринимателей показывают важность и значимость качества

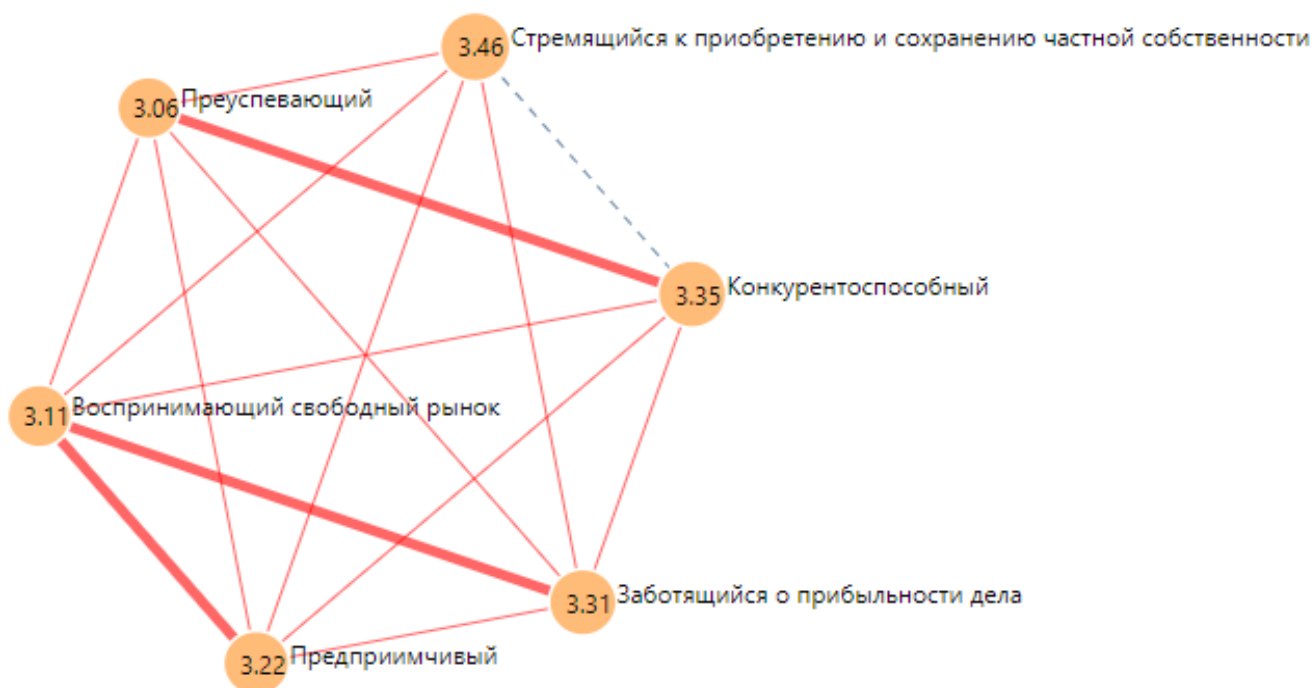
конкурентоспособности. Это качество, которое, как и качество заботы о прибыли набирает максимальный вес (4,07), но при этом *конкурентоспособность* обладает 4-мя сильными связями с другими качества – самым большим количеством связей. У качества заботы о прибыли таких связей на одну меньше. С точки зрения М. Грановеттера такое сочетание максимальных значений весов узла и максимальное количество линий связи характеризует системообразующее значение такого узла, в нашем случае – конкурентоспособность, которое можно расценивать как основной элемент системы рыночных ценностей молодых китайских предпринимателей.

Значимая сила слабых связей выявлена еще у двух качеств в группе рыночных ценностей молодых предпринимателей, это – предприимчивость и преуспевание. Таким образом, ядро сети рыночных качеств молодых китайских предпринимателей составляют конкурентоспособность, предприимчивость и преуспевание. Комплекс этих качеств формирует основании сети молодых предпринимателей и отличает их от сети рыночных качеств опытных предпринимателей и других участников, о чем пойдет речь ниже.

Еще более выражены эти отличия в сравнении с ценностями сотрудников госкорпораций, как молодых, так и опытных. Покажем эти отличия.

Сравнение сети рыночных ценностей молодых китайских предпринимателей и их неработающих ровесников свидетельствует о существенной разнице в понимании ценности этих качеств. На рисунке ниже (график 15) показана сетевая структура ценности рыночных качеств по результатам опроса неработающей молодежи. Следует особо подчеркнуть, что для неработающей молодежи рыночные качества не только менее значимые, но эти качества практически не связаны между собой, они – не в сети ценностей. Из всех возможных связей (всего может быть $6 \times 6 = 36$ ситуаций взаимосвязей), только в трех парах складываются более-менее значимые корреляции (более, чем 0,3, более уровня погрешности) - преуспевание-конкурентоспособность, восприятие свободного рынка - забота о прибыльности; восприятие свободного рынка – предприимчивость. В сети рыночных качеств у этой группы респондентов есть конфликтная связь – между стремлением к частной собственности и

конкурентоспособность, это означает, что желание приобрести частную собственность не предполагает в данном случае бороться за ее сохранение, вступать в борьбу за рынок и пр., - словом, скорее это одно желание. Добавим, что стремление приобрести частную собственность в данном случае не предполагает также и связи с другими рыночными качествами, это видно по толщине связей, которые составляют не более 0,3. Напомним, конкурентоспособность и забота о приобретении и сохранении частной собственности у молодых китайских предпринимателей связаны высокой степенью корреляционной связи 0,65.



Графикт 15 - Сетевая структура ценности рыночных качеств неработающей молодежи

При этом важно подчеркнуть интересную деталь - структуры сетевых узлов рыночных качеств у молодых предпринимателей и неработающей молодежи совпадают (корреляция по расположению иерархии качеств в структуре сети очень похожая и составляет 0,77), однако можно говорить, что это только внешнее совпадение, только внешняя похожесть не наполненная социальным взаимодействием и системными взаимозависимостями.

Сравнение сетей ценностей молодых китайских предпринимателей и молодежи, работающей в государственных корпорациях (18-36 лет) (Графикт 16).

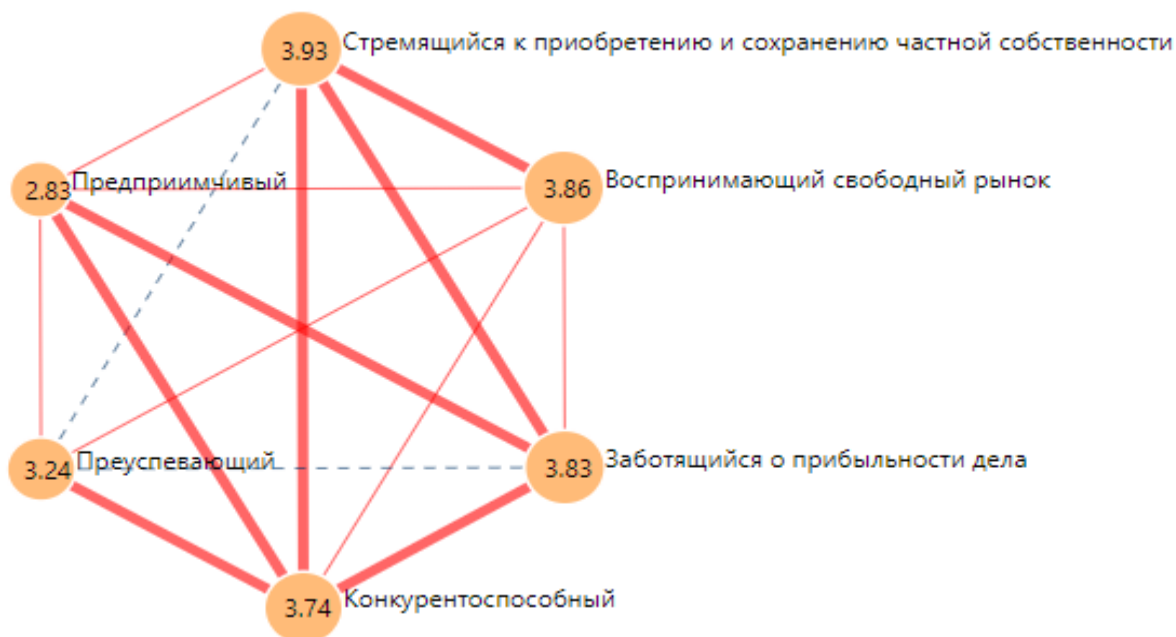


График 16 - Сетевая структура ценности рыночных качеств молодежи, работающей в государственных корпорациях

В сетях рыночных ценностей молодежи госкорпораций зафиксированы также невысокие оценки этих качеств, только немногим отличающиеся от незначительных весовых характеристик рыночных качеств, оцененных неработающей молодежью - на последних местах среди всей совокупности качеств, т.е. молодежь госкорпораций невысоко оценивает значимость рыночных качеств. Более того, в сети этих качеств здесь отмечены две конфликтные ситуации, характеризующие связи между преуспеванием и частной собственностью, а также между преуспеванием и стремлением к извлечению прибылей. Такие отрицательные связи, складывающиеся вокруг преуспевания, могут сигнализировать негативное отношение к тем, кто стремится добиваться большего, проявлять себя, становиться благополучным. Такое преуспевание не может или не должно быть результатом использования частной средств собственности или извлечения прибылей из предпринимательства. В любом случае, к преуспеванию явно негативное отношение, это – антиценность.

В сложившейся иерархии ценностей между показанными качествами есть явное противоречие в понимании рыночных качеств этой группой китайской молодежи. Очевидно, что молодежь, избирающая свой жизненный путь как

деятельность в госкорпорации, оценивает рыночные ценности значительно от оценок молодых предпринимателей, в частности, молодые сотрудники госкорпораций воспринимают предприимчивость как самое несущественное качество эталонов подражания. При этом среди системообразующих узлов сети рыночных ценностей качество конкурентоспособности у молодых сотрудников также стоит в центре системы.

Связи между сетевыми структурами молодежи, работающей в госкорпорациях и сетью рыночных отношений по оценкам молодых китайских предпринимателей, самая незначительная, коэффициент корреляции здесь достигает своего минимума, всего 0,25. Это максимально непохожие сети ценностей.

Сравнение сетей ценностей молодых китайских предпринимателей и молодежи, работающей в частных корпорациях (18-36 лет) (График 17).

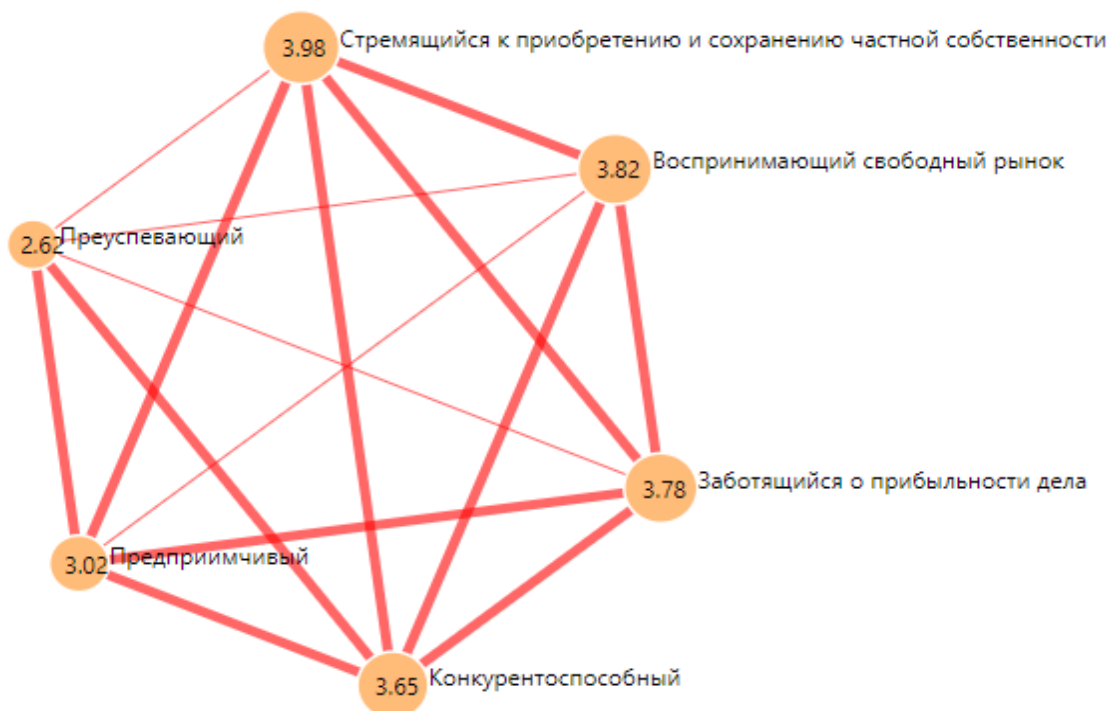


График 17 - Сетевая структура ценности рыночных качеств молодежи, работающей в частных корпорациях

У молодежи, работающей в частных корпорациях зафиксировано примерно такое же невысокое представление о ценности рыночных качеств, как это было характерно для молодых сотрудников госкорпораций и неработающей

молодежи, место этих качеств в рейтинге всей системы качеств оказалось на последних позициях. Невысоко оцениваются преуспевание и предприимчивость. Также, как и в предыдущих случаях, центральным системообразующим качеством сети рыночных ценностей молодежи, которая трудится в частных корпорациях, выступает конкурентоспособность.

Связи сетевых структур молодежи работающей в частных корпорациях и сетевых структур молодых китайских предпринимателей незначительная, хотя несколько выше, чем это встречалось в сравнении с молодежью госкорпораций, коэффициент корреляции связи между сетями в данном случае увеличивается и достигает 0,37.

Сравнение сетей ценностей молодых китайских предпринимателей и студентов (График 18).

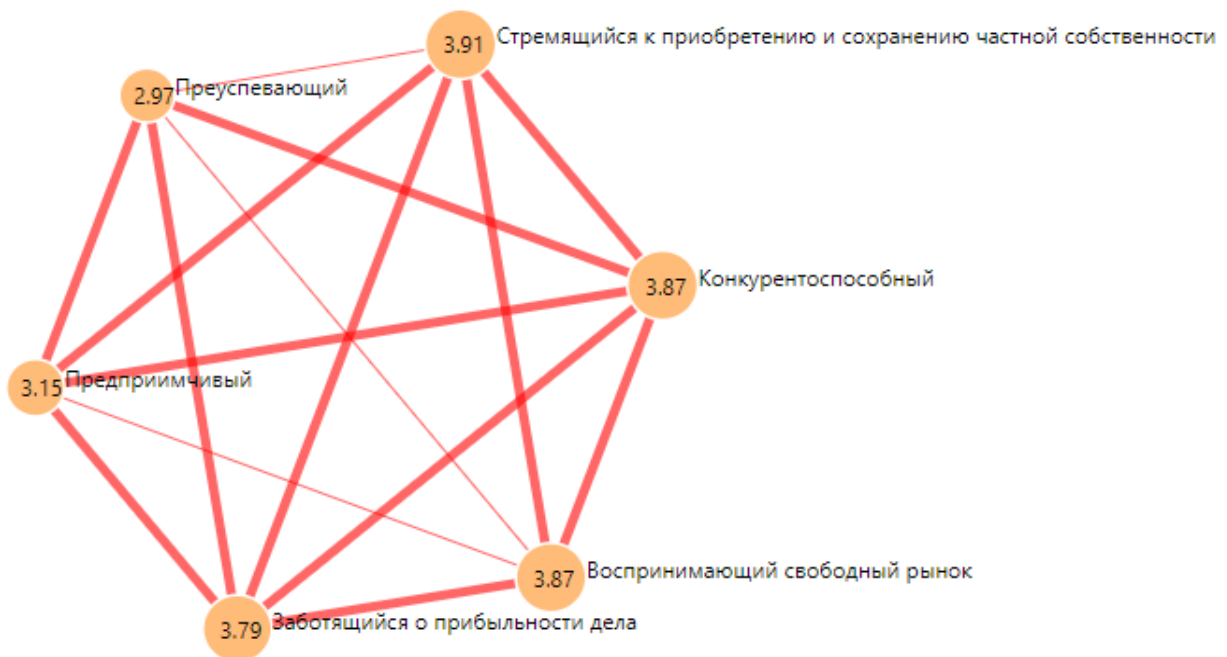


График 18 - Сетевая структура ценности рыночных качеств студенчества

Вес рыночных качеств в оценках студенчества выше, чем у других групп молодежи (неработающие, молодых сотрудников частных и госкорпораций), но он остается ниже, чем это характерно для молодых предпринимателей. Наиболее значимыми сетевыми характеристиками рыночных качеств выступают конкурентоспособность и забота о прибыльности дела, - как и у молодых предпринимателей. При этом, конкурентоспособность студентами расценивается

как самое важное сетевое рыночное качество, которое связано довольно значимой связью со всеми другими рыночными качествами. Одновременно студенты низко оценивают такое качество как предприимчивость, ниже, чем молодые предприниматели и значительно ниже, чем это характерно для опытных предпринимателей.

Связи сетевых структур студенчества и молодых китайских предпринимателей незначительная, хотя несколько выше, чем это фиксировалось в сравнении с молодежью частных корпораций, в данном случае коэффициент корреляции достигает 0,49.

Сравнение сетей ценностей молодых китайских предпринимателей и сотрудников (37-60 лет) в частных корпорациях. (График 19)

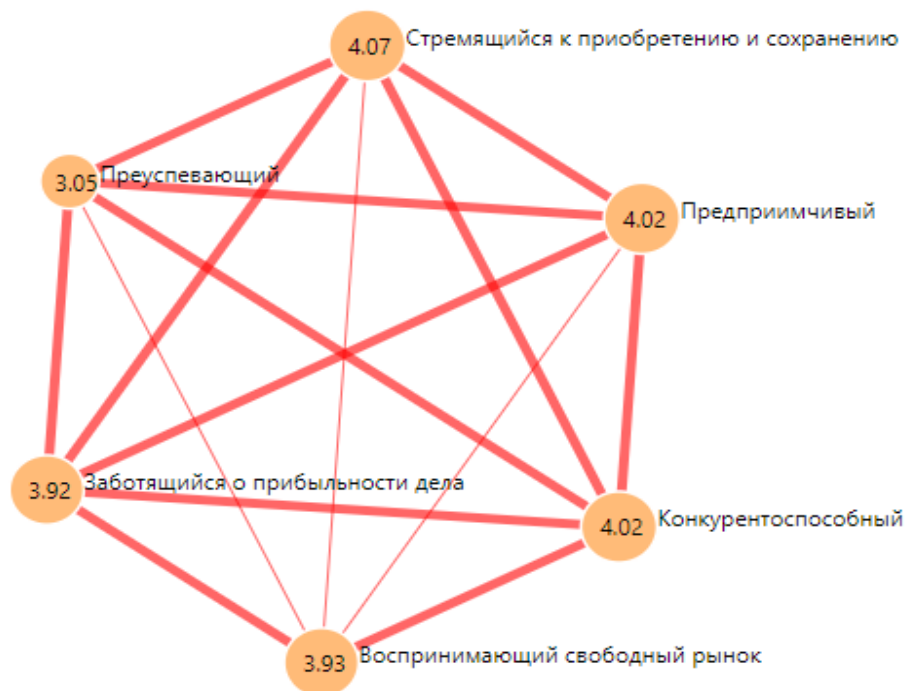


График 19 - Сетевая структура ценности рыночных качеств в группе сотрудников частных корпораций (37-60 лет)

По весовым характеристикам рыночных качеств результаты исследования сотрудников частных предприятий старших возрастов и сотрудников корпораций старших возрастов немного отличаются от результатов студенчества и других групп молодежи. По структуре сети молодых предпринимателей и сотрудников частных корпораций старших возрастов во многом похожи. Наибольшими сетевыми характеристиками в сети рыночных качеств в данном

случае выступают конкурентоспособность и забота о прибыльности дела. Наименьшие сетевые связи характеризуют восприятие свободного рынка. Как рассказывали участники интервью из этой категории респондентов, их работа в частных корпорациях скорее вынужденная, а для работы в госкорпорациях в Китае важно обладать определенными качествами, знаниями и квалификацией, которые есть далеко не у каждого.

Степень связи структур рыночных ценностей между этими категориями респондентов незначительная, коэффициент корреляции составляет 0,37.

Сравнение сетей ценностей молодых китайских предпринимателей и сотрудников государственных корпораций старших возрастов (37-60 лет) (График 20).

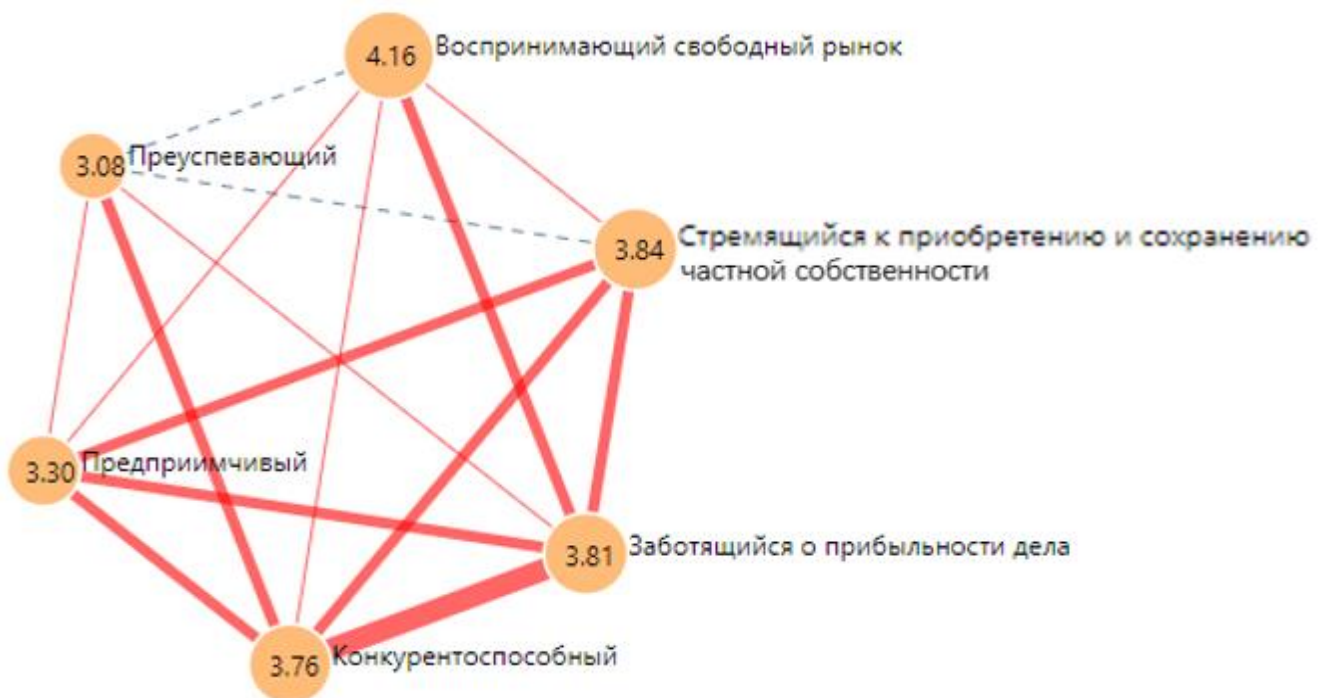


График 20 - Сетевая структура ценности рыночных качеств в группе сотрудников госкорпораций (37-60 лет)

Сети ценностей этой категории респондентов выглядят противоречиво. С одной стороны, сотрудники госкорпораций старших возрастов в позитивных эталонах подражания высоко оценивают способность к восприятию рыночных преобразований. Это качество по весу у них стоит на первом месте и оценивается в 4,16 балла. Другая важная особенность сети ценностей этой группы респондентов

заклучена в наличии сильной связи между прибыльностью и конкурентоспособностью, что в целом логично для тех, кто занимается предпринимательством. С другой стороны, здесь видны и противоречия в системе ценностей этих респондентов - качество преуспевания связано отрицательной связью с базовыми основами рынка – признанием свободного рынка как норы развития общества и частной собственностью. Напомним, что похожая структура сетей ценностей была характерна и для молодых сотрудников госкорпораций.

Связанность сетей рыночных качеств между работками корпораций старших возрастов и молодыми предпринимателями составляет еще один минимум 0,26, как это было и в сравнении с молодыми сотрудниками госкорпораций. Другими словами говоря, те, кто уходит в предпринимательство, чаще всего обладает сетями ценностей, существенно может отличаться от сетей ценностей тех, работает в корпорациях.

Сравнение сетевых характеристик ценностей рыночных качеств молодых и опытных китайских предпринимателей отличается прежде всего весом и значимостью этих характеристик для респондентов двух этих групп (График 21).

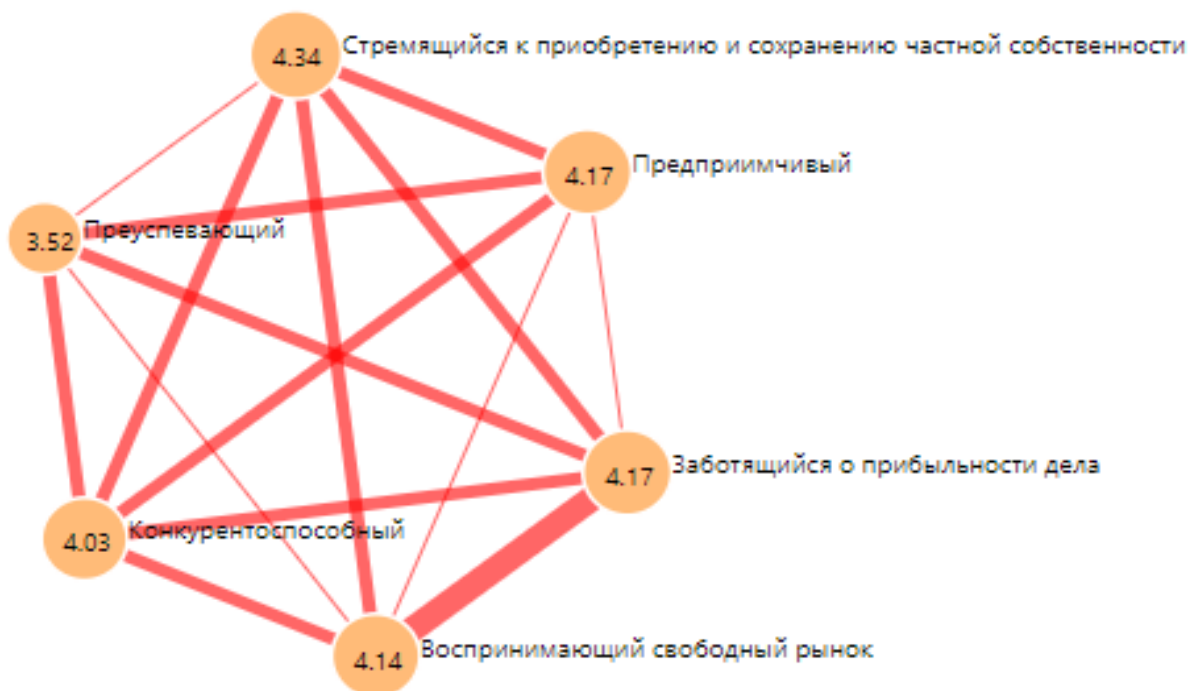


График 21 - Сетевая структура ценности рыночных качеств опытных китайских предпринимателей

Анализируя сетевые связи рыночных качеств, которые складываются у

опытных предпринимателей, следует остановиться на некоторых важных характеристиках этой сети, поскольку в некотором смысле эти сети являются перспективой формирования сетей ценностей молодых предпринимателей.

Во-первых, все рыночные качества опытными предпринимателя оцениваются весомее, как более ценные и более важные - в любом случае.

Сравнение сетей ценностей показывает различия в приоритетности ценностей у молодых и опытных предпринимателей. Так, для опытных предпринимателей наиболее приоритетными являются приобретение и сохранение частной собственности. Это – самые ценные качества, частично это касается и предприимчивости в делах. У молодых предпринимателей первые места в иерархии занимают другие качества – забота о прибылях и устойчивость в конкурентной борьбе. Представленные различные характеристики положительного эталона этими группами респондентов оказываются приоритетными в силу их характерного положения на рынке - для опытных предпринимателей – дальнейшее развитие своего дела, для молодых предпринимателей – способность выстоять и укрепиться.

Сетевые характеристики этих категорий респондентов показывают примерно одинаковую связанность узлов ценности рыночных качеств. В сети опытных предпринимателей присутствует характерная связь между принятием требований свободного рынка и заботы о прибыльности. Это сильная сетевая связь с корреляцией более 0,8 - свободный рынок довольно жестко требует постоянной заботы о прибыльности дела, - так оценивают ситуацию опытные предприниматели.

Характерно, что преуспевание оказывается у обеих групп предпринимателей на последних местах среди ценных и важных характеристик рыночных качеств.

Связанность сетей рыночных качеств опытных и начинающих китайских предпринимателей невысокая, коэффициент корреляции здесь составляет 0,37.

Таблица рейтингов и корреляций рыночных качеств исследуемых групп респондентов показана ниже (табл. 9)

Табл. 9 - Рейтингов и корреляций рыночных качеств исследуемых групп респондентов

Рыночные качества положительного эталона (краткое обозначение)	Молодые предприниматели	Опыт предприниматели	Неработающая молодежь	Студенты	Сотрудники госкорпораций 18-36 лет	Сотруд. частники частн. корп. 18-36 лет	Сотруд. гос корпораций 37-60 лет	Сотруд. частн корпораций 37-60 лет	Средний балл рейтингов	Средний рейтинг
Прибыль	1	3	3	4	3	3	3	3	2,87	2
Конкурентоспособность	2	5	2	2	4	4	4	4	3,37	4
Частная собственность	3	1	1	1	1	1	2	1	1,37	1
Предприимчивость	4	2	4	5	6	5	5	5	4,5	5
Рынок	5	4	5	3	2	2	1	2	3	3
Преуспевание	6	6	6	6	5	6	6	6	5,87	6
Корреляция	-	0,37	0,77	0,49	0,26	0,37	0,26	0,37		

При формировании настоящей таблицы за основу приняты рейтинги рыночных качеств молодых китайских предпринимателей.

3. Рыночные качества молодых предпринимателей на фоне других качеств оказываются примерно одинаковыми по весу, что выделяет молодых предпринимателей среди других респондентов, у которых другие качества играют более важную роль. Исключение составляют опытные предприниматели, у которых такие различия еще более значительные.

Сетевые графики ценности качеств молодых китайских предпринимателей показаны на график 22 -24.



График 22 - Деловые качества

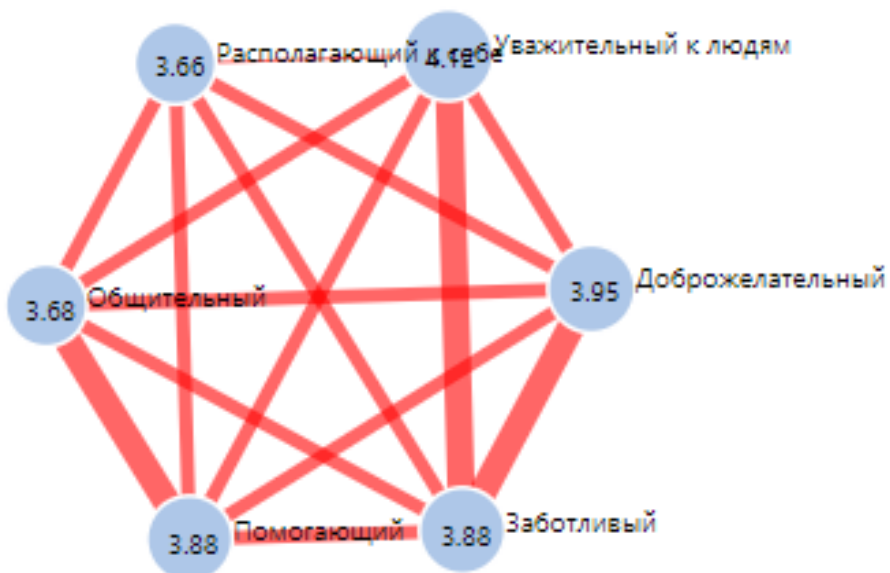


график 23 - Коллективистские

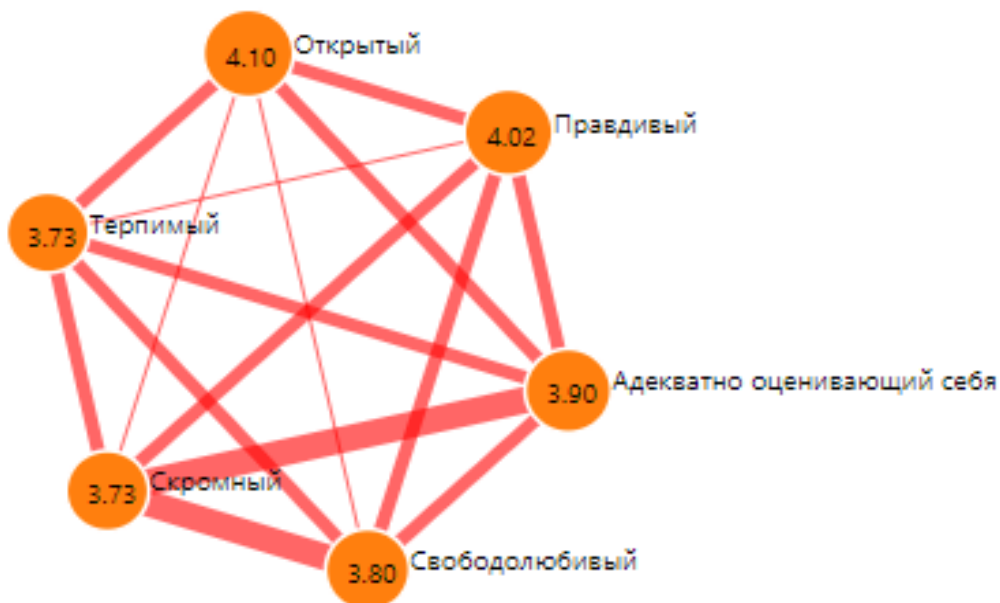


график 24 - Качества хорошего человека

В интересах проверки этого предположения, проведена следующая исследовательская процедура. Все качества, которые предлагались для оценивания респондентами были просуммированы и найдено среднее арифметическое (Табл. 10)

Табл. 10 - Все качества, оцененные респондентами (среднее арифметическое)

Категории респондентов	Рыночные - коллективизм	Рыночные – деловые	Рыночные – хор. человек	Ср. знач.
Сотруд. частн корпораций (37-60 лет)	-0.58	-0.12	-0.34	-0.35
Студенты китайских вузов	-0.43	-0.06	-0.45	-0.31
Сотрудники частных корпораций - молодежь (18-36 лет)	-0.45	-0.04	-0.37	-0.29
Сотрудники госкорпораций - молодежь (18-36 лет)	-0.41	0.01	-0.34	-0.25
Неработающая молодежь (не работает и не учится)	-0.1	-0.1	-0.15	-0.12
Сотрудники госкорпораций – старший возраст (37-60 лет)	-0.19	0	0.02	-0.06
Молодые предприниматели (18-36 лет)	-0.03	-0.04	-0.08	-0.05
Предприниматели с опытом работы (37-60 лет)	0.12	0.15	0.11	0.13

Затем из величины значений рыночных качеств вычитались осредненные значения все других качеств – коллективизма, деловых качеств и качеств хорошего человека. Результаты этой процедуры показаны на графике 25.

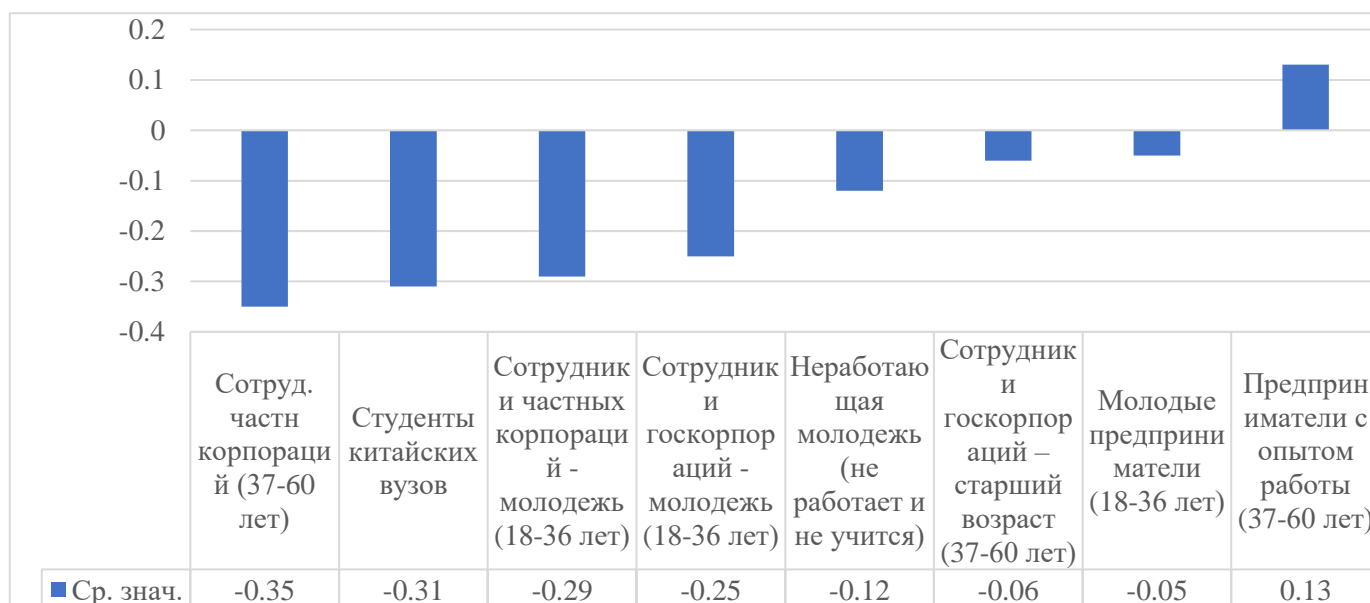


График 25 - Разница между рыночными качествами и всеми другими качествами (коммуникативными, коллективистскими, хорошего человека)

График показывает, что совокупность всех других качеств (среднее значение) более весомое, чем значение рыночных качеств у всех категорий, кроме опытных предпринимателей. Престиж и важность рыночных качеств для таких респондентов, несомненно, решается в пользу коллективизма, деловых качеств и качеств хорошего человека. При этом этот показатель у молодых предпринимателей оказывается практически нулевым, равным - 0,05. Таким образом, ценность рыночных качеств в представлениях молодых предпринимателей существенно отличается от представлений других социальных групп.

Как можно было видеть из анализа сетей ценности рыночных качеств, молодые китайские предприниматели отличаются рядом важных особенностей в сравнении с ценностью рыночных качеств по представлениям других групп респондентов. Остановимся на главных среди них:

1. Молодые предприниматели оценивают рыночные качества людей всегда выше и значимее. Веса этих качеств по результатам исследования качеств оказались наибольшими, за исключением весов качеств опытных предпринимателей;

2. Сети рыночных качеств молодых китайских предпринимателей по силе связей оказались самыми существенными, за исключением этой

характеристики у опытных предпринимателей;

3. Три узла сетевых связей, а именно – конкурентоспособность, предприимчивость, а также преуспевание являются вершинами сети, на основании которых формируется вся остальная система рыночных качеств. Такая же ситуация наблюдается только в сети ценностей опытных предпринимателей.

4. Ни у одного из рыночных качеств в сети молодых китайских предпринимателей нет отрицательных или нейтральных связей, все качества включены в сетевую систему рыночных качеств.

5. В соотношении со всеми другими качествами по весу, рыночные качества молодых китайских предпринимателей практически равноценные, что выделяет эту социальную группу в особое положение. Выше этот показатель только у группы опытных предпринимателей.

6. По большинству показателей и индикаторов система ценности рыночных качеств молодых предпринимателей является аналогом сети качеств опытных предпринимателей, что является еще одним подтверждением направленности развития ценности рыночных качеств.

На наш взгляд, представленные результаты исследования подтверждают особое положение рыночных качеств в системе ценностей молодых предпринимателей, что позволяет говорить о молодых предпринимателях как об особой профессионально-возрастной группе. В соответствии со своими представлениями о ценностях молодые китайские предприниматели занимают свое особое место в социальной структуре китайского общества.

Выводы по главе 2

Проведение эмпирического исследования завершает изучение молодежного предпринимательства в Китае и ценностей молодых предпринимателей. Важно сформулировать основные моменты, которые показывают место и роль молодежного предпринимательства в социальной

структуре китайского общества:

- молодежное предпринимательство в Китае преимущественно возникает и развивается в крупных городах – многомиллионниках. На периферии, в сельскую местность Китая оно проникает медленнее;

- в предпринимательство вовлекается две группы молодежи. Первая – чьи родители сами активно участвуют в бизнесе, дети крупных чиновников. Эти молодые предприниматели нередко получают или покупают уже готовый бизнес-проект. Вторая часть – многочисленные мелкие торговцы, занятые в обслуживании и питании;

- в значительной степени молодые предприниматели в Китае обладают более широкими материальными возможностями, чем их сверстники - квартиры, машины, возможности путешествий и пр. В значительной степени это влияет на поляризацию молодежи;

- структура молодежного предпринимательства формируется преимущественно из малых и микропредприятий, где работает небольшое количество людей;

- социальные ценности молодежного предпринимательства у китайских предпринимателей довольно значимые и ориентированные на социальную направленность;

- личные интересы в предпринимательстве играют определенную роль, при этом можно говорить, что они гармонизированы с ценностями другого – социального и гуманитарного порядка;

- предпринимательство молодых китайцев рассматривается в качестве важного фактора борьбы с безработицей, что повышает его социальный статус;

- многие китайские молодые предприниматели понимают ценность обеспечения свободы, как одной из базовых рыночных ценностей;

- молодежное предпринимательство в Китае носит не только вынужденный характер, но зачастую является устойчивым внутренним мотивом активности молодежи;

- велика роль успешных предпринимателей, которые известны во всем

мире как добившиеся значимого успеха;

– после провала в стартапе значительная часть молодых предпринимателей готова начинать дело еще раз, с нуля;

– в сравнении с российскими молодыми предпринимателями, китайские предприниматели несколько по-особому понимают цели, средства и результаты своей деятельности.

Заключение

Основная цель диссертации заключается в анализе и обсуждении ценностей молодых китайских предпринимателей, как с теоретической стороны, так и о стороны возможностей эмпирического доказательства основных гипотез об особенностях этих ценностей. В диссертации рассмотрены исторические факторы и события, которые послужили стимулами к возникновению, становлению и развитию молодежного предпринимательства в Китае. Проведено эмпирическое исследование, которое в целом подтвердило выдвинутые предположения об особенностях ценностей молодых китайских предпринимателей. На основе анализа было показано, что ценности молодых китайских предпринимателей выступают в качестве важного элемента социальной структуры китайского общества.

Материалы вторичных данных позволили проанализировать характеристики ценностей молодых китайских предпринимателей и их социально-психологические особенности, к которым отнесены - типологические характеристики ценностей и ценностных ориентаций; показана их социально-историческая динамика от момента создания КНР в 1949 г. до настоящего времени; сформулированы выводы об особенностях ценностей молодежного предпринимательства на различных этапах становления современного китайского общества; раскрыта важная роль многогранной системы подготовки китайской молодежи к предпринимательству в различных образовательных центрах; раскрыта роль государственной поддержки и стимулирования к предпринимательству со стороны административных органов, общественных организаций и обучающих структур. Другими важными выводами проведенного анализа в первый главе стали следующие обобщения:

- современное молодежное предпринимательство в Китае складывается как один из элементов всей системы предпринимательства, которая проходит четыре стадии формирования - 1. Переход от натурального ведения хозяйства к плановой экономике с натуральным уклоном (1945-1950 гг.); 2. Переход к индустриальному обществу от аграрного (1951-1966 гг.); 3. Переход к открытому

обществу (1967-1978 гг.); 4. Переход к правовому обществу (после 1978 г.). На каждом из показанных этапов роль молодежи в экономическом строительстве нового Китая и ее предпринимательская деятельность осуществляется с целым рядом специфических особенностей, которые зависят от стратегий развития общества в целом. Фактическое начало молодежного предпринимательства в Китае в современном его понимании связывается с началом реформ 1978 г.;

- в официальной структуре китайского общества молодежное предпринимательство занимает свои места на втором, третьем и шестом уровнях иерархии. Наиболее многочисленными формами молодежного предпринимательства выступают направления деятельности, связанные с малым бизнесом, торговлей, сферой питания – это шестой уровень. Наряду с этим молодые китайские предприниматели активно проявляют себя и на других уровнях – третьем и втором, - в особенности в тех сферах, где у них есть ряд преимуществ по отношению к другим предпринимателям, - в сферах деятельности, связанных с цифровыми технологиями и капиталовложениями (третий уровень). В этом слое молодых предпринимателей немного, однако, по оценкам специалистов, это быстрорастущие слои частников, которые во многом пополняются за счет молодых предпринимателей.

- молодежное предпринимательство в условиях социалистического Китая рассматривалось прежде всего как эффективное средство повышения занятости молодежи и получения опыта ведения бизнеса в перспективе

К центральными характеристиками молодых предпринимателей Китая, которые могут быть признаны типологическими, могут быть отнесены - осознание престижности предпринимательства как вида занятости; растущий уровень образованности тех, кто думает заниматься бизнесом; большое внимание цифровизации предпринимательской деятельности; нацеленность на предпринимательский успех; высокая доля прагматизма в сравнении со старшими поколениями; формирующееся потребительское отношение к жизни, ориентация на удовольствия. Как было выявлено, центральное место в формировании социально-демографической группы молодых предпринимателей занимают

учащиеся и студенты. При этом особое значение играет университетское образование молодых китайцев, в частности, - специфические ценности, которые побуждают к предпринимательской деятельности.

Важное место в формировании предпринимательской инициативы молодых китайских предпринимателей играют образовательные центры, включая университетское образование. В особенности это характерно для экономических, технических и технологических университетов, доля которых в общей структуре высшего образования постоянно увеличивается. Как и во всем мире, в китайских университетах усиливается прагматическая составляющая подготовки студентов. Это выражается в приближении учебного процесса к условиям эволюции китайской экономики в сторону децентрализации; росту внимания к тем наукам, которые дают наибольший прирост экономики, прирост прибылей; мотивация и стимулирование свободного интеллектуального поиска и самостоятельности в решении практических задач; усиление роли коммерческих университетов, которые призваны готовить студентов, готовящихся преимущественно к предпринимательской деятельности и др.

Нами сделан вывод об особенностях ценностей молодых китайских предпринимателей, которые отражают традиционное понимание ценного и значимого по-китайски. Как показало исследование, сложившаяся почти три тысячи лет назад система ценностей остается ядром всей современной системы образования в Китае, а образовательные и нравственные идеалы оказывают самое существенное влияние на современную философию предпринимательства молодых китайцев. Важными для молодых китайских предпринимателей оказываются ценности, которые включают - коллективистские начала такой деятельности; признание труда как высшей ценности; важную роль общения; единства слов и дел; скромность, уважительное отношение к иерархиям управления и производства и др.

Эмпирическое социологическое исследование ценностей и ценностных ориентаций молодых китайских предпринимателей осуществлялось на основе сетевого подхода. Результаты эмпирического исследования позволили

констатировать, что предприимчивость у молодых китайских предпринимателей, как личностное свойство, более значимое, чем у российской молодежи. Прежде всего, это выражается в том, что среди китайских молодых людей стремление заниматься каким-либо предпринимательством проявляется значительно активнее, даже в условиях российской социально-экономической среды. Как было подтверждено результатами эмпирических исследований, показателям сетевых характеристик и ценностям молодых китайских предпринимателей присущи высокая степень единства; единое понимание эталонов подражания и солидарной оценки антиэталонных; особое значение самооценки, которая является довольно высокой.

В целом, итоги проделанной работы позволяют говорить о важном значении молодежного предпринимательства в китайском обществе. Молодежное предпринимательство играет конструктивную роль, формируя особую сеть ценностей молодых людей, включенных в предпринимательство. Такие ценностные сети складываются в результате всего уклада жизни китайского общества, проникнуты духом истории и традиций трудолюбия и заботы о коллективных идеалах. В свою очередь этот результат является итогом системной деятельности государства и общественных институтов Китая, сформированных на образцах лучших предпринимательских практик.

Список литературы

1. Андросенко М.Э. Молодежь как потенциал социальных изменений в обществе // Вестник МГОУ. Серия Психологические науки. № 1, 2012 С. 44-48
2. Асланов Р.М. Три модели и перспективы социализма в КНР // Восток - Россия - Запад - Ист. и культурол. исслед. - К 70-летию акад. В.С. Мясникова. М., 2001 С.473-491.
3. Аутио, Э., Намбисан, С., Томас, Л. Д. У., и Райт, М. (2018). Цифровые аффордансы, пространственные возможности и генезис предпринимательских экосистем. Журнал Стратегическое предпринимательство.
4. Бакштановский В. И., Согомонов Ю. В. Этика профессии - миссия, кодекс, поступок / Монография. Тюмень. - НИИ прикладной этики ТюмГНГУ, 2005. 378 с.
5. Бальчиндоржиева О. Б. Проблема личностной модернизации в Китае // Вестник ОмГУ. Серия - Экономика. 2015. №3.
6. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория. М. - ИЛ, 1961. 859 с.
7. Бем К.Ю. К вопросу о перспективах молодежного движения в Китае. // Общество и государство в Китае - XXXII научная конференция / Ин-т востоковедения; Сост. и отв. ред. Н.П. Свистунова. М. - Вост. лит., 2002 С. 145-148
8. Беспалова Ю. М., Кондаков В. А. Прекариат в современной России - опасность ресентимента // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. Тюмень. - Изд-во Тюмен. индустр. ун-та, 2016. № 2. С. 6 11.
9. Блау П. М. Различные точки зрения на социальную структуру и их общий знаменатель // Американская социологическая мысль - тексты / Под ред. В.И. Добренькова М., 1994.
10. Более чем в 500 раз увеличилось количество индивидуальных предпринимателей в Китае за 40 лет проведения политики реформ и открытости/

<http://russian.people.com.cn/n3/2018/1208/c31518-9526593.html>.

11. Бороноев А. О., Смирнов П. И. Россия и русские - Характер народа и судьбы страны. СПб. - Изд-во Санкт-Петербургская панорама, 2001. 192 с.

12. Бранский В. П. Философский анализ проблемы ценностей. URL - <http://www.studfiles.ru/preview/3065311>.

13. Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с франц. Н. А. Шматко. СПб. - Алетейя, 2007. 288 с.

14. Буяров Д. В. Национальная политика Китая в конце 1950-х - конце 1970-х гг // ИСОМ. 2016. №1-1. С. 41.

15. В докладе 19-го Национального конгресса КПК описывается картина новой эры. URL - <https://ru.set-up-company.com/blog/business-in-china/the-report-of-19th-national-congress-of-cpc.html>.

16. Ван Ян. Социальная миссия университетов КНР в условиях модернизации // Теория и практика общественного развития. 2018. №5. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-missiya-universitetov-knr-v-usloviyah-modernizatsii>.

17. Василенко В. А. Ценность и оценка - Автореф. дис. канд. филос. наук / АН УССР. Киев. - 1964. 21 с.

18. Вебер М. Избранные произведения / пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайдено. М. - Прогресс, 1990. 808 с.

19. Веселова Л.С., Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А. Векторы становления китайской социологии - прагматическая направленность, сохранение традиции. Социологические исследования. 2018. № 7. С. 124-134.

20. Видадь Ж.Э. Штурмовики Мао Цзэдуна // Куда ведет Китай группа Мао Цзэдуна - Пер. с фр. И.Шрайбера. - М. - Прогресс, 1967 С.143-151.

21. Виноградов А. В. Китайская модель модернизации. Поиски новой идентичности. Издание второе, исправленное и дополненное. М. - НОФМО, 2008. С.142.

22. Воронцов А.В. История социологии - учебник и практикум для

академическог

23. Воскресенский А. Д. Китай и Россия в Евразии. Историческая динамика политических взаимоотношений Москва - Издательство Муравей МГИМО, 2004 564 с.

24. Вэй Хэцзюнь. Исследование статуса и факторов влияния неполной занятости студентов колледжей с точки зрения социального расслоению Журнал Молодежного профессионального колледжа. Шаньси. Выпуск 331, Март 2020, с. 31.

25. Вэнь Фан. Как формируются символические границы социальных групп // Шэхуйсюэ яньцзю (Социальные исследования). 2005.- № 1. С.32-44, С.34.

26. Галаган А. Б., Савинов Ю. А. Эволюция модели экономического развития Китая // Российский внешнеэкономический вестник. 2016. №6. С. 40-46.

27. Галенович Ю.М. Культурная революция в КНР что же это такое было // Заметки китаеведа. - М. - Муравей, 2002 С. 261-272

28. Гао Ин Гао Ин. Формирование научно-технического потенциала Китая // Вестник РУДН. Серия - Экономика. 2007. №3-4.

29. Гарушянц Ю.М. Движение 4 мая 1919 года в Китае. М., 1959 48 с.

30. Гвишиани Д. М. Организация и управление - Изд. 2-е доп. М. - Наука, 1972. 536 с.

31. Гельбрас В.Г. Социально-политическая структура КНР 50-60-е годы. -М. - Наука, 1980 С.131-141.

32. Гинс Г. К. Предприниматель. М. - Посев, 1992. 224 с.

33. Гордон А.В. Рыночный социализм и формирование класса предпринимателей в Китае // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9, Востоковедение и африканистика - Реферативный журнал. 2018. №4.

34. Делюсин Л. П. Культурная революция - тридцать лет спустя // Вестн. науч. информ. /Ин-т междунар. экон. и полит.исслед. РАН. - 1997 С. 75-81;

Делюсин Л.П. Китай в поисках путей развития Москва - МГИМО, 2004 317 с.

35. Дерюгин П. П., С. В. Панов, С. В. Курапов, Ши И, Е. А. Камышина Сетевая диагностика стратегий идентификации в организации - методика и опыт пилотажного исследования. УДК 316.4.051.62 <http://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-4-73-94>

36. Дерюгин П. П., Кремнёв Е. В., Ярмач О. В., Ши И, Вэнсинь Чж. Сетевые модели деловых ценностей в структуре человеческого капитала китайских студентов. Научный результат. Социология и управление. Т. 7, № 3, 2021. С. 135-151

37. Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А., Цзинь Ц., Ши И. Ценности российских и китайских предпринимателей - сравнительный анализ (результаты эмпирического социологического исследования). В сборнике - Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Ответственные редакторы Д.В. Буяров, Д.В. Кузнецов. 2018. С. 354-357.

38. Дерюгин П.П., Лебединцева Л.А., Цзинь Ц., Шиляева А.С. Сравнительный анализ ценностей молодых Российских предпринимателей в координатах менеджмента - методика исследования и некоторые выводы \Россия и Китай - история и перспективы сотрудничества. Материалы VII международной научно-практической конференции. 2017. С. 267-271.

39. Е Чжаося, Петров А. В. Экономическая социология в Китае // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2017. №1 (42).

40. Журнал Родители должны читать и Пекинское агентство по тестированию рынка нового поколения провели подробный анализ ценностей и образа жизни современной китайской городской молодежи. <http://baby.sina.com.cn/news/2005-04-04/15903.shtml>
<https://doc.mbalib.com/view/444f3f38c3f6e21ca6ebcedebaab5fa6.html>.

41. Завадский М. Гигант микроинноваций. [Электронный ресурс] [http://www.expert.ru/expert/2010/38/Эксперт_№38_\(722\)](http://www.expert.ru/expert/2010/38/Эксперт_№38_(722)).

42. Зарубина Н. Н. Социокультурные факторы хозяйственного

развития - М. Вебер и современные теории модернизации. СПб. - Изд-во РГХИ, 1998. 288 с.

43. Заславская Т. И. Трансформация российского общества как предмет мониторинга // Экономические и социальные перемены. Мониторинг общественного мнения. 1993. № 2. С. 6-7.

44. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. М. - Политиздат, 1986. 223 с.

45. Знаете ли вы, сколько будет поступать на вступительные экзамены в колледж в 2021 году. <https://baijiahao.baidu.com/sid=1707588658202120954&wfr=spider&for=pc>.

46. Зомбарт В. Буржуа - Этюды по истории духовного развития современного экономического человека / Пер. с нем.; изд. и подготов. Ю.Н. Давыдов, В.В. Сапов. М. - Наука, 1994. URL - http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/01.php

47. Иванова Ю.В., Середа А. В. Материальное благополучие в традиционной системе ценностей китайского общества // Вестник ЗабГУ. 2012. №7. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnoe-blagopoluchie-v-traditsionnoy-sisteme-tsennostey-kitayskogo-obschestva>

48. Иконникова С. Н. Молодежь - социологический и социально-психологический анализ. Л. - Изд-во Ленинград. ун-та, 1974. С. 53.

49. Ильинова Н.А. Молодежь в социальном пространстве общества // Успехи современного естествознания. 2007 № 1 С. 89-91

50. Йоас Х. Возникновение ценностей / пер. с нем. К. Г. Тимофеевой. СПб. - Алетейя, 2013. 312 с. С.9.

51. Исследование влияния семейного прошлого на предпринимательские намерения студентов колледжей. Ду Янь Ляо Синьцзянь, Красная фасоль образование, Выпуск 30, 2021 г. Ван Сяоди. Социальная структура китайского общества - динамика стратификационных процессов // Вестник РУДН. Серия - Социология. 2011. №4.

52. Исследовательском отчете по трудоустройству и

предпринимательству в Китае» за 2021 год.

53. Каган М. С. Человеческая деятельность (Опыт системного анализа). М. - Политиздат, 1974. 328 с.

54. Картунова А. С. К 90-й годовщине движения 4 мая // Проблемы Дальнего Востока № 4, 2009, С. 41

55. Касабуцкая М. С., Ковтун Е. А., Петров А. В., Савин С. Д. Восприятие коррупции в сознании молодежи России и Китая // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). 2018. №2 (47).

56. Китай наш - как российские предприниматели пробиваются в Поднебесную
https://www.rbc.ru/own_business/30/10/2017/59f340069a794759a2fe9808

57. Ковалева А. И., Луков В. А. Социология молодежи - теоретические вопросы. М. - Социум, 1999. 351 с.

58. Козлов А. А. Две парадигмы в восприятии современной молодежи // Молодежная Галактика. 2017.

59. Кон И. С. Молодежь // Большая советская энциклопедия. М. - 3-е изд. 1986. Т. 16. 478 с.

60. Кордубаев М.К., Шмигирилова Л.Н. Национальная модель реализации молодежной политики в Китайской Народной Республике (КНР) // Научное сообщество студентов XXI столетия. ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ - сб. ст. по мат. XXVI междунар. студ. науч. практ. конф. № 11(25).

61. Корней О. Молодые и успешные // Китай. 2015. № 6(116). С.44-46. С.45.

62. Кравченко А. И., Тюрина И. О. Социология управления - фундаментальный курс - Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. 2-е изд., испр. и доп. М. - Академический Проект, 2005. 1156 с.

63. Красовский Ю. Д. Организационное поведение. 4-е изд., перераб. и доп. М. - ЮНИТИДАНА, 2012. 487 с.

64. Крыштановская О. В. Нелегальные структуры в России // Социологические исследования. 1995. № 8. С. 94-106.

65. Ку Миньюань, О сходстве и различии ценностей китайских и западных университетов, Исследования в сфере высшего образования, Том 3, №38, март 2017 с.3. 顾明远, 浅谈中西大学价值观之异同。高等教育研, 第3期, 第38卷, 2017年3月, p.3。
66. Куделин А. Е. Предпринимательство как общеисторическое творчество общества - Автореф. дис. доктора филос. наук / Н. Новгород, 2006. – 56 с.
67. Кулакова Л.В. Роль молодежи в политической жизни общества // Научный журнал Студенческий форум № 17, 2017 С. 98-103
68. Кульпин Э.С. Становление системы основных ценностей российской цивилизации // История и современность. 2008. № 1. С. 49-75.
69. Леонова О. Г. Глобальная регионализация как феномен развития глобального мира // Век глобализации. Волгоград. - Изд-во Учитель, 2013. № 1. С. 59-66.
70. Ли Даокуи, Китайские частные предприниматели в новой и старой модели развития. Журнал Центрального института социализма 2021 Выпуск 3 с.59. 李稻葵, 新旧发展模式下的中国民营企业家。中央社会主义学院学报, 2021年 第3期 с. 59。
71. Ли Пин, Чжао Делей, Статус-кво и путь оптимизации социального самочувствия частных предпринимателей - на основе двух опросов в провинции Чжэцзян, Журнал Центрального института социализма, выпуск 2, 2021 г., P195
72. Ли Пэйлинь Китайская молодежь перед лицом новых возможностей и вызовов // Россия и Китай - молодежь XXI в. отв. редакторы - М.К. Горшков, Ли Чунлинь, З.Т. Голенкова, П.М. Козырева. М. Новый хронограф, 2014 С. 405-411
73. Лисовский В. Т. Социология молодежи // Социологический словарь. 2-е изд., перераб. и доп. / Науч. ред. Г.Н. Соколова, И.Я. Писаренко. Мн. - Изд-во Санкт-Петербург. гос. ун-та, 1991. С. 407-410.

74. Ло Вэньхао. (2020). Реформа управления человеческими ресурсами в цифровой трансформации. Развитие человеческих ресурсов Китая

75. Ломова Т. Е., Тимошенко Е. Д., Ячин С. Е. Трансформация ценностных ориентаций российской и китайской студенческой молодежи в условиях глобализации // Вестник ДВО РАН. 2009. №1.

76. Лу Девен. Страсть и разум определяют менталитет молодых предпринимателей. Народный форум Середина июля 2019 г. 吕德文, 激情与理性勾勒青年创业者心态。人民论坛, 2019年07月中。

77. Лу пин. Политическое влияние и политическая оценка современной китайской молодежи // Исследования молодежи. 1994. № 2. 卢平 《当代中国青年的政治效应及其评价》 // 《青年研究》. 1994年第二期.

78. Лу Пэн. Новая модель, способствующая росту нового поколения предпринимателей. Журнал Центрального института социализма 2021 Выпуск 3 с.73. 吕鹏, 推动新生代企业家成长的新格局。中央社会主义学院学报, 2021年第3期. 73。

79. Лу Сюэйи. Современный китайский социальный класс Пекин - Издательство литературы по социальным наукам, 2018 - 8. 陆学艺. 当代中国社会阶层。北京: 社会科学文献出版社, 2018:8。

80. Луков В. А. Теории молодежи - Междисциплинарный анализ. М. - Канон + РООИ Реабилитация, 2012 528 с.

81. Луман Н. Мировое время и история систем. URL - <http://www.ruthenia.ru/logos/number/44/08.pdf>.

82. Лю Инин. Становление банковской системы и ее современное // Идеи и идеалы. 2019. №2-2.

83. Лю Пэн. Воздействие средств массовой информации на формирование ценностных ориентаций молодежи Китая // Актуальные вопросы современной науки. 2010. №15.

84. Лю Пэн. Информационно-коммуникативное пространство китайской молодежи - опыт социологического анализа // Теория и практика общественного развития. 2011. №5.

85. Лю Чжиян, Эволюция предпринимательства за сорок лет реформ и открытости Народный форум / Середина декабря 2018 г. с. 24. 刘志阳, 改革开放四十年企业家精神的演进. 人民论坛, 2018年12月中, p.24.
86. Лян Лин. Ценностные ориентации молодежи КНР в условиях построения социалистической рыночной экономики // ЖССА. 2003. №3. С.187.
87. Ма Цзюнь Ло Хэнцзюнь Сяо Сяо Восприятие статуса частного предпринимателя и вклад корпоративных инноваций Рассмотрение руководством Нанкай том 22 выпуск 2 2019 с.150
88. Макашова Н. Этика и экономическая теория // Общественные науки и современность. 1992 № 3. С. 12 26.
89. Мальцев Владимир Владимирович Человек, экономика и свободный рынок - подход М. Н. Ротбарда // JER. 2017. №1.
90. Манхейм К. Проблемы молодежи // Диагноз нашего времени. М., 1994 С. 44-48
91. Марков Б. В. Ценности и бытие в философской антропологии Макса Шелера. URL - <http://anthropology.ru/ru/text/markov-bv/cennosti-i-bytie-v-filosofskoy-antropologii-maksa-shelera>.
92. Машкина О.А. Жизненные стратегии и ценности выпускников китайских университетов // Отечественная и зарубежная педагогика. 2016. №5 (32). URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennye-strategii-i-tsennosti-vypusknikov-kitayskih-universitetov>.
93. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура // Социологические исследования. 1992. №2. С. 118 121.
94. Мид Дж. Социальное сознание и сознание смысла / Пер. с англ. Р.Э. Бараш // Эпистемология и Философия науки. 2013. Т. XXXV. № 1. М. - Институт философии РАН, 2013. С. 219 227.
95. Михальченкова Н.А. Китайские университеты в условиях трансформации государственной политики - ответ на вызовы глобализации // Власть. 2016. №5. С. 81.
96. Молевич Е. Ф. К вопросу о структуре современного

социологического знания // Социологические исследования. 1997. № 6. С. 3 9.

97. Национальное статистическое коммюнике о развитии образования, 2008 г., Министерство образования Китайской Народной Республики. http://www.moe.gov.cn/s78/A03/ghs_left/s182/moe_633/201002/t20100205_88488.html.

98. Нгуен Суан Кыонг. Политические реформы в Китае в первые годы XXI века // Вестник МГИМО. 2015. №2 (41).

99. Ни Дачжао. Социальная сеть молодых предпринимателей, способность привлекать ресурсы и предпринимательская деятельность. Журнал Хэнаньского колледжа экономики животноводства, том 34, выпуск 187 Апрель 2021 г. с.50. 倪大钊, 青年创业者的社会网络、资源获取能力与创业绩效。河南牧业经济学院学报, 2021 年 4 月(总第 34 卷第 187 期) p50。

100. Онлайн-пресс-конференция Министерства образования Китайской Народной Республики 2019-02-26 http://www.moe.gov.cn/fbh/live/2019/50340/mtbd/201902/t20190227_371502.html.

101. Осипов Н. Китайская культура ведения бизнеса - ключевые особенности. <https://enterchina.ru/blog/kitayskaya-kultura-vedeniya-biznesa-klyuchevye-osobennosti/>

102. Основные результаты национальной статистики образования в 2020 году Министерства образования Китайской Народной Республики Китай. http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202103/t20210301_516062.html (Дата обращения - 01.11.2021)

103. Отчет о занятости китайских студентов колледжей за 2022 год

104. Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2021 г.) <http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf>

105. Отчет о развитии молодежного предпринимательства в Китае (2022 г.) https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw

106. Отчет об исследовании возможностей трудоустройства студентов колледжей 2022 года

107. Отчет об исследовании предпринимательской экологии

студентов колледжей в 2018 году <https://zhuanlan.zhihu.com/p/47371864>

108. Отчет об оценке развитии молодежного предпринимательства Китая (2020год) Растущее политическое и экономическое наблюдение 16.11.2020 https://m.thepaper.cn/baijiahao_10003990

109. Отчета о жизнеспособности молодежного предпринимательского города (2021)

110. П. П. Дерюгин, Л. А. Лебединцева, О. В. Ярмак, Ши И, Е. А. Камышина Социальное самочувствие населения мегаполиса как интегральный показатель. Дискурс. 2020. Т., 6, № 2. С. 64

111. Пантич Д. Конфликты ценностей в странах транзисии // Социс. 1997. № 6. С. 24–36.

112. Парсонс Т. Система современных обществ / Пер. с англ. Л.А. Седова и А.Д. Ковалева; Под ред. М.С. Ковалевой. М. - Аспект Пресс, 1998. 270 с.

113. Подробный отчет - Ли Кэцян посетил Национальную неделю массового предпринимательства и инноваций и выступил с важной речью - Содействовать всестороннему развитию массового предпринимательства и инноваций и продолжать повышать устойчивость и внутреннюю мотивацию экономического развития Китайская наука и технологическая промышленность, 2020 (11) - 7. 综合报道: 李克强出席全国大众创业万众创新活动周并发表重要讲话—推动大众创业万众创新向纵深发展 持续增强经济发展韧性和内生动力. 中国科技产业, 2020 (11) : 7。

114. Полутова М. А. Генезис представлений зарубежных исследователей о сущности и характерных признаках феномена Предпринимательство // Вестник ЗабГУ. 2013.

115. Программа изучения воспитательной теории Дэн Сяопина. Пекин, 1998. 《邓小平教育理论学习纲要》. 北京北京师范大学出版社. 1998 年 6 月。

116. Радаев В. В. Экономическая социология - учебник для вузов / В. В. Радаев; Гос. ун-т Высшая школа экономики. М. - Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. 603 с.

117. Решетникова М.С. Опыт формирования инновационной среды в рамках государственной инновационной стратегии Китая // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2016. №3 (27).

118. Рывкина Р. В. Влияние новой правящей элиты на ход и результаты экономических реформ // Социологические исследования. 1995. № 11. С. 35 43.

119. Самые успешные предприниматели Китая до 30 лет. Как Чэнь Фанъи сам себя инвестировал. URL - <https://scsg.ru/ru/blog/kak-chen-fani-sam-sebya-investiroval/>

120. Се Вэйхо. Исследования тенденций развития китайской молодежи // Исследование китайской молодежи. 1996. № 4. 谢维和: 《中国青年发展状态研究报告》 // 《当代青年研究》. 1996年第四期。

121. Система высшего образования в Китае. <https://articlekz.com/article/8129>

122. Смелзер Н. Социология / Пер. с англ. М. - Феникс, 1994. 688 с.

123. Смирнов П. И. Ценность - стимул деятельности и одно из основных понятий социологии // Теоретический журнал Credonew . 2011. №1 (65). С. 139 157.

124. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов - пер. с англ. М. - Политиздат, 1992. 543 с.

125. Список университетов Китая. https://wiki2.org/ru/Список_университетов_Китая

126. Староверов В. В. Социальные проблемы молодежного малого предпринимательства. М. - РИЦ ИСПИ РАН, 2004. 138 с.

127. Старостин Б. А. Ценности и ценностный мир. М. - Компания Спутник+, 2002. 154 с.

128. Статистические данные Национального бюро статистики показывают, что количество выпускников колледжей в 2001 году составило 1,036 миллиона человек. <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zb=A0M0203&sj=2020>

129. Статистический ежегодник Китая за 2021 год.
<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2021/indexch.htm>

130. Су Тин Син. Задачи исследования изменений понятия ценности у китайской молодежи // Исследование вопросов молодежи. 1992. № 5.) 苏倾兴: 《中国青年价值观念的演变的课题研》 // 《青年问题研究》. 1992年第五期

131. Сюэ Няньвэнь - значительное практическое значение чувства приобретения, счастья и безопасности, Национальное управление, выпуск 47, 2017

132. Тихвинский С.Л. История Китая и современность. М. - Наука, 2001 360 с.

133. Токаренко О. В. Теоретико-методологические подходы к анализу ценностных ориентаций и предпринимательского поведения. Мир России. 1998. № 3. С. 138.

134. Томас У., Знанецкий Ф. Методологические заметки (1918) // Американская социологическая мысль - тексты / Под ред. В.И. Добренькова. М. - Изд. МГУ, 1994. - 343 с.

135. Торин П.А. К понятию социальная структура// Знание. Понимание. Умение. 2010. №1. С. 233.

136. Троцук И. В., Скрынникова М. П., Цзи Цзиньфэн. Приоритеты китайской молодежи в профессиональной сфере и положение молодых специалистов на рынке труда КНР // Теория и практика общественного развития. 2014. №12.

137. Тугаринов В.П. Избранные философские труды. Л. - Изд-во Ленинградского ун-та, 1988. 344 с.

138. У Лишуан, Исследование влияния предпринимательской среды на готовность студентов к предпринимательству. Исследования высшего инженерного образования, 2019 (1) - 184-189. 吴立爽, 创业环境对大学生创业意愿的影响研究. 高等工程教育研究, 2019(1):184 — 189。

139. Уведомление Министерства кадров и социального обеспечения о выполнении хорошей работы в сфере занятости и предпринимательства для

выпускников национальных колледжей в 2021 году Министерство человеческих ресурсов и социального обеспечения Письмо (2021) № 27 10 марта 2021 г. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/19/content_5593988.htm

140. Университет как центр культуропорождающего образования. Изменение форм коммуникации в учебном процессе / М.А.Гусаковский, Л.А.Яценко, С.В.Костюкевич и др.; Под ред. М.А. Гусаковского. - Мн. - БГУ, 2004 - 279 с. - (Universitas). С. 29.

141. Усов В.Н. КНР - От большого скачка к культурной революции - (1960-1966 гг.) // Информ. бюл. / РАН. Ин-т Дал. Востока. - М., 1998 С. 109-122.; Усов В.Н. Китайский Берия Кан Шэн. М. - ОЛМА-ПРЕСС; ОАО ПФ Красный пролетарий, 2004 479 с.

142. Феофанов К. А. Никлас Луман и функционалистская идея ценностно-нормативной интеграции - конец вековой дискуссии // Социс. М. - 1997. № 3. - С. 48 59.

143. Филонович С. Предисловие научного редактора перевода\ Цзинь Ли. Культурные основы обучения - Восток и Запад. М. - Изд. дом Высшая школа экономики. 2015. 464 с. С. 8. https://id.hse.ru/data/2015/09/15/1087364286/Li_site.pdf

144. Хабибова Н. Е. Философский анализ понятия ценностные ориентации - онтологический и гносеологический аспекты - автореф. дис. канд. филос. наук / БашГУ. Уфа, 2004. 18 с.

145. Харина У.Я. Становление и развитие инвестиционной привлекательности КНР // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. 2016. №29-1.

146. Цзи Цзиньфэн. Ценностные ориентации китайской молодежи - тенденции и факторы трансформации трудовой мотивации // Теория и практика общественного развития. 2013. №8.

147. Цзян Сьюань. Организационная структура и тематическая направленность газеты Пекинская молодежь // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2006. №6.

148. Чен Чен. Дифференциация и наследование: Межпоколенческое

сравнение ценностей молодежи на предприятиях. Китайские молодежные исследования 08/2017 с.29. 陈晨, 分化与继承: 企业青年价值观的代际比较。中国青年研究。08/2017 p. 29

149. Черевко Ю. В., Ивченкова М. С. Конференция Социология молодежи в Китае и России // Власть. 2012. №8. С. 165.

150. Чжан Юэ. После вспышки у экономистов такие ожидания от молодых предпринимателей в Шанха. Газета «Вэньхуэй» 2020-04-25 <https://www.163.com/dy/article/FB2CSV0005506BEH.html>. 占悦, 疫情发生后, 经济学家对上海青年创业者有这样的期待。文汇报, 2020-04-25。

151. Чжао Дунхуэй, Сунь Синьбо, Цянь Ю, Чжан Дапэн. Возникновение предпринимательства в эпоху цифровых технологий - исследование, основанное на множестве примеров. Развитие человеческих ресурсов в Китае 2021 г., том 38, номер 7, с.92

152. Чэнь Минлин, Мао Жуйсинь. Характеристики предпринимателей, показатели выживания и роста предпринимательских предприятий. Управление технологиями и инновациями, Том 41 №6, ноябрь 2020. 陈敏灵, 毛蕊欣, 创业者特质与创业企业生存绩效、成长绩效技术与创新管理。第41卷, 第6期, 2020年11月。

153. Шихирев П. Н. От столкновения деловых культур к становлению их общей основы. Вступительная статья // Льюис Ричард Д. Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию / Пер. с англ. 2-е изд. М. - Дело, 2001. 448 с.

154. Шкаратан О. И. Этакратизм и российская социетальная система // Общественные науки и современность. 2004. № 4. С. 49-62.

155. Шпакова Р. П. Завтра было вчера // Социологическое обозрение. 2003 Т. 3. С. 84-89.

156. Штомпка П. Социология социальных изменений / Под ред. В. Я. Ядова - пер. с англ. М. - Аспект Пресс, 1996. 416 с.

157. Шульцева В. Цифровая экономика Китая - Ассимиляция

Соппротивление бесполезно. Бизнес телекоммуникаций.
http://www.lastmile.su/files/article_pdf/4/article_4702_931.pdf Дата обращения - 9.12.2018

158. Шумпетер Й. Теория экономического развития. М. - Директмедиа Паблишинг, 2008. 400 с.

159. Шюц А. Формирование понятия и теории в общественных науках. В кн. - Американская социологическая мысль. М. - МГУ, 1994. 485 с.

160. Эйзенштадт Ш. Н. Революция и преобразование обществ - Сравнительное изучение цивилизаций. — М. - Аспект-Пресс, 1999 357 с.

161. Энциклопедия Baidu - Институт Конфуция
<https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%94%E5%AD%90%E5%AD%A6%E9%99%A2/812632> fr=aladdin

162. Ядов В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. СПб. - Интерсоцис, 2009. 138 с.

163. Яикова Л. В. Социологическое осмысление феномена предпринимательства // Изв. Саратов. ун-та. 2008. Сер. Социология. Политология. Т. 8, вып. 2. С. 28–63.

164. Adler F. The value concepts in sociology // American j. of Sociology. 1956. 62. № 3. - P. 272 279.

165. Alon H., Niv A. Implementing continuous adaptation to technology innovation in complex adaptive organizations [J]. Journal of High Technology Management Research , 2018 , 29 (1) - 33-50.

166. Blumer H. Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus // Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek, 1973. Bd. 1.

167. China Business Community. URL - <https://www.facebook.com/chinabizcom/posts/703329626712817/>

168. Del Giudice, M., Scuotto, V., Papa, A., Tarba, S. Y., Bresciani, S., & Warkentin, M. (2021). A self-tuning model for smart manufacturing SMEs - Effects on

digital innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 38 (1), 68-89.

169. Douglas E, Prentice C. Innovation and profit motivations for social entrepreneurship - A fuzzy-set analysis. *Journal of Business Research*, 2019, 99 - 69-79.

170. Drucker P. F. *Concept of corporation*. N-Y, 1946. 329 p.

171. Etzioni A. *Les Organisations modernes*. Gemblux, 1971.

172. Geiger M. A meta-analysis of the gender gap (s) in venture funding - Funder- and entrepreneur-driven perspectives [J]. *Journal of Business Venturing Insights*, 2020, 13 - e00167

173. GUIHEUX G. [Rec.] // *Perspectives chinoises*. Hong Kong, 2008. N 2. P. 118–120. Rec. ad. op. - Carolyn L. Hsu. *Creating market socialism - how ordinary people are shaping class and status in China*. Durham; L. - Duke University Press, 2007. 225 p. C. 118.

174. Hechavarria D, Bullough A, Brush C, et al. High-growth women's entrepreneurship - Fueling social and economic development [J]. *Journal of Small Business Management*, 2019, 57 (1) - 5-13.

175. Homans G. K. *Social Behavior its Elementary Forms*. N.Y., 1961.

176. Kibler E., Wincent J., Kautonen T., et al. Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being [J]. *Journal of Business Venturing*, 2019, 34 (4) - 608-624

177. Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Actions. In - Parsons T. and Shils E. *Toward General Theory of Action*. Cambridge, Mass. - Harvard University Press, 1951. p. 395.

178. Kretschmer, T., & Khashabi, P. (2020). Digital transformation and organization design - An integrated approach. *California Management Review*, 62 (4), 86-104.

179. Lewin K.M., Hui X., Little A.W., Jiwei Z. 1994 *Educational Innovation in China - Tracing the Impact of the 1985 Reforms*. Essex, England - Longman.

180. Nikiforou A I, Lioukas S, Voudouris I.. Network Structure and Firm-level Entrepreneurial Behavior - The Role of Market and Technological Knowledge Networks[J]. *Journal of Business Research*, 2020, 106(1):129-138.
181. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. N-Y, 1973. p. 293
182. Shi, Y., & Yaroschchuk, L. (2020). Post Corona Society - How to Teach People be Social Again. *Postmodern Openings*, 11(1Supl2), 169-176. <https://doi.org/10.18662/po/11.1sup2/149>
183. Simmons, S. A., Wiklund, J., Levie, J., Bradley, S. W., & Sunny, S. A. (2019). Gender gaps and reentry into entrepreneurial ecosystems after business failure. *Small Business Economics*, 53 (2), 517-531.
184. Smith, P., & Beretta, M. (2021). The Gordian knot of practicing digital transformation - Coping with emergent paradoxes in ambidextrous organizing structures. *Journal of Product Innovation Management*, 38 (1), 166-191.
185. Startup Blink - Лучшие страны для стартапов. <https://www.startupblink.com/>

Приложение 1

Сети связей рыночных и коллективистских качеств (фрагмент)

Тип графика:

По качествам По группам

Отображать группы качеств:

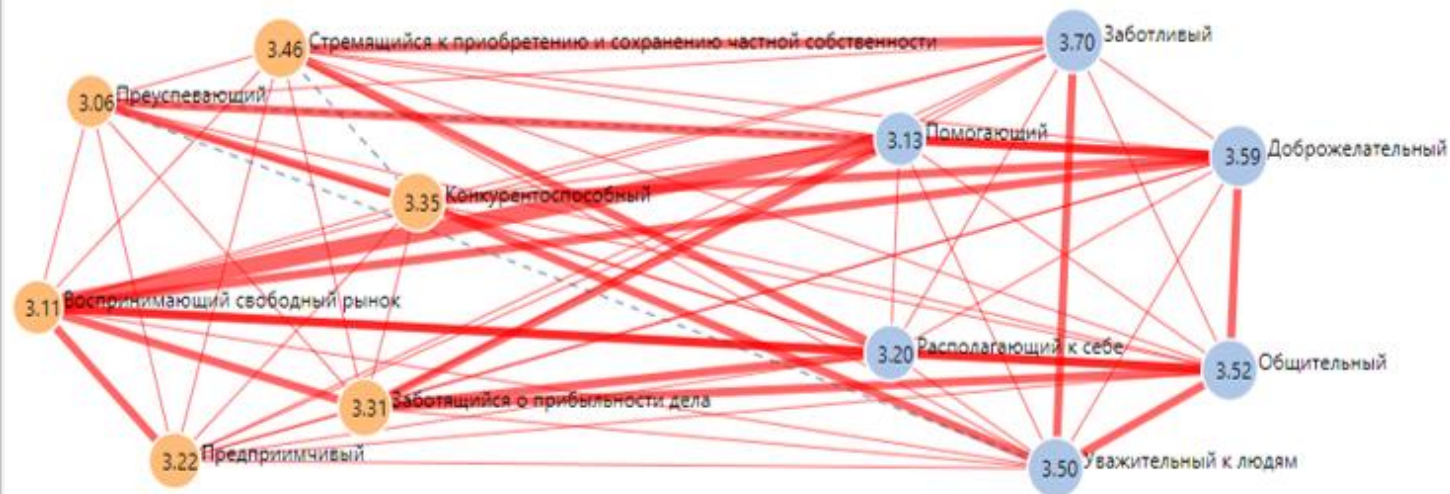
- Рыночные
- Коллективистские
- Хороший человек
- Деловые

Группировать качества одной группы:

Да Нет

Радиус кластера:

Радиус элемента:



Приложение 2

Сети связей молодых китайских предпринимателей

Набор данных:
Молодые китайские предприниматели

Тип эталона:
Позитивный

Тип графика:
По качествам По группам

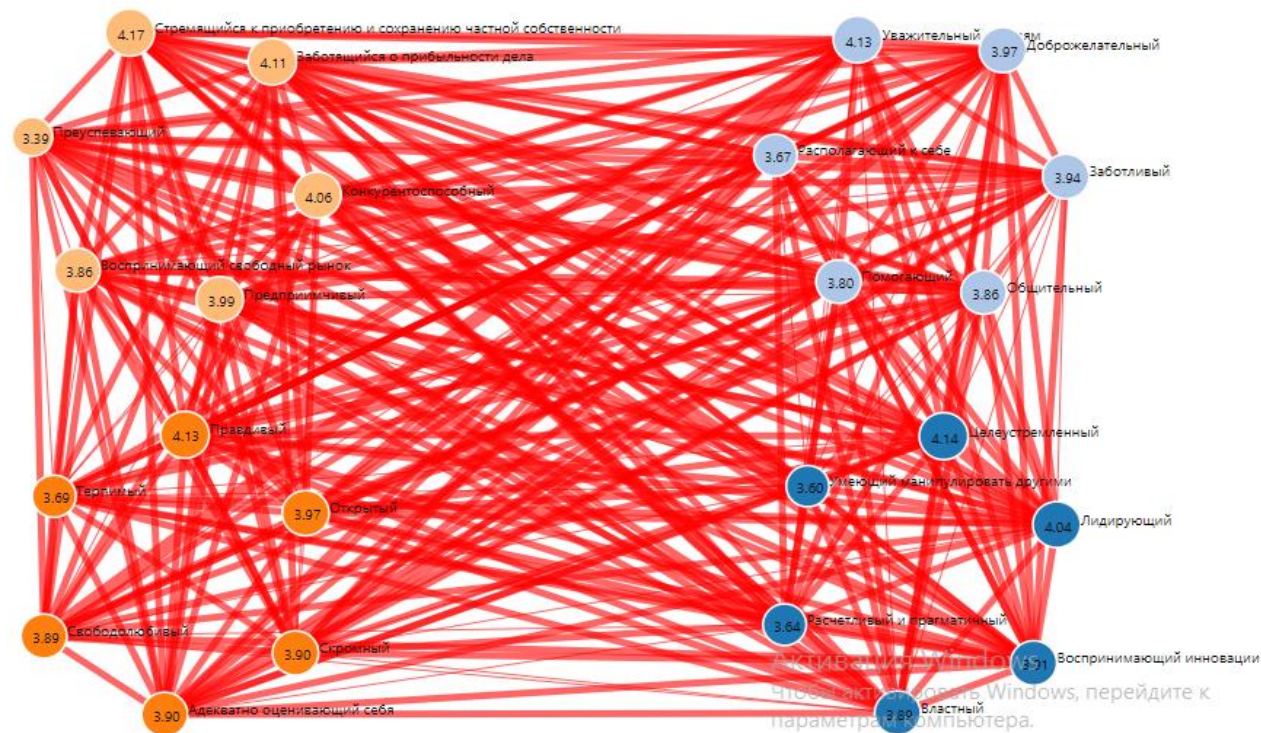
Настроить фильтр Запрос

Отображать группы качеств:

- Рыночные
- Коллективистские
- Хороший человек
- Деловые

Группировать качества одной группы:
Да Нет

Граф Таблицы Экспорт таблиц Выйти из системы



Приложение 3

Сети связей неработающей молодежи

Тип графика:

По качествам По группам

Отображать группы качеств:

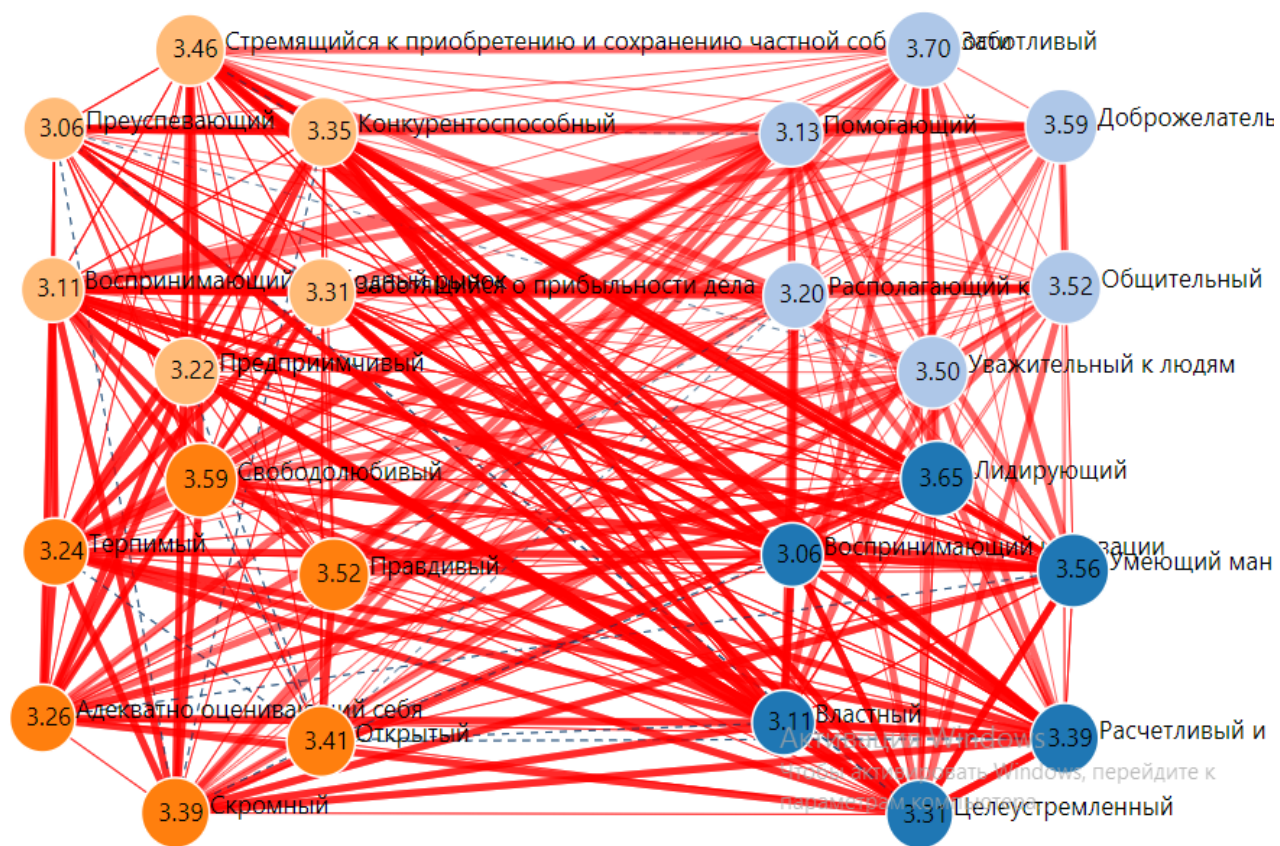
- Рыночные
- Коллективистские
- Хороший человек
- Деловые

Группировать качества одной группы:

Да Нет

Радиус кластера:

Радиус элемента:



Приложение 4

Сети связей молодежи частных корпораций

Тип графика:

По качествам По группам

Отображать группы качеств:

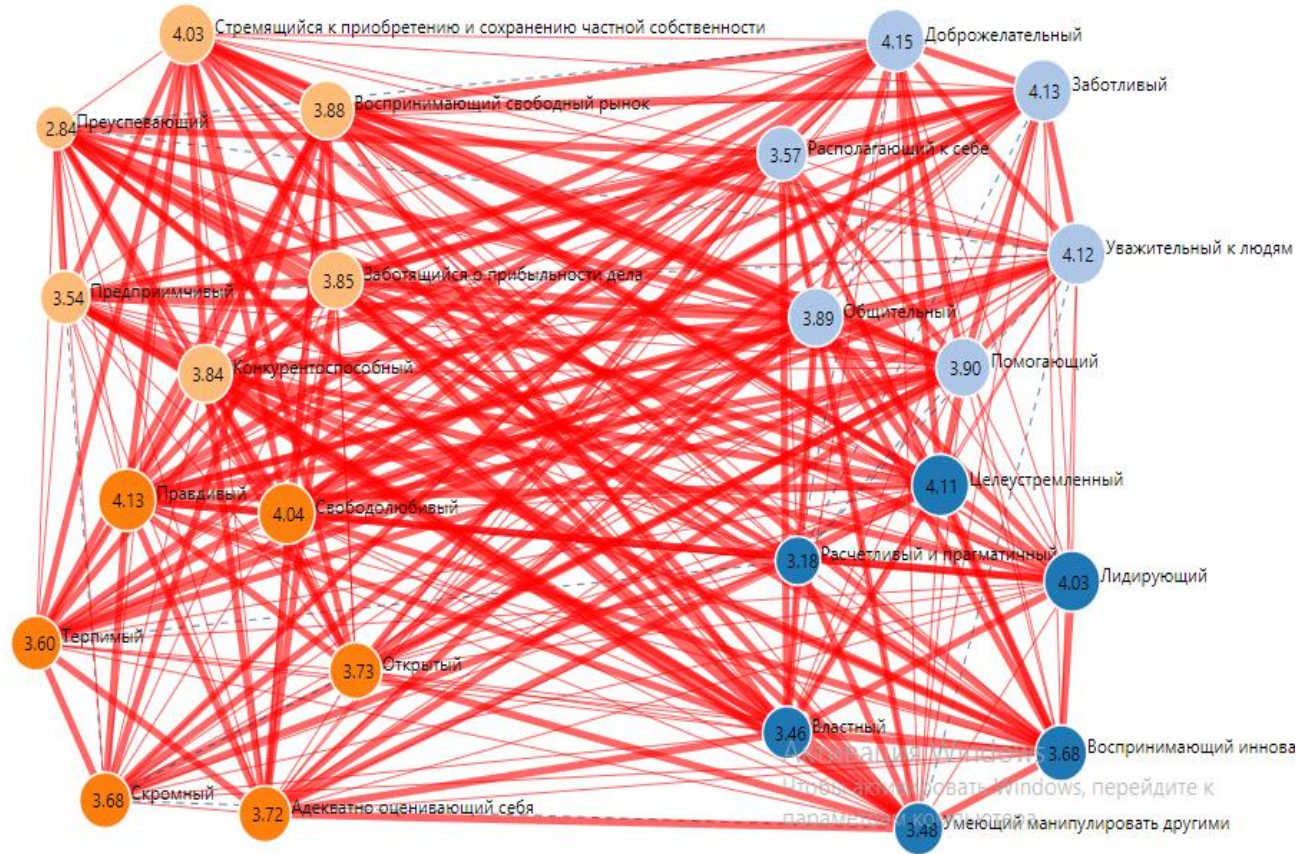
- Рыночные
- Коллективистские
- Хороший человек
- Деловые

Группировать качества одной группы:

Да Нет

Радиус кластера:

Радиус элемента:



Приложение 5

Корреляции - Позитивные Опытные предприниматели

Эталон/ Качество	Целеустремленный
Целеустремленный	1
Уважительный к людям	0.75
Расчетливый и прагматичный	0.65
Скромный	0.41
Стремящийся к приобретению и сохранению частной собственности	0.4
Заботливый	-0.07
Предприимчивый	0.28
Адекватно оценивающий себя	0.41
Властный	0.34
Располагающий к себе	0.4
Воспринимающий инновации	0.58
Свободолюбивый	0.7
Умеющий манипулировать другими	0.42
Помогающий	0.5
Воспринимающий свободный рынок	0.52
Терпимый	0.15
Забывающий о прибыльности дела	0.59
Общительный	0.31
Лидирующий	0.85
Открытый	0.55
Конкурентоспособный	0.59
Правдивый	0.69
Преуспевающий	0.5
Доброжелательный	0.49

Уважительный к людям	Расчетливый и прагматичный	Скромный	Частная собственность	Заботливый
0.75	0.65	0.41	0.4	-0.07
1	0.28	0.37	0.19	-0.12
0.28	1	0.63	0.53	0.01
0.37	0.63	1	0.49	0.08
0.19	0.53	0.49	1	0.27
-0.12	0.01	0.08	0.27	1
-0.02	0.42	0.24	0.52	0.39
0.35	0.38	0.34	0.49	0.49
0.14	0.45	0.53	0.53	0.4
0.29	0.31	0.53	0.37	0.38
0.47	0.37	0.36	0.48	0.34
0.72	0.29	0.29	0.38	0
0.09	0.42	0.21	0.52	0.1
0.38	0.24	0.25	0.41	0.38
0.57	0.44	0.53	0.67	0.19
0.02	0.17	0.38	0.36	0.31
0.5	0.35	0.35	0.56	0.26
0.36	0.06	0.3	0.4	0.4
0.66	0.39	0.28	0.44	0.03
0.51	0.29	0.06	0.44	0.04
0.58	0.28	0.15	0.43	0.32
0.42	0.74	0.5	0.7	0.11
0.35	0.41	0.18	0.28	0.27
0.46	0.46	0.31	0.37	0.27

Предприимчивый	Адекватно оценивающий себя	Властный	Располагающий к себе
0.28	0.41	0.34	0.4
-0.02	0.35	0.14	0.29
0.42	0.38	0.45	0.31
0.24	0.34	0.53	0.53
0.52	0.49	0.53	0.37
0.39	0.49	0.4	0.38
1	0.56	0.36	0.33
0.56	1	0.37	0.41
0.36	0.37	1	0.43
0.33	0.41	0.43	1
0.32	0.56	0.42	0.58
0.02	0.41	0.38	0.26
0.52	0.58	0.29	0.28
0.35	0.45	0.27	0.81
0.14	0.4	0.45	0.49
0.23	0.18	0.63	0.66
0.22	0.47	0.57	0.51
0.22	0.38	0.34	0.74
0.32	0.4	0.4	0.49
0.05	0.33	0.34	0.15
0.42	0.49	0.32	0.42
0.48	0.49	0.45	0.4
0.52	0.55	0.4	0.34
0.45	0.47	0.34	0.41

Воспринимающий инновации	Свободолюбивый	Умеющий манипулировать другими
0.58	0.7	0.42
0.47	0.72	0.09
0.37	0.29	0.42
0.36	0.29	0.21
0.48	0.38	0.52
0.34	0	0.1
0.32	0.02	0.52
0.56	0.41	0.58
0.42	0.38	0.29
0.58	0.26	0.28
1	0.63	0.46
0.63	1	0.41
0.46	0.41	1
0.73	0.34	0.38
0.64	0.57	0.32
0.59	0.26	0.27
0.7	0.59	0.38
0.72	0.4	0.29
0.65	0.66	0.51
0.43	0.72	0.49
0.6	0.47	0.48
0.63	0.61	0.6
0.57	0.37	0.49
0.7	0.52	0.33

Помогающий	Свободный рынок	Терпимый	Заботящийся о прибыльности дела
0.5	0.52	0.15	0.59
0.38	0.57	0.02	0.5
0.24	0.44	0.17	0.35
0.25	0.53	0.38	0.35
0.41	0.67	0.36	0.56
0.38	0.19	0.31	0.26
0.35	0.14	0.23	0.22
0.45	0.4	0.18	0.47
0.27	0.45	0.63	0.57
0.81	0.49	0.66	0.51
0.73	0.64	0.59	0.7
0.34	0.57	0.26	0.59
0.38	0.32	0.27	0.38
1	0.59	0.59	0.62
0.59	1	0.46	0.72
0.59	0.46	1	0.55
0.62	0.72	0.55	1
0.83	0.66	0.67	0.69
0.59	0.57	0.32	0.69
0.3	0.43	0.19	0.36
0.62	0.49	0.29	0.57
0.54	0.69	0.4	0.61
0.42	0.17	0.3	0.53
0.48	0.51	0.43	0.43

Общительный	Лидирующий	Открытый	Конкуренгоспособный
0.31	0.85	0.55	0.59
0.36	0.66	0.51	0.58
0.06	0.39	0.29	0.28
0.3	0.28	0.06	0.15
0.4	0.44	0.44	0.43
0.4	0.03	0.04	0.32
0.22	0.32	0.05	0.42
0.38	0.4	0.33	0.49
0.34	0.4	0.34	0.32
0.74	0.49	0.15	0.42
0.72	0.65	0.43	0.6
0.4	0.66	0.72	0.47
0.29	0.51	0.49	0.48
0.83	0.59	0.3	0.62
0.66	0.57	0.43	0.49
0.67	0.32	0.19	0.29
0.69	0.69	0.36	0.57
1	0.52	0.29	0.6
0.52	1	0.59	0.7
0.29	0.59	1	0.66
0.6	0.7	0.66	1
0.42	0.56	0.49	0.48
0.38	0.6	0.42	0.69
0.56	0.5	0.47	0.67

Правдивый	Преуспевающий	Доброжелательный
0.69	0.5	0.49
0.42	0.35	0.46
0.74	0.41	0.46
0.5	0.18	0.31
0.7	0.28	0.37
0.11	0.27	0.27
0.48	0.52	0.45
0.49	0.55	0.47
0.45	0.4	0.34
0.4	0.34	0.41
0.63	0.57	0.7
0.61	0.37	0.52
0.6	0.49	0.33
0.54	0.42	0.48
0.69	0.17	0.51
0.4	0.3	0.43
0.61	0.53	0.43
0.42	0.38	0.56
0.56	0.6	0.5
0.49	0.42	0.47
0.48	0.69	0.67
1	0.45	0.63
0.45	1	0.64
0.63	0.64	1

Соотношение качеств

Эталон/качество	Отрицательный	Самооценка	Позитивный
Целеустремленный	2.34	3.41	4.17
Уважительный к людям	2.86	4.14	4.14
Расчетливый и прагматичный	3	3.07	3.76
Скромный	2.69	3.86	4.14
и сохранению частной собственности	3	4.03	4.34
Заботливый	2.59	3.86	4.03
Предприимчивый	2.31	3.86	4.17
Адекватно оценивающий себя	2.28	3.45	3.9
Властный	2.14	3.55	3.93
Располагающий к себе	2.31	3.69	3.69
Воспринимающий инновации	1.93	3.45	3.93
Свободолюбивый	3.48	4.17	4
Умеющий манипулировать другими	2.62	3.41	3.55
Помогающий	2.24	3.93	3.69
Воспринимающий свободный рынок	2.69	4.07	4.14
Терпимый	2.34	3.66	3.62
Заботящийся о прибыльности дела	2.59	4	4.17
Общительный	2.41	4.38	4.1
Лидирующий	2.07	3.38	4.14
Открытый	3.03	3.41	3.79
Конкурентоспособный	2.24	3.62	4.03
Правдивый	3	4.31	4.28

Преуспевающий	2.34	3	3.52
Доброжелательный	2.9	4.1	4

Плотность

Размах Эталон/качество	Отрицательный	Самооценка	Позитивный
Целеустремленный	0.57	0.56	0.92
Уважительный к людям	0.43	0.82	0.87
Расчетливый и прагматичный	0.6	0.67	0.73
Скромный	0.41	0.58	0.57
Стремящийся к приобретению и сохранению частной собственности	0.55	0.5	0.51
Заботливый	0.45	0.42	0.6
Предприимчивый	0.63	0.74	0.58
Адекватно оценивающий себя	0.48	0.47	0.4
Властный	0.39	0.61	0.49
Располагающий к себе	0.59	0.62	0.66
Воспринимающий инновации	0.65	0.69	0.41
Свободолюбивый	0.44	0.64	0.72
Умеющий манипулировать другими	0.39	0.57	0.51
Помогающий	0.67	0.58	0.59
Воспринимающий свободный рынок	0.43	0.53	0.57
Терпимый	0.48	0.4	0.65
Заботящийся о прибыльности дела	0.47	0.43	0.49

Общительный	0.62	0.47	0.77
Лидирующий	0.63	0.74	0.82
Открытый	0.57	0.52	0.67
Конкурентоспособный	0.6	0.66	0.55
Правдивый	0.59	0.45	0.63
Преуспевающий	0.53	0.85	0.52
Доброжелательный	0.59	0.43	0.43
Среднее	0.53	0.58	0.61

Число значимых связей

Эталон/качество	Отрицательный	Самооценка	Позитивный
Целеустремленный	17	20	20
Уважительный к людям	23	15	15
Расчетливый и прагматичный	18	19	15
Скромный	23	8	13
Стремящийся к приобретению и сохранению частной собственности	22	18	20
Заботливый	23	21	9
Предприимчивый	20	18	14
Адекватно оценивающий себя	23	21	22
Властный	22	21	20
Располагающий к себе	22	15	19
Воспринимающий инновации	22	18	23

Свободолюбивый	21	19	17
Умеющий манипулировать другими	22	18	16
Помогающий	19	20	20
Воспринимающий свободный рынок	19	21	20
Терпимый	22	7	13
Заботящийся о прибыльности дела	23	20	21
Общительный	21	22	18
Лидирующий	22	21	21
Открытый	16	13	16
Конкурентоспособный	21	19	20
Правдивый	18	23	22
Преуспевающий	20	15	18
Доброжелательный	21	20	22
Сумма	500	432	434

Приложение 6

Дорогие друзья! 亲爱的朋友们!

Просим Вас ответить на несколько простых вопросов. Они нужны для анализа материалов по включенности молодежи в рыночные механизмы развития китайского общества - в предпринимательство и отношение к работе в корпорациях. Эти результаты мы обобщим и представим широкой общественности. Если кого-то наши результаты заинтересуют конкретно, готовы выслать в ваш адрес всю полученную информацию.

请您回答以下几个简单的问题。您的答案将会被我们用在有关年轻创业者的研究分析上。我们会将这些结果总结并呈现给公众。如果您对我们的结果很感兴趣，我们可以将收集到的信息发给您。

Спасибо за участие! 感谢您的参与!

1. Считаете ли Вы себя представителем "среднего класса"? 您认为自己属于“中产阶级”吗?

а) Да 是 б) Нет 不是 в) Затрудняюсь ответить 不知道

2. Если да, то какой признак Вы считаете самым главным для определения "среднего класса" (Можно выбрать несколько вариантов ответов) 如果是，那么您是根据哪些特点判断自己是“中产阶级”的？（可以多选）

а) образование 受教育程度 г) самосознание 自我感觉
б) уровень заработка 收入水平 д) все, из указанных вариантов 以上都有
в) занимаемая должность 从事的职业 е) другое 其他

3. Считаете ли Вы средний класс движущей силой китайского общества? 您认为中产阶级是中国社会的动力吗?

а) Да 是 б) Нет 不是 в) Не знаю 不知道

4. Ваш уровень заработка - 您的收入水平

а) менее 5 тыс. юаней 低于 5000 元/月 в) от 10-20 тыс. юаней 10000-20000 元/月

б) от 5-10 тыс. юаней 5000-10000 元/月 г) более 20 тыс. Юаней 高于 20000 元/月

5. У вас есть предпринимательский опыт? 您有创业的经历吗?

а) Да 有 б) Нет 没有

6. Планируете ли Вы открывать свое дело? 您是否打算开始自己的创业?

а) Только обдумываю бизнес-идею 正在思考商业项目

б) В процессе подготовки документов на открытие 正在着手准备经营许可文件

в) Практически готов открывать свое дело (есть план, уставные документы) 准备开业 (有计划和许可文件)

г) Не планирую заниматься предпринимательством 我不打算从事商业活动

7. Как Вы считаете, что является самым сложным в предпринимательстве в условиях современного Китая? (Может быть

несколько ответов) 中国当前的情况下, 您认为开始创业最难的是什么? (可以多选)

а) нужен значительный стартовый капитал 资金不足

б) разработка бизнес-идеи 明确项目和经营理念

в) требуется специальная подготовка 前期的专业准备

г) получение помощи от государства 得到政府支持

д) сложность формирования хорошей команды 缺少好的团队

е) поиск ресурсов и важных связей 资源、人脉不足

8. Какие сферы предпринимательства Вы считаете наиболее перспективными в современном Китае? (Может быть несколько ответов) 您认为目前在中国创业最有前景的产业是什么? (可以多选)

- | | | |
|-----------------------------|-------------------------------|------------------------------------|
| 1) Питание 餐饮 | обеспечения 软件工程 | 19) Поставки и услуги для животных |
| 2) Интернет магазин 电商 | 11) Уход за пожилыми людьми и | 宠物用品及服务 |
| 3) Образование 教育 | уборки на дому 家政行业 | 20) Проект по охране окружающей |
| 4) Туризм 旅游 | 12) Интернет-индустрия 互联网 | среды 环保项目 |
| 5) Транспорт 交通运输行业 | 13) Логистика 物流 | 21) Индустрия DIY DIY 行业 |
| 6) Дизайн 设计行业 | 14) Страхование 保险 | 22) Культурные развлечения 文化娱 |
| 7) Медицина и здоровье 医疗健康 | 15) Свадебные услуги 婚庆 | 乐 |
| 8) Производство 制造业 | 16) Книжное дело 图书出版 | 23) Недвижимость 房地产行业 |
| 9) Импорт и экспорт 进出口 | 17) Супермаркет 超市 | 24) Что-то другое 其他 |
| 10) Разработка программного | 18) Финансы 金融 | |

9. С какими из приведенных ниже словами у вас ассоциируется понятие «Корпорация»? (проставьте ранг силы связи - 0 – связи нет; 1 – очень слабая связь; 2 – слабая связь; 3 –удовлетворительная; 4 – сильная; 5 – очень сильная) 提到“企业”这个词,您会有哪些联想?

			0	1	2	3	4	5
1	Достижение результата	取得成果						
2	Деловое, Налаженное	业务, 建立						
3	Неразворотливость	缓慢						
4	Влиятельность, Известность, Авторитетное,	影响力, 名气, 权威,						
5	Большой, Много, Крупный, Огромный	大的, 很多的, 很大的, 巨大的						
6	Прибыль, Доход, Деньги	利润, 收入, 金钱						
7	Государство, Государственное	政府的, 国家的						
8	Производство, Промышленность, Бизнес	制造业、工业、商业						
9	Капитализм	资本主义						
10	Юридическое лицо	法律实体						
11	Цель, Задачи, Деятельность, Работа	目的、任务、活动、工作						
12	Бездушное, Циничное, Злое	麻木的, 无耻的, 邪恶的						
13	Иерархия, Структура, Решения	层次结构, 结构, 决策						
14	Кадры, Сотрудники, Профессионализм	人员, 员工, 职业技能						
15	Устав, Права и Обязанности	法规, 权利和责任						
16	Наемный Менеджмент, Подразделения, Управление	聘请管理层, 部门, 管理						
17	Диверсификация деятельности	多元化经营活动						
18	Одна сфера деятельности	商业活动						
19	Коллегиальное управление	集体管理						
20	Власть, Начальство, Подчиненные	权力, 老板, 下属						
21	Стандарты, Правила, Культура	标准, 规则, 文化						
22	Закон, План, Стратегия	法律, 计划, 战略						
23	Коллектив, Взаимодействие, Межличностные отношения, Вместе	团队, 互动, 人际关系, 共同						

24	Наемный	雇佣						
25	Видение компании	公司愿景						
26	Белый воротничок	白领						
27	Сделка	合同						

10. Где лучше работать в государственной корпорации или в частной? 在哪里工作更好? 是国企还是私人企

- а) в государственной 国企
- б) в частной 私企
- в) значения не имеет 无所谓

11. Какие самые большие проблемы у людей, которые работают в частной корпорации? (выбрать три из перечня) 您认为在私人企业工作的人面临的最大问题是什么?

- 1) Корпорация подчиняет себе их интересы и ценности 要与公司的利益及价值观一致
- 2) Небольшие заработки и вопросы благосостояния 低收入及福利问题
- 3) Необходимость подчиняться дисциплине 需要严格遵守纪律
- 4) Постоянно растущие требования к уровню профессионального роста 对专业水平要求的不断提升
- 5) Плохие бытовые условия 生活条件不好
- 6) Высокие нагрузки по должностным обязанностям 工作量大
- 7) Бюрократия в принятии решений 决策中的官僚主义
- 8) Формальное общение 形式化的沟通
- 9) Натянутые отношения с руководителем 与上司的关系紧张

- 10) Задержка зарплаты 拖延延迟
- 11) Завышенные требования к результатам работы 对工作结果的要求过高
- 12) Офисные межличностные отношения 办公室人际关系
- 13) Ограниченное пространство для развития человека 个人发展空间有限
- 14) Не в полной мере отражают личные ценности 不能充分体现个人价值
- 15) Нестабильная работа 工作不稳定
- 16) Чрезмерное конкурентное давление 竞争压力过大
- 17) Сверхурочные 加班

Приложение 7

Уважаемые друзья!

Просим Вас ответить на несколько простых вопросов. Они нужны для анализа материалов о включенности молодежи в рыночные механизмы развития российского общества - в предпринимательство и в отношения с корпорациями. Эти результаты мы обобщим и представим широкой общественности. Если кого-то наши результаты заинтересуют конкретно, готовы выслать в ваш адрес всю полученную информацию.

Спасибо за участие!

1. Считаете ли Вы себя представителем "среднего класса"?
а) Да **54** б) Нет **26** в) Затрудняюсь ответить **0**
2. Если да, то какой признак Вы считаете самым главным для определения "среднего класса" (Можно выбрать несколько вариантов ответов, проставьте +)
а) образование **2**
б) уровень заработка **21**
в) занимаемая должность **0**
г) самосознание **16**
д) все, из указанных вариантов **0**
е) другое **14**
3. Считаете ли Вы средний класс движущей силой российского общества? (Подчеркните)

а) Да **40** б) Нет **37** в) Не знаю **18**

4. Ваш уровень заработка (подчеркните) -

а) менее 5 тыс. руб. **33**

б) от 5-15 тыс. руб. **24**

в) от 15-30 тыс. руб. **25**

г) более 30 тыс. руб. **9**

5. У вас есть предпринимательский опыт? (Подчеркните)

а) Да **20** б) Нет **73**

6. Планируете ли Вы открывать свое дело? (Подчеркните)

а) Только обдумываю бизнес-идею **52**

б) В процессе подготовки документов на открытие **3**

в) Практически готов открывать свое дело (есть план, уставные документы) **2**

г) Не планирую заниматься предпринимательством **39**

7. Как Вы считаете, что является самым сложным в предпринимательстве в условиях современной России? (Может быть несколько ответов, подчеркните)

а) нужен значительный стартовый капитал **53**

б) разработка бизнес-идеи **37**

в) требуется специальная подготовка **12**

г) получение помощи от государства **31**

д) сложность формирования хорошей команды **28**

е) поиск ресурсов и важных связей **70**

8. Какие сферы предпринимательства Вы считаете наиболее перспективными в современной России? (Может быть несколько ответов, проставьте +)

8.1	Питание	44	8.13	Логистика	33
8.2	Интернет магазин	48	8.14	Страхование	21
8.3	Образование	19	8.15	Свадебные услуги	15
8.4	Туризм	19	8.16	Книжное дело	6
8.5	Транспорт	22	8.17	Супермаркет	16
8.6	Дизайн	20	8.18	Финансы	22
8.7	Медицина и здоровье	39	8.19	Услуги для животных	4
8.8	Производство	27	8.20	Охрана окружающей среды	9
8.9	Импорт и экспорт	33	8.21	Индустрия DIY	7
8.10	Разработка ПО	49	8.22	Культурные развлечения	31
8.11	Уход за пожилыми людьми и уборка дома	4	8.23	Недвижимость	44
8.12	Интернет-индустрия	48	8.24	Что-то другое	9

9. С какими из приведенных ниже словами у вас ассоциируется понятие «Корпорация»? (проставьте ранг силы связи - 0 – связи нет; 1 – очень слабая; 2 – слабая; 3 –удовлетворительная; 4 – сильная; 5 – очень сильная. Проставьте значок +)

		0	1	2	3	4	5
9.1	Достижение результата 4,0						
9.2	Деловое, Налаженное 4,0						
9.3	Неразворотливость 2,1						
9.4	Влиятельность, Известность, Авторитетность 4,1						
9.5	Большой, Много, Крупный, Огромный 4,2						
9.6	Прибыль, Доход, Деньги 4,6						
9.7	Государство, Государственное 1,8						

- 11.3 Необходимость подчиняться дисциплине 3
- 11.4 Постоянно растущие требования к уровню профессионального роста **22**
- 11.5 Плохие бытовые условия **6**
- 11.6 Высокие нагрузки по должностным обязанностям **24**
- 11.7 Бюрократия в принятии решений **27**
- 11.8 Формальное общение **5**
- 11.9 Натянутые отношения с руководителем **6**
- 11.10 Задержка зарплаты **21**
- 11.11 Завышенные требования к результатам работы **12**
- 11.12 Офисные межличностные отношения **15**
- 11.13 Ограниченное пространство для развития человека **15**
- 11.14 Не в полной мере реализуются личные ценности **15**
- 11.15 Нестабильная работа **38**
- 11.16 Чрезмерное конкурентное давление **38**
- 11.17 Сверхурочная занятость **25**

Приложение 8

Добрый день, уважаемые коллеги! Дорогие同事们，大家好！

Мы проводим исследование, посвященное изучению вопросов личностного развития. Цель настоящей анкеты выявить основные проблемы личностного становления сотрудников в крупных организациях и наметить пути совершенствования этой работы с сотрудниками разных возрастов.

我们正在正在进行一项关于个人发展问题的研究。本调查问卷主要目的在于明确大型组织中员工的个人发展问题，并与不同年龄段的员工一起完善该工作。

Анкетирование анонимное, без указания имен, фамилий и прочих сведений, позволяющих идентифицировать участника.

本次问卷是匿名的，不收集姓名等能够识别答卷者身份的信息。

Прохождение теста займет у Вас не более 15 минут. В результате Вы определите уровень своей самооценки, а также узнаете, как Вы оцениваете других людей и какие качества при этом учитываете - результаты будут выведены вместе с комментарием в конце тестирования.

问卷会占用您大约 15 分钟。最后您会得到自我评价等级的得分，知道您如何评价别人以及您看重哪些特质-结果将在测试的最后与评价一起显示。

Наши обобщенные данные будут представлены в виде публикаций в научных и профильных изданиях.

我们收集到的数据将在学术和专业的刊物上发表。

С уважением, исследовательская группа
под руководством профессора кафедры прикладной и отраслевой социологии
Санкт-Петербургского государственного университета
доктора социологических наук Дерюгина Павла Петровича.

来自真诚的：由圣彼得堡国立大学应用和分支社会学教研组教授，社会学博士 Deryugin Pavel Petrovich 带领的研究
组。

Анкета 问卷 -

1. Ваш пол 您的性别 -

- a) Мужской 男
- b) Женский 女

2. Образование 学历

- a) Среднее (школа) 中学
- b) Среднее (специальное) 中专、大专、高职高专等专业技能类学院
- c) Высшее 本科及以上
- d) Студент 大学在读

3. Специальность 专业 -

- a) Управление (менеджмент) 管理类
- b) Технические 技术类

- c) Экономические 经济类
- d) Гуманитарные 人文类
- e) Военные 军事类
- f) Медицинские 医科类
- g) Социальные 社会、社工类

4. Возраст 年龄 ()

5. Ваша сфера деятельности (фактическая или предполагаемая), она может быть отнесена к 您的 (现在或将要从事的) 工作领域是?

- a) Промышленности 工业
- b) сельскому хозяйству 农业
- c) добывающей 开采业
- d) социальной, культурной, образовательной, другой 社会、文化、教育和其他

6. Место проживания 居住地 ()

7. С какими предприятиями преимущественно связан Ваш опыт работы 您最主要的工作经验与哪种公司有关

- a) Госучреждения (образование, медицина, армия и др.) 事业单位
- b) Крупные международные компании 大型跨国公司
- c) Крупные федеральные компании 全国性大型企业

- d) Крупные региональные компании 地方性大型企业
- e) Средние предприятия 中型企业
- f) Малые предприятия 小型企业
- g) Совершенно не имею опыта работы 完全没有工作经验

8. Как долго вы работаете в корпоративных организациях (возможны любые формы собственности, как частные, так и государственные) 您在公司工作多久了 (可以是任何类型性质的公司, 私有的或者国有的):

- a) Менее чем полгода 不到半年
- b) Полгода – год 半年-1 年
- c) 1-2 года 1-2 年
- d) 2-3 года 2-3 年
- e) 3-5 лет 3-5 年
- f) Более 5 лет 超过 5 年

9. Опыт управления людьми в любом качестве 您有没有人员管理的经验:

- a) Есть 有
- b) Нет 没有

10. Ваш нынешний статус 您现在的身份:

- a) Школьник 中学生

- b) Студент 大学生
- c) Работник 工作
- d) Безработный 无业
- e) Пенсионер 退休
- f) Частный предприниматель/владелец фирмы 私人企业家/公司所有者

Оценка качеств - 特质评估:

- 0 - Качество отсутствует 没有这种特质
- 1 - Качество практически не проявляется 基本没有这种特质
- 2 - Качество проявляется очень слабо 这种特质基本上非常弱
- 3 - Качество проявляется слабо 这种特质比较弱
- 4 - Качество довольно выражено (очевидно) 这种特质比较明显
- 5 - Качество выражается очень ярко 这种特质非常显著

Эталоны - 标准:

Положительный эталон 正面标准

Для начала представьте человека, который является или мог бы являться Вашим примером для подражания. Его возраст, пол и место проживания значения не имеют, важно лишь, чтобы это был реально существующий человек, с которым Вы лично знакомы. Оцените наличие у него следующих качеств 首先在脑海中描绘一个可以成为您的偶像或者是您偶像的人，他的年龄、性别和居住地不重要，重要的是他是一个真实存在并与您本人相识的人。就以下特质对他进行打分。

Отрицательный эталон 负面标准

А теперь представьте человека, который является для Вас негативным примером т. е. человека, на которого Вы бы совершенно не хотели быть похожи. Как и в первом случае это должна быть реально существующая личность, с которой Вы знакомы. Оцените у нее наличие следующих качеств 现在在脑海中描绘一个对您来说是反面例子的人，也就是说您完全不想成为的人。像第一种情况一样，这个人必须是真实存在并与您本人相识的人。就以下特质对他进行打分。

Я сам 自己

Это последний этап данного теста. Таким же образом оцените наличие этих качеств у себя.

这是本次测试的最后一步。以同样的方式，就以下特质对您自己进行打分。

Качества 特质：

1. "Целеустремленный ("видит перспективу, видит главное"),目标明确的（有远见，有目标）
2. "Уважительный к людям",尊重他人
3. "Расчетливый и прагматичный ("планово и последовательно достигает своей выгоды"),精于盘算的
4. "Скромный",谦虚的
5. "Стремящийся к приобретению и сохранению частной собственности",有获取和收集财富的志向
6. "Заботящийся о других",照顾他人
7. "Предприимчивый, готов или уже открыл свое дело",有创业精神，准备或已经开始创业
8. "Адекватно оценивающий себя",正确评价自己的
9. "Властный",权力、权威或威严的

10. "Располагающий к себе",自律的
11. "Воспринимающий инновации и новые бизнес-идеи",有创新的经营理念
12. "Свободолюбивый",热爱自由的
13. "Целеустремленный ("видит перспективу, видит главное")目标明确的（有远见，有目标）
14. "Готов оказывать помощь другому",准备好帮助他人的
15. "Воспринимающий свободный рынок и торговлю как норму",遵守市场自由贸易规则的
16. "Терпим к недостаткам",能够容忍缺点的
17. "Заботящийся о прибыльности дела, производства товаров или услуг",关心企业的产品或服务的营业能力
18. "Общительный",善于交际的
19. "Лидирующий",有领导力的
20. "Открытый",外向的
21. "Конкурентноспособный, готов к борьбе за успех на рынке",有竞争力的，准备好进入市场赢得成功
22. "Правдивый",真实的
23. "Преуспевающий",有成就的
24. "Доброжелательный"和善的

Сообщения 通知:

1. Не выбран вариант ответа. 没有选择答案

2. Некорректное значение возраста 年龄数值有误
3. Не оценено одно или несколько качеств. Для оценки кликните на соответствующее число, расположенное напротив этого качества. 有一项或多项特质没有评估, 评估请在该特质后面选择相应的数字
4. Продолжить 继续
5. Ошибка 错误
6. Добро пожаловать! 欢迎!
7. Повторить попытку отправки данных 数据重新发送
8. Обработка данных 数据处理中
9. Узнай свою самооценку! 查看您的自尊心得分
10. Пожалуйста, подождите. Данные обрабатываются. Это должно занять считанные секунды... 稍等, 数据正在处理, 需要几秒...
11. Перейти к оценке качеств 跳转到特质评估
12. Кликнуть сюда для ввода 点击此处进入
13. Что-то пошло не так! К сожалению, по какой-то причине данные не были отосланы на сервер. Возможно, в настоящий момент у Вас проблемы с интернетом или наш сервер испытывает высокую нагрузку. Мы не хотим, чтобы ваши данные потерялись, поэтому не закрывайте эту страницу и попробуйте нажать кнопку ниже чуть позже. 出了点问题! 抱歉, 由于某种原因, 数据没有被发送到服务器。目前您的网络连接出现了问题或者我们的服务器当前负荷过重。我们不希望您的数据丢失, 所以不要关闭此页面, 稍后尝试点击下面的按钮。

14. Мы не смогли оценить этот параметр из-за аномальности Ваших ответов. Вы уверены, что отвечали честно и корректно? 由于您回答的异常，我们无法评估此参数。请您再次确认您的答案。

15. Отклонение - 95%偏差: 95%

16. Благодарим Вас за прохождение теста. Эта информация очень поможет нам в исследовании. Ниже представлена расшифровка полученных данных. Обратите внимание, что результат теста не всегда отображает реальную картину и зависит от множества факторов. В любом случае, надеемся, что эти выводы будут Вам интересны.感谢您的参与。这些信息将对我们的研究有所帮助。下面是对收到数据的解析。请注意，测试结果并不总是能反映真实情况，准确性还取决于很多其他因素。无论如何，我们希望这些结论能让您觉得有趣。

Заголовки 标题 -

1. Анкета 问卷
2. Результаты 结果
3. Самооценка 自尊心
4. Оценка моральных и деловых качеств 评估道德和商业素质
5. Оценка окружающих 对他人的评估

Тексты 文本:

Деловые/нравственные 业务素质/道德品质

1. 0 — 4 «гармония». При оценке других людей Вы ориентируетесь гармонично как на деловые, так и на нравственные качества. Для Вас имеют большое значение профессиональные знания и умения, однако, в то же время, Вы обращаете

внимание на поведение человека в семье и обществе, отношение к общественным и общечеловеческим ценностям, а также на то, как он выстраивает свое взаимодействие с окружающими. 0 — 4 《协调》。当您评价别人时，您对待业务素质以及道德品质的态度是协调的。对您来说，专业知识和技能是重要的，但您同时关注一个人在家庭和社会中的行为，对社会价值和个人价值的态度，以及他如何与他人建立互动关系。

2. **5 — 20** «предпочтение». Вы склонны наиболее жестко ориентироваться на оценку нравственных качеств. В первую очередь Вы обращаете внимание на поведение человека и его отношение к окружающим. Деловые качества личности Вы оцениваете скорее как дополнение к нравственным, и не переоценивая их значение и не относясь к ним негативно. 5 — 20 《偏离》。您更注重对于道德品质的评估。您最注重一个人的行为和他对待别人的态度。一个人的业务素质在您看来只是道德品质的补充，不会过分在意也不会因此消极的对待他们。
3. **21 — 80** «дисгармония». Отклонение, характеризующее односторонность в оценивании других людей. Наличие у человека устойчивых нравственных качеств — это то, на что вы обращаете внимание в первую очередь. Деловые качества личности, ее профессиональные навыки и стремление добиваться своей цели не имеют для Вас большого значения, в том случае, если человек при взаимодействии с другими людьми проявляет высокие моральные качества. 21 — 80 《不协调》 您在对他人的评价中存在一定的偏向。一个人坚定的道德品质是您最看重的。一个人的业务素质，专业技能以及实现目标的愿望对您来说并不重要，除非这个人在与他人交往时表现出了高度的道德品质。
4. **81 — 100** «существенная дисгармония». Отклонение, показывающее явное пренебрежение деловыми качествами в оценке других людей. Первостепенное значение для Вас имеет общественный долг, в людях Вы цените прежде всего нравственные качества, ответственность, способность и готовность трудиться на благо общества, наличие внутренних убеждений. Деловые качества личности, потребность в профессиональном росте и применении профессиональных

навыков для Вас имеют второстепенное значение или рассматриваются скорее негативные, эгоистичные качества. 81 — 100 《非常不协调》您在对他人的评价中明显地忽视了业务素质。对您来说最重要的是有公共责任感，您最重视道德品质，责任感，造福他人的准备以及能力和内在信仰的存在。一个人的业务素质，专职业发展和专业技能的需求是次要的，或被您认为是相当负面的、自私的品质。

5. **-5 — -20** «предпочтение». Вы склонны наиболее жестко ориентироваться на оценку деловых качеств. В первую очередь Вы обращаете внимание на деловые качества личности человека, его способность добиваться своих целей и развивать свои профессиональные навыки. В то же время Вы не отвергаете важность нравственных качеств, рассматривая их скорее как дополнение к деловым. -5 — -20 《偏离》。您对业务素质的评估相当严格，您最注重一个人的业务素质，达到目标的能力和个人的专业技能的发展。同时，您不否认道德品质的重要性并把它当做业务素质的补充。
6. **-21 — -80** «дисгармония». Отклонение, характеризующее односторонность в оценивании других людей. Профессиональные знания и умения человека, его самодисциплина и способность быстро и качественно выполнять свою работу - развитие данных качеств является для Вас приоритетной задачей. Нравственные качества являются для Вас второстепенными, и даже отсутствие некоторых таких качеств Вы не считаете недостатком. -21 — -80 《不协调》。您在对他人的评价中存在一定的偏向。一个人的专业知识和技能，自律高效地开展工作的能力 - 这些素质的发展是您首要看重的。道德素质是次要的，甚至缺乏这些素质在您看来也不是缺点。
7. **-81 — -100** «существенная дисгармония». Отклонение, показывающее явное пренебрежение нравственными качествами в оценке других людей. Первостепенное значение для Вас имеют профессионализм, управленческие

знания и умения человека, а также способность и желание человека учиться и развивать эти качества. Если нравственные и моральные убеждения личности становятся препятствием на пути достижения профессиональных и карьерных целей Вы склонны оценивать данные нравственные качества как негативные. -81 — -100 《非常不协调》您在对他人的评价中明显地忽视道德品质。一个人的专业精神，管理知识和技能，以及一个人学习和发展这些素质的能力和愿望对您来说是至关重要的。 如果一个人的伦理和道德信念成为实现专业和职业目标的障碍，那么您更倾向于认为这些道德品质是负面的。

Оценка окружающих 对他人的评价

1. **0 — 4 «гармония».** Вы способны адекватно оценивать окружающих. Вы не приписываете людям качества, которыми она не обладают, и в то же время не занижаете их достоинств. Подобный тип оценки других людей положительно сказывается на Ваших взаимоотношений с окружающими Вас людьми, так как Ваше представление об окружающих людях и их способностях в большинстве случаев соответствует действительности, что в свою очередь помогает Вам избежать разочарования в людях. 0 - 4 《协调》。您可以充分评估他人。不捏造他人不拥有的品质，同时也不低估他人的优点。这种对他人的评估方式会积极地影响您与周围人的关系，因为您对周围人和他们能力的想象大多符合现实，这反过来帮助您避免对他人的失望。
2. **5 — 20 «предпочтение».** Вы склонны приписывать окружающим людям положительные качества которыми они зачастую не обладают, так как Вы подсознательно желаете видеть в людях то, что Вам хочется. В то же время Вы замечаете недостатки людей и помните о них, несмотря на то, что иногда Вы считаете их неважными и стараетесь не обращать на них внимания. 5 — 20 《偏离》您倾向于把积极的品质赋予他们周围的人，尽管这些人往往不具备这

样的特质，因为您下意识地希望看到您想看到的。同时，您会注意到他人的缺点并记住它们，尽管有时候您认为这些不重要并设法不去注意他们。

3. **21 — 80** «дисгармония». Вы склонны не обращать внимания на мелкие недостатки других людей. Это связано в первую очередь с тем, что Вы стремитесь окружить себя порядочными людьми, и, даже если Ваше окружение не совсем соответствует Вашему идеалу, Вы готовы приписывать им недостающие качества. Подобная неадекватная оценка других людей может негативно сказываться на межличностном общении так как может привести к завышенным ожиданиям и разочарованию в окружающих. **21 — 80** 《不协调》。您往往不注意他人微小的缺点。这主要是因为您渴望身边的人都是非常好的人，甚至说如果周围的人不符合您的设想，您将会认为这是他们的缺点。对他人的评估不充分会对人际交往产生消极影响，因为这可能导致您对他人的高估和失望。
4. **81 — 100** «существенная дисгармония». Отклонение, заключающееся в неадекватной оценке окружающих людей. Вы не замечаете недостатков окружающих людей, чрезмерно доверчивы и не способны плохо думать о других людях. Неправильное или некорректное поведение других людей Вы считаете скорее следствием непреодолимых внешних обстоятельств, которые вынуждают человека поступать плохо, чем следствием наличия у него личностных недостатков. **81 — 100** 《非常不协调》 您的偏差是对周围的人评价不足。您没有注意到身边人的缺点，过于信任，并且对他人没有不好的想法。您认为是外部环境不可抗的因素造成的他人不正确或者不得体的举止，而非此人的缺点造成的。
5. **-5 — -20** «предпочтение». Вы склонны приписывать окружающим людям негативные качества, которыми они зачастую не обладают. Вы стараетесь критически оценивать окружающих, однако часто и преувеличиваете значимость

их негативных качеств. У Вас присутствует способность замечать положительные качества личности, однако Вы придаете им меньшее значение и концентрируетесь в первую очередь на недостатках. -5 — -20 《偏离》 您倾向于把负面的特质赋予周围的人，而这些人往往没有这些特质。 您试图批判性地评价他人，但往往夸大了其缺点。 您有能力注意到这个人的优点，但对您来说不那么重要，您最关注的是缺点。

6. **-21 — -80** «дисгармония». Вы склонны не обращать внимания на положительные качества других людей. Ваши ожидания по отношению к людям существенно завышены, Вы предъявляете слишком высокие требования к окружающим и качеству их поведения. Вы можете отказать людям в помощи и поддержке, если сочтете их виноватыми в сложившейся ситуации. Кроме того Вы можете не проявлять достаточного внимания к проблемам других людей и зачастую Вам не хватает чуткости. -21 — -80 《不协调》 您倾向于不去注意周围人的优点。您对他人的期望过高，对他人行为和品质的要求也非常高。如果发现他们有过错，您会拒绝对他们的帮助和支持。另外，您对他人的问题不够关心并且通常缺乏足够的同情心。
7. **-81 — -100** «существенная дисгармония». Отклонение, заключающееся в неадекватной негативной оценке окружающих людей. Вы предъявляете окружающим очень высокие требования, которым они не могут соответствовать, таким образом, Ваша оценка моральных и этических качеств окружающих Вас людей всегда оказывается негативной, что может привести к подозрительности, мнительности, скрытности и проблемам в общении а также убежденности в собственном превосходстве. -81 — -100 《非常不协调》 您的偏差是对周围的人评价不足。您对他人的要求高到令人无法做到，因此，您对他人的伦理及道德素质的评价总是消极的，这会导致怀疑，猜忌，隐瞒和沟通上的问题，同时使您坚信自己的优越性。

Самооценка 自我评价

1. **<-100%** - Отклонение самооценки в сторону занижения слишком велико. Возможно, Вы не смогли подобрать эталоны, в действительности отражающие Ваши жизненные принципы. 您的自我评价过分偏低。可能是您没有找到能反映您生活理念的适合标准。
2. **-100 — -21%** - У вас заниженная самооценка, что характеризует Вас как человека, слишком сосредоточенного на своих негативных качествах. Обратите больше внимания на свои достоинства, избегайте внушения негативных мыслей, как со стороны окружающих, так и со стороны себя самого. 您的自我评价很低，您太过注重自己的缺点。要看到自己的优点，避免来自他人和自己的消极思想。
3. **-20 — -4%** - У Вас есть склонность к заниженной самооценке, что характеризует вас как требовательного к себе человека. Обращайте чуть больше внимания на свои достоинства и избегайте негативного самовнушения. 您有自我评价偏低的倾向，这种特质使您成为了一个要求严苛的人。要多看到自己的优点并且避免自己消极的心理暗示。
4. **-4 — 4%** - У Вас адекватная самооценка. Вы можете объективно оценить себя и свои возможности. 您的自我评价很充分。您能够客观的评价自己和自己的能力。
5. **5 — 20%** - Ваша самооценка немного завышена. Вы не всегда прислушиваетесь к мнению окружающих и можете настоять на своем. Это позволяет Вам быть твердым и решительным при достижении своих целей, однако чрезмерная целеустремленность может привести к проблемам в общении с окружающими. 您的自我评价有些偏高。您不总是听取别人的意见并且可能会坚持己见。这可以让您在实现自己的目标时坚定不移，但过分的坚持可能会导致与他人交流上的问题。

6. **21 — 100%** - Ваша самооценка завышена. Иногда Вы переоцениваете собственные возможности, однако, с другой стороны, Вы знаете о своих достоинствах и способны ценить их даже при неудачах. Постарайтесь внимательнее прислушиваться к мнению окружающих, это поможет Вам более правильно оценивать себя и свои силы. 您的自我评价偏高。有时您会高估自己的能力，但另一方面，您知道您的优点，即失败的时候也会珍惜它们。试着更仔细地倾听别人的意见，这将帮助您更加正确地评估自己和自己的实力。
7. **100 %+** - Отклонение самооценки в сторону завышения слишком велико. Возможно, Вы не смогли подобрать эталоны, в действительности отражающие Ваши жизненные принципы. 您的自我评价过分偏高。可能是您没有找到能反映您生活理念的适合标准。

ST.PETERSBURG STATE UNIVERSITY

Manuscript copyright

Shi Yi

**Young entrepreneurs in the social structure of modern Chinese society
(network analysis of values)**

Scientific specialty 5.4.4. Social structure, social institutions and processes

Dissertation for the degree of
Candidate of Sociological Sciences

Translation from Russian

Scientific supervisor -
Doctor of Sociological Sciences,
Pavel Petrovich Deryugin

Saint Petersburg

2023

Content

Introduction	220
Chapter 1. Theoretical and methodological foundations for researching the values of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society	238
1.1. Historical and sociological analysis of youth entrepreneurship as an element of the social structure of Chinese society	239
1.2. Sociological profile of young entrepreneurs in China	255
1.3. Chinese Universities as Actors of Youth Entrepreneurship Values ..	279
Conclusions of Chapter 1	295
Chapter 2. Empirical Case Study on the Values of Young Chinese Entrepreneurs - A Comparative Network Analysis	298
2.1. The concept of empirical research and the conceptual principles of its conduct	299
2.2. Comparative network analysis of terminal and instrumental values of young Russian and Chinese entrepreneurs.....	309
2.3. The value of market qualities in the value network of young Chinese entrepreneurs	324
Conclusions of chapter 2.....	346
Conclusion.....	348
List of references.....	352
Attachment 1	369
Attachment 2	370
Attachment 3	371
Attachment 4	372
Attachment 5	373
Attachment 6	381
Attachment 7	387
Attachment 8	392

Introduction

According to the expert community of international organizations, youth entrepreneurship occupies an important place in the social structure of Chinese society and is recognized as developed at a high level. So in 2019, the International Bank HSBC conducted a global survey of entrepreneurs and found out that China shows one of the highest rates in terms of the share of young businessmen. Chinese millennials — young people born in the period from 1985 to 2000, make up 45% of all entrepreneurs in China, this is significantly more than the global average, which is about 30%. Moreover, young businessmen living in Chinese cities earn significantly more than anywhere else in the world (for example, in Hong Kong, the figure is \$6.5 million). China's young entrepreneurs are solving an important task of reducing youth unemployment. Thus, young entrepreneurs from Hong Kong employ 22 more workers than the global average¹. Thus, youth entrepreneurship in China actively forms the foundations of a new social structure, and youth entrepreneurship itself is considered as the locomotive of the construction of a new China. This is all the more important at the present time, at a time when, after the pandemic, reliance on China's internal forces is becoming an urgent slogan for the Chinese population.

Applied problems

Along with this, in the conditions of disrupted world economic relations due to the causes of the pandemic, Chinese society will have to intensify the development of new approaches to social support for youth entrepreneurship, in particular, through more active use of social networks. Youth entrepreneurship is defined as an important driving force for turning crises into opportunities, changing the market ecology and promoting economic recovery. In recent years, the construction of new infrastructure, such as 5G networks and data centers, has become a new point of economic growth, where young people are heading.² The development of a new generation of digital technologies has

1 Report on the Development of Youth Entrepreneurship in China (2021) <http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf> (Accessed - 06.07.2022)

2 Zhao Donghui, Sun Jianbo, Qian Yu, Zhang Dapeng. The emergence of entrepreneurship in the Digital Age - a study based on many examples. Human Resource Development in China 2021, volume 38,

erased the temporal and spatial boundaries of business activity, changes the organizational structure of enterprises in the era of the industrial economy, taking efficiency as a basis³, which contributed to the emergence and expansion of entrepreneurial opportunities for young people⁴. On October 15, 2020, Chinese Premier Li Keqiang, in his speech at the National Week of Mass Entrepreneurship and Innovation, stated - "If the enthusiasm for entrepreneurship is at hand, innovation and vitality can be achieved with the touch screen, entrepreneurship and innovation are the foundation and key to the country's victory in the future."⁵ At the 50th Shanghai Youth Innovation and Entrepreneurship Forum, Li Daokui, economist and Dean of the Chinese Institute of Economic Thought and Practice of Tsinghua University, delivered a keynote speech on "Innovation and Entrepreneurship in the post-epidemic Era" via video link. He believes that the epidemic has accelerated the international character and pace of China's development, as well as provided young people with the opportunity to start their own business and innovate.⁶ In particular, the suspension of the development of the initiative in the international formats of the Belt and Road encourages the active development of entrepreneurship within China, which is mostly assessed as an additional (important) way to overcome internal regional imbalances, mainly due to the development of the Xinjiang Uygur Autonomous Region, Inner Mongolia Autonomous Region, Gansu Province. To a large extent, in solving strategic tasks, the emphasis is placed on the younger generation of Chinese, on their initiative and entrepreneurial activity.

number 7, p.92

3 Luo Wenhao. (2020). Human resource management reform in digital transformation.China's Human Resource Development

4 Audio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. U., and Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial opportunities and the genesis of entrepreneurial ecosystems. Strategic Entrepreneurship Magazine.

5 Detailed Report - Li Keqiang attended the National Mass Entrepreneurship and Innovation Week and delivered an important speech -To promote the comprehensive development of mass entrepreneurship and innovation and continue to enhance the sustainability and intrinsic motivation of economic development Chinese Science and Technology Industry, 2020 (11):7. 综合报道: 李克强出席全国大众创业万众创新活动周并发表重要讲话 — 推动大众创业万众创新向纵深发展 持续增强经济发展韧性和内生动力. 中国科技产业, 2020 (11) : 7。

6 Zhan Yue. After the outbreak, economists have such expectations from young entrepreneurs in Shanghai. Wenhui Newspaper 2020-04-25.

<https://www.163.com/dy/article/FB2CSV0005506BEH.html>. 占悦, 疫情发生后, 经济学家对上海青年创业者有这样的期待. 文汇报, 2020-04-25. (Date accessed - 01.11.2021)

Secondly, as mentioned earlier, the difficult situation on the labor market and frequent unemployment among Chinese youth suggests considering youth entrepreneurship as a survival factor for a significant part of not only rural and provincial youth, but also young people living in cities.

A number of other problems of youth entrepreneurship in China include:

- the well-known passivity and lack of motivation for entrepreneurship even among the part of young people who are preparing for activities in the economic sphere;
- students of economic and other specialized universities;
- certain limitations of youth entrepreneurship as a social elevator due to existing regulatory and legislative barriers in Chinese legislation, insufficient attention from society;
- narrowing the range of activities of young Chinese entrepreneurs, who are mainly limited to small businesses, services and trade.

It is obvious that the shown and other problematic issues of youth entrepreneurship in China do not allow to fully realize the entrepreneurial potential and receive effective returns in social construction. To a large extent, these obstacles and barriers are formed due to the specific values and value orientations of young entrepreneurs.

The range of scientific problems, the solution of which is of interest to the theoretical discourse and review of the problems of youth entrepreneurship in China, is represented by a wide range of problems that are interesting for scientific research .

First of all, it should be said that the reason for this may be some moral and ethical closeness of the Chinese population, especially the level of problems that are characteristic of the youth environment. It should be said here that the values of youth as a scientific problem in Chinese sociology began to be dealt with only recently, when the role and place of youth began to be assessed as important.

Further, issues related to highlighting the values of youth entrepreneurship remain poorly studied. Along with this, sociologists are well aware that the connecting bridge between the past (history) and the future (perspective) of any society are values - values and value orientations of people, on the basis of which the entire social structure

is formed. As the French sociologist Gustave Lebon noted, people are governed by ideas, feelings, morals, what we carry in ourselves. Institutions and laws are only a reflection of our soul, an expression of our needs, which is why they cannot change the soul of peoples, since they themselves originate from it.

Thirdly, the increasing role of youth entrepreneurship in the historical perspective of China is obvious. In the post-industrial information society, young people are beginning to occupy certain places that are associated with their special knowledge and skills in digital technologies. In this regard, the values and value orientations of young entrepreneurs can largely exert their progressive significance on the entire course of the social development of Chinese society.

Fourth, the issue of developing new technologies and methods for diagnosing values becomes relevant for Chinese sociology, since empirical sociology and applied research in China remain an urgent topic regarding the study of many fields of activity, including entrepreneurship. The study of values and value orientations of young Chinese entrepreneurs in Russian sociology can get an additional opportunity thanks to the accumulated experience of such studies by Russian researchers. The topic of this dissertation corresponds to the passport of the specialty 5.4.4. "Social structure, social institutions and processes". Paragraph 11 of this passport states the importance of studying various strategies for adapting social groups of society to emerging transformations and new social conditions. Youth entrepreneurship in China is seen as an important adaptation strategy. Further, paragraph 30 discusses the opportunities for young people to find themselves in the labor market in a market society. Entrepreneurship of young people is understood as a significant opportunity to find a job in the labor market. Finally, the value orientations of individuals and specific social groups, models of their behavior for the present direction of sociology are one of the significant objects of research.

The degree of development of the topic. The study of values and value orientations is one of the important areas of sociological science. Important ideas and principles of the sociological study of the values of young Chinese entrepreneurs are expressed in the works of O. Comte, G. Spencer, E. Durkheim, M. Weber, K. Marx and

others. In the works of the classics of sociology, the fundamental approaches to understanding values and their relationship in various spheres of life and activity of people are formulated. Important positions in understanding the values of young Chinese entrepreneurs were expressed by W. Thomas and F. Znanetsky⁷, who show them as manifestations of personal attitudes. Various actual facets of values are formulated by outstanding sociologists F. Adler⁸, G. Becker⁹, P. Blau¹⁰, G. Blumer¹¹, P. Bourdieu¹², K. Klakhon¹³, N. Luhman¹⁴, R. Merton¹⁵, J. Mead¹⁶, T. Parsons¹⁷, M. Rokich¹⁸, N. Smelzer¹⁹, P. Sorokin²⁰, Y. Habermas, J. Homans²¹, A. Schutz²², P. Shtompko²³, A. Etzioni²⁴ and many others. The research is based on the positions and conclusions of modern Russian sociologists V. P. Tugarinov²⁵, R. P. Shpakova²⁶, V. O. Vasilenko²⁷, M. S. Kagan²⁸, V. P.

7 Thomas W., Znanetsky F. Methodological notes (1918) // American Sociological Thought - Texts / Edited by V.I. Dobrenkov. – M. - MSU Publishing House, 1994. - 343 p.

8 Adler F. The value concepts in sociology // American j. of Sociology. 1956. 62. № 3. - P. 272 – 279.

9 Becker G., Boskov A. Modern sociological theory. – M. - IL, 1961. - p.859.

10 Blau P. M. Various points of view on social structure and their common denominator // American Sociological thought - Texts / Ed. V.I. Dobrenkova – M., 1994.

11 Blumer H. Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus // Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek, 1973. Bd. 1.

12 Bourdieu P. Sociology of social space / French N. A. Shmatko. St. Petersburg - Aleteya, 2007. - p.288.

13 Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Actions. In - Parsons T. and Shils E. Toward General Theory of Action. Cambridge, Mass. - Harvard University Press, 1951. - p. 395.

14 Feofanov K. A. Niklas Luhmann and the functionalist idea of value-normative integration - the end of a century-old discussion // Socis. – M. - 1997. No. 3. - P. 48 – 59.

15 Merton R. Social theory and social structure // Sociological research. – 1992. – №2. – P. 118 – 121.

16 Mfa J. Social consciousness and consciousness of meaning / Translated from English by R.E. Barash // Epistemology and Philosophy of Science. – 2013. – Vol. XXXV. – No. 1. Moscow - Institute of Philosophy of the Russian Academy of Sciences, 2013. – P. 219 – 227.

17 Parsons T. The System of modern societies / Translated from English by L.A. Sedova and A.D. Kovaleva; Edited by M.S. Kovaleva. M. - Aspect Press, 1998. – P. 270.

18 Rokeach M. The Nature of Human Values. N-Y, 1973. – p. 293

19 Smelzer N. Sociology / Translated from English – M. - Phoenix, 1994. – P. 688.

20 Sorokin P. Man. Civilization. Society / general ed., comp. and the preface by A.Y. Sogomonov - translated from English – M. - Politizdat, 1992. – P. 543.

21 Homans G. K. Social Behavior its Elementary Forms. N.Y., 1961.

22 Schutz A. Formation of the concept and theory in the social sciences. In - American Sociological Thought. Moscow - MSU, 1994. P. 485 .

23 Shtompka P. Sociology of social change / Edited by V. Ya. Yadova. Aspect, 1996. –P. 416 .

24 Etzioni A. Les Organisations modernes. Gembloux, 1971.

25 Tugarinov V.P. Selected philosophical works. - Press of Leningrad University, 1988. P. 344 .

26 Shpakova R. P. Tomorrow was yesterday // Sociological Review. - 2003 – Vol. 3. – P. 84 – 89.

27 Vasilenko V. A. Value and evaluation - Abstract. dis. ... cand. philos. Sciences / Academy of Sciences of the Ukrainian SSR. – Kiev. - 1964. – P. 21 .

28 Kagan M. S. Human activity (Experience of system analysis). – M. - Politizdat, 1974. – P. 328 .

Bransky²⁹, A. G. Zdravomyslova³⁰, B. A. Starostina³¹, V. I. Staroverova³², V. A. Yadova³³, A. O. Boronoeva³⁴, P. I. Smirnova³⁵, etc .

An important role for our research was played by the development of the specifics and content of the values of young entrepreneurs, which follow from the analysis of youth as a special social group. This study uses the ideas and provisions developed by I. S. Kon³⁶, V. T. Lisovsky³⁷, S. N. Ikonnikova³⁸, I. M. Ilyinsky, A. I. Kovaleva, V. A. Lukov³⁹, A. A. Kozlov⁴⁰, Douglas E., Prentice C.⁴¹, Kibler E.⁴² are used. , etc., showing the important role of youth in the development of modern society.

The specifics and features of youth as an active creative force of Chinese society in the middle and end of the last century are studied in the works of K. Manheim⁴³, Eisenstadt Sh. N.⁴⁴, L.V. Kulakova⁴⁵, Lukov V.A.⁴⁶, Hechavarria D., Bullough A., Brush

29 Bransky V. P. Philosophical analysis of the problem of values. URL - <http://www.studfiles.ru/preview/3065311> (accessed 27.02.2020)

30 Zdravomyslov A. G. Needs. Interests. Values. – M. - Politizdat, 1986. – 223 p.

31 Starostin B. A. Values and the value world. – M. - Sputnik+ Company, 2002. – 154 p.

32 Staroverov V. V. Social problems of youth small entrepreneurship. RIC ISPI RAS, 2004. – 138 p.

33 Yadov V. A. Modern theoretical sociology as a conceptual basis for the study of Russian transformations. – St. Petersburg - Intersocis, 2009. – 138 p.

34 Boronoev A. O., Smirnov P. I. Russia and the Russians - The Character of the people and the fate of the country. – St. Petersburg - Publishing house "St. Petersburg Panorama", 2001. – 192 p.

35 Smirnov P. I. Value - incentive of activity and one of the basic concepts of sociology // Theoretical journal "Credonew". – 2011. – №1 (65). – p. 139 – 157.

36 Kon I. S. Youth // The Great Soviet Encyclopedia. – M. - 3rd ed. – 1986. – Vol. 16. – 478 p.

37 Lisovsky V. T. Sociology of youth // Sociological dictionary. 2nd ed., reprint. and additional / Scientific ed. by G.N. Sokolov, I.Ya. Pisarenko. – Mn. - Publishing House of St. Petersburg. State University, 1991. – p. 407 – 410.

38 Ikonnikova S. N. Youth - sociological and socio-psychological analysis. Leningrad, 1974. – p. 53.

39 Kovaleva A. I., Lukov V. A. Sociology of youth - theoretical issues. Moscow - Socium, 1999. 351 p.

40 Kozlov A. A. Two paradigms in the perception of modern youth // Youth Galaxy. – 2017.

41 Douglas E, Prentice C. Innovation and profit motivations for social entrepreneurship - A fuzzy-setanalysis . Journal of Business Research, 2019, 99 - 69-79.

42 Kibler E., Wincent J., Kautonen T., et al. Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being? [J]. Journal of Business Venturing, 2019, 34 (4) - 608-624

43 Manheim K. Problems of youth // Diagnosis of our time. M., 1994 p. 44-48

44 Eisenstadt S. N. Revolution and transformation of societies - Comparative study of civilizations. — M. - Aspect-Press, 1999 357 p.

45 Kulakova L.V. The role of youth in the political life of society // Scientific journal "Student Forum" No. 17, 2017 p. 98-103

46 Lukov V. A. Theories of youth - Interdisciplinary analysis. Canon + ROOI "Rehabilitation", 2012 528

C.⁴⁷, works that focus on the growing activity of Chinese youth in recent years.

In the works of N. N. Zarubina⁴⁸, T. I. Zaslavskaya⁴⁹, R. V. Ryvkina⁵⁰, M. Weber⁵¹, J. Schumpeter⁵², V. Sombart⁵³, M. Scheler⁵⁴, E. Spranger, V. I. Bakshtanovsky, Yu. V. Sogomonov⁵⁵, N. A. Makashova⁵⁶, P. N. Shikhirev⁵⁷, V. V. Radaev⁵⁸, G. K. Gins⁵⁹, O. V. Kryshtanovskoy⁶⁰, A. E. Kudelina⁶¹, Simmons, S. A.⁶², Alon H., Niv A.⁶³ the principles and approaches to understanding entrepreneurship as a creative force of a market society are studied. These provisions are applied to study the values of young Chinese entrepreneurs and their role in creative activity. To analyze youth

47 Hechavarria D, Bullough A, Brush C, et al. High-growth women's entrepreneurship - Fueling social and economic development[J]. *Journal of Small Business Management*, 2019, 57 (1) - 5-13.

48 Zarubina N. N. Socio-cultural factors of economic development - M. Weber and modern theories of modernization. – St. Petersburg - Publishing House of the Russian Academy of Sciences, 1998. – 288 p.

49 Zaslavskaya T. I. Transformation of Russian society as a subject of monitoring // *Economic and social changes. Monitoring of public opinion*. - 1993. – No. 2. – p. 6-7.

50 Ryvkina R. V. The influence of the new ruling elite on the course and results of economic reforms // *Sociological research*. - 1995. – No. 11. – p. 35-43.

51 Weber M. Selected works / translated from German; comp., general ed. and afterword by Yu.N. Davydov; preface by P.P. Gaidenko. – M. - Progress, 1990. - 808 p.

52 Schumpeter J. Theory of economic development. – M. - Directmedia Publishing, 2008. – 400 p.

53 Sombart V. Bourgeois - Studies on the history of the spiritual development of modern economic man / Trans. from German; ed. and podgotov. Yu.N. Davydov, V.V. Sapov. – M. - Nauka, 1994. URL - http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Zomb/01.php (accessed 12.07.2019)

54 Markov B. V. Values and Being in the philosophical anthropology of Max Scheler. URL - <http://anthropology.ru/ru/text/markov-bv/cennosti-i-bytie-v-filosofskoy-antropologii-maksa-shelera> (accessed - 24.05.2019).

55 Bakshtanovsky V. I., Sogomonov Yu. V. Ethics of the profession - mission, code, deed / Monograph. – Tyumen. - Research Institute of Applied Ethics of TSOGU, 2005. – 378 p.

56 Makashova N. Ethics and economic theory // *Social sciences and modernity*. 1992 No. 3. p. 12-26.

57 Shikhirev P. N. From the clash of business cultures to the formation of their common basis. Introductory article // Lewis Richard D. *Business cultures in international business. From collision to mutual understanding* / Trans. from English 2nd ed. - Moscow - Delo, 2001. – 448 p.

58 Radaev V. V. Economic Sociology - textbook for universities / V. V. Radaev; State University - Higher School of Economics. – M. - Publishing House of the Higher School of Economics, 2005. 603 p.

59 Gins G. K. Entrepreneur. – M. - Sowing, 1992. – 224 p.

60 Kryshtanovskaya O. V. Illegal structures in Russia // *Sociological research*. - 1995. – No. 8. – p. 94 – 106.

61 Kudelin A. E. Entrepreneurship as a general historical creativity of society - Abstract of the dissertation of Doctor Philos. Sciences / N. Novgorod, 2006. – 56 p.

62 Simmons, S. A., Wiklund, J., Levie, J., Bradley, S. W., & Sunny, S. A. (2019). Gender gaps and reentry into entrepreneurial ecosystems after business failure. *Small Business Economics*, 53 (2), 517-531.

63 Alon H., Niv A. Implementing continuous adaptation to technology innovation in complex adaptive organizations [J] .*Journal of High Technology Management Research* , 2018 , 29 (1) - 33-50.

entrepreneurship in China, we used approaches that are important for understanding the management features of modern entrepreneurial organizations, which are highlighted in the works of D. M. Gvishiani⁶⁴, A. I. Kravchenko⁶⁵, Y. D. Krasovsky⁶⁶, E. F. Molevich⁶⁷, O. I. Shkaratan⁶⁸, P. F. Drucker⁶⁹, Y. M. Bespalova, V. A. Kondakov⁷⁰, M. B. Bryantsev, M. S. Kagan⁷¹, O. G. Leonov⁷², O. V. Tokarenko⁷³, Del Giudice, M.⁷⁴, Kretschmer, T., Khashabi, P.⁷⁵, Smith, P., Beretta, M.⁷⁶, Geiger M.⁷⁷, Nikiforou A. I.⁷⁸ et al .

The activity of young people in Chinese society increased in the second half of the last century and these trends are highlighted in the works of Garushyants Yu.M.⁷⁹,

64 Gvishiani D. M. Organization and management - Ed. 2nd supplement – M. - Nauka, 1972. – 536 p.

65 Kravchenko A. I., Tyurina I. O. Sociology of management - a fundamental course - A textbook for students of higher educational institutions. 2nd ed., ispr. and add. – M. - Academic Project, 2005. – 1156 p.

66 Krasovsky Yu. D. Organizational behavior. 4th ed., reprint. and additional – M. - UNITY-DANA, 2012. – 487 p.

67 Molevich E. F. On the structure of modern sociological knowledge // Sociological research. - 1997. – No. 6. – p. 3 – 9.

68 Shkaratan O. I. Etakratism and the Russian societal system // Social Sciences and modernity. - 2004. – No. 4. – p. 49-62.

69 Drucker P. F. The concept of a corporation. N.Y., 1946. – 329 p.

70 Bespalova Yu. M., Kondakov V. A. Precariat in modern Russia - the danger of resentment // News of higher educational institutions. Sociology. Economy. Politics. Tyumen. - Tyumen Publishing House. industry. un-ta, 2016. – No. 2. – p. 6-11.

71 Kagan M. S. Human activity (Experience of system analysis). – Moscow - Politizdat, 1974. – 328 p.

72 Leonova O. G. Global regionalization as a phenomenon of the development of the global world // Century of Globalization. Volgograd. - Teacher Publishing House, 2013. – No. 1. – p. 59-66.

73 Tokarenko O. V. Theoretical and methodological approaches to the analysis of value orientations and entrepreneurial behavior. The world of Russia. - 1998. – No. 3. – p. 138.

74 Del Giudice, M., Sciotto, V., Papa, A., Tarba, S. Yu., Bresciani, S. and Varkentin, M. (2021). A self-adjusting model for intelligent manufacturing SMEs - the impact on digital innovation. Journal of Product Innovation Management, 38(1), 68-89.

75 Kretschmer, T., and Hashabi, P. (2020). Digital transformation and organizational design - an integrated approach. California Management Review, 62 (4), 86-104.

76 Smith, P., and Beretta, M. (2021). The Gordian Knot of Digital Transformation practice - Overcoming emerging paradoxes in dual organizational structures. Journal of Product Innovation Management, 38(1), 166-191.

77 Geiger M. Meta-analysis of the gender gap(s) in venture financing - Perspectives focused on sponsors and entrepreneurs [J]. Business Venturing Insights Magazine, 2020, 13:e00167

78 Nikiforou A. I., Liukas S., Vudouris I. Network structure and entrepreneurial behavior at the firm level - the role of market and technological knowledge networks [J]. Journal of Business Research, 2020, 106(1):129-138.

79 Garushyants Yu.M. The movement of May 4, 1919 in China. 1959 48 p.

as well as the article by Kartunova A.S.⁸⁰, Galenovich Yu. M.⁸¹, Bem K.Yu.⁸², Voskresensky A.D.⁸³, Delusin L.P.⁸⁴, Vidal Zh.E.⁸⁵, Usov V.N.⁸⁶, Aslanov R.M.⁸⁷, Tikhvinsky, S.L.⁸⁸, Gelbras V.G.⁸⁹.

In modern conditions, the role and place of Chinese youth is described in the articles of M.K.⁹⁰ Kordubaev, M.E.⁹¹ Androsenko, N.A.⁹² Ilyinova, Li Palin⁹³, Wang Yang⁹⁴. A significant contribution to the coverage of the role of youth in the development of entrepreneurship was made by the work edited by M.K. Gorshkov⁹⁵, where a comparative analysis of the characteristics of Russian and Chinese young entrepreneurs

80 Kartunova A. S. K 90-y godovtshine "dvijeniya 4 Maya" // problemi Dalnego Vostoka No. 4, 2009, p. 41

81 Galenovich Yu.M. "Kulturnaya revoliutsiya" V KNR Chto je Eto takoe bilo? // Zametki kitayev. - M. - Muravey, 2002 P. 261-272

82 Bem K.Yu. K voprosu O perspektivax molodejnogo dvijeniya V Kitae. // Obshchestvo I gosudarstvo V Kitae - XXXII nauchnaya conference / in-T vostokovedeniya; Sost. I ATV. red. N.P. Svistonova. - M. - Vost. lit., 2002 p. 145-148

83 Voskresensky A. D. Kitay I Russia v Evrazii. Istoricheskaya dynamics politicheskikh vzaimootnosheniy-Moscow - Izdatelstvo "muravey" MGIMO, 2004 – 564 P.

84 Delyosin L. P. "Kulturnaya revalyutsiya" - tridsat let spostya // Vestn. nauch. inform. /In-T mejdonar. Egan. I Palit.issled. Ran. - 1997 p. 75-81; Delyosin L.P. Kitay V poiskakh putey razvitiya-Moscow - MGIMO, 2004 – 317 P.

85 Vidal C.E. Shturmoviki Mao Szeduna / / Kuda vedet Kitay Gruppya Mao Szeduna - per. S FR. I.Schreybera. - M. - Progress, 1967-S.143-151.

86 Usov V.N. PRC - From the "great leap" to the "cultural Revolution" - (1960-1966) // Inform. byul. / RAS. In-t Gave. Of the East. - M., 1998 p. 109-122.; Usov V.N. Chinese Beria Kang Sheng. M. - OLMA-PRESS; JSC PF "Red Proletarian", 2004 – 479 p.

87 Aslanov R.M. Three models and prospects of socialism in China // East - Russia - West - Ist. i kulturool. research - To the 70th anniversary of Academician V.S. Myasnikov. - M., 2001 - p.473-491.

88 Tikhvinsky S.L. The History of China and modernity. Moscow - Nauka, 2001 360 p.

89 Gelbras V.G. Socio-political structure of the People's Republic of China in the 50-60s. -M. - Nauka, 1980 - p.131-141.

90 Kordubaev M.K., Shmigirilova L.N. National model of youth policy implementation in the People's Republic of China (PRC) // Scientific community of students of the XXI century. SOCIAL SCIENCES - Sat. art. on mat. XXVI international student. scientific. practical. conf. No. 11(25).

91 Androsenko M.E. Youth as the potential of social changes in society // Bulletin of Moscow State University. The series "Psychological Sciences". No. 1, 2012 p. 44-48

92 Ilinova N.A. Youth in the social space of society // Successes of modern natural science. - 2007 – No. 1 – p. 89-91

93 Li Peilin Chinese youth in the face of new opportunities and challenges // Russia and China - Youth of the XXI century. editors - M.K. Gorshkov, Li Chunlin, Z.T. Golenkova, P.M. Kozyreva. — M. Novy Chronograph, 2014 p. 405-411

94 Wang Yang. The social mission of Chinese universities in the context of modernization // Theory and practice of social development. 2018. No.5. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-missiya-universitetov-kr-v-usloviyah-modernizatsii> (accessed - 12.04.2020).

95 Russia and China - Youth of the XXI century. editors - M.K. Gorshkov, Li Chunlin, Z.T. Golenkova, P.M. Kozyreva. — M. New Chronograph, 2014 p. 405-411.

as a creative force of society was carried out.

The research uses the ideas of Chinese scientists who have deeply studied the history and modernity of Chinese entrepreneurship – these are Bau Oy, Wang Geping, Wen Jiabao, Li Xianghong, Li Haiyan, Li Qiang, Li Zhiyuan, Ma Rong, Pan Xining, Su Junzhang, Sun Taiqing, Sun Yuxiu, Xu Min, Xu Yamin, Xiong Feng, Qi Pengfei, Fan Chunyong, Han Zheng, Zhao Xiangze, Chen Enfu, Yu Jiyan and other Chinese scientists.

The presence of a large number of publications on the problems of Chinese youth makes it possible to thoroughly investigate the values and value orientations of Chinese young entrepreneurs, to give a scientific interpretation and analysis as an element of the social structure of Chinese society. It should also be noted that a significant part of the information about the values and value orientations of young Chinese who are active in entrepreneurship can be gleaned from private scientific research on economics, marketing, management, etc.

The object of the dissertation research is young Chinese entrepreneurs.

The subject of the dissertation research is their values and value orientations.

The purpose of the dissertation is to identify, study and systematize the main characteristics of values and value orientations of young Chinese entrepreneurs, as well as the specifics of their formation and influence on the social structure of Chinese society in modern conditions.

The realization of the set goals is achieved by solving the following research **tasks**:

1. To conduct a historical and sociological analysis of youth entrepreneurship as an element of the social structure of Chinese society, to identify and characterize the role and place of Chinese universities in preparing young people to participate in entrepreneurship.

2. To clarify the essential characteristics of values and value orientations of young entrepreneurs as an object of research in sociology. Based on the theoretical and methodological principles of Russian and Chinese sociological science, to analyze the concepts of "value" and "value orientations" regarding the entrepreneurial activity of

Chinese youth.

3. To study the typological characteristics of the sociological portrait of Chinese young entrepreneurs. To clarify the specifics of the sociodynamics of value orientations of young Chinese entrepreneurs in modern conditions;

4. To conduct a comparative analysis of the values and value orientations of Russian and Chinese young entrepreneurs based on a network approach to the study of market qualities.

Research hypotheses

During the period of market transformations in China, the attitude towards youth entrepreneurship has transformed from its complete rejection to systematic and active support from the state and society. In modern conditions, young entrepreneurs in China occupy a significant place in the business environment, and its role is increasing.

Young Chinese entrepreneurs represent a special socio-demographic group of Chinese youth, who have a peculiar system of values and value orientations expressed in the hierarchy of these values, and above all in relation to market values, to the acquisition of private property, concern for the profitability of the business, competitiveness, entrepreneurship and others. With these values, young Chinese entrepreneurs will differ from other groups of the Chinese population – older entrepreneurs, employees of state corporations, employees of private corporations and students, which is the basis for the localization of young Chinese entrepreneurs into a specific social group.

The scientific novelty of the study consists in identifying the essential parameters of the value orientations of young Chinese entrepreneurs, the relationship of market values with values of a different order (collectivist, business, human), as well as the mutual influence of a social group of young entrepreneurs and Chinese society based on a network approach.

The above result is decomposed in the following positions:

1. In determining the social role, stages and levels of development of youth entrepreneurship in the social structure of China, as well as determining its place in the hierarchy of Chinese society and specific features at the present stage. In particular, the

general regularity of the formation and development of youth entrepreneurship in China as dependent on the sociodynamics of the formation and development of the entire system of Chinese entrepreneurship and representing one of the varieties of entrepreneurial activity is confirmed.

2. In revealing contradictions and ways to resolve them in the activities of young entrepreneurs in China as one of the market mechanisms in the conditions of building a socialist society. The main elements of the system of activity of social institutions with young entrepreneurs are presented and characterized, as well as strategies and forms of work with them on the formation of social values, social motivation and ideological positions as important factors of successful entrepreneurial activity in the conditions of Chinese society.

3. In identifying the goals, objectives and role of educational institutions in attracting students and students to entrepreneurial activity. The typical directions and technologies of universities' work with young entrepreneurs of China are revealed, the values and value orientations of young Chinese entrepreneurs are structured at the macro and micro levels of research in sociology, their regulatory significance for the entrepreneurial activity of students and youth is revealed, a system of indicators and criteria on the basis of which these values can be studied is shown.

4. In the analysis of the collected unique empirical data on the values of young Chinese entrepreneurs, their systematization, structuring and characterization of the features of values as an element of the social structure, dependence on the socio-economic course in the development of Chinese society. From the positions of various sociological theories, the specificity of values and value orientations of young Chinese entrepreneurs as an object of research is revealed, filling the gap of scientific research on the peculiarities of youth entrepreneurship in the conditions of various social systems.

5. In substantiating the principles and strategies of comparative analysis of values and value orientations of Russian and Chinese young entrepreneurs, the characteristics of the identity and differences of these values, in revealing the peculiarities of understanding and attitude to the goals, means and results of entrepreneurial activity, the peculiarities of values in various fields of entrepreneurship. The features of the values

of young Chinese entrepreneurs in comparison with other groups and strata of the Chinese population are identified and characterized.

6. In developing the main provisions of the methodology of network analysis of value orientations of young Russian and Chinese entrepreneurs, as well as methodological approaches to conducting empirical studies of terminal and instrumental values characteristic of young entrepreneurs.

The theoretical significance of the thesis is to expand knowledge about the values and value orientations of young Chinese entrepreneurs as an object of sociological research based on various sociological principles and concepts. An important part of the work is the systematization of theoretical generalizations on the theory of values of specific social groups (young Chinese entrepreneurs) and their impact on the social structure of society.

Scientific and practical significance of the work

Both in Russia and in China, the results of the study can be taken into account in the organization of work with young entrepreneurs, in the development of youth policy strategies, building relationships between young entrepreneurs and other layers and groups of society. Theoretical and practical research material can be adapted and included in the program of courses "Sociology of Youth", "Sociology of Entrepreneurship", "Sociology of Russia and China".

The theoretical and methodological basis of the study was a multi-paradigm approach that combined the advantages of structural-functional, value-activist theory, as well as the principles of understanding sociology and the network paradigm. According to the plans, such a complex of theories allows not only to carry out theoretical generalizations that reveal the content of values and value orientations of Chinese young entrepreneurs, but also makes it possible to carry out their empirical research. The central idea of the work is to understand the role of Chinese young entrepreneurs as a special social group in Chinese society, which is trying to change the existing situation by implementing its values in accordance with the prevailing social circumstances. This is the conceptual framework of the study, which fully corresponds to the ideas of P. Bourdieu, E. Giddens, P. Shtompka. An important role in the study of the role of values

and value orientations of socially active subjects in sociology belongs to the theoretical and methodological developments of academicians V. A. Yadov and T. I. Zaslavskaya, including also the works of scientists of the St. Petersburg School of Sociologists - V. P. Tugarinov, A.O. Boronoev, P. I. Smirnov, etc.

The research methods were divided into two groups – general theoretical and empirical. The group of empirical methods includes - secondary analysis of data on young Chinese entrepreneurs, network analysis of their values, expert interviews, Internet surveys, questionnaires, the method of free associations.

As a result of the conducted research, the following main provisions were **formulated for protection:**

1. The formation of youth entrepreneurship in China begins with the reforms of 1978, with the period of transition of Chinese society to a legal society. At the earlier stages of the formation of Chinese entrepreneurship – during the transition from subsistence farming to a planned economy with a natural bias (1945-1950), during the transition to an industrial society from an agrarian one (1951-1966), during the transition to an open society (1967-1978), youth entrepreneurship did not represent a special social group and did not have a systemic character. This expressed the national specifics of China's social development in relation to the younger generation and youth entrepreneurship. Some characteristic provisions of the formation of youth entrepreneurship in China are recorded - 1. Rather late allocation of youth entrepreneurship into an independent social group; 2. Largely forced recognition of the role of youth entrepreneurship primarily as a way to increase youth employment; 3. Development of youth entrepreneurship mainly in cities; 4. Transformation of traditional ideas and recognition of the importance of independence in choosing the ways of professional orientations of young people.

2. The main elements of the system of working with young Chinese entrepreneurs are a set of ideological, organizational and educational measures implemented by the CPC and state organizations at the local, regional and state levels, formed development strategies, motivational measures, monitoring and analysis of youth participation in entrepreneurship. Substantial subsidies are allocated for youth

entrepreneurship, many educational institutions and specially created social institutions are involved in youth entrepreneurship. Youth entrepreneurship in China is assessed as an important strategic factor of social and economic growth, as well as as a social tool for the formation of motivation and self-education of young people - in the development of entrepreneurship in China, the emphasis is on youth. To a large extent, youth entrepreneurship is considered as a tool for the emancipation and realization of the creative beginnings of the individual. The economic component of youth entrepreneurship is primarily to ensure self-employment of young people. Improving youth entrepreneurship in China at the policy level and at the implementation level faces some mental difficulties that are systematically and consistently overcome thanks to the systematic work of the CPC, government agencies and educational institutions. The values and value orientations of young entrepreneurs constitute an important element of the social structure of Chinese society. Typological features of the values of young entrepreneurs make it possible to define this group of young people into a relatively independent element of society, which has specific social characteristics, such as special motivation, characteristic features of the socio-demographic and socio-professional order.

3. The values and value orientations of young Chinese entrepreneurs are mediated by socio-economic processes taking place in the general system of entrepreneurship in China, especially in small businesses. The value of entrepreneurship as a social activity among Chinese youth is constantly increasing, it is increasingly moving from the periphery of entrepreneurship in the direction of advanced sectors of socio-economic life of society;

4. The value orientations of young Chinese entrepreneurs differ significantly from the value orientations of other segments of the Chinese population, both Chinese youth and older people, including entrepreneurs of other age groups. This is most characteristic of market values, which are expressed in special attention to such values and recognition of their special importance;

5. The study of values and value orientations of young Chinese entrepreneurs on the basis of a network approach adequately reflects the social characteristics of young Chinese entrepreneurs, and the technology and mathematical apparatus of data processing

proposed in the dissertation can be recognized as an actual diagnostic procedure, on the basis of which applied problems of managing youth bickering and the formation of market values are solved.

The scientific reliability of the research results is confirmed by the use of modern research approaches and methods. To achieve greater objectivity of the conclusions and results of the empirical study, triangulation of various methods was used. The research strategy combines quantitative and qualitative research methods and corresponds to the theoretical and methodological approaches stated in the work. The validity of the research results is also confirmed by the approbation of the analysis conclusions in speeches at all-Russian and international scientific conferences. The reliability and validity of the research results is confirmed by the presence of publications in peer-reviewed scientific journals.

Approbation of results

The main provisions and conclusions of the study were reported and discussed at all-Russian and international conferences in 2017-2020.

1. Small Business in China's Digital Economy - milestones of the turning point of history from the founding of the People's Republic of China (1949) to the reforms of 1978. XVI All-Russian Scientific Conference "Information-Communication-Society". Society in the digital age. St. Petersburg State Electrotechnical University "LETI". January 24 – 25, 2019.

2. The sociological model of the value networks of Russians and Chinese - a study of the value potential. IX International Scientific and Practical Conference "Russia and China - History and prospects of cooperation". Blagoveshchensk (RF) and Heihe (PRC), Harbin (Heilongjiang Province, PRC), Tianjin (city of central subordination, PRC). May 20-21 , 2019

3. The growth of youth entrepreneurship in China as a factor of intergenerational solidarity. Solidarity and conflicts in modern society / Materials of the scientific conference XII Kovalev readings / Editor-in-chief - Yu.V. Asochakov. SPb. - Scythia-print, 2018. - 600 p. ISBN 978-5-98620-330-0. St. Petersburg State University, St. Petersburg, November 15-17, 2018.

4. Application of network analysis in comparative studies of the values of Russian and Chinese entrepreneurs. International scientific Conference "Communication Spaces - Language, Literature, Media" dedicated to the centenary of Irkutsk State University. Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communication of the ISU. Irkutsk, September 18-21, 2018.

5. Values of Russian and Chinese entrepreneurs - comparative analysis (Results of empirical sociological research). VIII International Scientific and Practical Conference. "Russia and China - History and prospects of cooperation". Blagoveshchensk – Heihe - Harbin - Changchun – Shenyang. May 21-28, 2018

6. Vectors of social solidarity in post-Soviet countries - comparative network analysis. VIII Kazan Euro-Asian Scientific and Practical Forum "Integration and modernization potential of Eurasia - Status, projects and implementation formats". (June 09-12, 2019, Kazan, Russia)

7. Network approach in interdisciplinary studies of ethnic processes (empirical model of "society as imitation" according to G. Tard). All-Russian Scientific Conference with international participation - XI St. Petersburg sociological readings Interdisciplinary approach in the study of modern ethnic problems. Saint Petersburg State Institute of Technology (Technical University) SPbGTI (TU) April 18-20, 2019.

8. Standards and role models of generation Y - regional sociodynamics (Based on the materials of an empirical study of Moscow – St. Petersburg – Irkutsk – Sevastopol). International Scientific and Practical Conference III Gottlieb Readings, Irkutsk State University, Irkutsk. September 10-16, 2019.

9. Solidarity in sociological research - approaches and indicators. Solidarity and conflicts in modern society / Materials of the scientific conference XII Kovalev Readings/ Editor-in-chief - Yu.V. Asochakov. SPb. - Scythia-print, 2018. - 600 s.. St. Petersburg State University, St. Petersburg, November 15-17, 2018

10. The strategy of sociological diagnostics of human capital based on values - the potential of the network approach (By the example of the study of scientific and educational centers). IV St. Petersburg International Labor Forum (Track "Labor Efficiency and quality of working life (social block)" February 27-28, 2020.

11. Human capital in the discourse of Russian and Chinese students (some results of an empirical study). International Scientific Conference "Text, Discourse, Narrative - Current trends and prospects for development" Tianjin - Volgograd, October 01-03, 2020.

Articles in scientific journals of Web of Science and in peer-reviewed journals recommended by the Higher Attestation Commission of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation:

1. Social well-being of the population of a megalopolis as an integral indicator. Discourse. 2020. Vol., 6, No. 2. p. 61-79

2. Network diagnostics of identification strategies in the organization - methodology and experience of pilot research. Discourse. 2020. Vol. 6, No. 4. p. 73-94

3. Network models of business values in the human capital structure of Chinese students. Scientific result. Sociology and Management. Vol. 7, No. 3, 2021. p. 135-151

4. Post Corona Society - How to Teach People be Social Again. Postmodern Openings.2020, Volume 11, Issue 1 Supl. 2, pages - 169-176

The research was carried out with the support of the RFBR in the framework of the scientific project No. 19-29-07443/19 "Scientific and educational centers as a factor in the formation of human capital in Russia - the format of the creation of world-class scientific and educational centers in accordance with the Presidential Decree "On national goals and strategic objectives of the development of the Russian Federation for the period up to 2024".

The structure of the dissertation work. The dissertation research consists of an introduction, three chapters, including 7 paragraphs, a conclusion, a list of references, which includes 185 sources in Russian, English and Chinese, and three appendices.

Chapter 1. Theoretical and methodological foundations for researching the values of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society

Analysis of the values of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society is a complex and problematic task.⁹⁶ Speaking of "social structure", researchers can invest different meanings and content in this very concept. This, as a rule, refers to a finite set of characteristics that serve as criteria in determining whether a person belongs to a given stratum (class, segment, etc.) within a given structure.⁹⁷

In our opinion, youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society can be shown as its important and relatively independent element, the values of which have been transformed over more than fifty years from complete non-recognition to active support and development by the state and society. Reforms and an open policy have significantly changed the ideas and values of youth entrepreneurship, which in the context of a globalizing society is increasingly acquiring new features. Characteristics of values at a certain stage of personality development are the result of the combined impact of all external factors at this stage.⁹⁸ The new economic conditions had a particularly strong influence on these changes, in which the attitude to education, profession, the sphere of love, marriage, consumption, etc. underwent the greatest changes. In accordance with the views of Deng Xiaoping, values acquired material, and not only spiritual expression and time limits - young people want to receive benefits today, not postponing "for later".⁹⁹

The task of a sociological analysis of the values of youth entrepreneurship can be considered solved if its characteristics are studied, which reveal a number of important features:

96 Su Qingxing - "Research on the Evolution of Chinese Youth's Values" // "Research on Youth Issues". 1992 Issue 5 苏倾兴：《中国青年价值观念的演变的课题研》//《青年问题研究》. 1992 年第五期

97 Torin P.A. To the concept of "social structure" // Knowledge. Understanding. Skill. 2010. №1. S. 233.

98 Chen Chen. Differentiation and Inheritance - Intergenerational Comparison of Corporate Youth Values. Chinese Youth Studies 08/2017 p.29. 陈晨，分化与继承：企业青年价值观的代际比较。中国青年研究。08/2017 p.29。

99 Liang Lin. Value Orientations of PRC Youth in the Conditions of Building a Socialist Market Economy // JSSA. 2003. No. 3. P.187.

- origins - the history of the emergence of the social institution of youth entrepreneurship in China;
- the current position of youth entrepreneurship in the overall structure of Chinese entrepreneurship;
- the status-role positions, socio-psychological characteristics and features of the values of that part of the youth who become an entrepreneur are revealed;
- the main connections of youth entrepreneurship with public and state institutions are shown - first of all, with the education system - universities and business;
- the directions of development and actual problems of young entrepreneurs as a specific socio-demographic group are identified.

In accordance with the solution of such problems, in our opinion, the place and role of youth entrepreneurship in the structure of Chinese society can be identified and highlighted. These issues will be dealt with in the first chapter.

1.1. Historical and sociological analysis of youth entrepreneurship as an element of the social structure of Chinese society

In modern China, young people are not only included in the effective economy of the country at the stage of transition to a post-industrial information society, modern "China relies on the rapid innovative development and deep diffusion of infocommunication technologies in all spheres of economic and social life",¹⁰⁰ which cannot be done without the active participation of young people and formation of market values of young Chinese.¹⁰¹¹⁰²¹⁰³

100 Shultseva V. China's digital economy - "Assimilation! Resistance is useless!". Telecommunication business. http://www.lastmile.ru/files/article_pdf/4/article_4702_931.pdf Date of access - 9.12.2018

101 Trotsuk I. V., Skrynnikova M. P., Ji Jinfeng. Priorities of Chinese youth in the professional sphere and the position of young professionals in the labor market of China // Theory and practice of social development. 2014. No. 12.

102 Kasabutskaya M. S., Kovtun E. A., Petrov A. V., Savin S. D. Perception of corruption in the minds of the youth of Russia and China // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). 2018. No. 2 (47).

103 Liu Peng. The impact of the media on the formation of value orientations of the youth of China // Topical issues of modern science. 2010. No. 15.

The origins of modern youth entrepreneurship in China are formed in the process of development of the entire system of Chinese entrepreneurship - its many forms and directions, the formation of the economy as a whole. According to the russian.people.com.cn newspaper, which cites China's State Administration for Market Regulation,¹⁰⁴ China's 40 years of reform and opening up have seen an increase in the number of individual entrepreneurs. At the end of October 2018, there were actually 71 million 372 thousand individual entrepreneurs and 30 million 674 thousand private enterprises operating in China. The number of the former has increased by more than 500 times, the latter has increased by 338 times, among private entrepreneurs, there are many young people, with strong resilience and vitality, they have played a major supporting role in stabilizing employment and economic foundations in our country, and have made a significant contribution to China's economic development.¹⁰⁵ Many of China's young entrepreneurs are people known throughout the world as accomplished businessmen with billions in profits.

It should be noted that the study of youth entrepreneurship in the early stages of the formation of the PRC was very difficult, because, according to M.K. Gorshkov, in Chinese society - “The youth generations were able to declare themselves loudly as the main structural regenerating factor of society only at the industrial stage of the formation of market relations”.¹⁰⁶ Therefore, data on youth entrepreneurship in China in the early stages of the formation of a socialist economy were predominantly of an overview nature.¹⁰⁷

Stages of formation of youth entrepreneurship

Youth entrepreneurship in China could not have arisen before it began to

104 The number of individual entrepreneurs in China has increased more than 500 times over 40 years of reform and opening up / <http://russian.people.com.cn/n3/2018/1208/c31518-9526593.html>)

105 Lv Peng, A new model to promote the growth of a new generation of entrepreneurs. Journal of the Central Institute of Socialism 2021 Issue 3 p.73. 吕鹏, 推动新生代企业家成长的新格局。中央社会主义学院学报, 2021年第3期. 73。

106 Cherevko Yu. V., Ivchenkova M. S. Conference “Sociology of Youth in China and Russia” // Power. 2012. No. 8. P. 165.

107 Gordon A.V. Market socialism and the formation of a class of entrepreneurs in China // Social and Humanitarian Sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 9, Oriental and African studies - Abstract journal. 2018. No. 4.

arise among people of older generations. Therefore, it is advisable to consider the features of youth entrepreneurship in accordance with the periods and stages within which Chinese entrepreneurship is generally formed. The most stable in this regard is the scientific position, which identifies four relatively independent stages in the development of entrepreneurship - 1. The transition from subsistence farming to a planned economy with a natural bias (1945-1950); 2. Transition to an industrial society from an agrarian one (1951-1966); 3. Transition to an open society (1967-1978); 4. Transition to a legal society (after 1978). At the same time, some authors-researchers emphasize that it is more correct to distinguish the periodization of the stages of China's economic development by linking the stages of development with personalities in the leadership of the party and the state of Deng Xiaoping, Jiang Zemin, Hu Jintao and Xi Jinping, which will make it possible to more strictly distinguish the stages of development of youth entrepreneurship¹⁰⁸.

Stage 1. The transition from subsistence farming to a planned economy (1945-1950) Until the time of the creation of the People's Republic of China (1949), China experienced long-term unrest and war, and this could not but affect the lag in the economic level, the depreciation of the currency, the weakness of the transport system . As for the idea of a planned economy, in the early 1950s the new government succeeded in curbing inflation, revitalizing the economy, and rebuilding industrial systems that had been badly damaged by the war. Based on the National Policy Adjustment in 1950, private industry and trade had to comply with the government's plan for production and marketing. To revitalize the rural market, a state-controlled grain market was established in rural market towns, allowing farmers to freely trade surplus products at market prices after the sale and marketing of the product to the state is completed.

At the beginning of the founding of the People's Republic of China, there was a lack of a strong resource base for economic development, and the social order was chaotic, the national economy was on the verge of collapse. At that time, the general system of government was more oriented towards equality between economic organizations-units and provided basic guarantees for the survival of people. Therefore,

108 Galagan A. B., Savinov Yu. A. The evolution of China's economic development model // Russian Foreign Economic Bulletin. 2016. №6. pp. 40 - 46.

although the system of unit organizations is not conducive to competition and efficiency maximization, it has while been able to adapt to the requirements of social development. The centralized distribution of resources created a channel that could connect the state with every member of society. Collective interests and national interests replace human relations and become its highest social value - "To promote the collective interests and obtain better life security through the unit" - these proclaimed values also greatly reduced the likelihood that people would engage in individual rather than collective labor activities. As the analysis shows, in the historical period under consideration, the standard of living of people was low, the general level of education decreased, information and new ideas ended up in a closed social space, and the economic environment was not free.

Transformations of agriculture in 1949-1952. did not bring success and by 1953 it turned out the inability of agriculture to provide the country with food, which served as the basis for the introduction of a state monopoly on bread and basic foodstuffs, and then, in 1953-1954. to strengthen command and control and reduce the scope of market regulation.¹⁰⁹ This laid the socio-economic prerequisites for the restoration of the Asian model of production. Peasants from land owners again became tenants, and all power and property passed into the hands of the state administration apparatus. At this time, the ruling party proposed a program of "four modernizations" (industry, agriculture, transport and defense). These decisions served as a new impetus for the implementation of the next steps for economic transformation.

Despite all efforts, even by the middle of the 20th century, China was a pre-industrial society in terms of economic development. Almost the entire population (up to 90%) was employed in the agricultural sector of production with very low labor productivity. Industrial growth rates were quite high (higher than in industrial countries) and averaged 5.6% per year, but the share of industry in the country's national income was no more than 10%. There was a high degree of concentration of industrial production in certain regions of China (up to 2/3) in Shanghai and Northeast China. The basis of the industry was made up of two industries - textile and food, which accounted for more than

109 Vinogradov A. V. The Chinese model of modernization. The search for a new identity. Second edition, corrected and enlarged. M. - NOFMO, 2008. P.142.

half of the manufactured industrial product. National income growth rates were 1.2-1.3% per year, largely because the share of industry and the modern sector in the economy was low. The national per capita income in 1950 was \$55, which was four times lower than in the USSR in 1928, i.e. at the start of the industrialization process.

The entrepreneurial spirit of young people during this period was not of an institutional nature and differed little from previous times, the times of traditional society. The individual entrepreneurial initiative of young people could develop exclusively within the peasant communes, since the entire economic life of Chinese society consisted practically of peasant communities, although, nevertheless, the provision of food for the Chinese population remained an extremely acute problem. Being in the composition of the communes was often violent, which in itself did not allow the freedom of activity of young people.

2. *The transition to an industrial society from an agrarian society - the "great leap" (1951-1966)* The country's development policy based on the creation of numerous peasant communes failed. It was replaced by the policy of intensive development of the industrial economy - the policy of the "great leap" (1958). A large number of technical experts were invited to China, mass training and retraining of industrial workers were carried out, who were trained to improve labor efficiency in order to increase national income, and the PLA was modernized. Industrialization was carried out according to the Soviet model, through the introduction of Soviet and Eastern European technologies. From 1953 to 1957, the first five-year plan for the development of China's national economy was implemented. Young people were actively involved in solving the problems of industrialization, which created new social conditions and circumstances that provided additional opportunities for the manifestation of the individual initiative of boys and girls.

Simultaneously with the development of industry and trade, one of the undertakings of that time was collectivization according to the socialist type. As the well-known sinologist A.V. Vinogradov, "it was a purely technological operation, but not for the physical destruction of class enemies, but for stimulating economic growth and financing industrialization through the consolidation and centralization of

management".¹¹⁰

The main and obvious goal of both the agrarian reform and the socialist transformation of industry and trade was to be accelerated socio-economic development. It is important that along with grandiose events, the government sought to quickly increase the opportunities for small business, primarily in industrial and agricultural production, to achieve its increase in the short term. However, at the same time, the result of a comprehensive socialist modernization during this period was the elimination of private property and the restriction of market relations. And therefore, the first experience of modernizing a traditional society into an industrial one along the path of a socialist, mobilization model, the “socialist market economy,” turned out to be unsuccessful.

At the same time, there were reasons of a different, non-economic nature, which held back the initiative and creative energy of the young Chinese population. Overwhelmingly, these reasons concerned public consciousness, the awareness of the Chinese society of its creative power and the new creative purpose of youth. It was not an easy task. At some point, China began to completely imitate the economic model of the Soviet Union, observing its specific Chinese characteristics. In the macroeconomics of the PRC, all the forces of the country were mobilized to carry out major events and a path was developed for mass effective industrialization, which concentrated on the collective will according to the Soviet model.

As generalizing conclusions, it should be noted that in the era of the planned economic system, organizations at all levels, regardless of the vertical (layer) or horizontal management structure, were completely tied to the instructions of central state planning, and the whole society was built as cross organizations that create a single and at the same time homogeneous social structure. Not only economic organizations, but also public and political organizations become units of state administration. As a result, a social environment is formed in which the thoughts, behavior and daily life of all its members are monitored, also considered as units of control, but smaller units. Unit organizations concentrate in themselves a wide variety of functions and resources to meet

110 Vinogradov A. V. The Chinese model of modernization. The search for a new identity. Second edition, corrected and enlarged. M. - NOFMO, 2008. P.142.

the needs of the members of this unit, and each member of the unit organization, regardless of age, gender, education, etc., is completely dependent on the distribution of resources and social benefits of the unit organization. Thus, as a result of such a single centralized management of society, the government is obliged to take into account all, even the most insignificant and minor economic and social issues under its control, while paying significant attention to young people employed in the economic subsystem of society. Naturally, in such a socio-economic environment, the space for the activities of various entrepreneurial, professional, public and other institutions and individuals in society is decreasing.

At the end of this period, the "cultural revolution" (1966) begins, the main goals of which were mainly in the political sphere, and the youth was considered as an active social force for the revolution.

3. Transition to an open society (1967-1978). According to Chinese researchers, the class struggle in Chinese society escalated, which subsequently resulted in a cultural revolution. The main criteria for evaluating a person at that time were his political personality and his family background. According to these signs, a person should be judged on his personal value and his merits. The totalitarian power in the most frank forms forced the young Red Guards to destroy the traditional Chinese culture, at the same time the persecution of science and the persecution of intellectuals began.

During the Cultural Revolution, some opposed traditional Chinese culture, while others opposed universal human values such as human rights, freedom, democracy, and the rule of law. This social environment destroyed not only a large number of intellectuals, humanities and technical specialists, but also those who belonged to the early revolutionaries, who began the struggle for the free development of society, culture and science.

Along with this, the policy of decisive changes in strategy and the "cultural revolution" of Mao Zedong could not but affect a number of factors that formed a special attitude towards youth entrepreneurship. This concerned a specific understanding of the role of youth education, in which stable patterns and excesses appeared (for example, the refusal to study the national languages of the peoples of China), the destruction of global

classical and national literature, a simplified attitude to preserving the health of young people (the so-called "barefoot doctors" - *chijiao yishen* - who did not have a special education, but who were charged with ensuring the health of young people in communes, persecuting young people for dissent or refusing to accept the values of the "Great Leap Forward", replacing the experience of self-government with the participation of young people in revolutionary committees. The slogans of this time are the elimination of the "four old ones" - "old ideas, old culture, old customs and old habits". According to researchers, the "Cultural Revolution" became a disaster for the entire population of China.¹¹¹ After the adoption of the Constitution of 1975, the freedom and independence of young people were significantly limited.

Special mention should be made of the attitude towards sociology during this period, as a science that promotes awareness of the role of young people in society. Sociological science always plays a special role in the life of society. It is no coincidence that it was sociologists who were touched by the *wave of contraction during the Cultural Revolution*. According to contemporaries, there were several reasons why sociology was banned in China. So, first, in the 1950s. the whole country was absorbed in the idea of building socialism, and the ideas and standards of the USSR were taken as a model, where back in 1920-1930. sociology were declared "bourgeois pseudoscience". Secondly, the main ideas and methods of the development of society had to be studied not sociologically, but from the point of view of historical materialism. Third, the new Chinese socialist society was not supposed to have the kind of problems inherent in capitalism. Fourthly, Mao Zedong himself personally had a negative attitude towards sociology, calling it "vulgar", "opposing class struggle" and "dialectical method"¹¹².

The individual and private economy were also seen as areas of activity that should be limited. The private entrepreneurship of young people has only been criticized from various stands.

At this time there was a search for a source of further transformations of

111 Buyarov D. V. China's national policy in the late 1950s - late 1970s // ISOM. 2016. No. 1-1. P. 41.

112 Veselova L.S., Deryugin P.P., Lebedintseva L.A. Vectors of the formation of Chinese sociology - pragmatic orientation, preservation of tradition. Sociological research. 2018. No. 7. P. 124-134.

Chinese society. The "cultural revolution" as a whole was an unnatural form of historical movement for Chinese civilization and did not lead to success. What was the most characteristic for understanding the role of youth in entrepreneurship of that period:

- rigid fixing of the place of residence, status and role that boys and girls had to follow;
- approval of the leveling position of all youth (city-village), which did not imply the development of entrepreneurial initiative of young people;
- the desire of young people not so much to show their individuality and enterprise, but to get into the bureaucratic elite - ganbu - a special estate in the social structure of China¹¹³.

The Great Proletarian Cultural Revolution, as it is called in Chinese sources, ended in 1976. and from that time on, a course was set in China towards the formation of a rich democratic socialist state.

The market economy and entrepreneurship in this strategy began to be seen as development goals. In particular, many modern economic institutions were formed in the PRC almost from scratch¹¹⁴, strategic directions for the prospects for innovative development were formed¹¹⁵, a deep analysis of the scientific foundations of the economy was made¹¹⁶, strategic steps were taken to overcome the technical backlog¹¹⁷ and the principles of economic cooperation were formulated¹¹⁸. The role of youth entrepreneurship in these transformations was seen as rather passive.

It is important to emphasize that already at the final stage of this period, the

113 Gordon A.V. Market socialism and the formation of a class of entrepreneurs in China // Social and Humanitarian Sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 9, Oriental and African studies - Abstract journal. 2018. No. 4. P. 139.

114 Liu Yingying. The formation of the banking system and its current state // Ideas and Ideals. 2019. No. 2-2.

115 Reshetnikova M.S. Experience in the formation of the innovation environment within the framework of the state innovation strategy of China // MIR (Modernization. Innovations. Development). 2016. No. 3 (27).

116 Ye Zhaoxia, Petrov AV Economic sociology in China // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). 2017. No. 1 (42).

117 Gao Ying. Formation of the scientific and technical potential of China // Vestnik RUDN University. Series - Economy. 2007. No. 3-4.

118 Kharina U.Ya. Formation and development of the investment attractiveness of the PRC // Economic Bulletin of the University. Collection of scientific works of scientists and graduate students. 2016. No. 29-1.

state began to make certain efforts to study the processes taking place in the youth environment¹¹⁹¹²⁰, including those related to youth participation in the economy and entrepreneurship¹²¹. In fact, this was evidence of the awareness of the role and potential of youth entrepreneurship as a social process that acquired a certain significance for the life of Chinese society. The country's leadership emphasized that along with the formation of market foundations within the framework of a socialist economy, a "corresponding system of stable values"¹²² should take shape.

4. Transition to a legal society - "four modernizations" (after 1978). At the end of 1978, the government began to re-recognize the individual economy as an essential addition to socialist public property, a new legal platform made it possible to revive it and achieve a certain development. This was largely determined by the fact that reasonable conclusions were made about the role of small business, and the then leader Deng Xiaoping preferred the evolutionary nature traditional for China in the development and reform of all spheres of society¹²³. The earlier chaotic shyness with youth entrepreneurship led to the most profound social consequences that worsened the lives of Chinese youth. In the PRC, the economic mechanism, forms of ownership and management systems have changed again, affecting youth entrepreneurship.

Market transformations have most significantly changed the perceptions of youth entrepreneurship in China. Really reformatted Chinese society positively perceived the development of youth entrepreneurship as an integral part of the market economy. Young entrepreneurs began to show themselves as an independent force both in the city and in the countryside. At first, these were predominantly small and inefficient enterprises

119 Xie Weihe. Research Trends Development Chinese Youth // Research Chinese Youth. 1996. № 4. 谢维和:《中国青年发展状态研究报告》//《当代青年研究》,1996年第四期

120 Lu Ping. Political Influence and Political Assessment Modern Chinese Youth // Research Youth. 1994. No. 2. 卢平《当代中国育年的政治效应及其评价》//《青年研究》,1994年第二期。

121 Cherevko Yu. V., Ivchenkova M. S. Conference "Sociology of Youth in China and Russia" // Power. 2012. No. 8.

122 Liang Lin. Value Orientations of PRC Youth in the Conditions of Building a Socialist Market Economy // JSSA. 2003. No. 3. P. 185.

123 Programme for the Study of Educational Theory of Deng Xiaoping. Beijing, 1998. 《邓小平教育理论学习纲要》.北京北京师范大学出版社.1998年6月。

engaged in the simplest areas of business - small private enterprises, often self-employed and handicraftsmen. There was a significant difference between young entrepreneurs in the city and the countryside; the ethnic origin of young people, the region of their residence (rich coastal provinces and poor continental ones), migrant origin, belonging to the family of officials and a number of other social characteristics influenced the conduct of entrepreneurial activities¹²⁴. The youth, like the whole "society in its diversity, participated in the formation of new institutions and a new system of values", forming a new system of attitude towards the entrepreneurial activity of boys and girls¹²⁵.

In this system of values, the values of socialist economic management and, at the same time, the market economy have a predominant influence. The ideas of pragmatism and rationality, which are being transformed into all aspects of the life of Chinese youth, have a strong influence on modern Chinese youth¹²⁶. Liang Ling, a researcher of the values of Chinese youth, shows¹²⁷ four stages in the formation of values of modern Chinese youth:

- *ideological*, at this stage, as a result of the Cultural Revolution, a system of common values of socialist identity is formed;
- *radical*, which is characterized by a critical perception of the values of Western culture, at the same time a platform is being formed for borrowing the values of improving the life of young people, its "westernization"¹²⁸;
- *analytical-critical*, rethinking the values of the Western world, which came after disappointment with failures in such a system of values;
- *the initial period of change and innovation (1990)*, understanding the

124 Gordon A.V. Market socialism and the formation of a class of entrepreneurs in China // Social and Humanitarian Sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 9, Oriental and African studies - Abstract journal. 2018. No. 4. P. 140.

125 GUIHEUX G. [Rec.] // Perspectives chinoises. - Hong Kong, 2008. - N 2. - R. 118-120. – Rec. ad. op. - Carolyn L. Hsu. Creating market socialism - how ordinary people are shaping class and status in China. – Durham; L. - Duke University Press, 2007. 225 p. C. 118.

126 Wang Yang. Social mission of Chinese universities in the context of modernization // Theory and practice of social development. 2018. No. 5.

127 Liang Lin. Value Orientations of PRC Youth in the Conditions of Building a Socialist Market Economy // JSSA. 2003. No. 3. ChS.187.

128 Liu Peng. Information and communication space of Chinese youth - the experience of sociological analysis // Theory and practice of social development. 2011. No. 5.

importance of taking into account national values and, for the first time, attention to the values of the individual¹²⁹, the role of individual initiative, creativity and innovation, which are especially characteristic of young people.

And, as modern sociological studies of youth entrepreneurship in China show, the current level of its development, mass character and coverage of various sectors of the economy differ significantly from youth entrepreneurship in Russia¹³⁰. In the digital economy, the youth entrepreneurship of Chinese entrepreneurs is aimed, among other things, at the development of information technologies and their wide promotion in all areas of industry and agriculture.

The presented stages of the development of youth entrepreneurship in China show that the beginning of the actual entrepreneurial activity was initiated by reforms after 1978. These reforms accelerated numerous social processes, due to which new social strata emerged, including private entrepreneurs, individual industrialists, merchants, etc., into which young Chinese also joined. In turn, this process can be divided into three stages¹³¹.

1978-1984 According to management statistics, in 1978 there were only 140,000 individual economic entities in all of China¹³². In 1989, after the permission to register private enterprises, the number of the latter did not exceed 90.5 thousand. In 1982, in order to reduce unemployment, in the Constitution of the PRC, individual entrepreneurship was legalized, it began to develop rapidly - the number of individual farms in 1978-1981. increased by 14.3 times (from 140 thousand to 2.28 million people), mainly due to unemployed youth, former criminals, disabled people, etc. Members of this stratum had an income even greater than that of workers in state and collective

129 Balchindorzhiyeva O. B. The problem of personal modernization in China // Vestnik OmGU. Series - Economy. 2015. №3.

130 Deryugin P.P., Lebedintseva L.A., Jin Ts., Shi I. Values of Russian and Chinese entrepreneurs - a comparative analysis (results of an empirical sociological study). In the collection - Russia and China - history and prospects of cooperation Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference. Managing editors D.V. Buyarov, D.V. Kuznetsov. 2018. P. 354-357.

131 A study of the influence of the family past on the entrepreneurial intentions of college students. Do Yanliao Xinjiang, Red Bean Education, Issue 30, 2021

132 The number of individual entrepreneurs in China has increased more than 500 times over the 40 years of reform and opening up / <http://russian.people.com.cn/n3/2018/1208/c31518-9526593.html>)

organizations, which led to a reduction in the income gap of different social strata, especially townspeople and peasants.

1985-1991 "After Comrade Deng Xiaoping's first southern inspection in 1984, the first wave of going to sea to do business was born¹³³". At this time, various types of private property arose, which gave rise to new social strata, incl. there was a stratum of private entrepreneurs. In the countryside, thanks to the introduction of settlement and volost enterprises, a large number of peasant entrepreneurs arose."Representative entrepreneurs such as Liu Chuanzhi, Zhang Ruimin, Wang Shi, Zong Qinghou, Xu Lianjie were born, representative companies such as Lenovo, Haier, Vanke, Wahaha, Hengan, etc. have become industry benchmarks in the future¹³³". At this stage, the level of economic inequality increased compared to the initial stage of the reforms - the income of employees of non-governmental organizations became higher than those of state ones; in the public sector, incomes of workers in monopolies lagged behind high-tech enterprises. But this generation is limited by its own technology and entrepreneurial consciousness, it is just a transitional group.¹³⁴

1992-1999 "In 1992, Comrade Deng Xiaoping made his second southern inspection and delivered a southern speech... In the same year, the 14th National Congress of the Communist Party of China put forward the goal of establishing a socialist market economic system.

With the widespread application of the modern corporate system and the flow of social elites from inside the system to the outside, two aspects of system reform, the continuous development of entrepreneurship has become the main driving force behind China's high economic growth in the late 1990s "¹³³, this is also directly caused by the large-scale development of private property and the growth strata of private entrepreneurs - in 1992 the number of private enterprises amounted to 139 thousand, which is one third

133 Liu Zhiyang, *Entrepreneurial Evolution in Forty Years of Reform and Opening up*. People's Forum / Mid-December 2018 p. 24. 刘志阳, 改革开放四十年企业家精神的演进。人民论坛, 2018年12月中, p.24。

134 Li Daokui, *Chinese private entrepreneurs in the new and old development model* Journal of the Central. Institute of Socialism, 2021 Issue 3 p.59. 李稻葵, 新旧发展模式下的中国民营企业家。中央社会主义学院学报, 2021年第3期 c.59。

more than in 1991; In 1999 the number of private traders reached 1.37 million, which is 12.7 times more than in 1991. In the mid 1990s. the reform reached state-owned enterprises - in the process of privatization, former managers of state-owned and settlement-volost enterprises became owners of part of their shares and joined the ranks of private entrepreneurs, strengthening the social status and economic power of this stratum. It was also significant that a number of political transformations were carried out in China, which influenced the development of a market economy due to a number of political transformations¹³⁵.

Contemporary Chinese social classes are divided into ten social classes. These ten social classes are - leaders of the state and society, managers, private entrepreneurs, vocational personnel, personnel, individual industrial and merchants, business service workers, industrial working class, agricultural working class, unemployed and semi-unemployed class in urban and rural areas.¹³⁶ ***Private entrepreneurs occupy the second, third and sixth levels.*** The largest entrepreneurs are located in the hierarchy immediately after the stratum of senior managers of state and party leaders. These are entrepreneurs engaged in large and medium business activities. The difference between this stratum and the stratum of state and public leaders does not have a clear boundary. In particular, it includes the former owners or founders of relatively large private enterprises. Entrepreneurs start hiring these professional managers for their businesses in the late 1990s. XX century, when there is a tendency to separate the right of ownership from the right to manage; other entrepreneurs, owners of enterprises who continue to manage the enterprise after changing its form of ownership to a joint-stock company, become professional managers-owners.

At the third level of the hierarchy is a stratum of private entrepreneurs who have a certain amount of private or fixed capital and receive profits from capital investments. Today, an entrepreneur in order to be in this stratum must have at least eight employees. Initially, this stratum had a low social status and consisted of residents of

135 Nguyen Xuan Cuong. Political reforms in China in the first years of the 21st century // Vestnik MGIMO. 2015. No. 2 (41).

136 Lu Xueyi, Contemporary Chinese Social Class. Beijing - Social Science Literature Publishing House, 2018 - 8. 陆学艺. 当代中国社会阶层. 北京: 社会科学文献出版社, 2018:8.

villages and counties. After 1992, the inclusion in its composition of managers and technical specialists of former state and collective enterprises, cadres of various organizations increased its social prestige. Due to ideological considerations, the political status of the stratum of private entrepreneurs does not correspond to its economic situation (there are many obstacles to the participation of its representatives in the political life of the country). The gap in the income of private entrepreneurs is very high depending on the amount of capital and the level of education. The basis of the stratum today is made up of medium and small entrepreneurs. In general, the stratum occupies 0.6% in the certification structure, but this figure varies by region - in developed regions it can reach 3%, in undeveloped regions - 0.3%.

The *sixth position* is occupied by individual industrialists and traders, who, according to Russian standards, can be classified as individual entrepreneurs. As the analysis in the stratification structure of China shows, it is the middle stratum of the stratum of private entrepreneurs that is developing most intensively, although so far the share of managerial workers, specialists and technical personnel, private entrepreneurs, office workers, individual industrialists and merchants, trade and service workers who make up the middle class, in Chinese society is small. In the future, it is possible to predict the stabilization of the stratification pattern - changes will occur only in the volume of strata.

A study of the history of the emergence of youth entrepreneurship in China reveals important social characteristics of this process¹³⁷. Describing the history of youth entrepreneurship, its main features should be noted:

1. Due to the traditions of Chinese society and the peculiarities of the historical path of development of the Chinese state, youth entrepreneurship arises quite late, at the stage of industrialization of the Chinese economy. The relevant decisions of the CPC and the Chinese government played an important role in the development of youth entrepreneurship. This is a period that corresponds in time to 1985 - 1992. Chinese researcher Wang Xiaodi characterizes it as a period when - “human capital, economic and

137 Qi Qinfeng. Value Orientations of Chinese Youth - Trends and Factors of Transformation of Labor Motivation // Theory and Practice of Social Development. 2013. No. 8.

power resources became the main factors of a market economy, the level of industrialization and urbanization increased, a peasant-type society began to gradually transform into an industrial one”¹³⁸. Significant human capital was formed thanks to the participation of young entrepreneurs in the development of the Chinese economy¹³⁹. In the same years (1985), the China Youth University for Political Sciences was opened, which develops China's youth policy, including the development of youth entrepreneurship.

2. Youth entrepreneurship in the conditions of socialist China was considered primarily as an effective means of increasing youth employment and gaining business experience in the future¹⁴⁰.

3. The first young entrepreneurs were young men and women - mostly urban residents. Thus, such areas of development as small trade, services, and transport have developed in youth entrepreneurship. In the provinces and in the countryside, youth entrepreneurship developed much more slowly. In the social sense, it should be noted the beginning of the formation of new relations between the older and younger generations of the Chinese population, when young people received more independence in choosing the paths and directions of their formation. Differences and new relationships between urban and rural youth also increased. According to a number of sources, significant inequalities arose here, which were previously unconventional for Chinese society. First of all, such inequalities are reflected in the values of the entrepreneurial part of the youth, therefore - “The issue of youth orientation must be considered from the angle of forecasting changes in values. The society itself and the types of conflicts in it are changing and developing. Consequently, the values of young people will also change. The main trend today is the priority of self-realization values and the acquisition of social benefits. Each member of society strives for these values without entering into sharp

138 Wang Xiaodi. The social structure of Chinese society - the dynamics of stratification processes // Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series - Sociology. 2011. No. 4.

139 Jiang Siyuan. Organizational structure and thematic focus of the newspaper "Beijing Youth" // Bulletin of the Moscow University. Series 10. Journalism. 2006. No. 6.

140 Lomova T. E., Timoshenko E. D., Yachin S. E. Transformation of value orientations of Russian and Chinese student youth in the context of globalization // Bulletin of the Far Eastern Branch of the Russian Academy of Sciences. 2009. No. 1.

conflicts with others”.¹⁴¹

1.2. Sociological profile of young entrepreneurs in China

In the scientific research of Chinese sociologists, Chinese youth entrepreneurship is considered from several sides, systematically and consistently, which largely reflects the recognition of the importance of the role of young entrepreneurs for the life of Chinese society, and how, in fact, such attention differs from approaches in the Russian research tradition.

The views of the Chinese community on the role of youth in entrepreneurship are centered around a set of postulates that coexist as conflicting scientific concepts.

First, *youth entrepreneurship in China is regarded as an important strategic factor in economic growth in a socialist society*. There is a contradiction in this. For ideological schemes in studies of the phenomenon of entrepreneurship, a clear opposition is obvious - youth entrepreneurship is formed in the special conditions of building a market economy in China, which carries out market transformations under the leadership of the Communist Party. For some classical schemes, the free market is not compatible with any political dogmas. Nevertheless, the economy of socialist China has been constantly growing over the past 30 years, occupies the 2nd place in the world in terms of GDP, in which youth entrepreneurship plays a significant role. This does not fit in with the ideas about market entrepreneurship, which grows on the basis of five-year plans, and at the same time the country's economy retains its diversity, big business coexists with state participation, attracting young people to participate in the form of youth entrepreneurial organizations in their structures. In the youth political doctrine of China, along with political and ideological education, other important principles of youth education are declared that contribute to the development of entrepreneurial activity of Chinese youth, in particular, support for youth initiatives in the economy and informing

141 Liang Lin. Value Orientations of PRC Youth in the Conditions of Building a Socialist Market Economy // JSSA. 2003. No. 3. P. 191.

young people about the possibilities of solving their socio-economic problems.

Secondly, in China, the role of youth entrepreneurship is important as a social tool for motivating young people to self-educate, transforming people's consciousness and emancipating the individual through creativity, which also *conflicts with the historical traditions of hierarchical education in obedience and subordination*. Some social realities may take shape not on the basis of certain values, but during periods of decisive social change, even contrary to the values that were recognized as the basis by previous generations.¹⁴² In the past, the desire for a "stable, iron rice ball" in the minds of today's Chinese youth is gradually disappearing, today's young Chinese have more individual preferences than older generations. Entrepreneurship incorporates a wide range of social, psychological, organizational and economic characteristics, and therefore it is an effective way to realize the personal and social values of Chinese youth. The world-famous Chinese entrepreneur Ma Yun, the founder and creator of the transnational corporation Alibaba, the boss, insists that young people who have not found work in government agencies should become entrepreneurs, and the sooner they do this, the better. And the most important thing here is the development of the person himself. Entrepreneurship requires full dedication, requires that a young man or girl who is engaged in entrepreneurship spend the necessary time and effort, take financial, psychological and social risks, receiving money and satisfaction as a reward. For the education of a multi-million social group of Chinese youth, this is a significant social motivation tool. This contributes not only to a person's desire for survival and self-realization. Through self-employment, young Chinese can closely integrate their interests and careers and do what interests them most and what they find most rewarding. Understanding entrepreneurship as a special social tool for educating young people distinguishes ideas about entrepreneurship in Chinese society.

Thirdly, for the Chinese understanding of youth entrepreneurship, it is also important that this is an activity which implies *the need to develop rational and at the*

¹⁴² Deryugin P. P., S. V. Panov, S. V. Kurapov, Shi I, E. A. Kamyshina Network diagnostics of identification strategies in the organization - methodology and experience of pilot research. DISCOURSE. 2020. Vol. 6, No. 4. <http://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-4-73-94>

same time creative thinking, which also does not correspond to Chinese emotionality and sensuality, Chinese mentality. Entrepreneurship is a dynamic process of progressive wealth building. But before starting a business, young people are forced to ask themselves a number of questions and answer them logically - what is the process of managing a start-up company; what are the main strengths of their own entrepreneurial projects, and what do they rely on to beat others and establish themselves in the market, how long can I persist if I do not rely on my strengths and resources? And numerous others. If you give answers to these questions, a logical and consistent idea of how to start a business will form, a special spirit will be required - the "spirit of capitalism" (M. Weber). In addition, entrepreneurship is a job that requires organizational talent, creativity, the desire to multiply wealth and a willingness to take risks¹⁴³. This is a process of creating something new, of some value, absorbing time and effort, involving the assumption of financial, moral and social responsibility, a process that results in monetary income and personal satisfaction with what has been achieved - which is so important for Chinese society in relation to rising generations. Thus, entrepreneurial ability is a person's ability to self-existence and self-development in entrepreneurial practice. After all, only if the entrepreneurial plan is thoroughly thought out, a young person with strong entrepreneurial abilities will not only not become a burden on society, but will also increase its employment through self-employment. He will inevitably be forced to transform his intellectual, volitional and emotional processes.

Fourth, the focus on youth *in China's economic policy is very contradictory combined with the mentality of the hierarchical relations of the older and younger generations.* The youth is a group of the Chinese population with great entrepreneurial vitality and is the most important subject of mass entrepreneurship and innovation. But at the same time, such independence is poorly integrated into the structure of society, where subordination to elders permeates all social institutions and structures.

From the foregoing, it is obvious that youth entrepreneurship in China is considered by the Chinese society as one of the most promising areas for the development

143 Polutova M.A. The genesis of the ideas of foreign researchers about the essence and characteristic features of the phenomenon of "Entrepreneurship" // Bulletin of the ZabGU. 2013.

of the country's economy, which is actually the potential for its growth. And it is no coincidence that at present the role and importance of youth entrepreneurship is increasingly attracting the attention of government circles, entrepreneurs and the scientific community.

The main point of such active attention to youth entrepreneurship in China was caused by the problems of ensuring youth employment, the ability to realize social needs, including the employment of university graduates, and the problem of moving surplus labor from villages to cities, overcoming the consequences of financial crises and increasing the level of earnings among young people. people and so on. The number of college and university graduates in China continues to rise. It is these practical problems that are the root cause of the formation of youth entrepreneurship as a social institution of the Chinese economic system. In general, this practice is consistent with international experience, which shows that the amount of money invested in youth entrepreneurship creates four times more opportunities for their self-settling into employment than the creation of these same jobs. Therefore, strategies to encourage young people to start their own businesses, which contribute to the rapid development of the Chinese economy, are promising and require careful study.

The sociological portrait of young entrepreneurs in China is made up of the basic characteristics of this socio-demographic group. In this case, we used data from statistical surveys of some research institutions and research centers in China.

The results of a study conducted by the Chinese Foundation for Youth Entrepreneurship and Employment among 8,520 Chinese young entrepreneurs in August 2022¹⁴⁴ showed that 51.3% were aged 19-23, of which 20 years were the peak of entrepreneurship.

In terms of the number of entrepreneurs, the number of start-up entrepreneurs was 73.4%, and the number of entrepreneurs who started their business many times was 26.6%. For entrepreneurs with multiple entrepreneurial experience, it increased with increasing age. of them, the age of 31 is an important node, among entrepreneurs over the

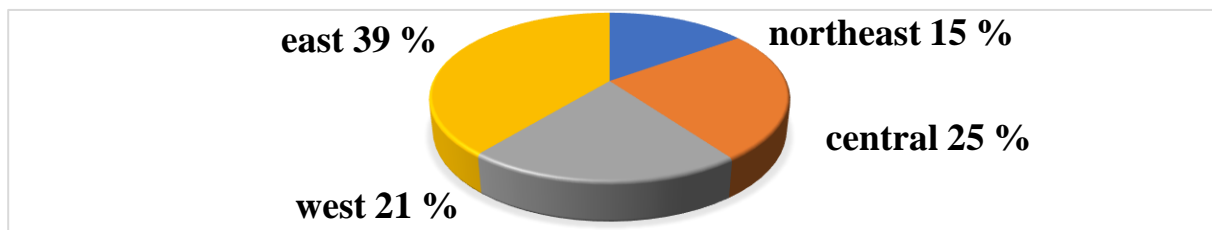
144 Youth Entrepreneurship Development Report (2022)

https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw (Date accessed - 09.01.2023)

age of 31, more than 53.7% are multiple entrepreneurs. It can be seen that most start-up entrepreneurs usually have a low success rate in their first entrepreneurship due to their lack of real entrepreneurial experience and various resources in related fields. With the increasing age and the increasing number of entrepreneurs, the continuous accumulation of entrepreneurial experience and related resources, many entrepreneurs become relatively mature, and the quality of entrepreneurship may be higher.

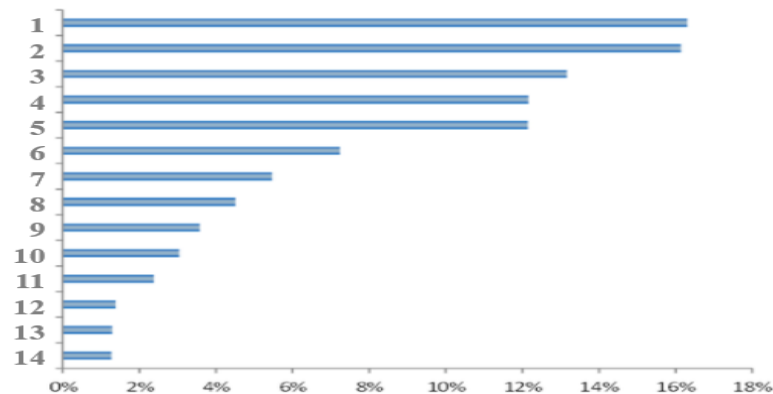
Youth entrepreneurship in China is most widespread *in the western regions of the country*, where it is developed approximately twice as actively as in other regions.

As can be seen, regional distribution and entrepreneurial projects are concentrated mainly in the western and eastern regions (graph 1).



Graph 1 - Comparison of the regional distribution of young entrepreneurs in China by regions of the country (1- east; 2 - central; 3 – west; 4 - northeast)

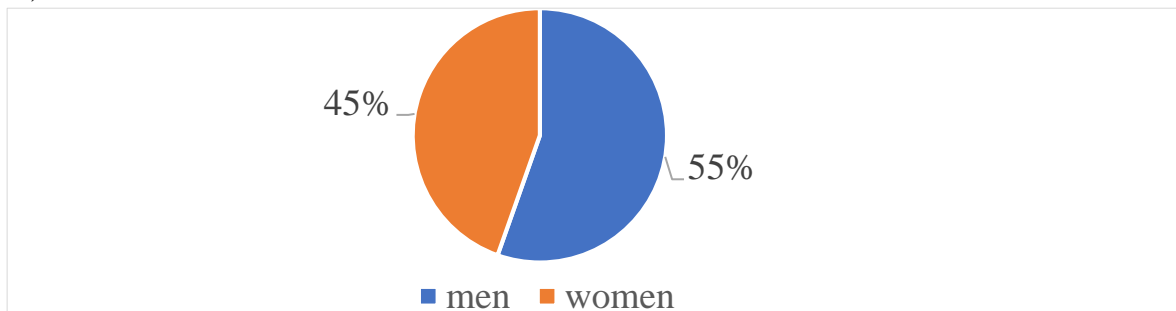
The distribution of youth entrepreneurship by field of activity is shown in Graph 2.



Graph 2 - Comparison of the sectoral distribution of youth entrepreneurship in China (1. Agriculture, forestry, animal husbandry; 2. Wholesale and retail trade; 3. Education and culture; 4. Sports and entertainment industry; 5. Accommodation and catering industry; 6. Household services industry; 7. Information technology in the service sector; 8. manufacturing; 9. Construction industry; 10. other; 11. Scientific research, technical services and geological exploration; 12. Finance and insurance; 13. Business services industry; 14. Transport industry).

It can be seen here that from the point of view of distribution by industry, nearly 70% of young entrepreneurial enterprises are concentrated in agriculture, forestry, animal husbandry and fishing, wholesale and retail, education and culture, sports, entertainment, accommodation and catering industries. Among them, agriculture, forestry, animal husbandry and fisheries accounted for 16.3%, and the wholesale and retail industries accounted for 16.1%¹⁴⁵, reflecting that young entrepreneurs tend to choose industries with low technology and capital thresholds to start their own businesses. This is also in line with the current situation of most young entrepreneurs who lack funds and social resources.

Girls and women occupy an important place in youth entrepreneurship (See graph 3).



Graph 3- Men and women in youth entrepreneurship in China

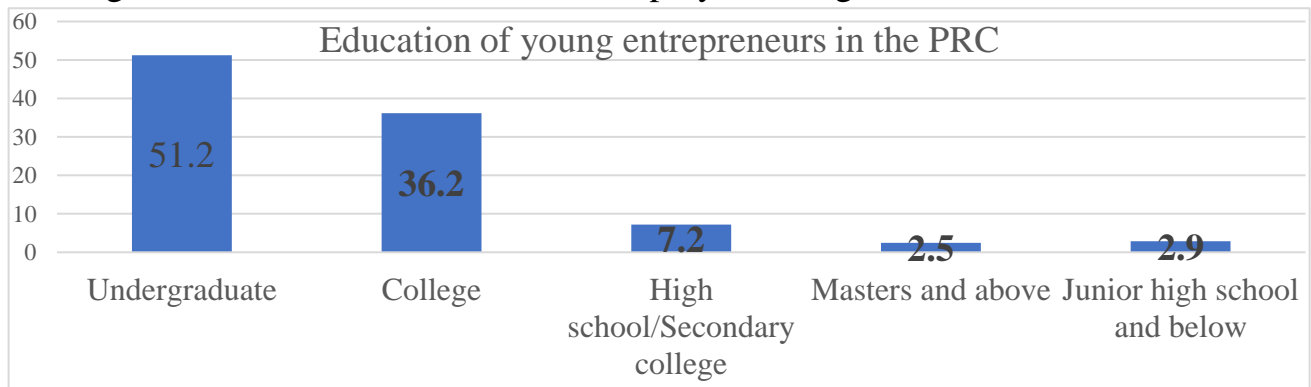
In terms of gender characteristics, women (orange in the figure) and male entrepreneurs accounted for 44.6% (blue in the figure) and 55.4%¹⁴⁶. It is noted that women entrepreneurs are changing stereotypical ideas about the role of women in entrepreneurship. Although the indicators of women in entrepreneurial abilities are somewhat inferior to those of men, however, they have high entrepreneurial enthusiasm. In Hong Kong, female young entrepreneurs make up the majority of Hong Kong entrepreneurs under the age of 35. For comparison, only 33% of business owners over the age of 55 were women. Kevin Herbert, an analyst at HSBC, said that Hong Kong and mainland Chinese women are "starting a new business much faster" and that "in the next generation of young entrepreneurs, *we are seeing something similar to gender equality for the first time.*"

¹⁴⁵ Youth Entrepreneurship Development Report (2022)

https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw (Date accessed - 09.01.2023)

¹⁴⁶"Report on the viability of a youth entrepreneurial city (2021)"

The number of entrepreneurs shows an inverted U-shaped distribution as the level of education rises, among them, junior high school and below accounted for only 2.5%, high school/secondary school 7.2%, college 36.2%, undergraduate 51.2%, master's degree and above 2.9%, the total proportion of entrepreneurs with college degree or above reached 90.3% ¹⁴⁷ (graph 4), it reflects that the degree of education of entrepreneurs is generally higher, the growth comes from the increase in the entrepreneurial group of colleges and universities, which reflects that our country has become more mature in the cultivation of innovation awareness and entrepreneurial ability of college students. From the point of view of the entrepreneur's professional experience, students make up about 51.3%, graduate students - 11.8%, and unemployed after graduation - 10.7%, total 73.8%.



Graph 4- The educational level of young entrepreneurs in China

(1 - Undergraduate; 2 - College; 3 - Secondary college); 4 - Masters and above; 5 - Junior high school and below)

Youth entrepreneurship in any country reflects the general trend in the state of entrepreneurship. China is no exception in this regard. Not so long ago, young entrepreneurs in China accounted for 2-3% of all young people, which was very similar to modern youth entrepreneurship in the Russian Federation. The situation is changing rapidly today. StartupBlink ranks the startup ecosystems of 100 countries and 1,000 cities. In the 2022 ranking, China's entrepreneurial ecosystem ranked tenth¹⁴⁸.

The orientation of youth entrepreneurship in China is formed mainly towards

¹⁴⁷ Youth Entrepreneurship Development Report (2022)

https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw (Date accessed - 09.01.2023)

¹⁴⁸ Startup Blink - Best Countries for Startups. <https://www.startupblink.com/> (Date accessed - 10.01.2023)

consumer interests. As previously noted, youth

entrepreneurship in the PRC is oriented towards the service sector or the tertiary sector as it is defined in China.

This fact reflects the characteristics of the social needs of the Chinese population (2020) - the highest share of consumption of food, tobacco, alcohol - 29.1%, clothing - 6.1%, housing costs - 25.8%, household items and services - 6.1%, traffic and communications - 12.9%, education and cultural entertainment - 9.6%, health - 8.0%, other materials and services - 2.4%.¹⁴⁹ According to statistics, more than 90% of Chinese say that they want to have children in the future, while 30% believe that it is most appropriate to have two children in a family. 74.5% believe that the main purpose of having a child is to strengthen the marital union and its maturity.

These traditional Chinese needs shape the needs of youth entrepreneurship.

This position differs from the patriarchal attitudes of traditional Chinese culture. 60% of young people are ready to raise and educate their children. Compared to their parents, they try to understand them more, 86% of respondents believe that parents and children are equal, parents should respect the views and feelings of the child, at the same time they are overly concerned about this and about 40% of respondents believe that parents should try to meet the requirements of the child.¹⁵⁰ The interests of large families provide a solid foundation for the opening of new businesses by young entrepreneurs.

Who becomes China's young entrepreneur. Under preferential policies, young people from all walks of life become entrepreneurs, but college and university students still make up the vast majority of them. China Youth Entrepreneurship and Employment Foundation, together with the China Academy of Labor and Welfare, in the "China Youth Entrepreneurship Development Assessment Report" shows that among young entrepreneurs, students are an important force in youth entrepreneurship,

149 China's Statistical Yearbook for 2021. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsjsj/2021/indexch.htm>

150 The magazine "Parents should Read" and the Beijing Agency for Testing the new Generation Market conducted a detailed analysis of the values and lifestyle of modern Chinese urban youth. <http://baby.sina.com.cn/news/2005-04-04/15903.shtml>

accounting for 40.5% of the total¹⁵¹, a number business support strategies at all levels of government to alleviate entrepreneurial concerns¹⁵². Modern students no longer follow the three-point line from the bedroom to the classroom to the dining room, they are no longer satisfied with the monotony of just reading books. And although the age of the knowledge economy is coming, the daily needs of students require their participation in entrepreneurship, which affects the many features of its organization.

In particular, this is manifested in the strategies for finding ways for college and university students to show entrepreneurial initiative. Mostly they come down to trying to secure their entrepreneurial income on a part-time basis, in part-time work, in work only on weekends and holidays, in part-time work. Part-time work, which young entrepreneurs are free to organize at any time, according to most students, does not negatively affect their learning. Common entrepreneurial options include tutoring and agency professions, brokering trades, advertising, etc. Students are sometimes grouped into campus "part-time groups" whose connections extend far beyond the original entrepreneurship program, from teaching, selling newspapers, promoting cosmetics, to forming networks. agents selling scarce goods. The survey shows that the proportion of college students with part-time jobs is as high as 71.3%. They spend about 16 hours a week part-time¹⁵³. The results of the study of the income level of students engaged in part-time entrepreneurship is about 200 yuan. However, there are also very high - 500 - 650 yuan per month¹⁵⁴. Along with this, some students from wealthy families can organize their entrepreneurship through investment projects.

Social well-being of Chinese private entrepreneurs. A Russian researcher studying the social well-being of the inhabitants of St. Petersburg named three important indicators - "The study was carried out according to three parameters - protection from

151 China Youth Entrepreneurship Development Assessment Report (2020) Growing Political and Economic Observation 16.11.2020 https://m.thepaper.cn/baijiahao_10003990 (Accessed - 17.11.2021)

152 Trotsuk I. V., Skrynnikova M. P., Ji Jinfeng. Priorities of Chinese youth in the professional sphere and the position of young professionals in the labor market of China // Theory and practice of social development. 2014. No. 12.

153 Wei Hejun. A Study on the Status and Influences of Underemployment of College Students from a Social Stratification Perspective. Journal of Shanxi Youth Vocational College. Issue 331, March 2020. p. 31.

154 "Report on the viability of a youth entrepreneurial city (2021)" (Date of access - 07/06/2019)

social dangers (Kz); degree of social optimism (Ko); life satisfaction"¹⁵⁵. The report of the 19th National Congress of the Communist Party of China also emphasized that people's sense of benefit, happiness and security should be more substantial, more secure and more sustainable. Chinese scholars also commonly consider the three indicators of security, sense of gain, and happiness as key indicators of social well-being, reflecting people's satisfaction and satisfaction with their current life, which in turn influences their actions and efforts to improve their lives in the future confidence¹⁵⁶. Clarification of the relationship between these three contributes to the improvement of the level of social management and increase the level of people's happiness¹⁵⁷. The results of the study of the social mentality of private entrepreneurs¹⁵⁸ show that - the overall sense of security among entrepreneurs is low, and their scores are especially low in areas such as corporate sustainability and information security. It also reflects the influence of Chinese foreign policy on entrepreneurial behavior; The overall sense of achievement is high, but the subjective assessment of social status is low, and the proportion of people who think they belong to the upper middle class is small, indicative of the phenomenon of "subjective downward status bias". The higher the relative status of entrepreneurs, the more they tend to invest in innovation activities¹⁵⁸, the perception of low social status by entrepreneurs also to a certain extent affects the development of innovative entrepreneurial activity; Private entrepreneurs are relatively satisfied with their current lives and generally feel happy. However, 54.7% of entrepreneurs still want to try to make some changes if given the opportunity. On the question of whether they want their children to take over, the share of people who answered "unsure" increased by 8.2% compared to 2019. On the one hand, this explains the multiple thinking about career choice by future generations. On the other hand, it also reflects that under the influence of the new corona epidemic of

155 P. P. Deryugin, L. A. Lebedintseva, O. V. Yarmak, Shi I, E. A. Kamyshina Social well-being of the metropolis population as an integral indicator. *Discourse*. 2020. T., 6, No. 2. P. 64.

156 Li Ping, Zhao Delei, The Status Quo and the Way to Optimize the Social Feeling of Private Entrepreneurs - Based on Two Surveys in Zhejiang Province, *Journal of the Central Institute of Socialism*, Issue 2, 2021, P.195

157 Xue Nianwen - The Significant Practical Significance of "Sense of Acquisition, Happiness, and Security", *National Administration* Issue 47, 2017

158 Ma Jun Luo Hengjun Xiao Xiao Perception of the Status of Private Entrepreneur and the Contribution of Corporate Innovation Management *Review Nankai* Volume 22 Issue 2 2019 p.150

pneumonia, the anxiety and social insecurity of the entire Chinese society has increased¹⁵⁹, and the enthusiasm and entrepreneurial confidence of entrepreneurs are not very high.

The motivation for choosing entrepreneurship as employment among the youth of China in recent times is becoming different than it was a few years ago. The main motive of youth entrepreneurship in China is manifested as *the desire to achieve results and success*. In the knowledge of entrepreneurship, the vast majority of young entrepreneurs feel the need for "self-realization"¹⁶⁰. In any case, in the vast majority of studies, entrepreneurial youth have higher self-efficacy, and their motivation to achieve results is much higher than the motivation for simple survival, i.e. realize your dream of a better life based on entrepreneurship, change people's lives and prove the vitality of your own values, achieve social identity as an accomplished entrepreneur.

In addition, social support networks also have a positive effect on students' entrepreneurial activities - "Social support usually includes support from all sides of society, especially material and emotional support from family, relatives and friends, as well as material, informational, systemic and political support from sides of government, society and the market"¹⁶¹. "Education and training, government support, market conditions, and the financial environment all have a significant positive predictive effect on college students' entrepreneurial readiness"¹⁶².

Entrepreneurship for some of the Chinese youth is the result of education. Naturally, along with such young people, some entrepreneurs face a passive choice, the choice of entrepreneurship under the pressure of economic problems. This negative choice motivation is often met and is also an important factor in the development of youth

159 Shi, Y., & Yaroschchuk, L. (2020). Post Corona Society - How to Teach People be Social Again. *Postmodern Openings*, 11(1Sup12), 169-176. <https://doi.org/10.18662/po/11.1sup2/149>

160 Lv Dewen. Passion and Rational Elves Youth Entrepreneur Mentality. *People Forum*, July 2019 ,P.106. 吕德文, 激情与理性勾勒青年创业者心态。人民论坛, 2019年07月中, p.106。

161 Ni Dazhao young entrepreneurs social network, resource acquisition capability and Henan animal husbandry University of Economics entrepreneurial performance in April 2021 (total 34 Volume 187) p.50. 倪大钊, 青年创业者的社会网络、资源获取能力与创业绩效。河南牧业经济学院学报, 2021年4月(总第34卷第187期) p50。

162 Wu Lishuang, Research on the Influence of Entrepreneurial Environment on College Students' Entrepreneurial Intention, *Higher Engineering Education Research*, 2019(1) - P.184 -189. 吴立爽, 创业环境对大学生创业意愿的影响研究。高等工程教育研究, 2019(1):184 -189。

entrepreneurship.

There is a significant positive correlation between the entrepreneurial experience of fathers and mothers and the entrepreneurial intentions of young people, the richer and more successful the entrepreneurial experience of parents, the stronger the entrepreneurial readiness of young people¹⁶³. Can also say - for Chinese youth entrepreneurship, the family plays an important role. A study of entrepreneurial motivation has shown that family ties play an important role in millennial businesses. The practical support and parental connections that are present in business families can be invaluable capital for building large enterprises.

Startup technology in youth entrepreneurship in China is different. Thus, 71% of young entrepreneurs enter entrepreneurship through “partnership entrepreneurship”. Due to the lack of social and business experience, youth entrepreneurship is often difficult to understand and fit into the general business community. Currently, a startup is first involved in the atmosphere of a small business, and then finds a partner. Another option is industry associations, which are important for understanding industry information, getting to know industry partners, and establishing broad collaborations to advance their position and influence in the industry. At the same time, young entrepreneurs can choose a startup park that can provide effective support services, and use the preferential policies and financial management services they provide to ensure the sustainable development of the company.

It is not uncommon for young entrepreneurs to create a community website or internet hub to help find businesses and projects. The logic and ethics of young entrepreneurs is based on the principles of tribalism, collectivism and corporate psychology, but differs somewhat from the rules of doing business by older people. The most difficult thing is to achieve a level of mutual understanding and trust when interacting with young Chinese entrepreneurs.

Especially trust for the Chinese is traditionally initially treated with caution and distrust towards business partners - “And most importantly, if you do not understand

163 A Study on the Influence of Family Background on Entrepreneurial Intentions of College Students, Du Yan Liao Xinjian, Red Bean Education, Issue 30, 2021.

the processes that the Chinese side is conducting with your business, then most likely you are being manipulated. Study China and your partners before taking any steps, do not make mistakes and be polite in everything - this is the only way you will find not only a good partner in China, but also earn respect”¹⁶⁴, - this is how Osipov N., an expert on Chinese entrepreneurial culture. Almost any business proposal from a foreigner will generally be received by young Chinese with the attention and caution that Chinese entrepreneurs try to turn in their favor. The Chinese do not seek to take an active position in relations with a partner, but wait for the partner to take some action. If there is a need for action or there is a confrontation between the two sides, mediators are involved. The direct adoption of a decision is preceded by the collection of information about the partner. Important to the business world in China are notions of formal honor and dignity.

The most common myth in understanding the entrepreneurial spirit of young Chinese is that the Chinese education system is not conducive to the development of ingenuity and that it will be difficult to find an employee capable of original thinking. As a rule, this categorical statement is supported by a whole cloud of arguments - an education system based on cramming, numerous copies of world famous brands, and even the inability of an average office worker to find a slightly non-standard solution on their own that goes beyond the instructions of the manual is a myth from which should be abandoned. Problems with creativity among Chinese youth are more of a fiction. The Chinese land, like any other, is full of talent - the economic successes of recent decades, and even art projects, testify to this. The ambitions of the young generation of Chinese entrepreneurs are spurred not only by material needs, but by examples of international and national success of their compatriots.

A lot of attention is paid to supporting youth entrepreneurship in China in various areas. The issue of youth employment has always been a global topic. China is a country with a young population. Youth entrepreneurship is the best and most active way to solve employment problems. If you type in Chinese search engines the definition of "youth entrepreneurship", we will find 16 million links. For comparison, in Russian

¹⁶⁴ Osipov N. Chinese business culture - key features. <https://enterchina.ru/blog/kitayskaya-kultura-vedeniya-biznesa-klyuchevye-osobennosti/> (Date of access - 06.07.2021)

transnational search engines ("Yandex") there will be about 4 million of them, i.e. four times less. And the point, of course, is not only in the quantitative characteristics of the mention of this definition. The fact is that the problems of supporting youth entrepreneurship in China are given attention at the system level - as an honor of the state policy, which is implemented in life.

Support for youth entrepreneurship by party bodies, state and municipal authorities is characterized by consistency and on the principles of its evolutionary development. In recent years, the CCP and the Chinese government have been intensively publishing a series of policy papers to encourage and support youth entrepreneurship. These documents define policy measures for the participation of young people in entrepreneurship. The report of the 19th National Congress of the Communist Party of China on the tasks of the party organs in this regard states - "we must inspire and protect entrepreneurship, encourage a large number of social actors to engage in innovation and entrepreneurship" ... focus "on addressing structural employment by encouraging entrepreneurship, for employment. Provide comprehensive services for the employment of the population and college graduates, as well as other young people, migrant workers to multi-channel employment and entrepreneurship"¹⁶⁵. Summarizing the materials of these documents, one can see the directions of the proposed measures - the formation of *institutional mechanisms* of the government in the field of youth entrepreneurship and building a *system for servicing young entrepreneurs, as well as supporting entrepreneurial services*. As youth entrepreneurship researchers note, the most important thing that has been done over the years in the PRC is to involve a large number of young people in entrepreneurial activities.

The relevant ministries and Commissions of the State Council, together with local authorities, have considered a number of specific strategic steps that encourage and support youth entrepreneurship, aimed at *increasing the number of participants in youth entrepreneurship*, creating an interested social atmosphere for youth entrepreneurship and

165 The report of the 19th National Congress of the CCP describes the picture of the new era. URL - <https://ru.set-up-company.com/blog/business-in-china/the-report-of-19th-national-congress-of-cpc.html> (Date of access - 06.07.20221)

constantly stimulating its development (“political dividends and rounds reforms for growth and development”). Measures have been identified to improve the management of youth entrepreneurship. In particular, consideration was given to merging several departments, dealing with youth entrepreneurship and creating specialized agencies to integrate existing policies and strengthen entrepreneurship policy performance management. The functional orientation of such agencies includes three aspects - first, to provide "unified" advice to entrepreneurs and a unified interpretation of policy for young businessmen, so that entrepreneurial policy spreads "both in depth and in breadth". Secondly, the agency is responsible for the specific implementation of policy in the field of supervision, promote the systematization, normalization and institutionalization of the development and implementation of youth entrepreneurship policies at all levels of government. In addition, these specialized institutions should timely analyze the assessment of satisfaction with the process of implementing entrepreneurial policy, feedback, and the success of institutional innovation. For example, awards are being established - “unpaid contribution of a youth entrepreneur”, “creative employment initiative”, as well as incentives and measures, such as tax credits and social security subsidies, which can further strengthen the implementation of youth entrepreneurship policies. Thirdly, the agencies pay special attention to the long-term policy objectives in youth entrepreneurship. *Youth entrepreneurship development programs* are built both at the local, regional and international levels. *The international program "Youth Entrepreneurship of China"* was initiated in November 2003 jointly by the Central Committee of the Communist Youth League and the All-China Youth Federation, as well as the All-China Federation of Industry and Trade. The main goal of the program is to concentrate the efforts of the community, especially the business community, to provide advice and financing, technology and networking for youth entrepreneurship. To receive donations and grants, a special fund has been established within the framework of the program, which is designed to provide interest-free start-up costs, tutoring consultations, and other public services for suitable young entrepreneurs. The program is provided by numerous human rights organizations and lawyers who jointly advocate for the formation of awareness of social responsibility, encourage qualified young people to boldly start a

business, promote employment through entrepreneurship, promote advanced concepts and advanced models. Any Chinese citizen who meets the following conditions is eligible to participate in such a program - (1) between 18 and 35 years of age; (2) underemployed or unemployed; (3) have a good business idea and entrepreneurial passion; (4) no start-up funds. Such a young person can count on subsidies of 30,000-50,000 yuan. Support includes - (1) Free training for entrepreneurs; (2) Advisory services - to help young people respond to operational problems that arise in the process of starting a business; (3) Guide to Entrepreneurship - Relationships with Entrepreneurs. Business mentor, expert and volunteer services for three years; (4) Start-up capital - interest-free guarantees through a special fund for young entrepreneurs.

In the future, youth entrepreneurship programs are expected to expand beyond China. For example, the *Chinese-Russian Association of Young Entrepreneurs has already been established in St. Petersburg* (November 2015). For the purposes of the Association for the Promotion of Entrepreneurship among Russian-Chinese Youth, as well as the introduction of innovations that meet the new challenges of international cooperation between China and Russia, providing the necessary assistance to young entrepreneurs from Russia and China. The Association provides its assistance to students and graduates of Russian and Chinese universities in the implementation of their business initiatives. It consists of participants from both Russia and China. The practice of international cooperation of young entrepreneurs is encouraged by the Chinese leadership in every possible way.

The benefits of financing a youth entrepreneurship start-up in China are varied. Naturally, graduates of schools, colleges and universities do not have sufficient start-up funds to implement entrepreneurial ideas. Research shows that 74.6% of entrepreneurs use personal or family savings as entrepreneurial ideas, 15.8% started a business through loans from relatives and friends, and 15.8% used venture capital companies and other channels to start a business. Less than 10% of entrepreneurs have the means to start a business¹⁶⁶. Here the situation is slowly changing. To support

¹⁶⁶ Report on the Development of Youth Entrepreneurship in China (2021) <http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf>

entrepreneurship among young people, the Chinese government has developed a number of measures to financially support and reduce the financial burden during the start of business. In the interest of this, a *support fund* was established and measures were taken to increase venture capital. In particular, channels for *financing youth projects* are actively expanding, the experience of companies that invest in youth entrepreneurship is being promoted, universal and administrative fees (taxes) have been reduced, a policy of preferential taxation is being pursued, certain benefits are provided to start-ups on the terms of return of money, operating costs are reduced and, finally, rental subsidies are being introduced for relevant areas of youth business. Such key projects, where there are even more benefits, in China include *innovation, the Internet, environmental protection*, etc. In particular, start-up small and microenterprises in these areas are provided with rental subsidies for the maintenance of real estate.

In China, there are *three typical models* of youth entrepreneurship education - *The first* is implemented by the government and is built as a policy to promote and introduce innovation in colleges and universities; *The second* one is being built as a system of continuous reform of the curriculum, which mainly integrates entrepreneurship education into the professional curriculum system (colleges and universities); *The third* is practical entrepreneurial activity within entrepreneurial communities (entrepreneurial parks and incubators, entrepreneurial cafes, apartments and houses). China is setting up 150 start-up incubators for students returning from overseas education, providing support services for starting new companies and facilitating the exchange of information on human resources, projects, policies and funding. According to the study by the Torch Center of the Ministry of Science and Technology, "China Incubation and Entrepreneurship Development Report 2020" - As of 2020, there were 4849 incubators in the country, there are 206,000 incubators in the incubator, 2.9 million jobs were absorbed, 6,959 innovative companies operate in the country, served 414,000 companies and teams. The company has 15.14 million employees and a total investment of 76.5 billion yuan in the team and enterprise. There are 621 companies listed on the market and they have 216,000 active intellectual property rights¹⁶⁷. For example, the YOU+ business

167 Chen Minling, Mao Ruixin. Entrepreneur's Traits and the Survival Performance and Growth

community form covers more than 20 projects and is deployed in eight major cities in Beijing, Guangzhou, Hangzhou, Shenzhen, Shanghai, Fuzhou, Suzhou and Chengdu, and projects in cities such as Nanjing, Dalian and Foshan, are under development. The author of the idea, Liu Yang, based the YOU+ entrepreneurial house on the conceptual idea of the Internet and the traditional principles of Chinese collectivism. The apartment or house in the present case is only a carrier of YOU +, its core is young entrepreneurs, a community where all residents live in a "home" culture and "give a warm home" to those young people who "left home", came from other provinces and districts. To support the entrepreneurial nature of the YOU+ community, a system of "family rules" has been developed. The main thing that gives living in a business house is the implementation of entrepreneurship at minimum rental rates and minimum costs of doing business. After a six-month study of the experience of the YOU + entrepreneurial house by specialists from a large Xiaomi company and five minutes of negotiations, Lei Jun, the founder of Xiaomi, invested 100 million yuan in the YOU + project in order to develop a kind of platform for cultivating young entrepreneurs.

Thus, it is clear that China is well aware of the importance of real support for young entrepreneurs, for which simple advice is not enough. Young entrepreneurs need to immerse themselves in the work of the world's best companies and study them from the inside in order to learn from experience and determine new ways of business development. Many universities have created bases for innovation and entrepreneurial practice, providing students with free places to start their own businesses and even providing them with the necessary start-up funds. Some qualified universities also support college student entrepreneurship by providing alumni resources.¹⁶⁸ In addition to entrepreneurship training at universities and colleges in China, there are several forms of consulting support for start-up entrepreneurs "in the field". These are numerous entrepreneurship centers that are being created in order to strengthen the professional

Performance of Entrepreneurial Enterprises. *Technology and Innovation Management*, Volume 41 Issue 6 November 2020. 陈敏灵, 毛蕊欣, 创业者特质与创业企业生存绩效、成长绩效。技术与创新管理, 第41卷, 第6期, 2020年11月。

168 Lv Dewen. Passion and Rational Elves Youth Entrepreneur Mentality. *People Forum*, July 2019, P.107. 吕德文, 激情与理性勾勒青年创业者心态。人民论坛, 2019年07月中, p.107。

leadership of youth entrepreneurship in specific areas and at specific sites. The activities of such centers are aimed at practical training and practical instruction for young people, increasing their level of risk readiness so that they can better integrate into the current situation and choose the appropriate direction of entrepreneurship in accordance with the current situation in the region. Here you can find an experienced business management consultant, get information on how to learn how to use available resources, learn how to cooperate with all participants in your business and do everything possible to create a good business atmosphere, build a professional team, get help from mentors and so on. In addition, in such centers you can get the opportunity to cooperate with existing entrepreneurial resources of other companies, which is important for start-up entrepreneurs.

Propaganda and examples of successful young Chinese entrepreneurs are being shaped into certain systemic actions. China selects "China's Top Ten Outstanding Young People" every year. The purpose of the selection - *to praise and publish the youth behaviors of people who have made great contributions to the practice of reform, opening up and socialist modernization, create a magnificent image of outstanding young people in modern China, and inspire young people to study hard, work hard, serve the society and develop modernization talents Homeland in the new century.* The right to get into the top ten are those who meet the following criteria - 1. A citizen of the People's Republic of China who is at least 18 years old. 2. Loves the socialist motherland and support the main line of the party. 3. Actively participate in the practice of reform, opening up and socialist modernization, and bring outstanding achievements and great contributions. *These are official identification standards.* Since its launch in 1990, this propaganda has been evaluated as important for cultivating young entrepreneurial talents who can make positive efforts to achieve the comprehensive revival of the Chinese nation.

The ambitions of the young generation of Chinese entrepreneurs are *stimulated by the examples of international and national business success of their compatriots.* For young Chinese, Alibaba and its founder, Jack Ma, are an entrepreneurial inspiration that has not only achieved high profit margins, but has also revolutionized entire industries in the country, and now the world.

Another part of the propaganda is aimed at a youth audience, which is presented with examples of successful careers in youth entrepreneurship *based on perseverance and ingenuity*. Chen Fangyi founded his first startup with his classmates in 2008, at the age of 22, as a third-year student at the Information Technology Institute of National Huaqiao University. Four of the five invested 40,000 yuan each, thus generating a seed capital of 160,000 yuan. Chen Fangyi invested in himself. Chen Fangyi's certain talent for listening and hearing the trends of the time allowed him to catch a new wave. After a specified period, the first version of the application for the xiyou smartphone was ready, later renamed meiyou or "meet you", and after another twenty days it could be found on the web for both iOS and Android. And literally in a matter of weeks, the application was downloaded by more than 3 million users¹⁶⁹. Cai Yangying is also the co-founder of the useful and very popular Yi-Gather community in China, which provides vacancies and jobs. Already 1,390 workers from 85 cities in 13 countries have joined this community. Most of them work in IT, design and other innovative sectors of the economy. Han Bing is the CEO of nashangban.com. This is a recruiting resource for finding IT talents, founded in early 2013. Currently, the brainchild of Han Bing already has a database of 500,000 high-end IT professionals¹⁷⁰. Such numerous examples are filled with sources of both official media and the Internet.

An important part of managing the state of youth entrepreneurship in China is its analysis and evaluation. The development of entrepreneurial projects, sufficient funds, effective management, constant perseverance in the development of youth entrepreneurship, however, are still assessed only as the initial steps towards its prosperity. Youth entrepreneurship is still valued as a factor in rescuing young people from unemployment, which remains high. The "Report on the study of employment opportunities for college students in 2022", published on April 27, shows that 1.4% of graduates of 2021 decided to start their own business, and the number of graduates of

169 China's most successful entrepreneurs under 30. How Chen Fangyi invested himself. URL - <https://scsg.ru/ru/blog/kak-chen-fani-sam-sebya-investiroval/> (Date of access - 13.08.2022)

170 China Business Community.

URL - <https://www.facebook.com/chinabizcom/posts/703329626712817/> (Date of access - 13.02.2022)

2022 who decided to start their own business increased to 1.9%¹⁷¹. It is clear that the impact of the new corona epidemic is getting smaller every year, but there is still a certain gap compared to 3% in 2018. The "2022 Chinese College Student Employment Report", published by Mycos Research Institute on June 13, 2022, also shows that the survival problems of self-employed groups continue to grow. Among the students who decided to start their own business after graduation in 2018¹⁷², more than half quit entrepreneurship within three years¹⁷³. In the "Research Report on Employment and Entrepreneurship in China" conducted by the Chinese Youth Attention, it was revealed that the success rate of entrepreneurial activity of young students is only from 2% to 3%¹⁷⁴, which is significantly lower than the success rate of ordinary startups.

Problems of youth entrepreneurship. Young entrepreneurs themselves often comment that they *do not have enough funds to start up, there is no connection between different areas of youth entrepreneurship, the high cost of labor* - these are the places that are considered among the most noticeable difficulties. 41.7% of respondents believe that the biggest difficulty for young entrepreneurs is still financing, 24.8% of respondents believe that their social resources and connections are weak, 19.8% believe that they lack relevant knowledge and skills, and there is also a lack of appropriate competitiveness in business expansion and technological innovation. Tax benefits or subsidies for business are the most important requirements of entrepreneurs (33.4%), which also reflects the urgent need for entrepreneurs to solve the problem of financial difficulties; 7.9% of the requirements are to simplify the process of state administrative approval¹⁷⁵.

Although the government has introduced a number of incentives and support measures to encourage self-employment of young people, the path to self-employment in China is extremely difficult, because in addition to limiting one's own entrepreneurial experience, there is *a lack of overall order in the business environment*. Compared with

171 Report on the study of employment opportunities for college students in 2022

172 Report on the study of the entrepreneurial ecology of college students in 2018
<https://zhuanlan.zhihu.com/p/47371864>

173 Employment Report of Chinese College Students for 2022

174 Research Report on Employment and Entrepreneurship in China" for 2021.

175 Report on the Development of Youth Entrepreneurship in China (2021)
<http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf>

the mature and complete business environment in foreign countries, the current youth entrepreneurship environment in China is still not perfect, especially in terms of government functions and public officials' awareness of providing business activities with up-to-date content. In addition, the formation of a mature entrepreneurial environment for young entrepreneurs is not facilitated by the traditional social concept of adopting the philosophy of entrepreneurship as such.

Improving youth entrepreneurship in China at the policy level and at the implementation level faces *some challenges*, which can be summarized as follows:

- still, few people consider youth entrepreneurship an ideal choice for a career; public service remains more prestigious for Chinese youth;
- mass youth entrepreneurship policies *do not apply to all youth groups*, college students, middle and high school graduates, and not all high school graduates;
- the legal foundations of youth entrepreneurship often remain poorly developed;
- Young entrepreneurs bear significant risks due to their own entrepreneurship, as the free labor force increases in China and the number of unemployed young people grows. These factors increase entrepreneurial pressure and intra-entrepreneurial competition, pushing young people to the periphery - to unpromising areas of activity;
- there are many contradictions between the professional curriculum and practical entrepreneurship, which is why young entrepreneurs do not receive targeted training as entrepreneurs. Educational institutions study preparation methods aimed at passing exams, young people are more energetic in their studies, but they have less knowledge about society and the market, and do not have practical experience, as well as the opportunity to choose entrepreneurial projects, which becomes the first threshold for young people. entrepreneurs;
- youth entrepreneurship is concentrated mainly in the developed areas in the east of China, and in the western regions there are relatively few young entrepreneurs;
- young entrepreneurs have little interest in the formation of entrepreneurial platforms of the Internet for agriculture and the promotion of agricultural products;

- many young entrepreneurs lack communication channels to obtain entrepreneurial information about specific places and areas where their activities are in demand;

- filing applications for participation in entrepreneurship remains cumbersome. Entrepreneurial seed funds are also a tricky threshold for young entrepreneurs. Without funding sources, it is difficult to raise start-up funds through part-time work or combining work and study;

- for the level of youth entrepreneurship, high costs in terms of payment for jobs, labor and raw materials. Young entrepreneurs tend to have problems with a lack of entrepreneurial funds;

- after a young entrepreneur has failed due to problems with the selection of projects, he is often discouraged and there is no system of influences that can renew entrepreneurial enthusiasm;

- lack of developed entrepreneurial abilities of young people, lack of understanding of entrepreneurial policy trends and lack of relevant theoretical knowledge of young people in the field of entrepreneurship, hence the inability to make quick decisions related to entrepreneurship.

The results of the researched entrepreneurial projects are generally good - both production and operational status, changes in the number of customers and operating income are generally in a positive growth trend. As for the future development, young entrepreneurs are also *generally optimistic*, even if entrepreneurship fails, *more and more young entrepreneurs decide to come back*.

Disadvantages and difficulties of youth entrepreneurship are typical for youth entrepreneurship in other countries as well. Due to the youth's lack of social experience, they are often blindly optimistic and not psychologically prepared enough. Because of the failures in entrepreneurship, many young entrepreneurs feel very sick and even depressed.

It should also be noted a number of *psychological characteristics of young entrepreneurs in China*. Born in the 1990s, today's young entrepreneurs in China have become direct beneficiaries of the country's achievements and reforms, confident policies

and increased resources. They are the beneficiaries of compulsory education and feel the benefits of national progress and international enhanced status. At present, the lifestyle and material resources of young Chinese entrepreneurs have changed dramatically due to the rapid development of the country and society. A rapidly growing layer of young entrepreneurs has new information opportunities, this youth is more free and ready for decisive action, boldly undertakes to implement many such projects that were previously considered daring and impossible. A significant part of young entrepreneurs work hard, promoting their business ideas. Faced with the economic pressures of getting married, having children, buying a house or buying a car, they also have the courage to be convinced of the path they have chosen and not compromise. And, in this regard, we can talk about a number of features that distinguish young Chinese entrepreneurs from entrepreneurs of older generations:

- *the prestige of entrepreneurship*, the standard of behavior of young entrepreneurs is increasingly being the prestige of entrepreneurship and its social authority;

- *education*, the desire to receive a quality (expensive) education at the best universities in China, the most prestigious of all - at Peking University;

- *digitalization of entrepreneurship*, the search for the possibility of implementing entrepreneurial aspirations in the digital space, passion for computers, video games, etc.;

- *focus on material success*, attentive attitude to making profits. As they now say in China - "It is better to cry in a BMW car than to smile on a bicycle";

- *pragmatism*, these are young people who are more indifferent to other people than is typical for older entrepreneurs, for the Chinese population as a whole;

- *emerging consumer attitude to life*, orientation to pleasure. Along with this, Hong Kong businessmen show high social responsibility. 7 out of 10 millennial businessmen surveyed said they had made charitable donations in the past 12 months.

The features shown are inherent in entrepreneurs of other ages. However, in the case of young Chinese entrepreneurs, it should be remembered that these features have become more prominent and formed in a short historical period. Young Chinese

entrepreneurs are distinguished by the desire to realize their dreams (business ideas) and they are no longer afraid to fight for their personal dreams and know how to fail. They want to create values that are different from the values of others. Many of the young entrepreneurs have already deviated from the expectations that were traditionally Chinese and do not want to be just a part of something, "like others."

These are the main socio-demographic characteristics of young entrepreneurs in China. As shown, the central place in the formation of the socio-demographic group of young entrepreneurs is occupied by pupils and students. Of particular importance is the university education of young Chinese, in particular the specific values that encourage entrepreneurial activity.

1.3. Chinese Universities as Actors of Youth Entrepreneurship Values

At present, the ideological and educational functions of higher education have been reduced under the influence of a market economy. This global trend has also affected Chinese universities with the beginning of the market transformation. Specialization and pragmatism come to the fore, replacing the desire for universal scientific knowledge and research. This shift in values is also due to the fact that universities are forced to consider scientific and educational activities as a source of income.

In pursuit of the goal of transforming Chinese universities in accordance with market logic, the main task is to adapt educational programs to the needs of a decentralized economy. This strategy is considered necessary to maintain economic growth in the country. The focus was on economic and social sciences, suppressed in a centralized economy and public administration.¹⁷⁶ "Changes in the curriculum and teaching methods, which became the fourth component of the reform, were intended to form students capable of succeeding in a free market. In the value system of students,

¹⁷⁶ Lewin K.M., Hui X., Little A.W., Jiwei Z. 1994 Educational Innovation in China - Tracing the Impact of the 1985 Reforms. Essex, England - Longman.

business values will be more weighty and more interconnected both with each other and with other values, which confirms the business orientation of Chinese education, aimed at the formation of market-oriented values of university graduate.¹⁷⁷ Among these changes, we should especially note the emphasis on the formation of the skill of solving problems, freedom of intellectual search, and independent work». ¹⁷⁸ To date, a system of universities has been formed in China, focused on instilling practical skills in students and developing entrepreneurial initiatives. This system includes *commercial universities*, where students from wealthy families study mainly. “The spirit of such universities is no different from the spirit of ordinary entrepreneurship. In their pursuit of profit, such universities are often in a state of competition with each other”.¹⁷⁹

Such universities include institutions created at large organizations (the so-called university enterprise model¹⁸⁰), in which students master a narrow set of practical professional competencies, the curricula of which are rapidly changing in line with the interests of corporations, as well as universities *aimed at teaching theory and business practices*, such as the University of International Business and Economics (Beijing, 1951). In such universities, students are trying to adapt to the values of entrepreneurship - boldly take on new business, make innovative decisions, achieve success, motivating them to create their own business in the process of learning. What are modern Chinese universities in the general education system?

As of 2017, there were about 2,914 higher education institutions in the country, 1,880 of which were universities. In 2018, China was ranked second in the world for the number of top universities by the Academic Ranking of World Universities¹⁸¹. In

177 Deryugin P. P. Kremnev E. V. Yarmak O. V. Shi Yi Wengxin Zh. Network models of business values in the structure of human capital of Chinese students. scientific result. Sociology and management. T. 7, No. 3, 2021. P. 135-151

178 Mikhalchenkova N.A. Chinese Universities in the Transformation of State Policy - A Response to the Challenges of Globalization // Power. 2016. No. 5. P. 81.

179 University as a center of culture-generating education. Changing forms of communication in the educational process / M.A. Gusakovskiy, L.A. Yashchenko, S.V. Kostyukevich et al.; Ed. M.A. Gusakovskiy. - Minsk - BSU, 2004 - 279 p. - (Universitas). P. 29.

180 Mikhalchenkova N.A. Chinese Universities in the Transformation of State Policy - A Response to the Challenges of Globalization // Power. 2016. No. 5. P. 79.

181 List of universities in China. https://wiki2.org/ru/List_of_China_universities (Accessed - 29.07.2022)

the global labor market, Chinese university graduates are making some *headway in getting jobs* in leading manufacturing and scientific institutions. Every year, 20,000-40,000 graduates of Chinese universities enter postgraduate and doctoral educational programs and *study* at 175 leading higher educational institutions in the world, including Russia.

Consider the higher education system in China. The first stage is the passage of the state exam at the senior secondary school, which is necessary for admission to the university for a bachelor's degree program. Undergraduate refers to an intermediate level of education between secondary and higher - the program is usually designed for 4-5 years. This is followed by master's programs (2-3 years) and doctoral studies (3-5 years). Already at these levels, education is given some attention in the formation of entrepreneurial orientations.

Classical university education has a great value in the public mind of the Chinese people. To a greater extent, this applies specifically to liberal arts education, although in the future we will see that the technical direction and the strengthening of the training of students as entrepreneurs are currently being actively developed.

A special place in the formation of the entrepreneurial initiative of the students is played by the system of values that stimulates the entrepreneurial initiative. China is a country with a population of many millions, requiring significant efforts to unite it. "Achieving this task is possible only through the awareness of belonging to a single nation, united mainly on the basis of common values and achievements of China's traditional culture", the Chinese scholar Wen Fang comes to this conclusion in his work on the values and identity of various social groups in China¹⁸². Chinese society is a social system that was formed in the conditions of the Hua-Xia civilization and developed in line with the continuity of tradition until the 20th century. Education is an integral part of culture and must depend on the traditional culture of the nation¹⁸³. The value system of

182 Wen Fan. How are the symbolic boundaries of social groups formed? // *Shehuixue yanjiu* (Social Research). - 2005.- No. 1. P.32-44,

183 Ku Mingyuan, On the Similarities and Differences in the Values of Chinese and Western. *Universities Research in Higher Education*, Volume 3, No. 38, 2017, March 3. 顾明远, 浅谈中西大学价值观之异同. *高等教育研*, 第3期, 第38卷, 2017年3月, p.3.

traditional Chinese culture was laid down two and a half thousand years ago within the framework of the philosophy of Confucianism¹⁸⁴ and is still the core of the entire education system, including higher education. The values of modern Chinese are so stable and strong that regardless of whether they live in the PRC or emigrated to other countries, their adherence to the moral ideals of the past, for the most part, remains¹⁸⁵. For the Chinese leadership, the main role of education is the reproduction of traditional Chinese values and culture, which in turn reinforces the identity and unity of Chinese society, and the universities themselves are seen as the conductors of this reproduction. Nevertheless, as O.A. Makshin, “in modern China, education is seen as a basic condition for turning from an extensive to an innovative model of development. Under the influence of new economic and life realities, the worldview and scale of values of modern Chinese youth are changing”¹⁸⁶. It should be noted that in general, the leadership of the PRC of the country attaches increasing importance to education and considers education as the main institution of cohesion and integration of the population. Only recently, the system has undergone major changes and at the moment 99.7% of the country's population is involved in various forms of education, including people with disabilities, older people, people living in remote areas and, of course, young people. To a large extent, such training pursues the full initiation of entrepreneurship of all segments of the population.

The study of the genesis of value identity in Chinese universities is of both practical and scientific interest, however, when studying and analyzing this phenomenon, it is necessary to pay attention to its historical and cultural context. It should be understood that the formation of identity values in Chinese universities differs significantly from the model characteristic of European universities, which in turn also leads to differences in epistemological approaches to scientific understanding and understanding of student values. “The essential difference between the Western and Eastern systems of education is that, the first is focused on the knowledge of the outside

184 Ivanova Yu.V., Sereda A.V. Material well-being in the traditional value system of Chinese society // Bulletin of the ZabGU. 2012. No. 7.

185 Jin Li. Cultural foundations of learning - East and West. M. - Ed. house "Higher School of Economics". 2015. p.464

186 Mashkina O.A. Life strategies and values of graduates of Chinese universities // Domestic and foreign pedagogy. 2016. No. 5 (32).

world based on reason, and the second - on the knowledge of a person himself based on virtue. This dual difference ultimately leads to a divergence both in the content of education and in the dominant methods of learning"¹⁸⁷. First of all, let us note aspects of the analysis of Chinese universities as agents of traditional values that are important for us. Then there is a certain difference in understanding the very nature of values in Chinese and European science, as well as the ratio of universal and traditional Chinese values. However, *a common feature of these approaches is the understanding of the importance of their role* in achieving the unity of society. In both cases, values are considered as fundamental cultural and social phenomena - "The system of values forms the foundation of any culture, the cultural and genetic code of its functioning and development"¹⁸⁸. Both Chinese and European researchers agree that the unity of society is formed as a result of a complex interweaving of values, as a result of which a unique social system is created that has no analogues or duplicates - the "community". An example of such a "community" can be a university corporation, whose values then significantly affect the future activities of graduates. Differences in the understanding of values affect both the very interpretation of the concept of "values" and most of its characteristics. *At the empirical level*, these contradictions are expressed in a variety of behavioral patterns. This is especially evident in examples that demonstrate a different understanding of the same values, which manifest themselves as different when studying in Chinese and European universities.

The value of collectivism. This is a basic value in traditional Chinese culture - mutual help, support and mutual assistance are instilled in Chinese students from an early age, starting from the institution of family and school education. The principles of youth entrepreneurship are also imbued with the spirit of collectivism, for example, among Chinese entrepreneurial organizations, the majority consists of employees who came from the same provinces or settlements, often from the same relatives. Accordingly, at the university, Chinese students do not need to be taught methods of teamwork, to

187 Filonovich S. Foreword by the scientific editor of the translation \ Jin Li. Cultural foundations of learning - East and West. M. - Ed. house "Higher School of Economics". 2015. 464 P. 8.

188 Ivanova Yu.V., Sereda A.V. Material well-being in the traditional value system of Chinese society // Bulletin of the ZabGU. 2012. No. 7.

conduct special team building trainings, as is customary in educational organizations of European and American standards.

Another example is beautifully illustrated in "The Cultural Foundations of Learning - East and West" by US-Chinese researcher Jin Li - "When I was thinking about the topic of my dissertation, I first (as I always did) turned to my mother to tell her about the progress of my studies and hear what she had to say about the translation of the term "achievement motivation" (成就動機), taken from the Western psychology. She was puzzled by this Western concept, could not find any analogy in Chinese and was speechless for a while. Finally, she muttered, "The motive for the murder is understandable, but what does motivation have to do with learning?" (in Chinese, there is only one term for "motivation" and "motive" 動機, after some thought I came to the conclusion that there is no significant difference between the English "motivation" and "motive" either)"¹⁸⁹. As a result, Jin Li translated into Chinese the concept of "study achievement motivation" as "the heart and mind yearning for learning." Labor in the Chinese value system occupies a central place - "the beginning of all good is labor - if the people weaken their diligence in labor, they will be poor, and poverty, according to Mo-zi, is the root of unrest in the country"¹⁹⁰. Therefore, Chinese students do not understand the importance and relevance of the problems of the system of motivation and stimulation to work, which is being developed by European and American management for implementation in enterprises. The results of Jin Li's study demonstrated how the content or methodological foundations of teaching the European and Chinese education systems differ, both in general and in particular. She also found that the only thing these value systems have in common is the recognition of the importance of learning itself.

Continuing a number of examples of value differences in the preparation of students, we will give an understanding of the meaning and goals of communication. "In Confucian culture, the criterion for evaluating a person is his actions, not his words"¹⁹¹.

189 Jin Li. Cultural foundations of learning - East and West. M. - Ed. house "Higher School of Economics". 2015. 464 p. 17.

190 Mashkina O.A. Life strategies and values of graduates of Chinese universities // Domestic and foreign pedagogy. 2016. No. 5 (32).

191 Filonovich S. Foreword by the scientific editor of the translation \ Jin Li. Cultural foundations of

It is difficult for Chinese students studying in European universities to understand the importance of mastering the skills of communication and oratory, since actions and deeds are more valuable to them. Therefore, the interpretation of communication as a "means to an end" or as a "weapon in the competitive struggle" is incomprehensible to a Chinese student.

Another example. In practical classes, Chinese students were asked to demonstrate the ritual of tea drinking as an example of organizing and conducting "activities". The Chinese students prepared all the procedural aspects and very accurately expressed the peculiarity of tea drinking in the Eastern tradition. Addressing the audience, they said something like this - a European person should learn that before starting to drink tea, it is necessary to set aside a sufficient amount of time (at least 30 minutes) and find a good interlocutor, without this tea drinking cannot be. It is obvious that communication in the Chinese tradition is a ritual action, and its social function differs significantly from the norms and rules typical for Europeans.

Entrepreneurs also note this special view of understanding communication - in negotiations with Chinese colleagues, it is not easy to win the favor of partners. To do this, you must constantly maintain personal contact - ideally, communicate in Chinese or at least through an interpreter, have lunch and dinner together, play sports, travel. In their opinion, the Chinese have a different understanding of social ties - no one will seriously consider business projects with unfamiliar people - recommendations are definitely needed. And building relationships takes a lot of time. The Chinese are very receptive to the emotional component of negotiations, to non-verbal communications. Even if all the documentation is carefully prepared, but there are doubts about the success of the joint venture, it will be extremely difficult to convince partners from China. "At the same time, a fanatical innovative startup enthusiast with an idea will have every chance to make a deal with China. This is the paradox of the combination of conservatism and adventurism." ¹⁹²

learning - East and West. M. - Ed. house "Higher School of Economics". 2015. 464 P. 8.

192 China is ours - how Russian entrepreneurs make their way to China https://www.rbc.ru/own_business/30/10/2017/59f340069a794759a2fe9808 (Accessed - 12.08.2021)

Let's move on to another example. A special place among traditional Chinese values is occupied by “humility, which is one of the most important Confucian virtues, requires a successful student not only to avoid demonstrating superiority over peers, but also to help those who need help”¹⁹³. The value of modesty has been preserved to this day in the minds of the Chinese, while numerous empirical studies by university students in Europe and Russia show that modesty occupies the last place in the value system of a modern person¹⁹⁴. The studies also note that Russian students define modesty as a personality trait that has lost its former importance and is even harmful to achieving success in the competitive struggle for the best results and best performance.

At the theoretical level, the analysis of approaches to understanding the process of formation of value identity in Chinese studies demonstrates that the central category of understanding the very essence of values is the harmony, unity and interconnection of three principles - nature (natural and social environment), spirit and man himself. The values of an individual person are inconceivable outside this coordinate system, *outside the inclusion of the human I in the natural and social environment surrounding him*. Until the 20th century, in Chinese science, “value was interpreted not as a separate subjective experience, but as a phenomenon associated with the concept of natural, moral, social and life-building law, rooted in the depths of the universe, having an ontological sound”¹⁹⁵.

Thus, in the Chinese understanding, only those material, social or spiritual phenomena can be endowed with value, in which the unity and harmony of the spirit, society, nature and man himself are achieved. “Failure to comply with this legality harms the entire cosmic organism and entails punishment, therefore each person is responsible for his actions to other people and to the whole world”¹⁹⁵.

At the same time, the traditional European interpretation of value, their

193 Filonovich S. Foreword by the scientific editor of the translation \ Jin Li. Cultural foundations of learning - East and West. M. - Ed. house "Higher School of Economics". 2015. 464 P. 8.

194 Deryugin P.P., Lebedintseva L.A., Jin Ts., Shilyaeva A.S. Comparative analysis of the values of young Russian entrepreneurs in the coordinates of management - research methodology and some conclusions\Russia and China - History and prospects of cooperation.Materials of the VII International Scientific and Practical Conference. 2017. pp. 267-271.

195 Ivanova Yu.V., Sereida A.V. Material well-being in the traditional value system of Chinese society // Bulletin of the ZabGU. 2012. No. 7.

emergence and manifestation, is associated with the process of self-affirmation, formation and elevation of the self of the individual. H. Joas draws attention to this in his fundamental work "The Emergence of Values". Analyzing the basic scientific approaches of European sociologists to the definition and understanding of the nature of values, he comes to the following conclusion - "values arise in the process of self-formation and in the experience of self-transcendence" of a person.¹⁹⁶

"Eastern culture puts the development of people on the relationship between people and emphasizes the cultivation of human virtue, which is an ethical culture. Western culture attaches great importance to the development of the individual and is an individual culture. This difference will inevitably affect the values of the university¹⁹⁷".

Let us single out, among others, some more important features of the Chinese understanding of values, which, in our opinion, are reflected in the activities of Chinese universities.

Firstly, this is the ratio of values and value orientations in the "personality-society" system, which in the Chinese scientific tradition is unequivocally decided in favor of "society", "public", "general". Initially, society was understood in Chinese science as a state, but later, as studies show, it began to be interpreted as a people - "the transformation of the value structure contributed to the emergence of ideas about the people as a subject of social existence, whose will is executed by Heaven".¹⁹⁸ Further, in addition to the people, the family is included in the system of society as the core of society, the interests of which dominated the interests of the individual - "The personal on the scale of values was much lower than the general, mandatory for all".¹⁹⁸

Secondly, the traditional Chinese system of values is headed by the values of society and the state, those categories that meet the goals of the development and

196 Joas H. The emergence of values / transl. with him. K. G. Timofeeva. - St. Petersburg - Aleteyya, 2013. - 312 p. 9.

197 Ku Mingyuan, On the Similarities and Differences in the Values of Chinese and Western Universities Research in Higher Education, Volume 3, No. 38, 2017, March 3. 顾明远, 浅谈中西大学价值观之异同. 高等教育研, 第3期, 第38卷, 2017年3月, p.3.

198 Ivanova Yu.V., Sereda A.V. Material well-being in the traditional value system of Chinese society // Bulletin of the ZabGU. 2012. No. 7. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnoe-blagopoluchie-v-traditsionnoy-sisteme-tsennostey-kitayskogo-obschestva> (Date of access - 07/30/2019).

prosperity of the country are recognized as valuable and significant for the individual, community or society as a whole. Thus, in the system of values, the state occupies the first, highest level of the hierarchy, these are the values of the first order. The values of the world, order, traditions are on the second stage, the hierarchy, ritual, knowledge, Confucian past are on the third.¹⁹⁹ Such a system of values permeates the entire system of training Chinese students, including that part of it that is focused on entrepreneurial activity.

The principles of understanding values that we have described are reflected in the work of Chinese universities, where the state plays a decisive role. First of all, this refers to economic aspects, such as the establishment and development of a *university support fund*. Universities graduate 9.09 million²⁰⁰ Chinese students, which is almost 9 times the number of graduates 20 years ago²⁰¹. The increase in the financial burden made the creation of a public education support fund a necessary measure. The volume of budgetary funds invested in supporting the activities of Chinese universities is slightly inferior to those in the United States (less than 4.0% and 5.6% of GDP, respectively), but these funds are still not enough. The cost of education in universities is high relative to GDP per capita (3,000 and 2,000 thousand dollars, respectively). Most Chinese families are unable to provide university education for even one child.

Another important economic problem associated with the activities of universities is public credit. In 2009, the university loan to the state amounted to about 5 billion dollars, the interest on which is unbearable for the universities themselves.²⁰² It is assumed that to a large extent the financial costs of education will help offset the small private educational institutions, the development of which is planned in the near future.

199 Kulpin E.S. Formation of the system of basic values of Russian civilization // History and Modernity. 2008. No. 1. P. 49-75.

200 Ministry of Human Resources and Welfare Notice of Doing Good Work in Employment and Entrepreneurship for National College Graduates in 2021 Ministry of Human Resources and Welfare Letter (2021) No. 27 March 10, 2021 http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/19/content_5593988.htm (Date of access - 01.11.2021)

201 Statistics from the National Bureau of Statistics show that the number of college graduates in 2001 was 1.036 million. <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zb=A0M0203&sj=2020> (Accessed - 01.11.2021)

202 The higher education system in China. <https://articlekz.com/article/8129> (Date of access - 29.07.2019)

In 1995, the Ministry of Education of the People's Republic of China initiated the creation of the "Project 211". The project envisaged the enlargement of universities in order to improve the quality of education and the material base of universities. More than a thousand universities have merged, reducing to 300, i.e. The number of universities has more than tripled. The decrease in the number of public educational institutions since 1999 has provoked the emergence and development of private education in China. Particularly active growth in the share of non-state education has intensified since September 1, 2003, when the "Law on Encouragement of Private Education" came into force. To date, private education occupies about 28.13% of the entire educational market in China²⁰³. In private universities, the areas of training and teaching methods are more in line with American and European approaches. As for the number of private universities, the situation here is not entirely clear. One report indicated that in 2018, private universities enrolled 649.60 million students, representing 22.95% of the total student population nationwide.²⁰³

Along with this, the "State Program for the Development of Education in the PRC for 2010-2020" sets the task of supporting the diversity of forms of ownership in the activities of universities, the government plans to support not only state universities, but also private ones. The sources of funding for these universities remain the same - the extraction of financial income from the conduct of educational activities. And although experts characterize private universities as very weak, the quality of education in which remains at a low level, and their diplomas differ from state diplomas, the development of this sector of education will continue. In particular, given the important role of such universities in the training of young entrepreneurs.

The content of curricula and disciplines in universities in China is also controlled by the state in the framework of the so-called policy of "Construction of selected disciplines." Separate attention is paid to the practical perspective of training, the ability of graduates to build and organize entrepreneurial activities. As M. Zavadsky

203 Online press conference of the Ministry of Education of the People's Republic of China
2019-02-26 http://www.moe.gov.cn/fbh/live/2019/50340/mtbd/201902/t20190227_371502.html
(Accessed - 01.11.2021)

emphasizes, “in China, innovations are much more practical than in other countries of the world, here no one will invent just like that, everyone thinks about market prospects. We are talking about improving technological qualities, creating new business models, convergence - in a word, about any add-ons over a “fundamental” invention made somewhere” .²⁰⁴ Much attention is paid to training in technical specialties that provide solutions to innovative entrepreneurship projects - 62% of disciplines (USA - 14%, Japan - 26%), specialists in agriculture are trained at all universities - 11% of taught disciplines are related to agriculture.

In the near future, the trends in the orientation of university education towards the entrepreneurial activity of graduates will be preserved. Thus, the "State Program for the Development of Education in the PRC for 2010-2020" states, among other things, that it is necessary to increase the level of scientific and technological innovations and their implementation for the public benefit on the basis of the entrepreneurial initiative of university graduates. These include - improving the quality of research work, applying research results in production, increasing funding for practice-oriented research projects. The need to deepen the reform of the higher education system was emphasized, including the reorientation of educational programs to the demands of the business sector, the labor market, and the formation of a direct link between the vocational education system and employers.

Public administration in the field of university education sets as its most important task the creation and implementation of strategies to optimize admission to universities and ensure the employment of university graduates. The competition in Chinese universities is extremely high, take 2021 as an example, in 2021, 10.78 million candidates in China applied for the Unified National Higher Education Examination, and the key university acceptance rate is about 2.4%, which means that one in 42 can be admitted to a key university. The acceptance rate at some prestigious universities is around 0.97%, which means that one in 103 people can be admitted to a prestigious university. Tsinghua University and Peking University are planning to admit about 7,200

204 Zavadsky M. Giant of microinnovations. [Electronic resource]
<http://www.expert.ru/expert/2010/38/Expert>” No. 38 (722).

students in 2021, and the acceptance rate is about 0.067%, which means that 7 out of 10,000 people can be admitted to Tsinghua University and Peking University²⁰⁵. In terms of the number of college students, China ranks first in the world. In 2008, the total of all types of higher education in China reached 29.07 million, and the total enrollment rate in higher education reached 23.3%²⁰⁶. As of 2020, the total enrollment in various forms of higher education in China is 41.83 million, and the total enrollment rate in higher education is 54.4%²⁰⁷ (total enrollment rate - the total number of students with a certain level of education, regardless of age, is percentage of the population of the age group reported in the country of this level of education). These data indicate that education in China has moved from a once elite privilege to a level accessible to the general population, and therefore the orientation towards the formation of the entrepreneurial initiative of graduates is one of the main areas of training.

An important factor in admission to the university is the place of birth and residence of the applicant. This contradiction is especially relevant for residents of cities and villages, various provinces and districts. It is much easier for urban residents and residents of developed central areas to enter the university. In Beijing, Shanghai, the southeastern provinces of Jiangsu, Jieqiang, the income percentage in recent years is more than 50%. The difference in the number of places between central and peripheral universities can be up to 8 times. At the same time, the cost of education at a regional university will be more than 3 times lower than at the central ones (on average, 1,500 and 5,000 US dollars annually).

Since 1997, a unified system of admission to universities throughout the country has been introduced on the same conditions. Education in universities is paid, but

205 Do you know how many college entrance exams will be in 2021?

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1707588658202120954&wfr=spider&for=pc> (Accessed - 01.11.2021)

206 National Statistical Communiqué on the Development of Education, 2008, Ministry of Education of the People's Republic of China.

http://www.moe.gov.cn/s78/A03/ghs_left/s182/moe_633/201002/t20100205_88488.html (Accessed - 01.11.2021)

207 Main results of national education statistics in 2020 by the Ministry of Education of the People's Republic of China.

http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202103/t20210301_516062.html (Accessed - 01.11.2021)

there is a system of scholarships and material incentives. A number of universities encourage student entrepreneurship. On the contrary, this practice is not supported in the central universities.

University education in China is a fairly effective social elevator, but it does not in itself guarantee a successful career. University graduates are motivated to display an entrepreneurial spirit and get a job on their own. Based on data from the PRC Ministry of Education for 2007, it can be concluded that it is not so easy for university graduates to find a job - only half (47.2%) of graduates were able to conclude an employment contract with Chinese companies, 16.8% entered the master's program, 2.3 % planned to find a job abroad, 4.8% could not find a job, 3.6% were going to start their own business. Specialists with master's and doctoral degrees also face difficulties in finding employment; specialists who do not have a high level of education are more in demand on the labor market. Among the factors influencing the employment of graduates, gender, professional specialization, and place of residence also stand out.²⁰⁸

To improve the employment situation of graduates of higher education, in 2015 the Chinese government ordered universities to develop and open special start-up programs to support young entrepreneurs. 600 business incubators were opened in the structures of technology parks and university campuses. Their services are already used by 40,000 companies employing 700,000 people. Note, however, that according to research data, 1/3 of students are not interested in building a career in their specialty, and about 1/4 of students fail their final exams.²⁰⁹ “Only 5% of graduates are determined to start their own business, however, examples of successful experience of young businessmen in the field of high-tech production, which are widely advertised in the Chinese press, will undoubtedly give positive results”²¹⁰.

The ratio of teachers and students in Chinese universities is approximately 1 to 18. However, analyzing the dynamics of the labor trajectories of teachers, we can

208 The higher education system in China. <https://articlekz.com/article/8129> (Date of access - 29.07.2019)

209 Korney O. Young and successful // China. 2015. No. 6(116). P.44-46. P.45.

210 Mashkina O.A. Life strategies and values of graduates of Chinese universities // Domestic and foreign pedagogy. 2016. No. 5 (32). URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennye-strategii-i-tsennosti-vypusknikov-kitayskih-universitetov> (date of access - 30.07.2019).

conclude that there are fewer masters and doctors of sciences who are ready to work in universities. Every year, 6% of the teaching staff quit their jobs, and 3.6% take up new positions. Thus, despite the fact that about 100 thousand potential teachers graduate from universities every year, Chinese universities are experiencing a shortage of personnel. According to a study by Peking University, 50% of teachers agree that the teaching staff is insufficient and the teaching load is extremely high.²¹¹ There are cases of corruption in universities, as well as other ethical problems related to teachers.

Another important trend in the Chinese educational system is the transition *from the traditional dissemination and interpretation of knowledge* (the interpretation of truth, as Confucius understood the task of teaching) to the expansion of the academic and ideological freedom of the teacher and student. “American education experts constantly characterize the Chinese system as outdated, overly conservative, hindering the development of independent and critical thinking, and so on. This leads to discrimination against students from Southeast Asian countries studying in US schools, which in itself is unacceptable. But this also poses serious threats to the competition of civilizations - a “top-down” view of the representatives of Western educational culture on the traditions of Eastern culture in the long term can weaken the position of Western civilization in competition with the Eastern one”.²¹² Along with this, the expert community fixes a number of changes in education strategies, which testify to the transformation and reform of the traditional Chinese culture of admiration and dependence on power. In particular, the development of such training principles is especially relevant for the training of young entrepreneurs.

The current goal for Chinese universities is integration into the global higher education system. The "State Program for the Development of Education in the PRC for 2010-2020" provides for the following measures to develop cooperation with the world's leading universities:

211 The higher education system in China. <https://articlekz.com/article/8129> (Date of access - 29.07.2019).

212 Filonovich S. Foreword by the scientific editor of the translation \ Jin Li. Cultural foundations of learning - East and West. M. - Ed. house "Higher School of Economics". 2015. 464 P. 8. https://id.hse.ru/data/2015/09/15/1087364286/Li_site.pdf (Date of access - 29.07.2019)

- *introduction of a credit system* (in total, about 120,000 Chinese study abroad at the present time; on average, they spend \$2.2 billion annually outside of China);
- *development of doctoral programs (PhD)* (achieving an optimal balance between teaching and research activities for a period of 2 to 4 years);
- *implementation of international exchanges* (mutual invitation of scientists and specialists, exchange of students).²¹³

Separately, it is necessary to emphasize the significant role of Confucius institutions in the dissemination of Chinese education and Chinese values in the world. As of December 2019, China has opened 550 Confucius Institutes and 1,172 Confucius classrooms in primary and secondary schools in 162 countries and regions around the world.²¹⁴ This is a global network of international cultural and educational centers established by the State Chancellery for the Promotion of the Chinese Language Abroad (abbr. Hanban, 国家汉办). Some of these institutes are specialized, such as the Athens Confucius Institute of Business, the London Confucius Institute of Chinese Medicine. The centers are managed and financed from the Chinese side by the Headquarters of the Confucius Institutes (Hanban).

So, we reviewed some of the experience of Chinese universities in maintaining and disseminating entrepreneurial values among students. As can be seen from the above, the preservation and dissemination of traditional values inherent in Chinese culture, together with the introduction of new entrepreneurial values for Chinese universities, is one of the most important long-term tasks. The practical results of teaching Chinese students within the framework of this strategy show that this methodological approach has many positive aspects that stimulate the development of entrepreneurship among young people.

213 The higher education system in China. <https://articlekz.com/article/8129> (Date of access - 29.07.2019)

214 Baidu Encyclopedia-Confucius Institute

<https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%A6%E9%99%A2/812632?fr=laddin>

Conclusions of Chapter 1

Conducting a theoretical and methodological analysis of the values of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society made it possible to generalize the results obtained and draw a number of important conclusions.

First, in the modern structure of Chinese society, young entrepreneurs occupy a relatively independent position, whose values can be seen as specific and different from the values of other socio-demographic groups. These values are guidelines that guide the activities of young entrepreneurs to achieve certain goals, the use of certain means to achieve significant results. Among the main orientations of young entrepreneurs, an innovative approach to entrepreneurial activity is central. The main characteristics of youth entrepreneurship as an element of the social structure are - the recognition of youth entrepreneurship in China as an important factor in economic growth in a socialist society; as a social instrument of motivation for the self-education of young people, the transformation of people's consciousness and the emancipation of the individual through creativity; as an institution for youth employment.

Secondly, young entrepreneurs are formed as a significant socio-demographic group in Chinese society, which goes through a number of stages of formation, at each of which the attitude of society towards young entrepreneurs develops in a special way, and the role of youth in the formation of Chinese society is understood and evaluated depending on strategic course for the development of the People's Republic of China. The beginning of modern youth entrepreneurship in China dates back to the transformations of 1978, when a period of market changes sets in, the institution of entrepreneurship in China emerges and the recognition of the important role of young people as a relatively independent social, socio-demographic group is formed.

Thirdly, young entrepreneurs in modern China have specific status-role and socio-psychological characteristics, which include - gender and age characteristics; employment sectors (agriculture, forestry, animal husbandry, manufacturing, construction industry, wholesale and retail trade; accommodation and catering industry, education and culture, consumer services industry, information technology in the service

sector, transport industry, business services industry); scale of entrepreneurial activity; level and type of education received. Identified socio-economic conditions that contribute to the development of youth entrepreneurship - early participation in entrepreneurship; psychological enterprise - the desire to achieve results and success; accommodation in the families of entrepreneurs; partnership entrepreneurship - participation in start-ups; certain ethical rules. Among the measures to support youth entrepreneurship, one can single out - support for youth entrepreneurship by party bodies, state and municipal authorities; creation of an interested social atmosphere for youth entrepreneurship and constant stimulation of its development; Consolidation of several departments dealing with youth entrepreneurship and the creation of specialized agencies to integrate existing measures and strengthen the performance management of youth entrepreneurship policy; developing youth entrepreneurship development programs are lined up both locally, regionally and internationally; benefits for financing start-up youth entrepreneurship in China are diverse; diverse models of youth entrepreneurship education; promotion of examples of successful young Chinese entrepreneurs is formed into certain systemic actions; systematic analysis and assessment of the state of youth entrepreneurship. Some socio-psychological features of young entrepreneurs are investigated and shown - the prestige of entrepreneurship; education, the desire to receive a quality (expensive) education; search for the possibility of implementing entrepreneurial aspirations in the digital space, passion for computers, video games, etc.; focus on material success, attentive attitude to making profits; pragmatism; emerging consumer attitude to life, orientation to pleasure.

Fourth, in the process of forming the values of youth entrepreneurship, many social institutions in China play an important role, among which one of the central places is occupied by the education system and, in particular, universities. In assessing the role of universities in shaping student entrepreneurial initiatives, the following trends play an important role:

- strengthening specialization and pragmatism in the education system, which replace the desire for universal scientific knowledge and research;
- connection of education with activities in the real sector of the economy,

the focus of education on teaching the theory and practice of entrepreneurship;

- the formation of entrepreneurial attitudes and values, starting from the early periods of education;

- combining the traditional values of Chinese society with the values of entrepreneurship and enterprise;

- Encouragement of students to participate in entrepreneurship during their studies at the university without compromising education.

The theoretical and methodological analysis of the values of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society allows us to form conceptual positions in the interests of implementing the empirical part and testing the findings.

Chapter 2. Empirical Case Study on the Values of Young Chinese Entrepreneurs - A Comparative Network Analysis

The analysis of the sociological-historical and theoretical-methodological foundations for the study of the values of young Chinese entrepreneurs, carried out in the first chapter, allows us to state the process of institutionalization of youth entrepreneurship in the structure of Chinese society. As shown, the formation of the values of youth entrepreneurship in China is inextricably linked with the centuries-old traditions of China and the peculiarities of its mentality, as well as with the specific conditions of the current stage of development of the country. The values of youth entrepreneurship as a set of such attitudes of young entrepreneurs, guided by which they organize their practical work, are not easily formed. In particular, the peculiarity of the Chinese mentality is largely expressed in the inextricable connection of the business qualities of entrepreneurial activity with other important qualities of people, such as collectivism, the ability to create and maintain an active communication environment, a number of specific personal qualities that characterize the person himself as complaisant, kind and at the same time time to stand up for their interests. Without such a relationship of values-qualities, the study will be incomplete.

In order to study the place and role of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society, the characteristics of the values of young entrepreneurs, we planned and implemented a number of research procedures that made it possible to identify the features of the interactions of this social group with representatives of other social groups. In particular, the objects of our empirical research were directly young Chinese entrepreneurs, employees of state and non-state enterprises, students of Chinese and Russian universities, young Chinese entrepreneurs who opened their business in Russia (in St. Petersburg), young Russian entrepreneurs, as well as Russian and Chinese respondents representing different social and age groups.

The empirical part of the study was carried out as part of an initiative project in which students from the Faculty of Sociology of St. Petersburg State University and students of St. Petersburg Electro technical University (LETI) took part, which made it

possible to gain access to information on youth entrepreneurship in the Russian Federation, obtained earlier as a result of research by other project participants. In addition to presentations at conferences on the materials of empirical research, reports were made at Peking, People's Universities, Tsinghua University, a number of other universities, as well as at conferences in Tianjin and Heihe.

According to the results of the study of the first chapter, it is obvious that the values of young Chinese entrepreneurs are formed under the influence of a complex set of interrelated factors of an economic, legal, political and cultural nature and reflect the reflection of Chinese society on understanding and recognizing the importance of market mechanisms. The complex social essence of values, in turn, involves the use of a set of empirical methods of sociological research that provide identification and explanation of the position of young entrepreneurs in the structure of Chinese society.

2.1. The concept of empirical research and the conceptual principles of its conduct

Sociological science "from its inception to the present time pays considerable attention to entrepreneurship"²¹⁵. A special place in the study of entrepreneurship is rightfully occupied by research approaches that address values as an object of study.

Values of youth entrepreneurship. Young entrepreneurs in China are people whose values have emerged in new historical conditions and in the specific society that has developed under these conditions²¹⁶. As T. Parsons and N. Luhmann said, the values themselves constitute the basic structures of society, on which all the main social institutions subsequently arise. Among the totality of society's values, their core, the basis are the values of professional groups, which are formed as a reflection of functional interactions. To a greater or lesser extent, the values of various professional groups reflect the very essence of the social system. This fully applies to youth entrepreneurship in

215Yaikova L. V. Sociological understanding of the phenomenon of entrepreneurship // Izv. Saratov. university 2008 Ser. "Sociology. Political science". T. 8, No. 2. P. 28–63.

216Joas H. The emergence of values / transl. with him. K. G. Timofeeva. - St. Petersburg - Aleteyya, 2013. - 312 P. 15.

China. The values of young entrepreneurs reflect the main features of Chinese society, its social structure at the present stage.

Values reflect the needs of a particular person and socio-professional groups. “The value of a value is that position from which one observes, demands, engages and finds oneself capable of acting”²¹⁷ - notes N. Luhmann. Therefore, an appeal to the study of values essentially means an appeal to those needs that underlie social development. Differences in the values of socio-professional groups reveal the unity and contradictions that can accompany the socio-historical stages of the development of society, and in this regard, the values of young Chinese entrepreneurs can be particularly indicative indicators - different ways of acting, different goals and results of activities will be reflected in the values of professional groups. Theoretical and empirical studies show that values in any kind of activity can be the starting point in studying the needs of an individual, group, society, including the validity of this statement also applies to youth entrepreneurship.

Revealing the values of young Chinese entrepreneurs as an object of sociological research, it is important to show them as a unique and at the same time universal social phenomenon, with the help of which it becomes possible to characterize the interconnections of various social actors. The uniqueness of values as an object of sociological research lies in the fact that the values of youth entrepreneurship make it possible to compare and analyze data - to study young entrepreneurs in relationships with representatives of other socio-professional and socio-demographic groups. That is why scientists-researchers of various schools and directions, who study the sociodynamics of the development of social institutions and processes, turn to values. This is their versatility.

At the same time, values are a unique object of study in the sociology of youth entrepreneurship, since the values of this group of people are unique and special. The values of young entrepreneurs belong only to them, since the activities of such people reflect all the contradictions that entrepreneurs experience when organizing firms,

217 Luman N. World time and history of systems. URL - <http://www.ruthenia.ru/logos/number/44/08.pdf> (date of access - 05.06.2019).

building relationships with government agencies, entering into contacts with consumers and suppliers, etc. This is their uniqueness.

Summarizing the advantages of values as an object of study for young Chinese entrepreneurs in the social structure of society, let us dwell on the main characteristics.

First, the main contradictions that accompany this or that activity of young Chinese entrepreneurs as part of Chinese society are “captured” in values. Such contradictions may well reflect attitudes towards the personal and the public, the technocratic and the humanitarian, the new and the obsolete, and so on. In other words, values as an object of study capture the contradictions of the formation of market relations in all major manifestations.

Secondly, values make it possible to identify the features of relations within the entrepreneurial community, the boundaries of relations between young and experienced entrepreneurs, entrepreneurs at the start and entrepreneurs who have already achieved success, etc. This is especially important for characterizing entrepreneurship in transitive communities²¹⁸.

Thirdly, values as an object of study make it possible to identify the characteristics of the relationship between young entrepreneurs and employees in organizations - to reveal the difference in the interests and needs of people whose interaction gives rise to the development of entrepreneurial business. This is an important parameter for assessing the role and importance of youth entrepreneurship in Chinese society, where public opinion plays an important role.

Fourth, youth entrepreneurship in China is characterized by specific goals, means and results of activity, which characterizes young entrepreneurs as a special socio-demographic group. There is no doubt that the system of values of young Chinese entrepreneurs is expressed in specific assessments of the surrounding reality, assessment of facts and events in the life of Chinese society, and therefore the study of the values of this category of people will make it possible to approach the disclosure of the characteristics of Chinese entrepreneurship in general.

218 Pantich D. Conflicts of values in transition countries // Sotsis. 1997. No. 6. P. 24–36.

Fifth, values as an object of research for young Chinese entrepreneurs make it possible to describe the goals of the means and the results of entrepreneurial activity in the same scientific language, in a single system of concepts and categories. This is all the more important when conducting a comparative analysis between different groups of entrepreneurs.

Sixth, and most importantly, the values of young Chinese entrepreneurs reveal its social significance and importance,²¹⁹ in particular, for the development of market relations in China. In accordance with the provisions of K. Marx on the role of professional groups in the formation of a specific structure of society, which were later developed by T. Parsons, each professional group transforms the social structure of society in its own way. In market conditions, entrepreneurship is the main driving force in the formation of free economic relations.

Summarizing the above, it becomes obvious that values as an object of research for youth entrepreneurship in China have many advantages and merits, which makes them an important indicator for the formation of many research procedures, including the network approach.

Along with the positive aspects that characterize values as an object of research for youth entrepreneurship in China, some difficulties and limitations of such a study should be noted:

- Lack of official statistics on youth entrepreneurship. In Russia, such data are published as a result of research carried out by sociologists, economists, etc. In China, the collection of such information requires additional efforts;
- the unwillingness of young Chinese entrepreneurs to participate in research, the well-known closeness and suspicion of respondents;
- the requirement for additional comments and explanations when studying a variety of concepts and terms that describe youth entrepreneurship;
- the difficulty of using quantitative methods, for which it is necessary to use mainly closed questions and the approximate nature of some numerical data.

219 Khabibova N. E. Philosophical analysis of the concept of "value orientations" - ontological and epistemological aspects - author. dis. ... cand. philosophy Sciences / BashGU. Ufa, 2004. P. 18

The purpose of the **empirical study** can be defined as the collection of empirical data in the interests of identifying and characterizing the value system of young entrepreneurs, as well as fixing the position of this socio-demographic group in the structure of Chinese society. Another goal of empirical research can be considered the adaptation of methods of network diagnostics of values to the conditions of Chinese society, in particular, the translation of texts and testing of these methods in the conditions of Chinese society.

It is necessary to dwell on some features of the empirical part of the study in China.

Firstly, *a sociological study of the values of young entrepreneurs is carried out among people whose age is limited to 18-36 years*. In China, there is no strict understanding of the category of "youth", as is typical for Russian sociology. In various districts and provinces, this may include people between the ages of 14 and 44. Since our study involved comparisons with the data of Russian sociologists, we included in the category of young entrepreneurs those respondents whose age ranged from 14 to 36 years, as determined in the works of A.S. Shilyaeva, who studied the values of young entrepreneurs in Russia. Of course, differences in the values of people at 14 or 44 years old are significant. At the same time, we emphasize that Chinese young entrepreneurs in 83% of cases in our study constitute the age cohort from 18 to 36 years, i.e. correspond to those respondents who became participants in the research of A. Shilyaeva, which allows using the data she received for comparison.

Secondly, *the empirical part of the study was carried out mainly among young entrepreneurs whose business organizations and activities take place in large cities - Beijing, Tianjin, Heihe and others*. This is also important from a methodological point of view, since the supposed comparative analysis of the values of Chinese and Russian young entrepreneurs was carried out in large cities of Russia and China. The entrepreneurial activity of young Chinese entrepreneurs in agriculture deserves its significant separate attention. At the same time, the study of this category of entrepreneurs involves other research approaches and other tools, the specific values of young entrepreneurs in Chinese cities and in Chinese villages are significant.

Thirdly, *the difficulties that arise in connection with the translation of a number of categories and concepts*. To obtain an adequate text of instructions and methodological apparatus, it was important to adapt them to the Chinese understanding of entrepreneurship. The formulated values of entrepreneurial activity, in principle, reflected identical groups of values - personal and public interests, technical and humanitarian order. Along with this, there was repeated discussion of the meaning of the indicators proposed for measurement among native speakers of the Chinese language.

Fourth, *the difficulty of triangulating the results of quantitative and qualitative methods of empirical research*. The interests of the study involved the appeal to mass surveys and questionnaires using common methods in Russia and China. Along with this, we often had to conduct interviews with experts and entrepreneurs, both from the Russian and from the Chinese side. If the quantitative data obtained on the basis of common indicators and indicators made it possible to obtain accurate data on the values of young entrepreneurs from both Russia and China, then the results of interviews and surveys did not always reflect the essence of the questions of interest to the researcher.

Fifth, *some closedness of the business community, both in Russia and in China*. Young entrepreneurs are far from always ready to openly and sincerely characterize the socio-psychological processes that take shape in the internal environment of their entrepreneurial organizations. In particular, this fully applies to the issues of staff motivation, wages, gender relations, bribes and corruption, relations with authorities and others. As a rule, approaching Chinese young entrepreneurs involves the participation of an intermediary, guaranteeing the sincerity of the researcher's intentions.

As the theoretical analysis has shown, the values of youth entrepreneurship will be adequately investigated if, in the process of collecting empirical data, the researcher has the opportunity to contact respondents representing the interests and values of various social groups.

Therefore, we can talk about several directions for conducting empirical research. Development of unified indicators and indicators of entrepreneurial activity, on the basis of which such activity will be assessed by both respondents-entrepreneurs, and by a number of categories of respondents of other socio-demographic and age groups:

- entrepreneurs with little experience and just starting their activities, entrepreneurs who have achieved some success and entrepreneurs who have achieved significant success;

- people of different ages - youth, middle age and the elderly;

- experts representing both the practical sphere of entrepreneurship and the community of university representatives - professors;

- student youth as an active social group aimed at developing market relations.

The most important indicators of the values of youth entrepreneurship are:

- recognition of the importance of youth entrepreneurship for Chinese society;

- understanding of trends and direction of formation of the main efforts of young entrepreneurs;

- representation of young entrepreneurs about the success of their entrepreneurial activities;

- features of the perception of youth entrepreneurship by representatives of various social groups;

- features of the values of young Chinese entrepreneurs in various fields of entrepreneurial activity.

In order to achieve the goals of the empirical study, 1,415 people representing various categories of respondents representing the goals, means and results of youth entrepreneurship were selected for surveys, interviews and situations of observation of the activities of young Chinese entrepreneurs.

Table 1- Type and number of respondents

Nn/n	Respondent categories	Total people
1	Young Chinese entrepreneurs in China (18-36 years old)	116
2	Young Chinese entrepreneurs in Russia (18-36)	56
3	Chinese entrepreneurs (37-60 years old)	39
4	Unemployed Chinese young people (18-36 years old)	78
5	Chinese students studying at universities in China	143
6	Chinese youth (18-36 years old) working in state corporations	68
7	Chinese youth (18-36 years old) working in private corporations	73

8	Older Chinese (36-60 years old) working in state corporations	56
9	Older Chinese (36-60 years old) working in honest corporations	39
10	Business experts	4
11	Experts from universities	5
12	Students of Russian universities (St. Petersburg State University, St. Petersburg Electrotechnical University (LETI))	128

Explanations and characteristics of the main groups of respondents.

Young Chinese entrepreneurs in the PRC are people aged 18 to 36 whose main employment is in the field of their own business, who have opened their own entrepreneurial business, who operate and live in China.

Young Chinese entrepreneurs in the Russian Federation are people aged 18 to 36 who are employed in the field of their own business, who have opened their own entrepreneurial business or are in the process of opening on the territory of the Russian Federation (in St. Petersburg).

The entire period of the empirical study was divided into stages and included the preparatory period, the period of approbation of the methods, the main stage and the final stage.

Table 2- Stages and methods of research

Research directions	Stage 1 Preparatory	Stage 2 Approbation of techniques	Stage 3 Basic	Stage 4 Final
	Target: Development of design and research methods	Target: Approbation of technologies for researching the values of young entrepreneurs	Target: Data collection and structuring	Target: Generalization and conclusions
Young Chinese entrepreneurs in the PRC	Interview: <ul style="list-style-type: none"> • Role • Goals • Relevance • Directions Youth Entrepreneurship Essays by Chinese Students in Russia on the Importance of youth entrepreneurship	Report at a conference in ETU (LETI)	Internet survey: Market values in the value structure of young Chinese entrepreneurs. Values of young Chinese entrepreneurs and other	Conclusions: Network comparative models of values of young Chinese entrepreneurs and respondents from other

			social groups in Chinese society	social groups APPENDICES 1-5, 8
Young Chinese entrepreneurs in Russia Federation	Survey of students of the Russian Federation On the attitude towards young Chinese entrepreneurs in the Russian Federation	Report: at the City Sociological Seminar at St. Petersburg State University	Internet survey: Terminal and Instrumental Values of Young Chinese Entrepreneurs. Comparative analysis of terminal and instrumental values of Russian and Chinese entrepreneurs	Conclusions Network Models of Terminal and Instrumental Values of Young Chinese Entrepreneurs APPENDICES 6 - 7
Student youth of the Russian Federation and China and entrepreneurship	Enabled surveillance Student attitude towards entrepreneurship	Report: at a conference in ETU (LETI)	Internet survey: Business values of Russian and Chinese university students	Conclusions Network models of business values of Russian and Chinese students

Interviews with experts were conducted both with representatives of the entrepreneurial community (established entrepreneurs), and with representatives of the teaching staff of Peking and People's Universities, as well as the head of the Heihe Youth Entrepreneurship Center. The main questions of the interview were the discussion of the role and expediency of the development of youth entrepreneurship in the PRC, its features, the activities of young entrepreneurs, the difficulties and problems that stand in the way of young entrepreneurs, and discussed measures to increase the activity of young Chinese entrepreneurs, which should be implemented by the state apparatus and society. Attitudes towards youth entrepreneurship are different and ambiguous. In particular, Professor N.K. from Peking University, the opinion was expressed that during the period of study at the university, a student should not engage in entrepreneurial activities, but

only study hard. His "entrepreneurship" should be the desire to receive additional scholarships, participation in grants, competitions. On the contrary, Professor F.N. from the People's University stressed the importance of supporting the entrepreneurial initiative of students, especially those who are studying at the Faculty of Economics and the Faculty of Management.

An essay was conducted with Chinese students studying in the Russian Federation on the topic "Attitude towards youth entrepreneurship in Russia and China - common and differences". In this case, an important provision for our study was recorded about differences in assessments of the role and importance of youth entrepreneurship. The generalized conclusion may be that, according to Chinese students studying in the Russian Federation, in China, young people are much more actively involved in entrepreneurship and are more interested in it.

A questionnaire survey was conducted *with Russian and Chinese students* on the topic "What are the differences between labor activity in business and government organizations." Such an analysis of the materials made it possible to reveal the involvement of young people in the market mechanisms for the development of Chinese society - in entrepreneurship and attitudes towards working in corporations. We summarized these results and presented them to the general public in our reports.

In a free form - an essay - students of *Russian universities (St. Petersburg State University, St. Petersburg Electrotechnical University (LETI))* expressed their attitude to the participation of young Chinese entrepreneurs in the restaurant business.

At the center of the empirical research carried out were three online surveys, the data of which were used in the *network analysis* of the results. Data from these Internet surveys will be further discussed in the next three paragraphs.

The first online survey was conducted with Chinese young entrepreneurs who opened their own business in St. Petersburg and aimed at identifying and characterizing the terminal and instrumental values of entrepreneurial activity. Then the results obtained by young Chinese entrepreneurs were compared with the data of Russian respondents. In order to carry out this analysis, we used the data of A.S. Shilyaeva, who, within the framework of a single initiative project, used a similar methodology for studying the

values of young Russian entrepreneurs.

The second online survey involved comparing the values of young Chinese entrepreneurs with the values of other representatives of Chinese society - respondents of different generations and fields of activity - employees of state and non-state organizations.

The third online survey was conducted among students of Russian and Chinese universities. The purpose of this survey was to identify the attitude of students to business qualities, which are one of the important foundations of youth entrepreneurship.

It can be seen from the above that the empirical study was planned as a set of procedures for quantitative and qualitative analysis and involved triangulation of the data obtained. This use of various methods of empirical sociological research has made it possible to form an idea of the place and values of youth entrepreneurship in the structure of modern Chinese society and to test the previously stated hypotheses. The following paragraphs will be devoted to the main results of the study.

2.2. Comparative network analysis of terminal and instrumental values of young Russian and Chinese entrepreneurs

Conducting a comparative analysis of the values of Russian and Chinese entrepreneurs is of current scientific relevance for the analysis of the sociology of social structures and processes in transforming societies. Russia turned off the path of socialist development at the end of the last century, China, on the contrary, continued to develop public institutions and form an appropriate social structure in the chosen direction, while adopting some market economy approaches. This also applies to entrepreneurship. In Russia and China, the values of youth entrepreneurship were perceived differently. A number of publications by Russian sociologists note the nature of the development of youth entrepreneurship in Russia, where there are rises in youth activity, and then some declines. In particular, Russian sociologists and economists V. G. Nemirovsky, Z. M. Dyl'nova, V. V. Staroverov, I. N. Lapsha, A. V. Inozemtseva, Zh. Grishchenko, A. Yu.

Chepurenko, L. G. Novikova, S. V. Grishaeva, A. A. Maksimenko, K. V. Kharchenko and others. In China, on the contrary, the evolution of youth entrepreneurship as a whole reflects the growth of attention and interest both on the part of society to youth entrepreneurship and on the part of the state, we saw this in the texts of the first chapter. The different reactions of young people in relation to entrepreneurial activity, in our opinion, reveal one of the important moments of the social development of any society, since it reflects the society's understanding of the prospects for its further existence, the prospects for choosing important and significant values for the younger generation.

In the present case, the intention of the empirical study was to conduct a comparative analysis of the values of young Russian and Chinese entrepreneurs according to common indicators. The paragraph will focus on those young Chinese entrepreneurs who opened their own business in St. Petersburg.

The basis for the development of the research procedure was the ideas of M. Rokeach on the classification of values into terminal and instrumental. Further, based on the analysis of various sources in sociology, management and economics, values were formulated that represented both terminal and instrumental values. In each of the two groups of values, 4 more subgroups of values were distinguished, specifying the terminal and instrumental values.

The most important terminal values-goals of entrepreneurship include:

- values that determine personal success - and the achievement of personal advancement. These included such values as the possibility of creative self-realization, the achievement of a high level of self-development, the growth of personal material well-being, the possibility of freedom of expression;

- values that characterized the goals related to the managerial and technical side of entrepreneurship - new projects for solving entrepreneurial problems, technical re-equipment, instrumental and technological innovations, search for new technologies in the markets, etc.;

- values of the social order - the authority of the country, increasing the economic results of the country's development, interaction with other countries and states, maintaining established standards and values;

- humanitarian values - interaction with the poor and providing assistance to them, education of the population, maintenance of the healthcare system, in general, development of human capital.

Accordingly, the number of instrumental values-means of entrepreneurship includes:

- psychological management methods - leadership, development of team work principles, staff stimulation, quality and effectiveness of communication;

- methods of management - formation of a management structure, goals and objectives of activities, power organizational relations, control;

- methods for implementing innovations - staff training, innovations, the system of production operations, analysis and foresight of the development of the company;

- resource bases of business organization - finance, real estate, new business projects, personal ability to work.

These fundamentals of entrepreneurship, which are important for entrepreneurship, were reformulated into questions and included in the questionnaires. They were evaluated on a rating scale from 1 to 16 in terms of importance, both in the group of terminal values and in the group of instrumental values.

The questionnaire in Chinese is presented below. Tab. 3.

问卷填写说明:

请您仔细阅读以下问题，并根据所提供选项对您个人重要性的显著程度进行有限顺序排列：1-表示所选择选项对您最重要；2-表示所选择选项对您第二重要；… 16-表示所选择选项对于您的企业经营目的或者手段最不重要。在选择过程中，您有足够的时间去考虑或者修改自己的答案。希望最终的答案可以准确地反映您的个人立场。

Tab.3 - 1) 对于您创业的目的最重要地体现在如下方面

1. 自我创意的具体化	
2. 技术项目的实现	
3. 提高国家的威望和地缘政治影响力	
4. 提高人力资本质量（俄罗斯或者中国）	

5. 自我实现（最大程度地开发和运用自己的潜力）	
6. 改装或者升级现有的产品	
7. 提高国家的经济实力（GDP）	
8. 援助社会弱势群体（残疾人，孩子，青少年，退休人员，移民等）	
9. 自我的物质保障与财务独立	
10. 通过现代技术降低产品的价格	
11. 发展和增强国家间的关系	
12. 提高知识和技能水平	
13. 获得自由（自主独立性，行为举止和判断的独立性）	
14. 走向国外市场	
15. 保护和发展国家传统和文化	
16. 促进公众健康	

Tab.3 (continuation) - 2) 为了达到这些目标我将使用如下手段

1. 提高自我领导素养	
2. 建立最优化组织结构以及领导交替授权机制	
3. 选用专业人才	
4. 股票和借贷资本	
5. 组建友好团结的、相互尊重的团队	
6. 建立明确的目标设定系统	
7. 使用具有创新性的物资供应、管理、营销的方法	
8. 不动产和自然资源（购买与利用）	
9. 在团队中建立激励机制	
10. 权力和纪律	
11. 通过现代科技优化成本	
12. 经营理念和智力资本（包括知识产权）	
13. 积极地加强商业往来	
14. 业务监控系统	
15. 商业运营当中的诊断、预测、调整	
16. 劳动本身（勤劳、决策中的责任心、效率、自律）	

The hypothesis of this empirical study was the assumption that in a globalizing world between Russian and Chinese young entrepreneurs - as a specific social group - operating in different social environments, nevertheless, a certain unity of values will be recorded that single out these respondents in a special social environment. group. In our opinion, for young entrepreneurs in both countries, greater unity will be characteristic of the understanding of the

ultimate goals of entrepreneurship (terminal values). This unity will be less when

evaluating the means of entrepreneurship (instrumental values). This hypothetical assumption is based on the analysis of data on the social foundations of entrepreneurship development, where, as a result of network information links, common ideas are formed about what the goals of entrepreneurial activity are, what to expect and what this activity is aimed at, which is especially characteristic and important for generation Y entrepreneurs. At the same time, the methods, methods and means of achieving the terminal goals of entrepreneurship will turn out to be more dependent on the national and mental characteristics of the youth of Russia and China, which will affect their less unity, i.e. in the choice of means of entrepreneurship between young Russian and Chinese entrepreneurs, there will be less agreement and unity of values.

As already mentioned, our research was carried out within the framework of a single initiative project on the topic of network research of values with research conducted in Russia under the direction of P.P. Deryugin, and within the framework of one methodological procedure. The most relevant for us were the materials and results of the study conducted by A.S. Shilyaeva among Russian young entrepreneurs. Table 4 shows the respondents who made up a random sample of A.S. Shilyaeva, and supplemented with data on Chinese young entrepreneurs.

Table 4 - Sample of respondents

Categories of entrepreneurs		Average age	Entrepreneurship participation time	Self-assessment of the results achieved
Youth not engaged in entrepreneurship		22,7	-	-
Young entrepreneurs	Seligers	24,8	from 0 to 6.7 years	?
	Self-employed	23,6	from 0 to 8.1 years	Satisfactory
	Startup	25,3	From 14 to 18 years	Satisfactory
Considered entrepreneurs		36,8	from 0 to 6.7 years	Successful
Long-livers in entrepreneurship		52,3	from 20 to 27 years	Succeeding
Chinese entrepreneurs (in the Russian Federation, St. Petersburg)		24,7	from 2 to 12 years	Satisfactory

The report on the results 220 of this study shows the methodological elements of the processing procedure of the resulting empirical material. Therefore, in

220 Deryugin P.P., Lebedtzieva L.A., Jin C., Shi I. Values of Russian and Chinese Entrepreneurs - Comparative analysis (results of an empirical sociological study). In the collection - Russia and China - history and prospects for cooperation Materials of the VIII International Scientific and Practical Conference. Responsible editors D.V. Buyarov, D.V. Kuznetsov. 2018. P. 354-357.

this case, only the results will be discussed.

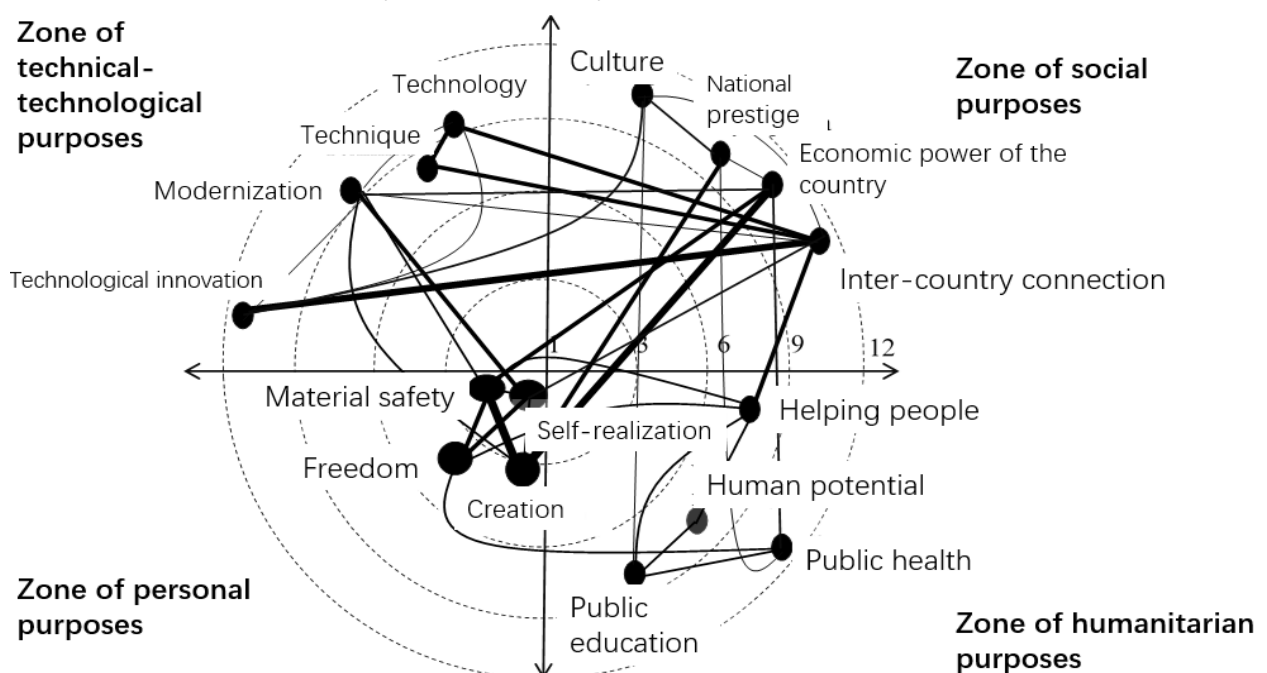
Here, we note here that the basis for building tables and networks of values, which will be subsequent, performed correlation matrices, which presented data on the degree of communication of each group of respondents from each other.

The results of the study are presented in charts and tables below.

1. Networks of values.

In Graph 5 and 6. The network of terminal values of young Russian and Chinese entrepreneurs are shown. Black solid lines characterize the degree of value of values with the correlation value from + 0.2 to +1.0. Dotted lines indicate the weight of value, the closer to the center of the circle, the more significant value. As for the instrumental values of their schedules, here are not presented in order to save space. Discussion of the results of studying instrumental values will be shown in Table 6 and partly on the value networks, Graph 8.

An analysis of the network of values of young Russian entrepreneurs allows us to conclude that the most weighty values that characterize the probe of personal goals are the most weighty for them. In the center of the value network is the value of self-realization, which is most tightly connected with the values of freedom and modernization. Significant connections of this value were other values of the personal goals zone - material security and creativity.



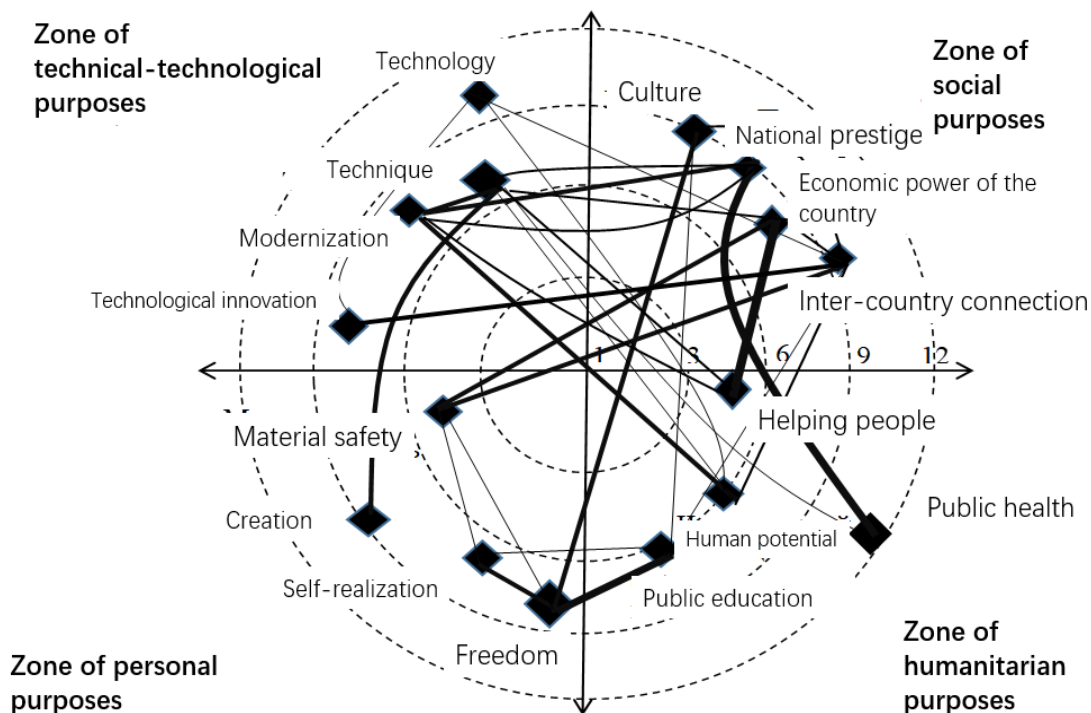
Graph 5 - Terminal value-goals of young Russian entrepreneurs

Further, by the degree of connectedness, young Russian entrepreneurs are the zone of economic values. This is a network zone where sustainable bonds are formed both with the zone of personal goals and the technical and technological purpose zone. However, it should be noted that the weight of economic values is lower than the weight characteristics of values in the zone of personal goals.

The following are values that characterize the technical and technological purpose of entrepreneurship. It can be seen that the introduction of technical innovations is firmly associated with international relations. With international relations, the values of the introduction of new technologies and new technical means are also related.

The least has developed in the system of values of young Russian entrepreneurs characteristic of the humanitarian zone. The development of human potential, the promotion of public health and education in this case are not priority values.

Network of values of young Chinese entrepreneurs are formed differently. As can be seen in Figure No., for young Chinese entrepreneurs, the value of their own material security is most important, at the same time, the value of assisting the population is estimated along with it. Not far in weight from these values there are values of human development and an increase in the level of education of the population.



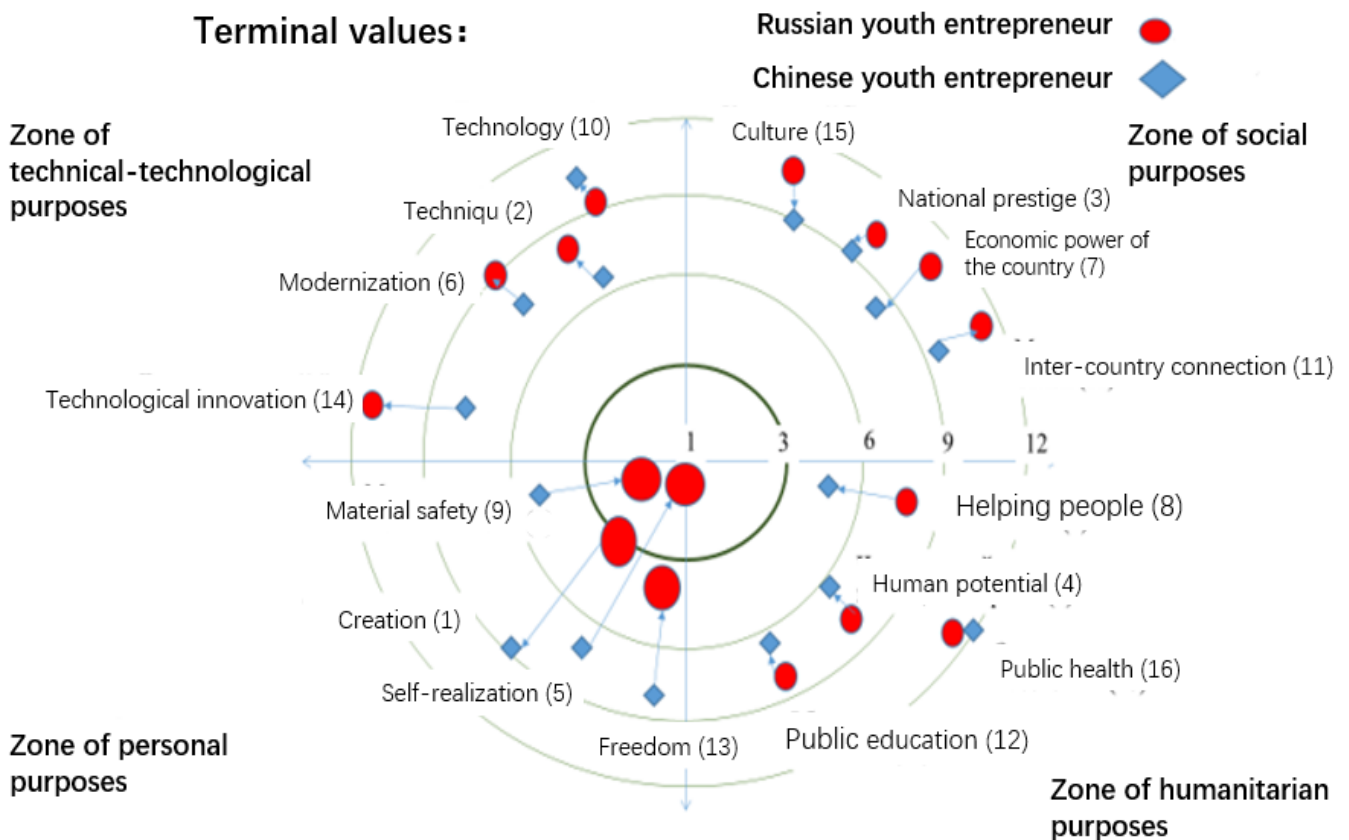
Graph 6 - Network terminal values of young Chinese entrepreneurs

The most dense links in the value system of young Chinese entrepreneurs add up in the area of economic goals. This can be seen in the thickness of lines-links, which consist between the zone of values of social goals and other network zones. Economic goals, prestige of the state, interstate relations, as the goals of entrepreneurial activity, are more harmoniously related to the provision of assistance to the population, the development of the technical and technological component of entrepreneurship.

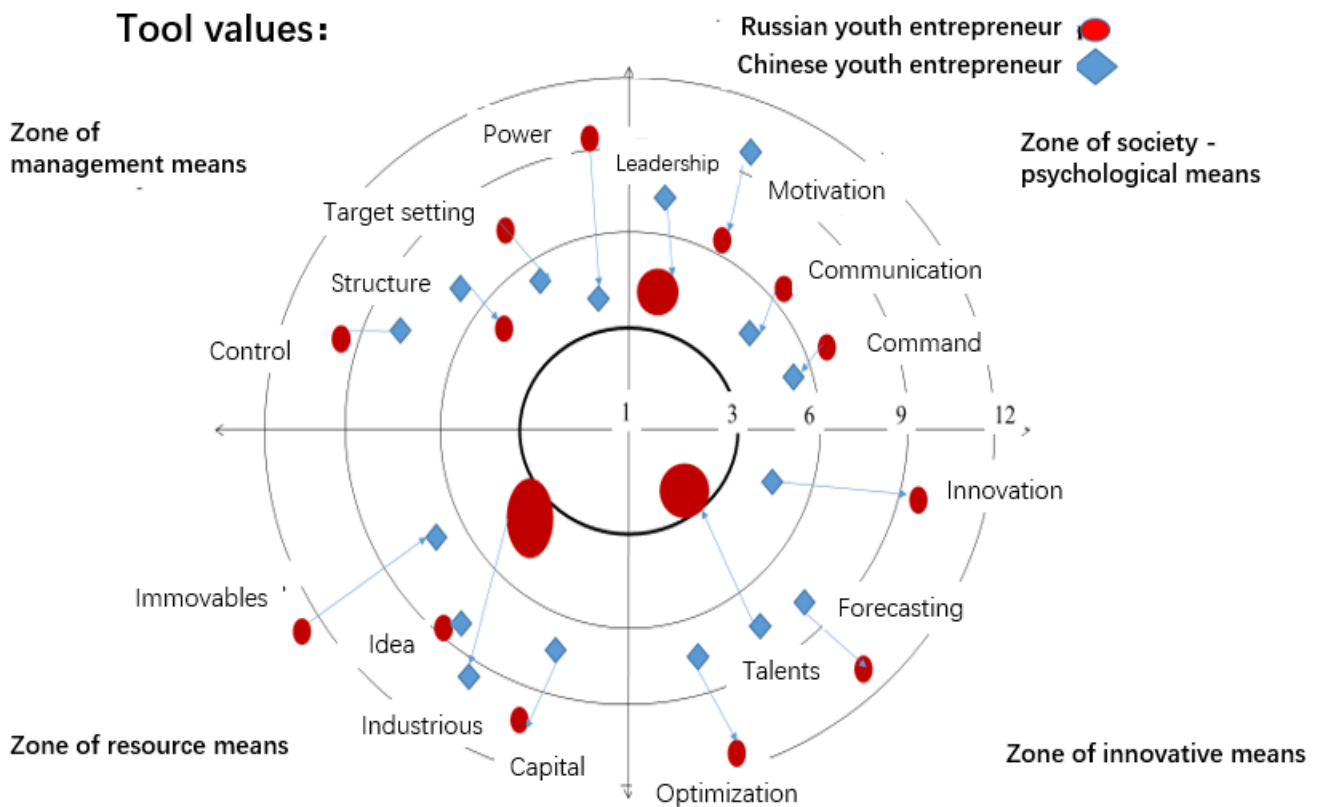
It is significant that the zone of personal purposes of entrepreneurship is not so pronounced in this case. At the low level, the values of self-realization, freedom and creativity were values.

2. Comparison of networks of values of young Russian and Chinese entrepreneurs.

The further analysis procedure assumed a comparison of networks of values of young Russian and Chinese entrepreneurs, which was implemented in network data mapping technologies (graphically) and a comparison of tabular data disclosing the importance and significance of certain values. (Graph 7 -10 and Table. 5, 6)



Graph 7 - Comparison of the weight characteristics of networks of the goals of young Russian and Chinese entrepreneurs



Graph 8 - Comparison of network characteristics of instrumental values-means of young Russian and Chinese entrepreneurs

For a more accurate comparison and analysis of the data, tables and graphs are provided below that characterize the common and differences in the values of Russian and Chinese entrepreneurs.

Table 5 - Average ratings of terminal values. Terminal values-goals (the lower the rating, the higher its value).

Groups of values	Subgroups of values (their serial numbers are indicated in the questionnaire, then they are shown on the graphs)				rating difference
	1 creation	5 self-realization	9 personal security	13 freedom	
Personal					
Chinese	7,9	6,8	8,27	7,81	3,69
Russians	3,78	3,12	3,97	5,15	
Technical					
	2 technical project	6 modernization	10 introduction of new technologies	14 overseas markets	rating difference
Chinese	6,80	8,3	10,54	7,81	1,2
Russians	8,10	9,50	9,889	10,66	

State public	3 national prestige	7 economic power	11 inter-country connection	15 supporting traditions	rating difference
Chinese	8,8	9,4	9,81	9,45	1,5
Russians	10,53	10,73	11,41	10,69	
Humanities	4 human potential	8 helping the unprotected	12 people's standard of living	16 public health	rating difference
Chinese	8,30	8,90	8,63	11,63	0,07
Russians	8,94	10,18	7,95	10,70	



Graph 9 - Rating estimates of terminal values-goals

The hypothesis of this empirical study is the assumption of a higher unity between young Russian and Chinese entrepreneurs in the understanding of values-goals than unity in the understanding of values-means.

If we compare the generalized data purely arithmetically, we can conclude that such a hypothesis was not confirmed. Indeed, comparing terminal values-goals and values-means, one can see that the differences here will be as follows - 6.46 ranks - the difference in terminal values and 4.98 ranks - in instrumental values. However, upon closer examination, it becomes clear that such a difference arises due to significant differences in the assessment of the personal goals of entrepreneurs.

If we compare the ratings of all other groups, then the differences in terminal values, then the differences here will not be so significant.

Minimal differences were found in the values of the humanitarian order (0.07 rank). Approximately at the same level among young entrepreneurs in both countries is

the assessment of the value of the health of the population - the lowest in both cases. Most likely, this is the area where the organization of entrepreneurship requires specific knowledge, a very high social and legal responsibility and cannot be of a mass nature. Approximately at the same level were the values-goals of entrepreneurship associated with increasing the education of the population and human capital. More essential distinctions are characterized by the purposes connected with rendering of the help to the population. Here, Chinese entrepreneurs, as already noted, have high ratings.

In the area of technical and technological goals, the differences amounted to 1.2 ratings, and the largest differences were recorded in understanding the importance of introducing technical innovations. Chinese young entrepreneurs give a clear preference to technical innovations, as, however, this is also characteristic of other values of this sector - modernization and the introduction of new technology. Russian entrepreneurs understand the role of new technologies more valuable and important.

Even more significant was the difference in the subgroup of state-public values-goals (the prestige of the state, the economic power of the country, the development of interstate relations and the preservation of national traditions), differences, 1.5 rating. As it turned out, Chinese young entrepreneurs give them a higher priority than Russian youth.

It can be said that the value networks of young Chinese entrepreneurs are fixed within narrow limits in terms of ratings, which allows us to speak of balance and some harmony in the system of significant values-goals. The most significant discrepancies in the values of entrepreneurship turned out to be a group of values-goals related to manifestations of personal creativity, self-realization, ensuring personal well-being and freedom. In the present case, these values turned out to be much less important for Chinese entrepreneurs than for Russian entrepreneurs. Most of all, this difference was manifested in the assessment of creative self-realization (the difference is 4.12 ranks) and ensuring personal well-being (the difference is 4.30 ranks). In general, the difference in the ranks of personal goals reached a maximum of 3.69. Due to differences in the understanding of the personal goals of entrepreneurship, in fact, there are significant differences in the understanding of the terminal values-goals of entrepreneurship.

Table 6 - Rating estimates of instrumental values. Instrumental values-means (the lower the rating, the higher its value)

Groups of values	Subgroups of values (their serial numbers are indicated in the questionnaire, then they are shown on the graphs)				
	1 leadership	5 command	9 motivation	13 communication	rating difference
Psychology					
Chinese	7,62	6,18	10,17	6,05	0,6
Russians	5,64	7,32	7,33	7,69	
Management	2 structure	6 target setting	10 power	14 control	rating difference
Chinese	8,14	6,41	5,12	8,71	1,64
Russians	7,67	7,44	9,08	10,73	
Innovation	3 talents	7 innovation	11 optimization	15 forecasting	rating difference
Chinese	7,27	6,84	7,931	8,29	1,69
Russians	4,71	10,01	11,30	11,05	
Resources	4 capital	8 Immovable	12 business idea	16 diligence	rating difference
Chinese	6,84	7,369	8,49	8,75	1,05
Russians	9,46	13,30	8,50	4,41	



Graph 10 - Rating estimates of instrumental values

The ideas of Russian and Chinese young entrepreneurs about instrumental values-means turned out to be more uniform. This can be seen from Table 6 and on Graph 10, where almost half of all the studied parameters completely coincide. The greatest

coincidence is typical for the understanding of psychological management methods (the difference in ranks is 0.6). At the same time, Russian entrepreneurs pay more attention to such management techniques that are associated with leadership and motivation. *Chinese entrepreneurs highlight the important role of communication.*

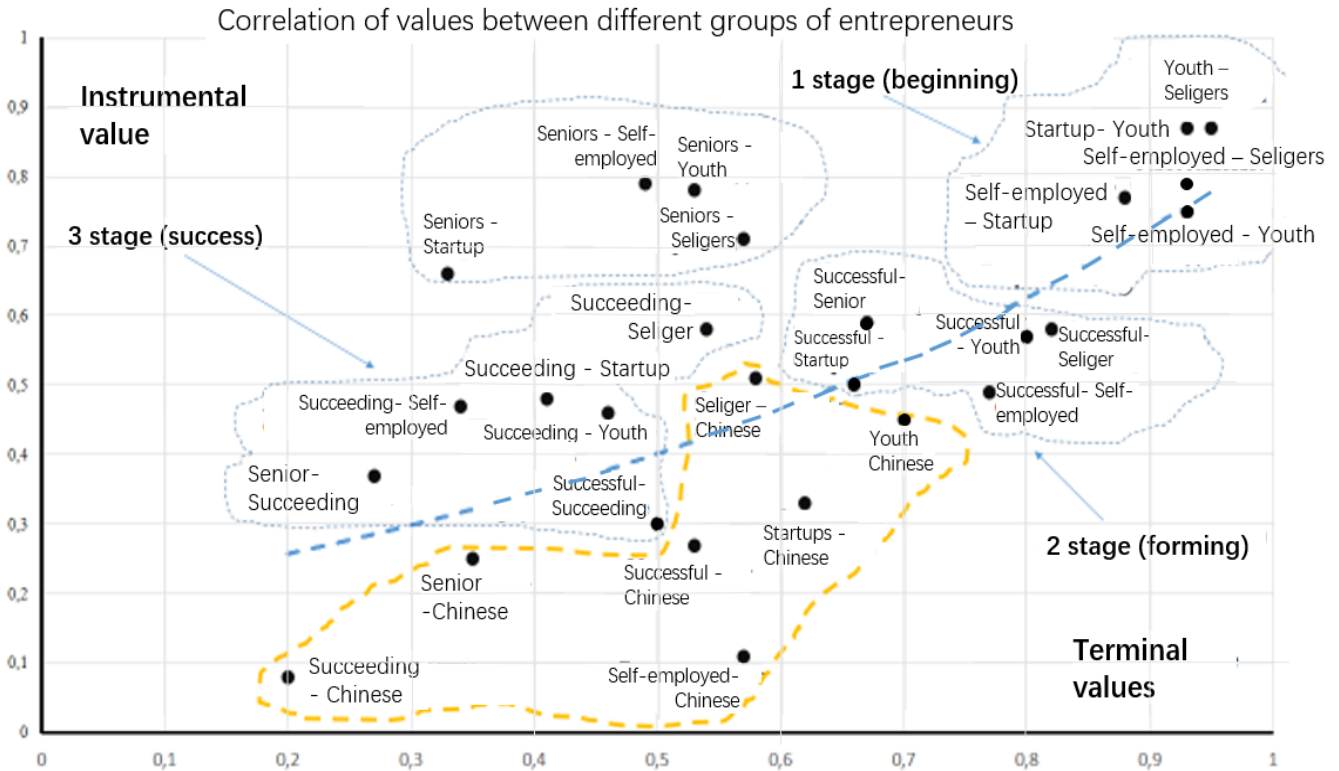
Differences in value-means in the subgroup of entrepreneurial resources amounted to 1.05 ranks, and they were in second place. From the point of view of Chinese entrepreneurs, capital and real estate have become priorities, Russian youth believe that the main resource of entrepreneurship is personal diligence (4.34 ratings).

In the subgroup of management tools, Chinese entrepreneurs clearly emphasize the importance of such forms of organizational relations as power and discipline. Here the differences peaked (3.96 ratings). These indicators confirm that Chinese entrepreneurs pay the most significant attention to the issues of discipline and power. Finally, in the subgroup of innovative management tools, the most significant differences were ideas about the role of retraining of personnel and the use of new methods of management, production and marketing. The priority for Russian entrepreneurs was the idea of retraining as an important condition for modern entrepreneurship (the difference in ranks is 2.46). On the contrary, young Chinese entrepreneurs believe that new methods of work are such a priority (rating difference - 3.28).

Thus, the data obtained generally confirm that Russian and Chinese young entrepreneurs view the goals of their activities from the same positions on most issues. The values in this case coincide with a high degree of identity. The most controversial are the personal values - self-expression, creativity and freedom. Nevertheless, in terms of the value of increasing one's material well-being, the personal values of both groups of young entrepreneurs are the same - this is an important value orientation and attitude. A more significant difference between the young entrepreneurs of China and Russia pumped into the means to achieve goals. Russian entrepreneurs are focused on hardworking staff and their significant leadership, while the principles of teamwork, communication, and discipline are important for Chinese young entrepreneurs. In our opinion, this conclusion largely speaks of the evidence of the hypothesis put forward.

3. Young Chinese entrepreneurs in the social environment of Russians

The next step of the study was to compare the values of young Chinese entrepreneurs with socio-demographic, age and socio-professional (entrepreneurial) groups of Russians - Petersburgers, where they happen to organize their entrepreneurial business.



Graph 11 - Comparative analysis of the views of respondents of various social statuses on the terminal and instrumental values of entrepreneurship.

This figure (11) shows pairwise comparisons of the values of the respondents of the studied groups and various status-role positions. From this comparison, some conclusions about the peculiarities of the values of Chinese entrepreneurs follow. It is important to emphasize that among the respondents - Chinese entrepreneurs were mostly young people around the age of 25 years.

Firstly, the results of the study recorded natural differences in the values of Russian and Chinese entrepreneurs, the main of which is that the *unity of the values of Chinese entrepreneurs with all other groups of Russian respondents is obviously lower*. Those. all 56 young Chinese entrepreneurs evaluate the meaning, expediency and methods of entrepreneurship in a completely different way.

Furthermore. If the values of Chinese entrepreneurs are more or less

connected with the values of Russian youth, startups and Seligerites, in a general sense, with youth, then with the values of older people, self-employed in entrepreneurship, successful and prosperous Russian entrepreneurs, the correlation barely characterizes the level of statistical error - 0.3. Between successful Russian entrepreneurs and young Chinese entrepreneurs, such unity was minimal, almost zero. Perhaps the positive aspect of this analysis can be considered the fact that Chinese entrepreneurs are more youth-oriented, here they have more mutual understanding and unity in the values of the meaning of doing business.

However, the growing divergence in values with Russian entrepreneurs who have achieved success in this business shows, in our opinion, that the possibilities of Chinese entrepreneurial organizations are limited precisely to the youth audience.

Secondly, and it is also important to emphasize, the values of Chinese entrepreneurs differ significantly in their understanding of business practices (instrumental values). Obviously, this indicates that the methods of doing business by Chinese entrepreneurs are not invested in the usual set of tools of Russian management.

Thirdly, the general trend in the transformation of the values of Russian and Chinese entrepreneurs is the trend of isolation of the values of people who achieve success in entrepreneurship. With the development of entrepreneurial activity, the values of such entrepreneurs are more and more different from the values of other groups of respondents.

Generalization of the received materials allows us to speak about the most important feature that characterizes the values of Chinese entrepreneurs. This feature is as follows - the entrepreneurial spirit of Chinese entrepreneurs as a personal property is more significant. First of all, this is expressed in the fact that among Chinese youth the desire to engage in any business is manifested much more actively. This is more pragmatic enterprise.

Conclusions

The comparative analysis carried out allows us to draw a number of conclusions that reveal some features of the values of young Russian and Chinese entrepreneurs.

First, in general, the terminal and instrumental values of Russian and Chinese

young entrepreneurs are formed and manifested in a number of similar or even identical trends and patterns. Such a coincidence is especially pronounced in the understanding of the terminal values of entrepreneurship, where a significant part of the criteria coincides completely (most in the understanding of humanitarian goals).

Secondly, the most significant difference in the values of young entrepreneurs is the understanding of entrepreneurship as a socially determined activity, i.e. significant differences in the understanding and acceptance of the values that characterize the social orientation of entrepreneurship were recorded.

Thirdly, Russian young entrepreneurs single out personal goals and interests among the totality of terminal values as the most significant goals of entrepreneurship. In the group of instrumental values, they rely on human capital - psychological methods of management (leadership, team building, motivation and communication), training and retraining of personnel, diligence of personnel, which, in our opinion, confirms the belief in human potentials as the main pillar of entrepreneurship.

Finally, young Chinese entrepreneurs working in the Russian market are characterized by a more utilitarian approach to business organization, the priority of social and state goals of entrepreneurship, the technical and resource bases of entrepreneurial activity, which characterizes young Chinese entrepreneurs as more pragmatic and experienced organizers of entrepreneurial activity.

In general, the results of the empirical part of the study partially confirm the hypothesis put forward about the greater unity of terminal values than instrumental ones among young Russian and Chinese entrepreneurs, which distinguishes this social group in the social structure of various social communities.

2.3. The value of market qualities in the value network of young Chinese entrepreneurs

The second part of the **hypothesis**, which assumed empirical confirmation, consisted in researching and proving the special value of market qualities in the system of significant and important qualities for young Chinese entrepreneurs. In accordance

with the results of the theoretical analysis in the first chapter, we came to the conclusion that young Chinese entrepreneurs as a special social group are distinguished from other social groups by a positive perception of the market and the market qualities of people as a social environment where free enterprise can develop. Such values are expected to determine the special place of young entrepreneurs in the social structure of Chinese society. Further, in the theoretical and methodological provisions formulated in the first chapter, we came to the conclusion about a special system of perception of market values by that part of the youth who are already engaged in, or in the future only plan to engage in entrepreneurship. These differences in values largely determine (institutionalize) a group of young entrepreneurs into a specific community - a specific socio-demographic group. Therefore, in the study of values, it is supposed to address the totality of those that arise from the very nature of a market society - the desire to own private property, to be competitive, to succeed in the business that has been started, to positively perceive the principles of the free market as the norm for the life of society, to be entrepreneurial, etc.

Thus, the purpose of this part of the empirical study was to develop a methodology for a comparative study of the market values of young entrepreneurs based on a network approach and to identify the place and role of these values in the general system of various values in various social groups of Chinese society. By the time of the study, the group of the initiative project, which included the applicant for this dissertation, had a database of information about the values of various representatives of Chinese society, including survey data of about 3 thousand people.

However, with regard to market values, such information was examined for the first time. The general theme of the initiative project participants was to study the place and role of young entrepreneurs in the social structure of Russian society, which made it possible to compare the data obtained.

Since the topic of the dissertation involves the study of young Chinese entrepreneurs, the sample of respondents was determined by the totality of a) socio-age (youth) and b) socio-professional (entrepreneurs) characteristics, as the most important. Therefore, a comparative analysis of the values of young Chinese entrepreneurs was carried out in comparison with the following groups of respondents (Table 7)

Table 7 - Categories of respondents in the sample

Categories of respondents	Number of respondents
Young entrepreneurs in China (18-36)	116
Entrepreneurs with work experience (37-60 years old)	39
Unemployed youth (does not work or study)	78
Chinese university students	1143
Employees of state corporations - youth (18-36 years old)	68
Employees of state corporations - older age (36-60 years old)	56
Employees of private corporations - youth (18-36 years old)	73
Employees of private corporations - older age (37-60 years old)	39

We emphasize once again that, according to our ideas, the market values of young entrepreneurs form the core of the entire system of values, since the focus on these values allows them to successfully implement business projects. In accordance with these positions, the methodological and methodological principles of empirical research are determined.

Methodology. The appeal to values follows as a fundamental position of Weber's understanding sociology, where the object of study is the "semantic connection" of interacting subjects, when understanding the "internal" allows one to analyze the "external" - the emerging social reality as interaction. Another important principle for constructing a diagnostic technique is G. Simmel's ideas about values and value orientations as personal attitudes, which are formed on the basis of personal life experience and add up to a system of rules of behavior, communication and interaction of a person with a person and the surrounding reality, providing a choice from among alternatives. In essence, G. Simmel concretizes the position of M. Weber, which allows us to understand the interaction of I and We as a unity and opposition of the values of individuals and groups, on the basis of which the norms, rules and foundations of institutionalization are formed. Another basis for the study was the methodological ideas of P. Sztomka and V.A. Yadov concerning the activity and activity of people. Entrepreneurs make up an active part of the population, they make attempts to change the existing order of things, initiate events and transform the surrounding reality. Therefore, to conduct a study of the values of young Chinese entrepreneurs, we used the ideas of P. Sztomka and V.A. Yadov, from the standpoint of which entrepreneurs should be

considered as a creative force of the market economy, possessing modernization energy and innovative aspirations.

Based on the totality of these theoretical provisions, a methodological procedure was formed - an Internet questionnaire aimed at identifying the values of market qualities in the networks of the value system of young Chinese entrepreneurs. Thus, the object of the study was young Chinese entrepreneurs, and the subject was the place, role and value of the market qualities of young entrepreneurs in their general system of values.

Methodology. To carry out the study, we used the fundamentals of the concept of the methodology used by the participants of the initiative project to study values. The theoretical basic basis of this technique is the assumptions and ideas of L. Festinger about contradictory (dissonant) assessments of any events, in our case, the human qualities of another person, evaluating which the respondents will voluntarily or involuntarily express an idea of their own values and anti-values. An important advantage of this technique is the ability to identify ideas about another person without referring to specific events, facts or personalities among people of different social groups. Correlating the values of young Chinese entrepreneurs with the values of respondents from other social groups allows us to solve the main task of the study - to study the values of young Chinese entrepreneurs in the social structure of Chinese society.

In addition, the research procedure constructed in this way has a number of other advantages. The data obtained show the value of some personality traits in combination, or in a network, with other qualities. Secondly, the methodology can be understood as universal, since it can be used to study the value of various qualities, regardless of the professional affiliation of the respondents or the specifics of education. Third, the qualities of the market order are not often explored in such procedures. Fourthly, this methodology has been translated into other languages - Chinese, Vietnamese, German, Spanish, English, Latvian, which allows some comparative studies of the values of young entrepreneurs.

Entrepreneurial activity in Chinese society assumes that it is carried out by people who, in addition to market qualities, also have a set of other qualities that can both

contribute to entrepreneurial activity and enter into a conflict of values. For Chinese society, first of all, harmony and consistent unity of market qualities and the qualities of collectivism, mutual assistance and partnership are important. The collectivist spirit of joint activity is one of the fundamental foundations of the Chinese mentality. Therefore, the qualities of collectivism were included in the research procedure along with market qualities.

Another group of qualities subject to research and analysis were business qualities, i.e. qualities that make up instrumental values. Business qualities, unlike market qualities, are aimed at the ability to do business regardless of the goals and orientations of the activity.

Finally, the qualities of a “good person” were included in the system of goals relevant to the study, i.e. qualities that are important for any person included in the social environment.

Brief description of qualities.

The list of the main market qualities is compiled on the basis of the analysis of the works of the classics of the market economy - A. Smith, D. Ricardo, K. Marx, J. Schumpeter, K. Polanyi, W. Sombart and others. These qualities included - positive perception of free market relations; desire to acquire and preserve private property; concern for profit; competitiveness; enterprise; desire to succeed. The importance of such qualities has been described in many publications²²¹.

Another group of qualities characterized business qualities. In our opinion, these qualities can be defined as qualities that stem from the principles of scientific management - purposefulness, leadership, perception of innovations, organizational attitude - authoritativeness, prudence and pragmatism, manipulation, i.e. qualities necessary to create an organization of group activities and guide people in the process of work.

The third group of qualities assumed collectivist properties - the ability to win over oneself; respect for other people; goodwill; concern for others; helping other

221 Maltsev Vladimir Vladimirovich Man, economy and the free market - the approach of MN Rothbard // JER. 2017. No. 1.

people; sociability. Without these qualities, entrepreneurial activity in the conditions of Chinese reality is impossible.

Finally, important is the fourth group of qualities, defined by us as a “good person”. We understand the definition of a good person as G. Spencer defined it.

He emphasized that a good person is a person who does not suppress the freedom of others with his freedom²²². This also included not only love of freedom, but also openness, truthfulness, adequate self-esteem, modesty, and tolerance.

Poll technology.

The 24 qualities shown were divided into 4 groups, but were presented to the respondents in a mixed list and they were evaluated on a 6-point scale. The question was worded as follows.

Dear colleagues!

We ask you to take part in sociological research. The meaning of the study lies in the description of the qualities of the people who surround us. The study is conducted anonymously, without giving names, surnames, etc., in this case it is absolutely not necessary.

The study involves three procedures.

1. Mentally imagine a real person who can act as a positive standard for you or is closest to such a standard. Perhaps he currently works or lives somewhere else. It is important that he really exists and his image can serve as a role model for you. To do this, in the column "+ Standard" (role model, positive standard), evaluate the qualities of this person on the following scale:

5 - the quality is expressed **very clearly**;

4 - the quality is quite **pronounced (obviously)**;

3 - quality is **weak**;

2 - the quality is **very weak**;

1 - quality is practically **not manifested**;

0 - quality is **missing**.

222 Vorontsov A.V. History of Sociology - Textbook and Workshop for Academic Undergraduate Studies. M. - Yurait Publishing House, 2019. P. 366

2. Do the same procedure for a person you would not like to be like (column "- Standard");

3. In the column "I myself" evaluate your qualities according to the proposed indicators. As is clear, the respondents evaluated a positive role model, a negative standard, which one cannot be oneself. The study lasted no more than 15 minutes. and a person (respondent) could only answer once.

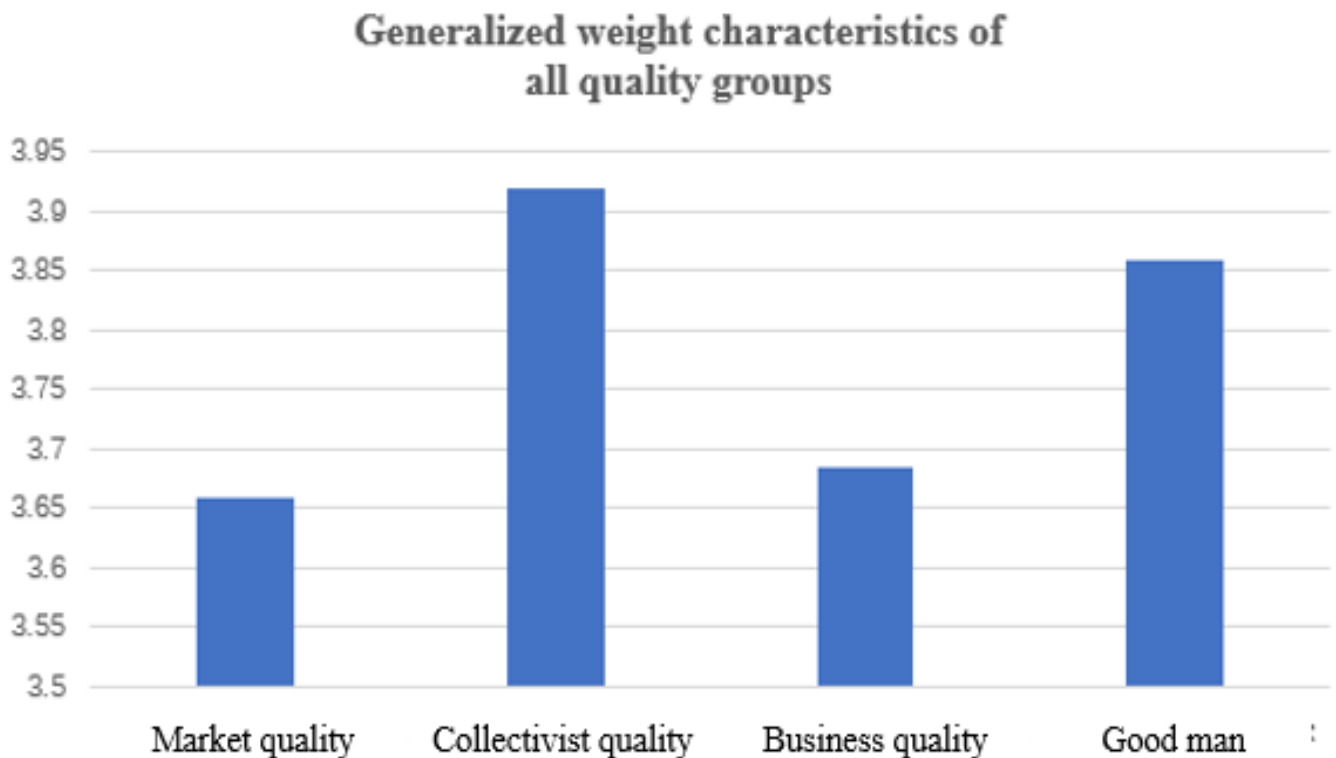
To process the results, a software product was used, which was developed by undergraduate K.D. Danilov (St. Petersburg Electro technical University (LETI), - a participant in the initiative project. A special software product made it possible to quickly, almost instantly after the end of the survey, receive systematized information in the form of matrices and network models. This implementation of the obtained data made it possible to build a large analytical work and arrange it in a graphic image. In general, the created methodology made it possible to carry out sociological diagnostics, focused on analyzing the success of the formation of the qualities of entrepreneurs among various groups of young people. The mathematical apparatus of the methodology was built as a correlation analysis of all respondents, each with each, and therefore millions of pieces of information were generalized in the models, in fact, a field of big data was formed about the values of representatives of different groups.

The questionnaire involved filling in a passport with some data about the respondents - gender, age, place of birth and place of residence, management experience, education, specialty in which the respondent works / studies, social status (student, employee of an organization, business owner, pensioner), type of company (for working respondents). The software product made it possible to model a wide variety of network connections based on the characteristics shown, to model value networks both in the general system and in individual locations. The direct survey was conducted in late 2019 - early 2020.

Results

1. The weight (arithmetic mean) characteristics of the market qualities of young Chinese entrepreneurs are higher than the weight characteristics of these values among other groups of respondents.

The empirical data obtained show that, in general, market qualities are assessed differently by all groups of respondents, but at the same time lower than all other qualities included in the research procedure (Graph 12).



Graph 12 – Generalized weight characteristics of all quality groups

The most significant for the studied groups of respondents were the qualities of collectivism and a good person. Business qualities and qualities of the market sphere were lower by 0.3 points. Thus, we can say that the orientation towards market qualities in the studied groups as a whole remains the least significant.

By weight, the market qualities of young Chinese entrepreneurs are lower than these qualities were estimated by experienced entrepreneurs, on a par with employees of state corporations of older ages, 36-60 years old. However, among all other categories, including older people and young people (unemployed youth, students, employees of private and state corporations), young entrepreneurs rated these qualities higher.

Least of all market qualities in the system of other qualities were assessed as significant by unemployed youth, and in this respect, unemployed youth and young entrepreneurs are antipodes. The highest ratings of market qualities were recorded by experienced entrepreneurs. Therefore, it can be said that unemployed youth, on the one

hand, and entrepreneurs with entrepreneurial experience, on the other, are polar poles for young Chinese entrepreneurs in orientations and attitudes towards market values (Graph 13).

Graph 13 – Market qualities (weight characteristics)



As can be seen, the weight characteristics of market qualities assessed by young entrepreneurs turned out to be higher than those of other groups of respondents, with the exception of experienced entrepreneurs.

The specific values of the weight characteristics of the qualities are shown in Table 8.

Table 8 - Specific values of the weight characteristics of qualities

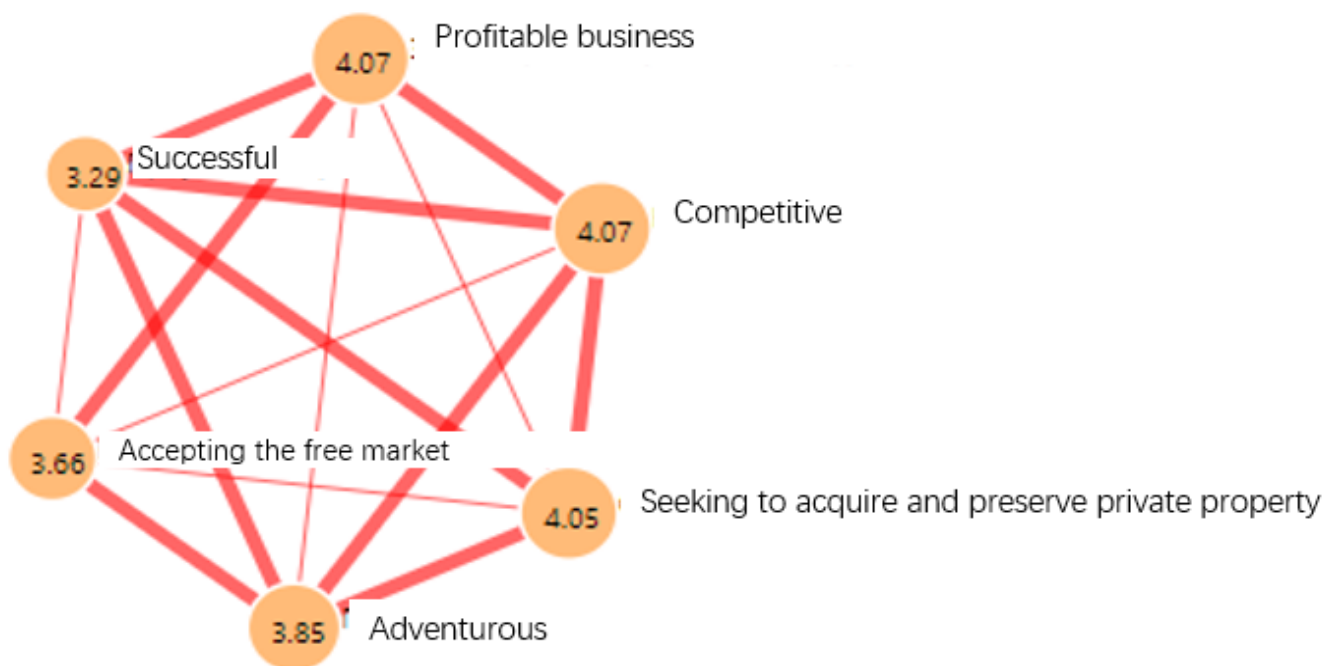
	Market	Collectivist	Business	Good man	Total
Unemployed youth	3,25	3,35	3,35	3,4	3,3375
University students	3,59	4,02	3,65	4,04	3,825
18-36 years old employees of a private corporation	3,57	4,02	3,61	3,94	3,785
37-60 years old employees of a private corporation	3,66	4,24	3,78	4	3,92
18-36 years old employees of the state corporation	3,48	3,89	3,47	3,82	3,665
37-60 years old employees of the state corporation	3,83	4,02	3,83	3,81	3,8725
Young entrepreneurs	3,83	3,86	3,87	3,91	3,8675
Experienced entrepreneurs	4,06	3,94	3,91	3,95	3,965
	3,65875	3,9175	3,68375	3,85875	

The most important qualities for the Chinese respondents were the qualities of collectivism, which were rated above all others by role models. The value of market qualities among young Chinese entrepreneurs exceeded in weight almost all groups of respondents, except for experienced entrepreneurs, and was on a par with the weight characteristics assigned to qualities by employees of state corporations of older ages.

2. Network configurations of the market qualities of young Chinese entrepreneurs in comparison with the network configurations of other participants in the empirical study reveal a special hierarchy and interconnection of market qualities that distinguish young entrepreneurs from all other groups of respondents.

Further, the figures will show the value networks of the market qualities of all the studied groups. Positive links will be marked in red, negative links will be marked in blue dotted line. The thicker the line, the stronger the network connection, as measured by the Spearman correlation coefficient. The degree of positive and negative relationship was assessed on the Chaddock scale - from 0 to 0.3 - very weak; from 0.3 to 0.5 - weak; from 0.5 to 0.7 - medium; from 0.7 to 0.9 high; from 0.9 to 1.0 - very high.

The review begins with a network of market qualities of young entrepreneurs (Graph 14)



Graph 14 - Network connections value market qualities of young Chinese entrepreneurs.

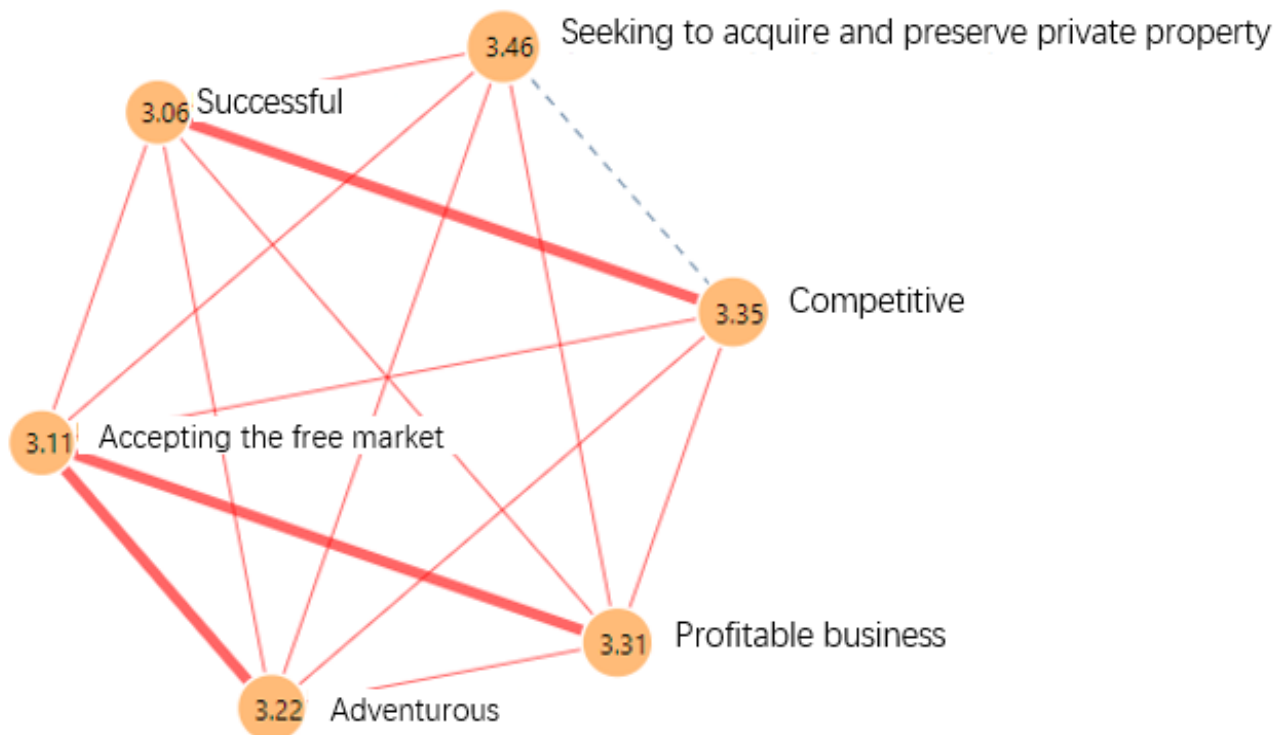
Network characteristics of the market qualities of young entrepreneurs show the importance and significance of the quality of *competitiveness*. This is the quality that, like the quality of caring for profit, gains the maximum weight (4.07), but at the same time, *competitiveness* has 4 strong links with other qualities - the largest number of links. The quality of concern for profit has one less such relationship. From the point of view of M. Granovetter, such a combination of the maximum node weights and the maximum number of communication lines characterizes the backbone value of such a node, in our case, competitiveness, which can be regarded as the main element of the system of market values of young Chinese entrepreneurs.

The significant strength of weak ties was revealed in two more qualities in the group of market values of young entrepreneurs, these are entrepreneurialism and prosperity. Thus, the core of the network of market qualities of young Chinese entrepreneurs is competitiveness, enterprise and prosperity. The complex of these qualities forms the basis of the network of young entrepreneurs and distinguishes them from the network of market qualities of experienced entrepreneurs and other participants, which will be discussed below.

These differences are even more pronounced in comparison with the values of employees of state corporations, both young and experienced. Let's show these differences.

Comparison of the network of market values of young Chinese entrepreneurs and their non-working peers shows a significant difference in understanding the value of these qualities. The figure below (Pic. 2.3.2) shows the network structure of the value of market qualities based on the results of a survey of non-working youth. It should be emphasized that for non-working youth, market qualities are not only less significant, but these qualities are practically not interconnected, they are not in the network of values. Of all possible relationships (there may be $6 \times 6 = 36$ situations of relationships), only three pairs have more or less significant correlations (more than 0.3, more than the error level) - prosperity-competitiveness, perception of the free market - concern for profitability; the perception of the free market is entrepreneurial. In the network of market qualities, this group of respondents has a conflicting relationship - between the desire for private

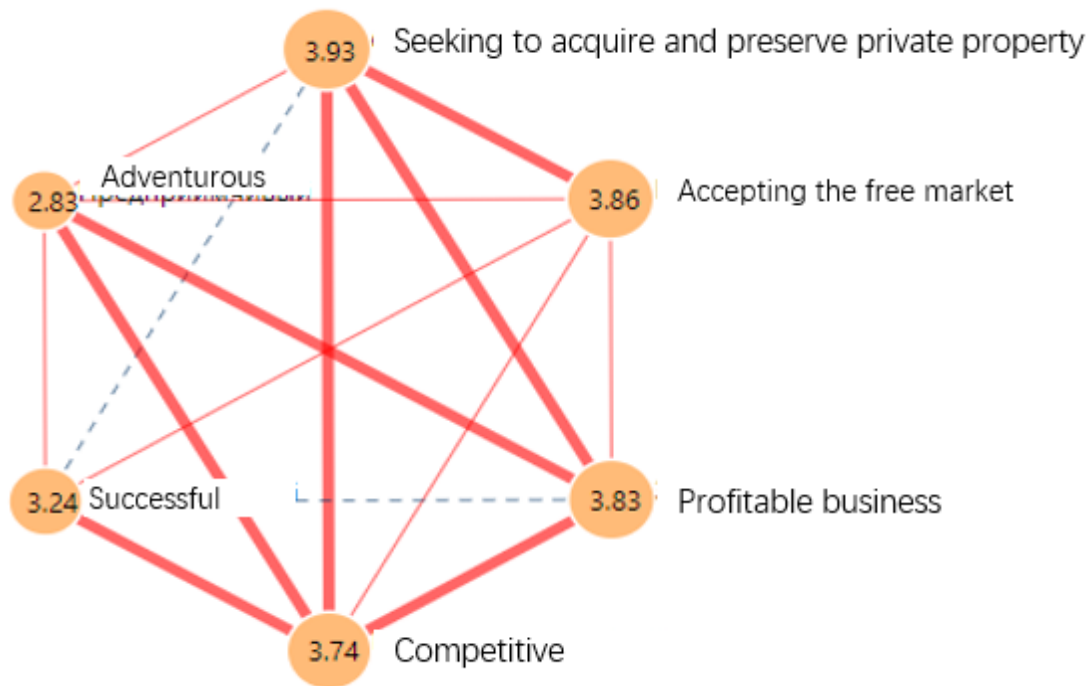
property and competitiveness, which means that the desire to acquire private property does not imply in this case the struggle for its preservation, to join the struggle for the market, etc., - in a word rather it is one wish. Let us add that the desire to acquire private property in this case does not also imply connections with other market qualities, this can be seen from the thickness of the connections, which are no more than 0.3. Recall that the competitiveness and concern for the acquisition and preservation of private property among young Chinese entrepreneurs are associated with a high degree of correlation 0.65.



Graph 15 - Network Structure of the Value of Market Qualities of Unemployed Youth

At the same time, it is important to emphasize an interesting detail - the structures of network nodes of market qualities among young entrepreneurs and non-working youth coincide (the correlation by the location of the hierarchy of qualities in the network structure is very similar and amounts to 0.77), but we can say that this is only an external coincidence, only external similarity not filled with social interaction and systemic interdependencies.

Comparison of value networks of young Chinese entrepreneurs and young people working in state corporations (18-36 years old) (Graph 16).



Graph 16 - Network structure of the value of market qualities of young people working in state corporations

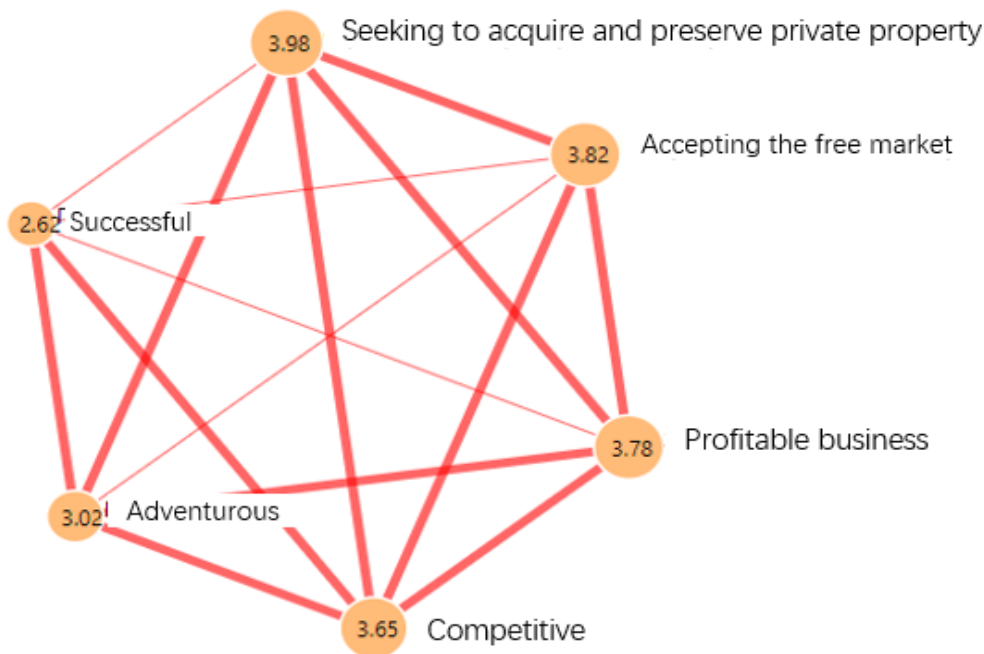
In the networks of market values of youth of state corporations, low ratings of these qualities were also recorded, only slightly different from the insignificant weight characteristics of market qualities assessed by non-working youth - in last place among the totality of qualities, i.e. young people of state corporations do not appreciate the importance of market qualities. Moreover, in the network of these qualities, two conflict situations are noted here that characterize the links between prosperity and private property, as well as between prosperity and the desire for profit. Such negative associations around prosperity can signal a negative attitude towards those who strive to achieve more, to express themselves, to become prosperous. Such prosperity cannot or should not be the result of the use of private means of property or the extraction of profits from entrepreneurship. In any case, there is a clearly negative attitude towards prosperity, it is an anti-value.

In the existing hierarchy of values between the qualities shown, there is a clear contradiction in the understanding of market qualities by this group of Chinese youth. It is obvious that young people who choose their life path as activities in a state corporation evaluate market values differently from the assessments of young entrepreneurs, in particular, young employees of state corporations perceive

entrepreneurship as the most insignificant quality of role models. At the same time, among the backbone nodes of the network of market values, the quality of competitiveness of young employees is also at the center of the system.

The links between the network structures of young people working in state corporations and the network of market relations, according to young Chinese entrepreneurs, are the most insignificant, the correlation coefficient here reaches its minimum, only 0.25. These are the most dissimilar networks of values.

Comparison of value networks of young Chinese entrepreneurs and young people working in private corporations (18-36 years old) (Graph 17)



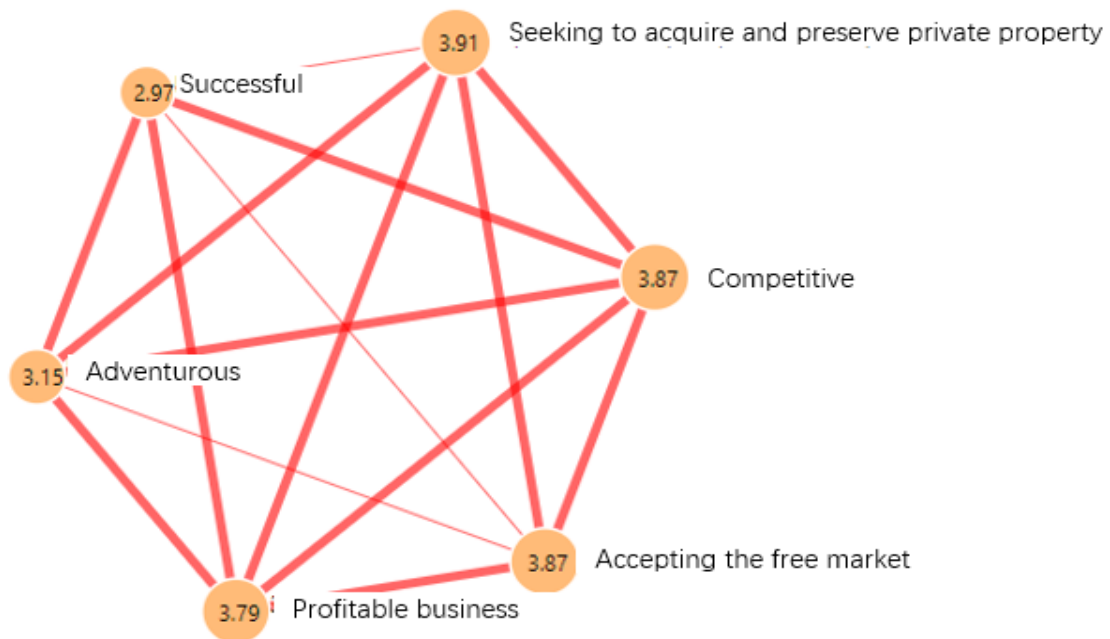
Graph 17 - Network structure of the value of market qualities of young people working in private corporations

Young people working in private corporations have approximately the same low idea of the value of market qualities as was typical for young employees of state corporations and non-working youth, the place of these qualities in the ranking of the entire system of qualities turned out to be in the last positions. Prosperity and enterprise are not highly valued. Also, as in the previous cases, the central backbone quality of the network of market values of young people who work in private corporations is competitiveness.

The connection between the network structures of young people working in

private corporations and the network structures of young Chinese entrepreneurs is insignificant, although somewhat higher than it was in comparison with the youth of state corporations, the correlation coefficient of connection between networks in this case increases and reaches 0.37.

Comparison of value networks of young Chinese entrepreneurs and students (Graph 18).

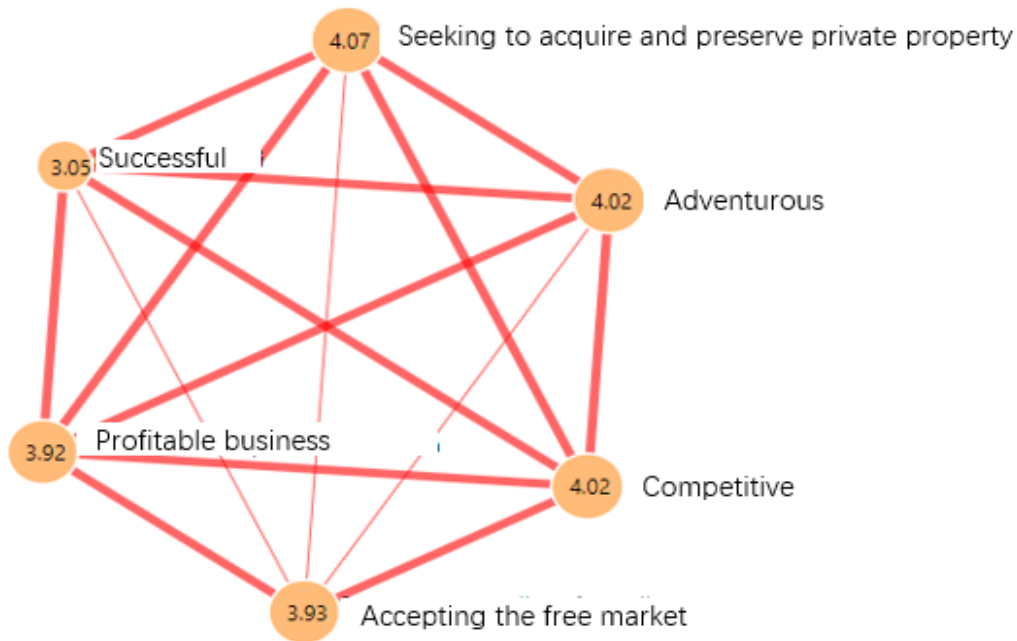


Graph 18 - Network structure of the value of market qualities of students

The weight of market qualities in student assessments is higher than that of other groups of young people (unemployed, young employees of private and state corporations), but it remains lower than is typical for young entrepreneurs. The most significant network characteristics of market qualities are competitiveness and concern for the profitability of the business, just like young entrepreneurs. At the same time, competitiveness is regarded by students as the most important network market quality, which is associated with a fairly significant relationship with all other market qualities. At the same time, students rate such a quality as entrepreneurship low, lower than young entrepreneurs and significantly lower than it is typical for experienced entrepreneurs.

The connection between the network structures of students and young Chinese entrepreneurs is insignificant, although somewhat higher than it was recorded in comparison with the youth of private corporations, in this case the correlation coefficient reaches 0.49.

Comparison of value networks of young Chinese entrepreneurs and employees (37-60 years old) in private corporations. (Graph 19).

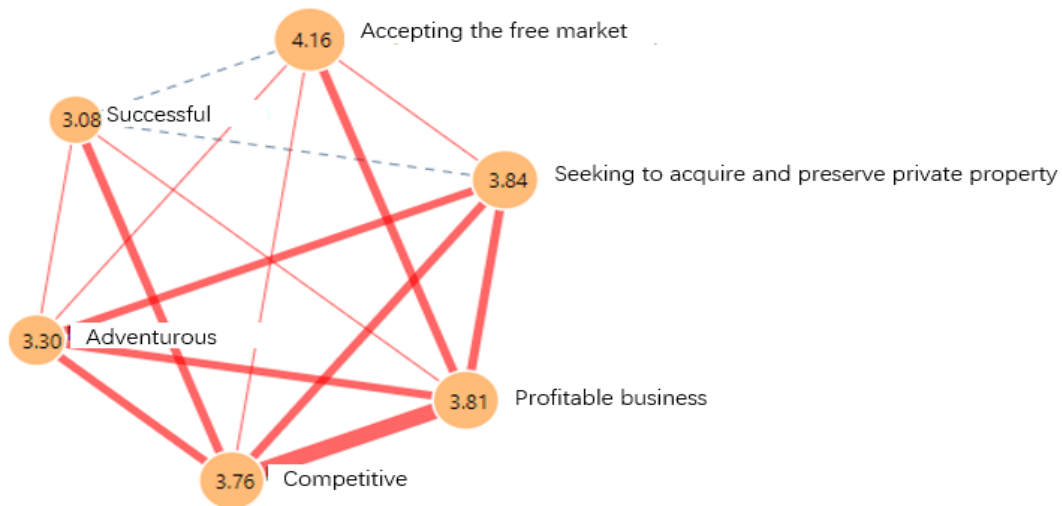


Graph 19 - Network structure of the value of market qualities in a group of employees of private corporations (37-60 years old)

In terms of weight characteristics of market qualities, the results of the study of older employees of private enterprises and employees of older corporations differ slightly from the results of students and other groups of young people. The structure of the network of young entrepreneurs and employees of older private corporations is similar in many respects. The greatest network characteristics in the network of market qualities in this case are competitiveness and concern for the profitability of the business. The smallest network connections characterize the perception of the free market. As interview participants from this category of respondents said, their work in private corporations is rather forced, and for work in state corporations in China it is important to have certain qualities, knowledge and qualifications that not everyone has.

The degree of connection between the structures of market values between these categories of respondents is insignificant, the correlation coefficient is 0.37.

Comparison of value networks of young Chinese entrepreneurs and employees of state corporations of older ages (37-60 years old) (Graph 20).

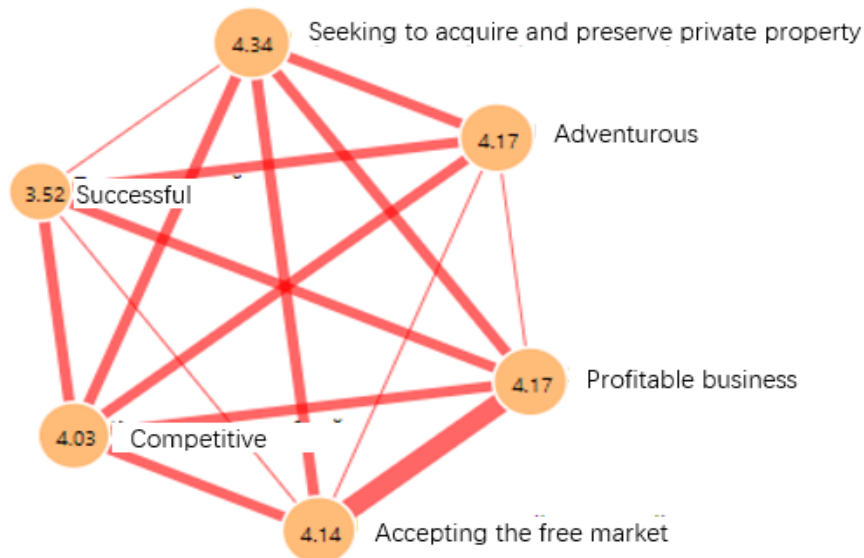


Graph 20: Network structure of the value of market qualities in a group of employees of state corporations (37-60 years old)

The value networks of this category of respondents look contradictory. On the one hand, employees of state corporations of older ages in positive role models highly appreciate the ability to perceive market transformations. This quality by weight is in the first place for them and is estimated at 4.16 points. Another important feature of the value network of this group of respondents is the strong relationship between profitability and competitiveness, which is generally logical for those involved in entrepreneurship. On the other hand, contradictions in the value system of these respondents are also visible here - the quality of prosperity is associated with a negative relationship with the basic foundations of the market - the recognition of the free market as a hole in the development of society and private property. Recall that a similar structure of value networks was typical for young employees of state corporations.

The connectivity of market quality networks between older corporate employees and young entrepreneurs is another minimum of 0.26, as it was in comparison with young employees of state corporations. In other words, those who go into entrepreneurship most often have value networks that can differ significantly from the value networks of those who work in corporations.

Comparison of the network characteristics of the values of the market qualities of young and experienced Chinese entrepreneurs differs primarily in the weight and significance of these characteristics for the respondents of these two groups (Graph 21).



Graph 21 - Network Structure of the Value of Market Qualities of Experienced Chinese Entrepreneurs

Analyzing the network connections of market qualities that develop among experienced entrepreneurs, one should dwell on some important characteristics of this network, since in a sense these networks are the prospect of forming value networks of young entrepreneurs.

First, all marketable qualities are valued more heavily by experienced entrepreneurs, as more valuable and more important - in any case.

A comparison of value networks shows differences in the priority of values among young and experienced entrepreneurs. So, for experienced entrepreneurs, the acquisition and preservation of private property is the highest priority. These are the most valuable qualities, partly this also applies to entrepreneurialism in business. Among young entrepreneurs, the first places in the hierarchy are occupied by other qualities - concern for profits and stability in the competitive struggle. The various characteristics of a positive benchmark presented by these groups of respondents turn out to be a priority due to their characteristic position in the market - for experienced entrepreneurs - further development of their business, for young entrepreneurs - the ability to withstand and strengthen.

The network characteristics of these categories of respondents show approximately the same connectivity of the nodes of the value of market qualities. In a network of savvy entrepreneurs, there is a characteristic link between acceptance of the

demands of the free market and a concern for profitability. This is a strong network connection with a correlation of more than 0.8 - the free market requires constant concern for the profitability of the business, as experienced entrepreneurs assess the situation.

Characteristically, both groups of entrepreneurs find themselves in last place among the valuable and important characteristics of market qualities.

The connectivity of networks of market qualities of experienced and beginning Chinese entrepreneurs is low, the correlation coefficient here is 0.37.

The table of ratings and correlations of market qualities of the studied groups of respondents is shown below (Table 9)

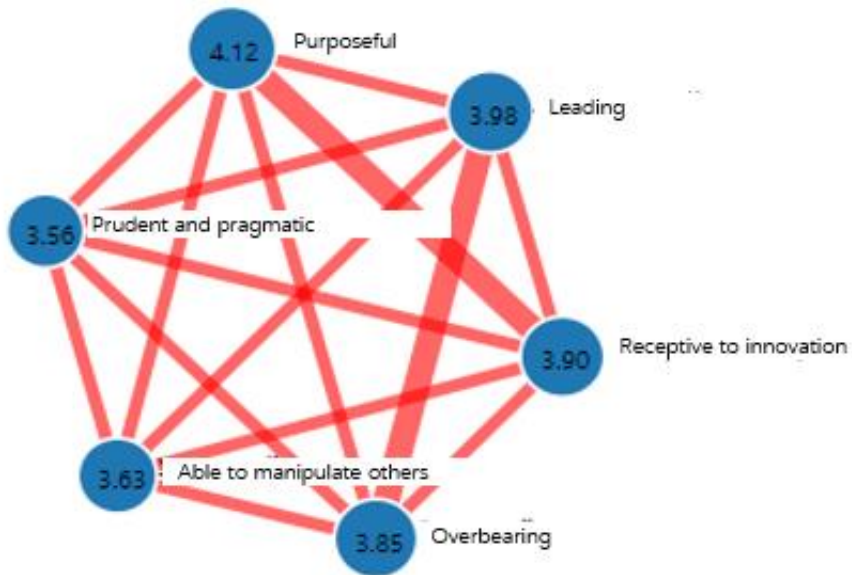
Tab. 9 - Ratings and correlations of market qualities of the studied groups of respondents

Market qualities of a positive benchmark (short designation)	Young entrepreneurs	Experience Entrepreneurs	Unemployed youth	Students	Employees of state corporations 18-36 years old	Employees of private corporations 18-36 years old	Employees of state corporations aged 37-60 years old	Employees of private corporations aged 37-60 years old	Average rating score	Average rating
Profit	1	3	3	4	3	3	3	3	2,87	2
Competitiveness	2	5	2	2	4	4	4	4	3,37	4
Private property	3	1	1	1	1	1	2	1	1,37	1
Entrepreneurship	4	2	4	5	6	5	5	5	4,5	5
Market	5	4	5	3	2	2	1	2	3	3
Prosperity	6	6	6	6	5	6	6	6	5,87	6
Correlation	-	0,37	0,77	0,49	0,26	0,37	0,26	0,37		

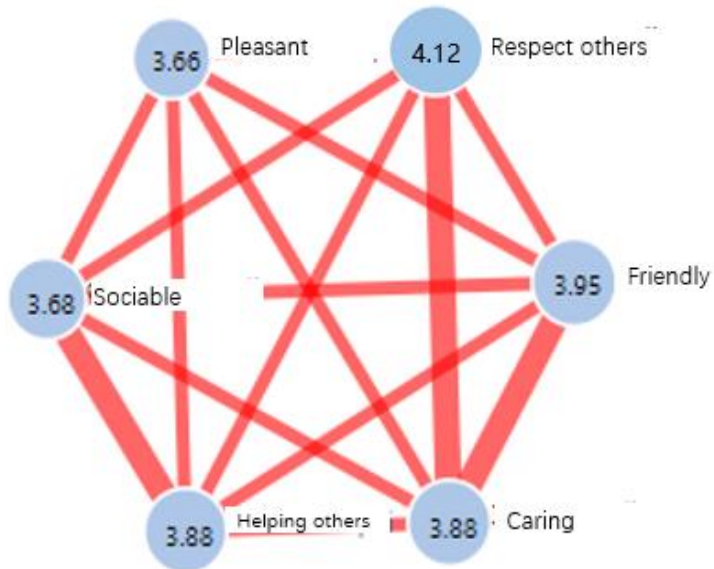
When forming this table, the ratings of market qualities of young Chinese entrepreneurs were taken as a basis.

3. The market qualities of young entrepreneurs against the background of other qualities turn out to be approximately the same in weight, which distinguishes young entrepreneurs from other respondents, for whom other qualities play a more important role. The exception is experienced entrepreneurs, for whom such differences are even more significant.

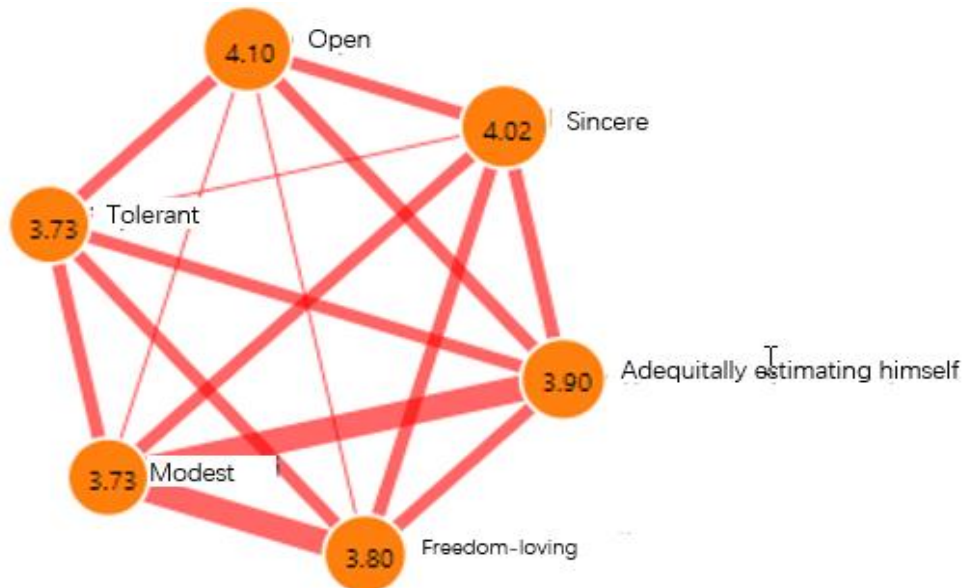
Network graphs of the value of the qualities of young Chinese entrepreneurs are shown in graphs 22-24.



Graph 22 - Business qualities



Graph 23 - Collectivist



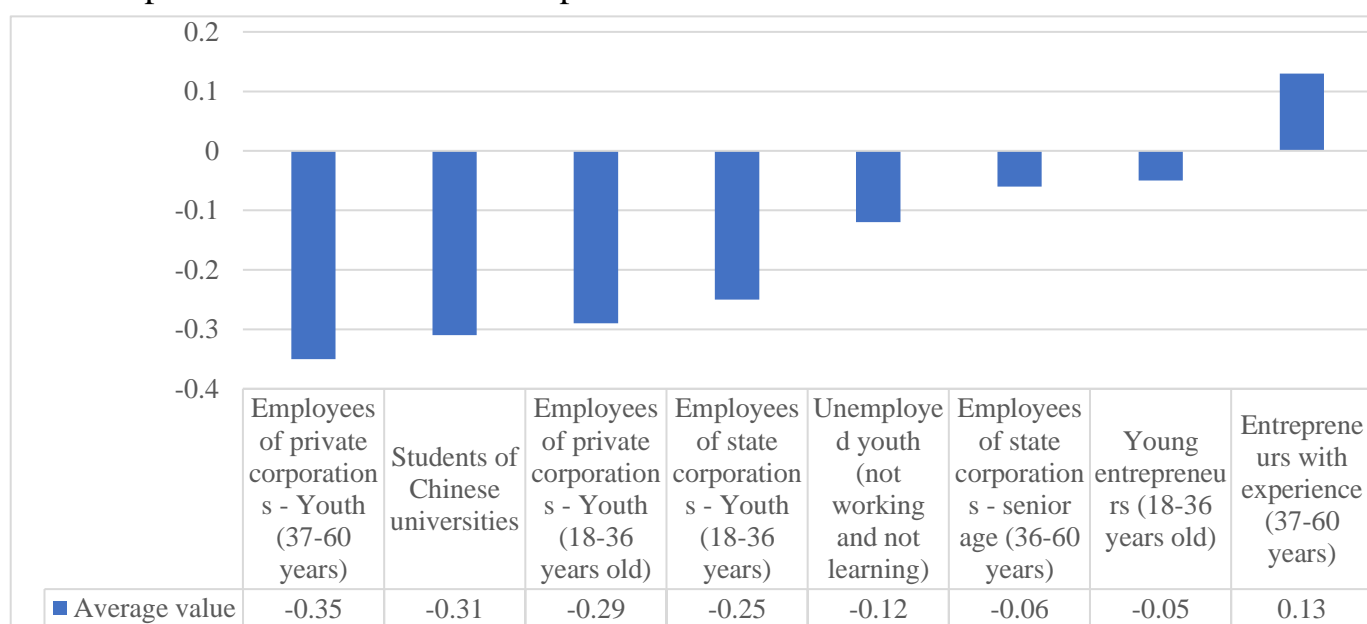
Graph 24 - Qualities of a good man

In the interests of checking this assumption, the following research procedure was carried out. All qualities that were offered to evaluate respondents were summed up and the average arithmetic is found (Table 10)

Tab. 10 - All qualities rated by respondents (average value)

Categories of respondents	Market collectivism	Market - business	Market - good man	Average value
Employees of private corporations - Youth (37-60 years)	-0.58	-0.12	-0.34	-0.35
Students of Chinese universities	-0.43	-0.06	-0.45	-0.31
Employees of private corporations - Youth (18-36 years old)	-0.45	-0.04	-0.37	-0.29
Employees of state corporations - Youth (18-36 years)	-0.41	0.01	-0.34	-0.25
Unemployed youth (not working and not learning)	-0.1	-0.1	-0.15	-0.12
Employees of state corporations - senior age (36-60 years)	-0.19	0	0.02	-0.06
Young entrepreneurs (18-36 years old)	-0.03	-0.04	-0.08	-0.05
Entrepreneurs with experience (37-60 years)	0.12	0.15	0.11	0.13

Thergen values of all other qualities - collectivism, business qualities and qualities of a good person were submitted from the value of market qualities. The results of this procedure are shown in Graph 25.



Graph 25 - The difference between market qualities and all other qualities
(communicative, collectivist, good person)

The graph shows that the sum of all other qualities (average value) is more significant than the value of market qualities in all categories, except for experienced entrepreneurs. The prestige and importance of market qualities for such respondents, of course, is decided in favor of collectivism, business qualities and qualities of a good person. At the same time, this indicator for young entrepreneurs turns out to be practically zero, equal to - 0.05. Thus, the value of market qualities in the views of young entrepreneurs differs significantly from the views of other social groups.

As can be seen from the analysis of the value networks of market qualities, young Chinese entrepreneurs differ in a number of important features in comparison with the value of market qualities as perceived by other groups of respondents. Let's take a look at the main ones:

1. Young entrepreneurs always value the market qualities of people higher and more significant. The weights of these qualities, according to the results of the study of qualities, turned out to be the largest, with the exception of the weights of the qualities of experienced entrepreneurs;

2. Networks of market qualities of young Chinese entrepreneurs turned out to be the most significant in terms of the strength of connections, with the exception of this characteristic among experienced entrepreneurs;

3. The three nodes of network connections, namely, competitiveness, enterprise, and prosperity are the tops of the network, on the basis of which the rest of the system of market qualities is formed. The same situation is observed only in the value network of experienced entrepreneurs.

4. None of the market qualities in the network of young Chinese entrepreneurs have negative or neutral ties, all qualities are included in the network system of market qualities.

5. In relation to all other qualities in terms of weight, the market qualities of young Chinese entrepreneurs are almost equivalent, which makes this social group in a special position. This figure is higher only for a group of experienced entrepreneurs.

6. According to most indicators and indicators, the value system of market qualities of young entrepreneurs is analogous to the network of qualities of experienced

entrepreneurs, which is another confirmation of the direction of development of the value of market qualities.

In our opinion, the presented results of the study confirm the special position of market qualities in the value system of young entrepreneurs, which allows us to speak of young entrepreneurs as a special professional age group. In accordance with their ideas about values, young Chinese entrepreneurs occupy their own special place in the social structure of Chinese society.

Conclusions of chapter 2

This empirical study completes the study of youth entrepreneurship in China and the values of young entrepreneurs. It is important to formulate the main points that show the place and role of youth entrepreneurship in the social structure of Chinese society:

- Youth entrepreneurship in China mainly arises and develops in large cities with a population of many millions. On the periphery, in the countryside of China, it penetrates more slowly;

- two groups of young people are involved in entrepreneurship. The first - whose parents themselves are actively involved in business, the children of major officials. These young entrepreneurs often receive or buy a ready-made business project. The second part - numerous small merchants engaged in service and food;

- to a large extent, young entrepreneurs in China have more material opportunities than their peers - apartments, cars, travel opportunities, etc. To a large extent, this affects the polarization of young people;

- the structure of youth entrepreneurship is formed mainly from small and micro-enterprises, where a small number of people work;

- the social values of youth entrepreneurship among Chinese entrepreneurs are quite significant and socially oriented;

- personal interests in entrepreneurship play a certain role, while we can say

that they are harmonized with the values of another - social and humanitarian order;

- Entrepreneurship of young Chinese is considered as an important factor in the fight against unemployment, which increases its social status;

- many Chinese young entrepreneurs understand the value of ensuring freedom as one of the basic market values;

- youth entrepreneurship in China is not only forced, but often is a stable internal motive for youth activity;

- the role of successful entrepreneurs who are known all over the world as having achieved significant success is great;

- after a failure in a startup, a significant part of young entrepreneurs is ready to start the business again, from scratch;

- in comparison with Russian young entrepreneurs, Chinese entrepreneurs have a slightly different understanding of the goals, means and results of their activities.

Conclusion

The main purpose of the dissertation is to analyze and discuss the values of young Chinese entrepreneurs, both from the theoretical side and from the side of the possibilities of empirical proof of the main hypotheses about the features of these values. The dissertation examines historical factors and events that served as incentives for the emergence, formation and development of youth entrepreneurship in China. An empirical study was conducted, which generally confirmed the assumptions made about the features of the values of young Chinese entrepreneurs. Based on the analysis, it was shown that the values of young Chinese entrepreneurs act as an important element of the social structure of Chinese society.

The materials of secondary data made it possible to analyze the characteristics of the values of young Chinese entrepreneurs and their socio-psychological characteristics, which include - typological characteristics of values and value orientations; Their socio-historical dynamics from the moment of the creation of the People's Republic of China in 1949 to the present is shown.; conclusions are formulated about the peculiarities of the values of youth entrepreneurship at various stages of the formation of modern Chinese society; the important role of the multifaceted system of preparing Chinese youth for entrepreneurship in various educational centers is revealed ; the role of state support and incentives for entrepreneurship from administrative bodies, public organizations and training structures is revealed. Other important conclusions of the analysis in the first chapter were the following generalizations -

- modern youth entrepreneurship in China is emerging as one of the elements of the entire entrepreneurship system, which goes through four stages of formation:

1. Transition from subsistence farming to a planned economy with a natural bias (1945-1950);
2. Transition to an industrial society from an agrarian one (1951-1966);
3. Transition to an open society (1967-1978);
4. Transition to a legal society (after 1978).

At each of the stages shown, the role of youth in the economic construction of the new China and its entrepreneurial activity is carried out with a number of specific features that depend on the development strategies of society as a whole. The actual beginning of youth entrepreneurship in China in its modern sense is associated with the beginning of the reforms of 1978 .;

- in the official structure of Chinese society, youth entrepreneurship takes its place at the second, third and sixth levels of the hierarchy. The most numerous forms of youth entrepreneurship are the areas of activity related to small business, trade, and nutrition – this is the sixth level. At the same time, young Chinese entrepreneurs are actively showing themselves at other levels – the third and second - especially in those areas where they have a number of advantages over other entrepreneurs, - in areas of activity related to digital technologies and capital investments (third level). There are few young entrepreneurs in this layer, however, according to experts, these are fast-growing layers of private entrepreneurs, which are largely replenished at the expense of young entrepreneurs.

- youth entrepreneurship in the conditions of socialist China was considered primarily as an effective means of increasing youth employment and gaining business experience in the future. The central characteristics of young entrepreneurs in China, which can be recognized as typological, can be attributed to - awareness of the prestige of entrepreneurship as a type of employment; the growing level of education of those who are thinking of doing business; great attention is paid to the digitalization of entrepreneurial activity; focus on entrepreneurial success; high proportion of pragmatism in comparison with older generations; the emerging consumer attitude to life, orientation to pleasure. As it was revealed, the central place in the formation of the socio-demographic group of young entrepreneurs is occupied by students and students. At the same time, the university education of young Chinese people plays a special role, in particular, specific values that encourage entrepreneurial activity.

Educational centers, including university education, play an important role in the formation of the entrepreneurial initiative of young Chinese entrepreneurs. This is especially true for economic, technical and technological universities, whose share in the

overall structure of higher education is constantly increasing. As in the whole world, the pragmatic component of student training is being strengthened in Chinese universities. This is expressed in the approximation of the educational process to the conditions of the evolution of the Chinese economy towards decentralization; the growth of attention to those sciences that give the greatest economic growth, profit growth; motivation and stimulation of free intellectual search and independence in solving practical problems; strengthening the role of commercial universities, which are designed to prepare students who are preparing mainly for entrepreneurial activity, etc.

We have made a conclusion about the features of the values of young Chinese entrepreneurs, which reflect the traditional understanding of the valuable and meaningful in Chinese. As the study showed, the value system that developed almost three thousand years ago remains the core of the entire modern education system in China, and educational and moral ideals have the most significant impact on the modern philosophy of entrepreneurship of young Chinese. Important for young Chinese entrepreneurs are the values that include - the collectivist beginnings of such activities; recognition of work as the highest value; the important role of communication; unity of words and deeds; modesty, respect for the hierarchies of management and production, etc.

An empirical sociological study of the values and value orientations of young Chinese entrepreneurs was carried out on the basis of a network approach. The results of an empirical study allowed us to state that entrepreneurship among young Chinese entrepreneurs, as a personal property, is more significant than among Russian youth. First of all, this is reflected in the fact that among Chinese young people, the desire to engage in any kind of entrepreneurship is much more active, even in the conditions of the Russian socio-economic environment. As confirmed by the results of empirical studies, the indicators of network characteristics and values of young Chinese entrepreneurs have a high degree of unity; a common understanding of the standards of imitation a consistent score to the negative standards; special value of self-esteem, which is quite high.

In general, the results of the work done allow us to speak about the importance of youth entrepreneurship in Chinese society. Youth entrepreneurship plays a constructive role, forming a special network of values of young people involved in

entrepreneurship. Such value networks are formed as a result of the whole way of life of Chinese society, imbued with the spirit of history and traditions of hard work and concern for collective ideals. In turn, this result is the result of the systematic activity of the state and public institutions of China, formed on the samples of the best business practices.

List of references

1. A study of the influence of the family past on the entrepreneurial intentions of college students. Du Yan Liao Xinjian, Red Bean Education, Issue 30, 2021 Wang Xiaodi. The social structure of Chinese society - dynamics of stratification processes // Bulletin of the Russian Academy of Sciences. Series - Sociology. 2011. №4.
2. Adler F. The value concepts in sociology // American j. of Sociology. 1956. 62. № 3. - P. 272 279.
3. Alon H., Niv A. Implementing continuous adaptation to technology innovation in complex adaptive organizations [J]. Journal of High Technology Management Research , 2018 , 29 (1) - 33-50.
4. Androsenko M.E. Youth as the potential of social changes in society // Bulletin of Moscow State University. Psychological Sciences series. No. 1, 2012 pp. 44-48
5. Aslanov R.M. Three models and prospects of socialism in China // East - Russia - West - Ist. i kulturool. research - To the 70th anniversary of Academician V.S. Myasnikov. M., 2001 pp.473-491.
6. Audio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. U., and Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial opportunities and the genesis of entrepreneurial ecosystems. Strategic Entrepreneurship Magazine..
7. Baidu Encyclopedia-Confucius Institute
<https://baike.baidu.com/item/%E5%AD%94%E5%AD%90%E5%AD%A6%E9%99%A2/812632?fr=aladdin>
8. Bakshtanovsky V. I., Sogomonov Yu. V. Ethics of the profession - mission, code, deed / Monograph. Tyumen. - Research Institute of Applied Ethics of TSOGU, 2005. 378 p.
9. Balchindorzhieva O. B. The problem of personal modernization in China // Bulletin of OmSU. Series - Economics. 2015. No.3.
10. Becker G., Boskov A. Modern sociological theory. Moscow - IL,

1961. 859 p.

11. Bem K.Yu. K voprosu O perspektivax molodejnogo dvijeniya V Kitae. // Obtshestvo I gosudarstvo V Kitae - XXXII nauchnaya conference / in-T vostokovedeniya; Sost. I ATV. red. N.P. Svistonova. - M. - Vast. lit., 2002 p. 145-148
12. Bepalova Yu. M., Kondakov V. A. Precariat in modern Russia - the danger of resentment // News of higher educational institutions. Sociology. Economy. Politics. Tyumen. - Tyumen Publishing House. industry. un-ta, 2016. No. 2. p. 6 11.
13. Blau P. M. Various points of view on social structure and their common denominator // American Sociological thought - Texts / Ed. V.I. Dobrenkova M., 1994.
14. Blumer H. Der methodologische Standort des symbolischen Interaktionismus // Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Reinbek, 1973. Bd. 1.
15. Boronoev A. O., Smirnov P. I. Russia and the Russians - The Character of the people and the fate of the country. St. Petersburg - St. Petersburg Panorama Publishing House, 2001. 192 p.
16. Bourdieu P. Sociology of social space / Trans. with French N. A. Shmatko. St. Petersburg - Aleteya, 2007. 288 p.
17. Bransky V. P. Philosophical analysis of the problem of values. URL - <http://www.studfiles.ru/preview/3065311>
18. Buyarov D. V. China's national policy in the late 1950s - late 1970s // ISOM. 2016. No.1-1. p. 41.
19. Chen Chen. Differentiation and Inheritance - Intergenerational Comparison of Corporate Youth Values. Chinese Youth Studies 08/2017 p.29. 陈晨, 分化与继承: 企业青年价值观的代际比较。中国青年研究。08/2017 p.29。
20. Chen Minling, Mao Ruixin. Entrepreneur's Traits and the Survival Performance and Growth Performance of Entrepreneurial Enterprises. Technology and Innovation Management ,Volume 41 Issue 6 November 2020. 陈敏灵, 毛蕊欣, 创业者特质与创业企业生存绩效、成长绩效。技术与创新管理, 第 4 1 卷, 第 6 期,

2020年11月。

21. Cherevko Yu. V., Ivchenkova M. S. Conference Sociology of youth in China and Russia // Power. 2012. No. 8. p. 165.
22. China Business Community. URL - <https://www.facebook.com/chinabizcom/posts/703329626712817/>
23. China is ours - how Russian entrepreneurs are making their way to China https://www.rbc.ru/own_business/30/10/2017/59f340069a794759a2fe9808
24. China Youth Entrepreneurship Development Assessment Report (2020) Growing Political and Economic Surveillance 11/16/2020 https://m.thepaper.cn/baijiahao_10003990
25. China's Statistical Yearbook for 2021. <http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2021/indexch.htm>
26. Del Giudice, M., Sciotto, V., Papa, A., Tarba, S. Yu., Bresciani, S. and Varkentin, M. (2021). A self-adjusting model for intelligent manufacturing SMEs - the impact on digital innovation. Journal of Product Innovation Management, 38(1), 68-89.
27. Delyosin L. P. "Kulturneya revalyusiya" - tridtsat let spostya // Vestn. nauch. inform. /In-T mejdonar. Egan. I Palit.issled. Ran. - 1997 p. 75-81; Delyosin L.P. Kitay V poiskakh putey razvitiya-Moscow - MGIMO, 2004 – 317 P
28. Programme for the Study of Educational Theory of Deng Xiaoping. Beijing, 1998. 《邓小平教育理论学习纲要》. 北京北京师范大学出版社. 1998年6月。
29. Deryugin P. P., Kremnev E. V., Yarmak O. V., Shi And Wensin Zhh. Network models of business values in the human capital structure of Chinese students. Scientific result. Sociology and Management. Vol. 7, No. 3, 2021. pp. 135-151
30. Deryugin P. P., S. V. Panov, S. V. Kurapov, Shi I, E. A. Kamyshina Network diagnostics of identification strategies in the organization - methodology and experience of pilot research. DISCOURSE. 2020. Vol. 6, No. 4. <http://doi.org/10.32603/2412-8562-2020-6-4-73-94>
31. Deryugin P.P., Lebedintseva L.A., Jin Ts., Shi I. Values of Russian

and Chinese entrepreneurs - a comparative analysis (results of an empirical sociological study). In the collection - Russia and China - history and prospects of cooperation Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference. Managing editors D.V. Buyarov, D.V. Kuznetsov. 2018. P. 354-357.

32. Deryugin P.P., Lebedintseva L.A., Jin Ts., Shilyaeva A.S. Comparative analysis of the values of young Russian entrepreneurs in the coordinates of management - research methodology and some conclusions\Russia and China - History and prospects of cooperation.Materials of the VII International Scientific and Practical Conference. 2017. pp. 267-271.

33. Detailed Report - Li Keqiang attended the National Mass Entrepreneurship and Innovation Week and delivered an important speech -To promote the comprehensive development of mass entrepreneurship and innovation and continue to enhance the sustainability and intrinsic motivation of economic development Chinese Science and Technology Industry, 2020 (11):7. 综合报道: 李克强出席全国大众创业万众创新活动周并发表重要讲话 — 推动大众创业万众创新向纵深发展 持续增强经济发展韧性和内生动力. 中国科技产业, 2020 (11) : 7.

34. Do you know how many will apply for college entrance exams in 2021. <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1707588658202120954&wfr=spider&for=pc>

35. Douglas E, Prentice C. Innovation and profit motivations for social entrepreneurship: A fuzzy-setanalysis. Journal of Business Research, 2019, 99 - 69-79.

36. Drucker P. F. Concept of corporation. N-Y, 1946. 329 p.

37. Eisenstadt S. N. Revolution and transformation of societies - Comparative study of civilizations. — M. - Aspect-Press, 1999 357 p.

38. Employment Report of Chinese College Students for 2022.

39. Etzioni A. Les Organisations modernes. Gemblux, 1971.

40. Feofanov K. A. Niklas Luhmann and the functionalist idea of value-normative integration - the end of a century-old discussion // Socis. M. - 1997. No. 3. - p. 48 59.

41. Filonovich S. Preface of the scientific editor of the translation\ Jin Li. Cultural foundations of education - East and West. Moscow - Publishing House Higher

School of Economics. 2015. 464 p. p. 8. https://id.hse.ru/data/2015/09/15/1087364286/Li_site.pdf.

42. Galagan A. B., Savinov Yu. A. Evolution of China's economic development model // Russian Foreign Economic Bulletin. 2016. No. 6. pp. 40-46.
43. Galenovich Yu.M. The Cultural revolution in the People's Republic of China what was it // Notes of a Sinologist. - M. - Ant, 2002 pp. 261-272
44. Gao Ying Gao Ying. Formation of China's scientific and technical potential // Bulletin of the RUDN. Series - Economics. 2007. №3-4.
45. Garushyants Yu.M. The movement of May 4, 1919 in China. M., 1959 48 p.
46. Geiger M. A meta-analysis of the gender gap (s) in venture funding - Funder- and entrepreneur-driven perspectives [J]. Journal of Business Venturing Insights, 2020, 13 - e00167
47. Gelbras V.G. Socio-political structure of the People's Republic of China in the 50-60s. -M. - Nauka, 1980 pp.131-141.
48. Gins G. K. Entrepreneur. M. - Sowing, 1992. 224 p.
49. Gordon A.V. Market socialism and the formation of a class of entrepreneurs in China // Social and humanitarian sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 9, Oriental and African Studies - An abstract journal. 2018. No. 4.
50. GUIHEUX G. [Rec.] // Perspectives chinoises. Hong Kong, 2008. N 2. P. 118–120. Rec. ad. op. - Carolyn L. Hsu. Creating market socialism - how ordinary people are shaping class and status in China. Durham; L. - Duke University Press, 2007. 22, P. 118
51. Gvishiani D. M. Organization and management - Ed. 2nd supplement M. - Nauka, 1972. 536 p.
52. Hechavarria D, Bullough A, Brush C, et al. High-growth women's entrepreneurship - Fueling social and economic development[J]. Journal of Small Business Management, 2019, 57 (1) - 5-13.
53. Homans G. K. Social Behavior its Elementary Forms. N.Y., 1961.
54. Li Daokui, Chinese private entrepreneurs in the new and old

development model Journal of the Central. Institute of Socialism, 2021 Issue 3 p.59. 李稻葵，新旧发展模式下的中国民营企业家。中央社会主义学院学报，2021年 第3期 c.59。

55. Ikonnikova S. N. Youth - sociological and socio-psychological analysis. L. - Leningrad Publishing House. un-ta, 1974. p. 53.

56. Ilyinova N.A. Youth in the social space of society // Successes of modern natural science. 2007 No. 1 pp. 89-91

57. Ivanova Yu.V., Sereda A.V. Material well-being in the traditional value system of Chinese society // Bulletin of ZabGU. 2012. No. 7. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/materialnoe-blagopoluchie-v-traditsionnoy-sisteme-tsennostey-kitayskogo-obschestva>

58. Ji Jinfeng. Value orientations of Chinese youth - trends and factors of transformation of work motivation // Theory and practice of social development. 2013. No.8.

59. Jiang Siyuan. Organizational structure and thematic orientation of the newspaper Peking Youth // Bulletin of the Moscow University. Series 10. Journalism. 2006. №6.

60. Joas H. The emergence of values / translated from German by K. G. Timofeeva. St. Petersburg - Aleteya, 2013. 312 p. p.9.

61. Kagan M. S. Human activity (Experience of system analysis). M. - Politizdat, 1974. 328 p.

62. Kartunova A. S. To the 90th anniversary of the May 4 movement // Problems of the Far East No. 4, 2009, P. 41

63. Kasabutskaya M. S., Kovtun E. A., Petrov A.V., Savin S. D. Perception of corruption in the minds of the youth of Russia and China // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). 2018. No. 2 (47).

64. Khabibova N. E. Philosophical analysis of the concept of value orientations - ontological and epistemological aspects - abstract of the dissertation of the Candidate of Philos. sciences / BASHGU. Ufa, 2004. 18 p.

65. Kharina U.Ya. Formation and development of investment

attractiveness of China // Economic Bulletin of the University. Collection of scientific papers of scientists and postgraduates. 2016. №29-1.

66. Kibler E., Wincent J., Kautonen T., et al. Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being [J]. *Journal of Business Venturing*, 2019, 34 (4) - 608-624

67. Kluckhohn C. Values and Value Orientations in the Theory of Actions. In - Parsons T. and Shils E. *Toward General Theory of Action*. Cambridge, Mass. - Harvard University Press, 1951. p. 395.

68. Kon I. S. Youth // *The Great Soviet Encyclopedia*. Moscow - 3rd ed. 1986. Vol. 16. 478 p.

69. Kordubaev M.K., Shmigirilova L.N. National model of youth policy implementation in the People's Republic of China (PRC) // *Scientific community of students of the XXI century. SOCIAL SCIENCES - sat. art. on mat. XXVI international student. scientific. practical. conf. No. 11(25)*.

70. Korney O. Young and successful // *China*. 2015. No. 6(116). p.44-46. p.45.

71. Kovaleva A. I., Lukov V. A. *Sociology of youth - theoretical issues*. Moscow - Socium, 1999. 351 p.

72. Kozlov A. A. Two paradigms in the perception of modern youth // *Youth Galaxy*. 2017.

73. Krasovsky Yu. D. *Organizational behavior*. 4th ed., reprint. and additional M. - UNITIDANA, 2012. 487 p.

74. Kravchenko A. I., Tyurina I. O. *Sociology of management - a fundamental course - A textbook for students of higher educational institutions*. 2nd ed., ispr. and add. M. - Academic Project, 2005. 1156 p.

75. Kretschmer, T., & Khashabi, P. (2020). Digital transformation and organization design - An integrated approach. *California Management Review*, 62 (4), 86-104.

76. Kryshchanovskaya O. V. Illegal structures in Russia // *Sociological research*. 1995. No. 8. p. 94 106.

77. Ku Mingyuan, On the Similarities and Differences in the Values of Chinese and Western. *Universities Research in Higher Education*, Volume 3, No. 38, 2017, March 3. 顾明远, 浅谈中西大学价值观之异同。《高等教育研》, 第3期, 第38卷, 2017年3月, p.3。
78. Kudelin A. E. Entrepreneurship as a general historical creativity of society - Abstract. dis. ...Dr. philos. Sciences / N. Novgorod, 2006. 56 p.
79. Kulakova L.V. The role of youth in the political life of society // *Scientific journal Student Forum* No. 17, 2017 pp. 98-103
80. Kulpin E.S. The formation of the system of basic values of the Russian civilization // *History and modernity*. 2008. No. 1. pp. 49-75.
81. Leonova O. G. Global regionalization as a phenomenon of the development of the global world // *Century of Globalization*. Volgograd. - Teacher Publishing House, 2013. No. 1. p. 59 66.
82. Lewin K.M., Hui X., Little A.W., Jiwei Z. 1994 *Educational Innovation in China - Tracing the Impact of the 1985 Reforms*. Essex, England - Longman.
83. Li Peilin Chinese youth in the face of new opportunities and challenges // *Russia and China - Youth of the XXI century*. editors - M.K. Gorshkov, Li Chunlin, Z.T. Golenkova, P.M. Kozyreva, M. Novy *Chronograph*, 2014 pp. 405-411
84. Li Ping, Zhao Delei, The Status Quo and the way to optimize the social well-being of private entrepreneurs - based on two surveys in Zhejiang Province, *Journal of the Central Institute of Socialism*, Issue 2, 2021, P195
85. Liang Lin. Value orientations of the youth of the People's Republic of China in the conditions of building a socialist market economy // *ZHSSA*. 2003. No. 3. p.187.
86. Lisovsky V. T. *Sociology of youth* // *Sociological dictionary*. 2nd ed., reprint. and additional / Scientific ed. G.N. Sokolova, I.Ya. Pisarenko. Mn. - Publishing House of St. Petersburg. State University, 1991. pp. 407 410.
87. List of universities in China.
https://wiki2.org/ru/List_universities_China

88. Liu Zhiyang, Entrepreneurial Evolution in Forty Years of Reform and Opening up. People's Forum / Mid-December 2018 p. 24. 刘志阳, 改革开放四十年企业家精神的演进。人民论坛, 2018年12月中, p.24。
89. Liu Peng. Information and communication space of Chinese youth - the experience of sociological analysis // Theory and practice of social development. 2011. №5.
90. Liu Peng. The impact of mass media on the formation of value orientations of Chinese youth // Topical issues of modern science. 2010. №15.
91. Liu Yinying. The formation of the banking system and its modern // Ideas and ideals. 2019. №2-2.
92. Lomova T. E., Timoshenko E. D., Yachin S. E. Transformation of value orientations of Russian and Chinese students in the context of globalization // Bulletin of the FEB RAS. 2009. No. 1.
93. Lv Dewen. Passion and Rational Elves Youth Entrepreneur Mentality. People Forum, July 2019. 吕德文, 激情与理性勾勒青年创业者心态。人民论坛, 2019年07月中。
94. Lu Peng is a new model that promotes the growth of a new generation of entrepreneurs. Journal of the Central Institute of Socialism 2021 Issue 3 p.73. 吕鹏, 推动新生代企业家成长的新格局。中央社会主义学院学报, 2021年第3期. 73。
95. Lu Ping. Political Influence and Political Assessment Modern Chinese Youth // Research Youth. 1994. No. 2. 卢平《当代中国青年的政治效应及其评价》//《青年研究》, 1994年第二期。
96. Lu Xueyi, Contemporary Chinese Social Class. Beijing - Social Science Literature Publishing House, 2018 - 8. 陆学艺. 当代中国社会阶层。北京: 社会科学文献出版社, 2018:8。
97. Luhmann N. World time and the history of systems. URL - <http://www.ruthenia.ru/logos/number/44/08.pdf>.
98. Lukov V. A. Theories of youth - Interdisciplinary analysis. M. - Canon + ROOI Rehabilitation, 2012 528 p.

99. Luo Wenhao. (2020). Human resource management reform in digital transformation. *China's Human Resource*
100. Ma Jun Luo Hengjun Xiao Xiao Perception of the status of a private entrepreneur and the contribution of corporate innovation Review by the leadership of Nankai volume 22 issue 2 2019 p 150
101. Makashova N. Ethics and economic theory // *Social sciences and modernity*. 1992 No. 3. p. 12 26.
102. Maltsev Vladimir Vladimirovich Man, economy and free market - M. N. Rothbard's approach // *JUNE 2017*. No. 1.
103. Manheim K. Problems of youth // *Diagnosis of our time*. M., 1994 pp. 44-48
104. Markov B. V. Values and Being in the philosophical anthropology of Max Scheler. URL - <http://anthropology.ru/ru/text/markov-bv/cennosti-i-bytie-v-filosofskoy-antropologii-maksa-shelera>
105. Mashkina O.A. Life strategies and values of graduates of Chinese universities // *Domestic and foreign pedagogy*. 2016. No.5 (32). URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/zhiznennye-strategii-i-tsennosti-vypusknikov-kitayskih-universitetov>
106. Merton R. Social theory and social structure // *Sociological research*. 1992. No. 2. p. 118 121.
107. Mfa J. Social consciousness and consciousness of meaning / Translated from English by R.E. Barash // *Epistemology and Philosophy of Science*. 2013. Vol. XXXXV. No. 1. Moscow - Philosophy Institute of the Russian Academy of Sciences, 2013. pp. 219 227.
108. Mikhalchenkova N.A. Chinese universities in the conditions of transformation of public policy - response to the challenges of globalization // *Power*. 2016. No. 5. p. 81.
109. Molevich E. F. On the structure of modern sociological knowledge // *Sociological research*. 1997. No. 6. p. 3 9.
110. National Statistical Communique on the Development of Education,

2008, Ministry of Education of the People's Republic of China.

http://www.moe.gov.cn/s78/A03/ghs_left/s182/moe_633/201002/t20100205_88488.html

111. Nguyen Xuan Kyong. Political reforms in China in the first years of the XXI century // MGIMO Bulletin. 2015. №2 (41).

112. Nikiforou A I, Lioukas S, Voudouris I.. Network Structure and Firm-level Entrepreneurial Behavior - The Role of Market and Technological Knowledge Networks[J]. Journal of Business Research, 2020, 106(1):129-138.

113. Ni Dazhao Social network of young entrepreneurs, the ability to attract resources and entrepreneurship Journal of Henan College of Economics of livestock production volume 34, issue 187 April 2021 S. 50 倪大钊 青年创业者的社会网络、资源获取能力与创业绩效 河南牧业经济学院学报 2021 年 4 月(34 总第 卷第 187 期) P50

114. Notification of the Ministry of Personnel and Social Security on the performance of good work in the field of employment and entrepreneurship for graduates of national colleges in 2021 Ministry of Human Resources and Social Security Letter (2021) No. 27 March 10, 2021

http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-03/19/content_5593988.htm

115. Online press conference of the Ministry of Education of the People's Republic of China 2019-02-26

http://www.moe.gov.cn/fbh/live/2019/50340/mtbd/201902/t20190227_371502.html

116. Osipov N. Chinese business culture - key features.
<https://enterchina.ru/blog/kitayskaya-kultura-vedeniya-biznesa-klyuchevye-osobennosti/>

117. P. P. Deryugin, L. A. Lebedintseva, O. V. Yarmak, Shi Yi, E. A. Kamyshina Social well-being of the population of a megalopolis as an integral indicator. Discourse. 2020. Vol., 6, No. 2. p. 64

118. Pantich D. Conflicts of values in countries of transit // Socis. 1997. No. 6. pp. 24-36.

119. Parents should Read the magazine and the Beijing New Generation

Market Testing Agency conducted a detailed analysis of the values and lifestyle of modern Chinese urban youth. <http://baby.sina.com.cn/news/2005-04-04/15903.shtml>
<https://doc.mbalib.com/view/444f3f38c3f6e21ca6ebcedebaab5fa6.html>

120. Parsons T. The system of modern societies / Translated from English by L.A. Sedova and A.D. Kovaleva; Edited by M.S. Kovaleva. M. - Aspect Press, 1998. P. 270.

121. Polutova M. A. The genesis of the ideas of foreign researchers about the essence and characteristic features of the phenomenon of Entrepreneurship // Bulletin of ZabGU. 2013.

122. Radaev V. V. Economic Sociology - textbook for universities / V. V. Radaev; State University - Higher School of Economics. Moscow - Publishing House of the Higher School of Economics, 2005. 603 S.

123. Report on the Development of Youth Entrepreneurship in China (2021) <http://www.yee.org.cn/qywtzgg/202202/P020220217617539224221.pdf>

124. Report on the study of employment opportunities for college students in 2022

125. Report on the study of the entrepreneurial ecology of college students in 2018 <https://zhuanlan.zhihu.com/p/47371864>

126. Report on the viability of a youth entrepreneurial city (2021)

127. Research Report on Employment and Entrepreneurship in China" for 2021.

128. Reshetnikova M.S. Experience in the formation of the innovation environment within the framework of the state innovation strategy of China // MIR (Modernization. Innovations. Development). 2016. No. 3 (27).

129. Rokeach M. The Nature of Human Values. N-Y, 1973. p. 293

130. Ryvkina R. V. The influence of the new ruling elite on the course and results of economic reforms // Sociological research. - 1995. – No. 11. – p. 35-43.

131. Schumpeter J. Theory of economic development. Moscow - Directmedia Publishing, 2008. 400 p.

132. Schutz A. Formation of the concept and theory in the social sciences.

In - American Sociological Thought, Moscow - Moscow State University, 1994. 485 p.

133. Shi, Y., & Yaroschchuk, L. (2020). Post Corona Society - How to Teach People be Social Again. *Postmodern Openings*, 11(1Supl2), 169-176.

<https://doi.org/10.18662/po/11.1sup2/149>

134. Shikhirev P. N. From the clash of business cultures to the formation of their common basis. Introductory article // Lewis Richard D. *Business cultures in international business. From collision to mutual understanding / Trans. from English* 2nd ed. Moscow - Delo, 2001. 448 p.

135. Shkaratan O. I. Etakratism and the Russian societal system // *Social Sciences and modernity*. 2004. No. 4. p. 49 62.

136. Shpakova R. P. Tomorrow was yesterday // *Sociological Review*. 2003 Vol. 3. p. 84 89.

137. Shtompka P. *Sociology of social change / Edited by V. Ya. Yadov - per. from English M. - Aspect Press, 1996. 416 p.*

138. Shultseva V. China's Digital Economy - Assimilation Resistance is useless. *Telecommunications business*.

http://www.lastmile.su/files/article_pdf/4/article_4702_931.pdf

139. Simmons, S. A., Wiklund, J., Levie, J., Bradley, S. W., & Sunny, S. A. (2019). Gender gaps and reentry into entrepreneurial ecosystems after business failure. *Small Business Economics*, 53 (2), 517-531.

140. Smelzer N. *Sociology / Translated from English – M. - Phoenix, 1994. – P. 688*

141. Smirnov P. I. Value - incentive of activity and one of the basic concepts of sociology // *Theoretical journal Credonew* . 2011. No. 1 (65). p. 139 157.

142. Smith, P., and Beretta, M. (2021). The Gordian Knot of Digital Transformation practice - Overcoming emerging paradoxes in dual organizational structures. *Journal of Product Innovation Management*, 38(1), 166-191..

143. Sombart V. *Bourgeois - Studies on the history of the spiritual development of modern economic man / Trans. from German; ed. and podgotov. Yu.N. Davydov, V.V. Sapov. M. - Nauka, 1994. URL - http://www.gumer.info/bibliotek_*

Buks/Sociolog/Zomb/01.phf

144. Sorokin P. Man. Civilization. Society / general ed., comp. and the preface by A.Y. Sogomonov - per. from English M. - Politizdat, 1992. 543 p.

145. Starostin B. A. Values and the value world. Moscow - Sputnik+ Company, 2002. 154 p.

146. Staroverov V. V. Social problems of youth small entrepreneurship. Moscow - RIC ISPI RAS, 2004. 138 p.

147. Startup Blink - Best Countries for Startups.
<https://www.startupblink.com/>

148. Statistics from the National Bureau of Statistics show that the number of college graduates in 2001 was 1.036 million people.
<https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01&zb=A0M0203&sj=2020>

149. Su Qingxing - "Research on the Evolution of Chinese Youth's Values" // "Research on Youth Issues". 1992 Issue 5 苏倾兴：《中国青年价值观念的演变的课题研》//《青年问题研究》. 1992年第五期

150. The higher education system in China. <https://articlekz.com/article/8129>

151. Main results of national education statistics in 2020 by the Ministry of Education of the People's Republic of China.
http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/202103/t20210301_516062.html

152. China's most successful entrepreneurs under 30. How Chen Fangyi invested himself. URL - <https://scsg.ru/ru/blog/kak-chen-fani-sam-sebya-investiroval/>

153. The number of individual entrepreneurs in China has increased more than 500 times over 40 years of reform and openness policy/
<http://russian.people.com.cn/n3/2018/1208/c31518-9526593.html>

154. The report of the 19th National Congress of the CCP describes the picture of the new era. URL - <https://ru.set-up-company.com/blog/business-in-china/the-report-of-19th-national-congress-of-cpc.html>

155. University as a center of culture-generating education. Changing forms of communication in the educational process / M.A. Gusakovskiy, L.A.

Yashchenko, S.V. Kostyukevich et al.; Ed. M.A. Gusakovsky. - Minsk - BSU, 2004 - 279 p. - (Universitas). P. 29.

156. Thomas U., Znanetsky F. Methodological notes (1918) // American Sociological Thought - Texts / Edited by V.I. Dobrenkov. M. - MSU Publishing House, 1994. - 343 p.

157. Tikhvinsky S.L. The History of China and modernity. Moscow - Nauka, 2001 360 p.

158. Tokarenko O. V. Theoretical and methodological approaches to the analysis of value orientations and entrepreneurial behavior. The world of Russia. 1998. No. 3. p. 138.

159. Torin P.A. To the concept of "social structure" // Knowledge. Understanding. Skill. 2010. №1. S. 233.

160. Trotsuk I. V., Skrynnikova M. P., Ji Jinfeng. Priorities of Chinese youth in the professional sphere and the position of young professionals in the labor market of China // Theory and practice of social development. 2014. No. 12.

161. Tugarinov V.P. Selected philosophical works. – L. - Publishing House of Leningrad University, 1988. –P. 344.

162. Usov V.N. PRC - From the "great leap" to the "cultural Revolution" - (1960-1966) // Inform. byul. / RAS. In-t Gave. Of the East. - M., 1998 p. 109-122.; Usov V.N. Chinese Beria Kang Sheng. M. - OLMA-PRESS; JSC PF "Red Proletarian", 2004 – 479 p

163. Vasilenko V. A. Value and evaluation - Abstract. dis. ... cand. philos. Sciences / Academy of Sciences of the Ukrainian SSR. Kiev. - 1964. 21 p.

164. Veselova L.S., Deryugin P.P., Lebedintseva L.A. Vectors of the formation of Chinese sociology - pragmatic orientation, preservation of tradition. Sociological research. 2018. No. 7. pp. 124-134.

165. Vidal C.E. Shturmoviki Mao Szeduna // Kuda vedet Kitay Gruppa Mao Szeduna - per. S FR. I.Schreybera. - M. - Progress, 1967-S.143-151.

166. Vinogradov A. V. The Chinese model of modernization. The search for a new identity. Second edition, corrected and enlarged. M. - NOFMO, 2008. P.142

167. Vorontsov A.V. History of Sociology - Textbook and Workshop for Academic Undergraduate Studies. M. - Yurait Publishing House, 2019. P. 366
168. Voskresensky A. D. Kitay I Russia v Evrazii. Istoricheskaya dynamics politicheskikh vzaimootnosheniy-Moscow - Izdatelstvo "muravey" MGIMO, 2004 – 564 P.
169. Wang Yang. The social mission of Chinese universities in the context of modernization // Theory and practice of social development. 2018. No.5. URL - <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-missiya-universitetov- knr-v-usloviyah-modernizatsii>.
170. Weber M. Selected works / translated from German; comp., general ed. and afterword by Yu.N. Davydov; preface by P.P. Gaidenko. M. - Progress, 1990. 808 p.
171. Wei Hejun. A Study on the Status and Influences of Underemployment of College Students from a Social Stratification Perspective. Journal of Shanxi Youth Vocational College. Issue 331, March 2020. p. 31
172. Wen Fan. How symbolic boundaries of social groups are formed // Shehuixue yanjiu (Social Studies). 2005.- No. 1. pp.32-44, p.34.
173. Wu Lishuang, Research on the Influence of Entrepreneurial Environment on College Students' Entrepreneurial Intention, Higher Engineering Education Research, 2019(1) - P.184 -189. 吴立爽, 创业环境对大学生创业意愿的影响研究。高等工程教育研究, 2019(1):184 —189。
174. Xie Weihe. Research Trends Development Chinese Youth // Research Chinese Youth. 1996. № 4. 谢维和: 《中国青年发展状态研究报告》// 《当代青年研究》. 1996 年第四期
175. Xue Nianwen - The significant practical significance of the sense of acquisition, happiness and security, National Administration, Issue 47, 2017
176. Yadov V. A. Modern theoretical sociology as a conceptual basis for the study of Russian transformations. St. Petersburg - Intersocis, 2009. 138 p.
177. Yaikova L. V. Sociological understanding of the phenomenon of

entrepreneurship // Izv. Saratov. un-ta. 2008. Ser. Sociology. Political Science. Vol. 8, vol. 2. pp. 28-63.

178. Ye Zhaoxia, Petrov AV Economic sociology in China // Society. Wednesday. Development (Terra Humana). 2017. No. 1 (42).

179. Youth Entrepreneurship Development Report (2022)
https://mp.weixin.qq.com/s/GQpKhV_a3yaYRY1IWRHeYw

180. Zarubina N. N. Socio-cultural factors of economic development - M. Weber and modern theories of modernization. St. Petersburg - Publishing House of the Russian Academy of Sciences, 1998. 288 p.

181. Zaslavskaya T. I. Transformation of Russian society as a subject of monitoring // Economic and social changes. Monitoring of public opinion. 1993. No. 2. p. 6 7.

182. Zavadsky M. Giant of microinnovations. [Electronic resource]
[http://www.expert.ru / expert/2010/38/ Expert No. 38 \(722\)](http://www.expert.ru / expert/2010/38/ Expert No. 38 (722)).

183. Zdravomyslov A. G. Needs. Interests. Values. M. - Politizdat, 1986. 223 p.

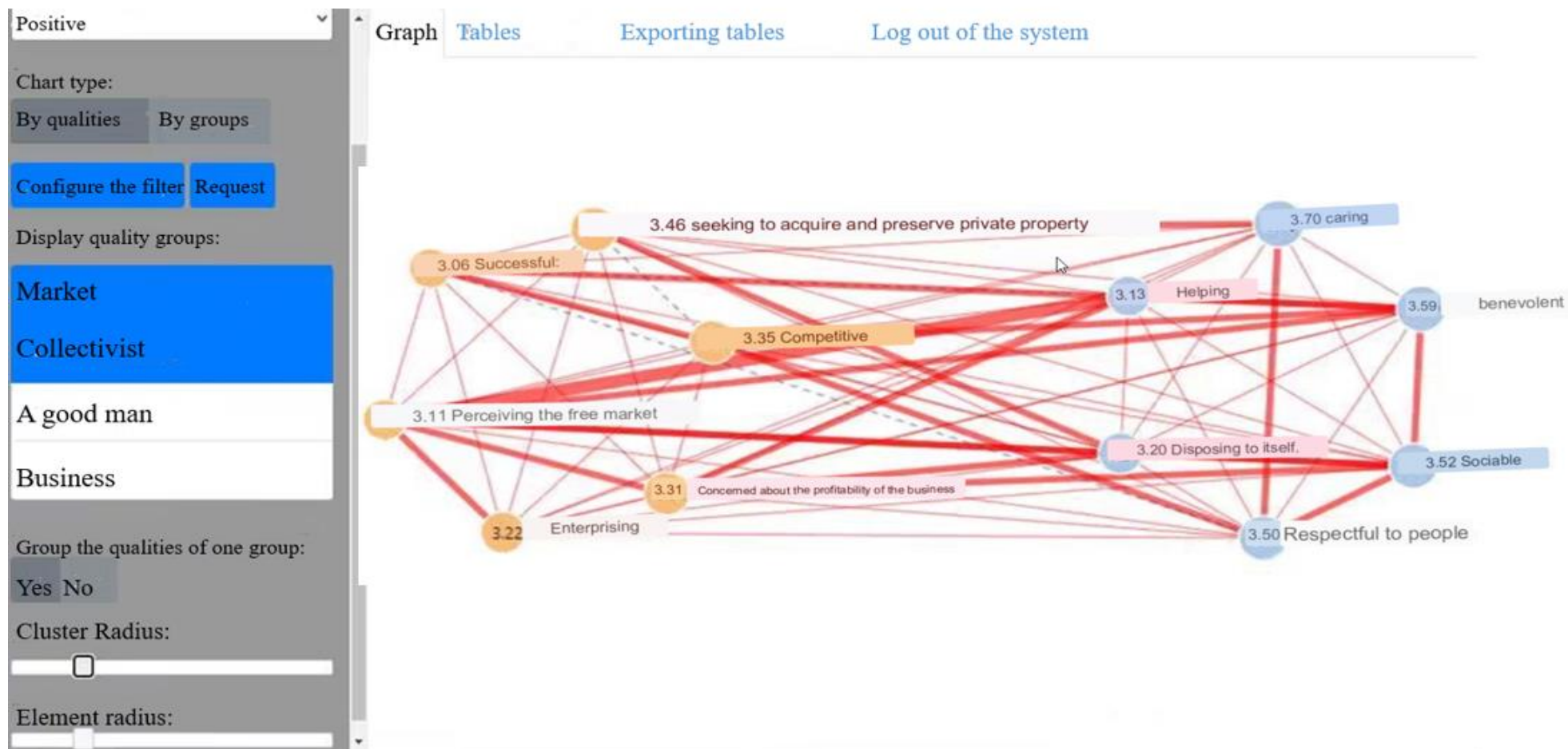
184. Zhan Yue. After the outbreak, economists have such expectations from young entrepreneurs in Shanghai. Wenhui Newspaper 2020-04-25.

<https://www.163.com/dy/article/FB2CSV0O05506BEH.html>. 占悦，疫情发生后，经济学家对上海青年创业者有这样的期待。文汇报，2020-04-25。

185. Zhao Donghui, Sun Jianbo, Qian Yu, Zhang Dapeng. The emergence of entrepreneurship in the Digital Age - a study based on many examples. Human Resource Development in China 2021, volume 38, number 7, p.92.

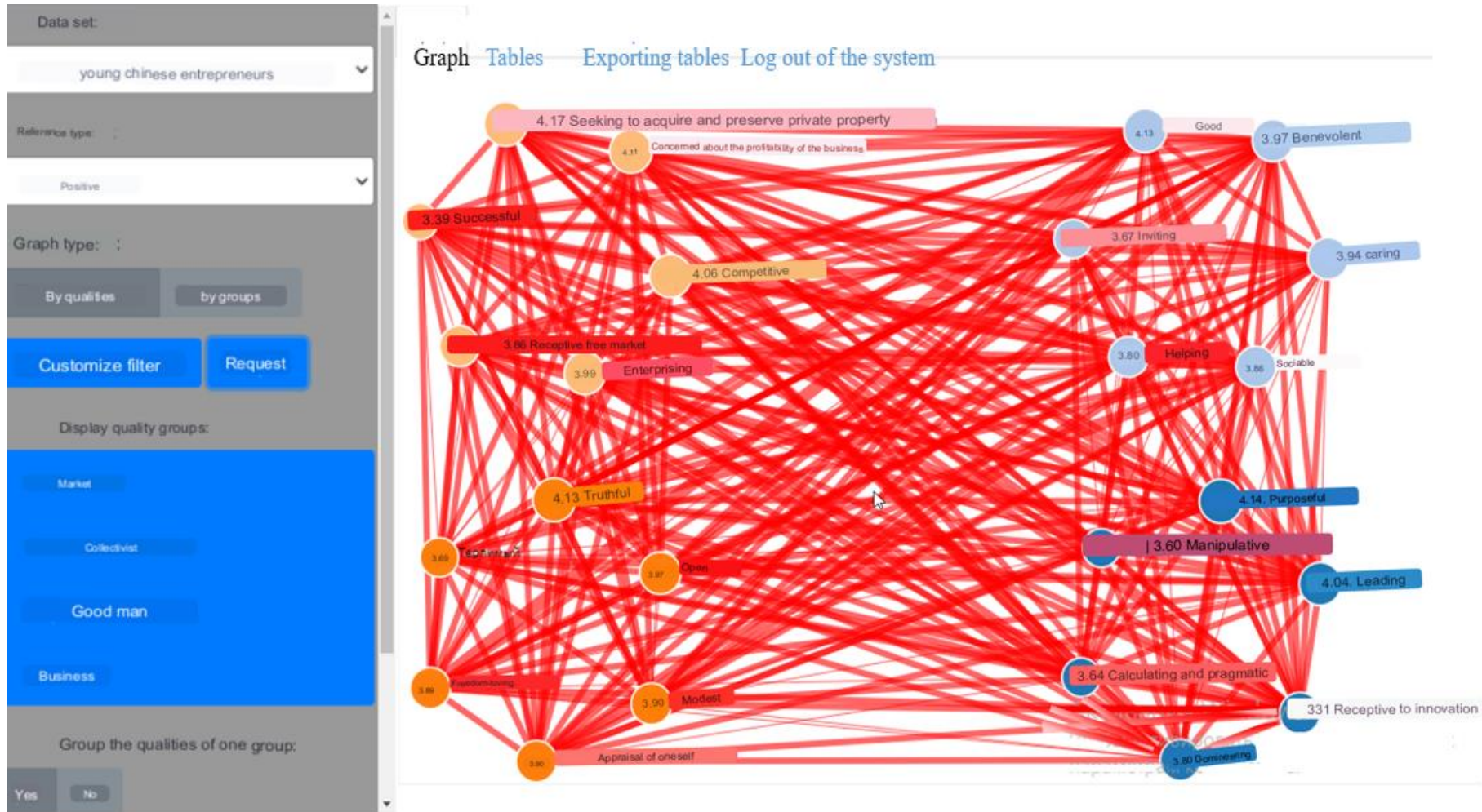
Attachment 1

Network connections of market and collectivist qualities (fragment)



Attachment 2

Network connections of young Chinese entrepreneurs



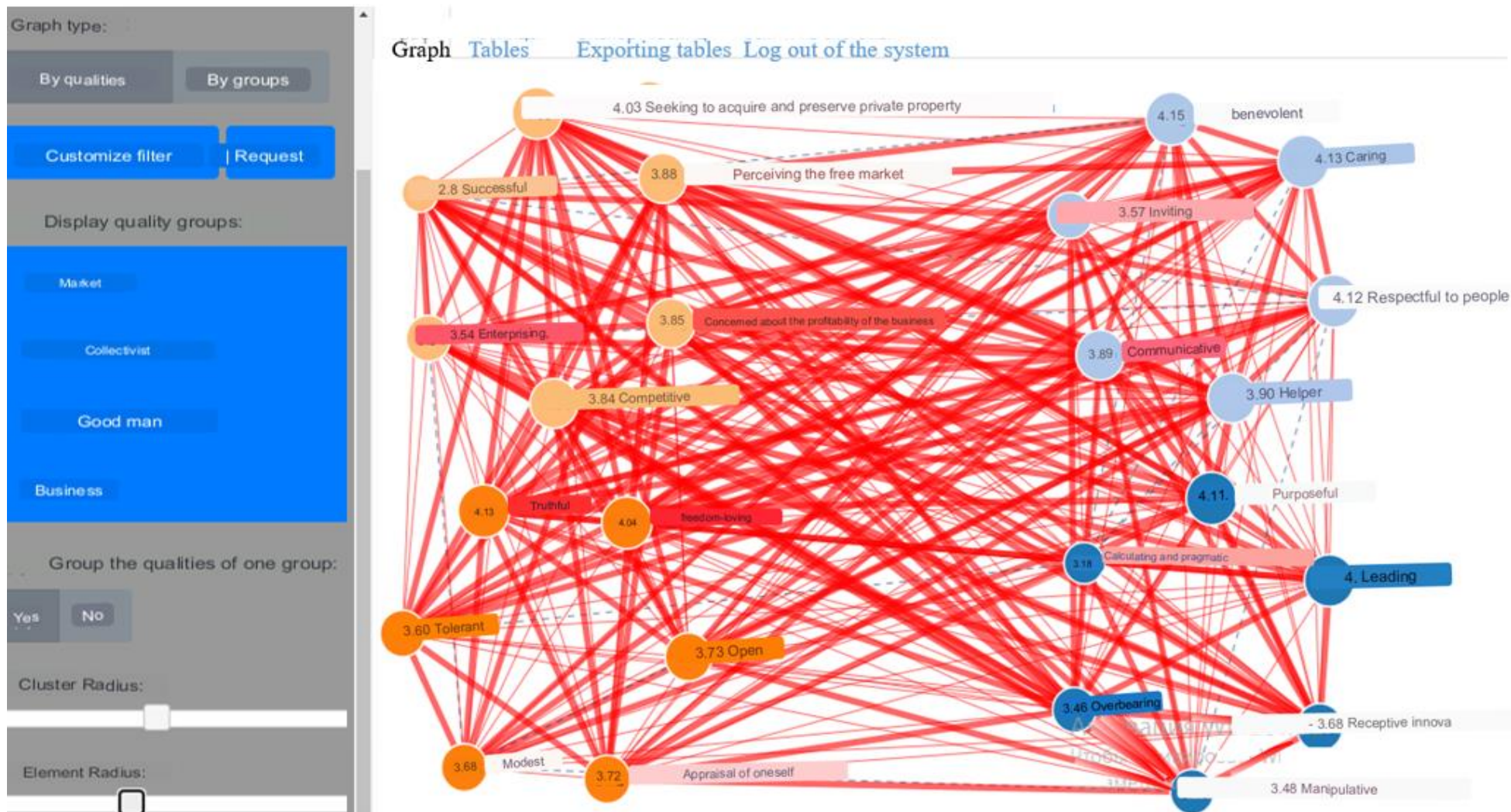
Attachment 3

Network connections of unemployed youth



Attachment 4

Network connections of youth relations of private corporations



Attachment 5

Correlations - Positive Experienced entrepreneurs

	Purposeful	Respectful to people
The standard/Quality		
Purposeful	1	0.75
Respectful to people	0.75	1
Prudent and pragmatic	0.65	0.28
Modest	0.41	0.37
Aspiring to the acquisition and preservation of private	0.4	0.19
Caring	-0.07	-0.12
Enterprising	0.28	-0.02
Adequately assessing himself	0.49	0.46
Domineering	0.41	0.35
Endearing	0.34	0.14
Perceiving innovation	0.4	0.29
Freedom - loving	0.58	0.47
Able to manipulate others	0.7	0.72
Helping	0.42	0.09
Perceiving the free market	0.5	0.38
Tolerable	0.52	0.57
Caring about the profitability of the business	0.15	0.02
Sociable	0.59	0.5
Leading	0.31	0.36
Open	0.85	0.66
Competitive	0.55	0.51
Truthful	0.59	0.58
Successful	0.69	0.42
Friendly	0.5	0.35

Prudent and pragmatic	Modest	Preservation of private	Caring	Enterprising	Adequately assessing himself
0.65	0.41	0.4	-0.07	0.28	0.41
0.28	0.37	0.19	-0.12	-0.02	0.35
1	0.63	0.53	0.01	0.42	0.38
0.63	1	0.49	0.08	0.24	0.34
0.53	0.49	1	0.27	0.52	0.49
0.01	0.08	0.27	1	0.39	0.49
0.42	0.24	0.52	0.39	1	0.56
0.46	0.31	0.37	0.27	0.45	0.47
0.38	0.34	0.49	0.49	0.56	1
0.45	0.53	0.53	0.4	0.36	0.37
0.31	0.53	0.37	0.38	0.33	0.41
0.37	0.36	0.48	0.34	0.32	0.56
0.29	0.29	0.38	0	0.02	0.41
0.42	0.21	0.52	0.1	0.52	0.58
0.24	0.25	0.41	0.38	0.35	0.45
0.44	0.53	0.67	0.19	0.14	0.4
0.17	0.38	0.36	0.31	0.23	0.18
0.35	0.35	0.56	0.26	0.22	0.47
0.06	0.3	0.4	0.4	0.22	0.38
0.39	0.28	0.44	0.03	0.32	0.4
0.29	0.06	0.44	0.04	0.05	0.33
0.28	0.15	0.43	0.32	0.42	0.49
0.74	0.5	0.7	0.11	0.48	0.49
0.41	0.18	0.28	0.27	0.52	0.55

Domineering	Endearing	Perceiving innovation	Freedom - loving	Able to manipulate others
0.34	0.4	0.58	0.7	0.42
0.14	0.29	0.47	0.72	0.09
0.45	0.31	0.37	0.29	0.42
0.53	0.53	0.36	0.29	0.21
0.53	0.37	0.48	0.38	0.52
0.4	0.38	0.34	0	0.1
0.36	0.33	0.32	0.02	0.52
0.34	0.41	0.7	0.52	0.33
0.37	0.41	0.56	0.41	0.58
1	0.43	0.42	0.38	0.29
0.43	1	0.58	0.26	0.28
0.42	0.58	1	0.63	0.46
0.38	0.26	0.63	1	0.41
0.29	0.28	0.46	0.41	1
0.27	0.81	0.73	0.34	0.38
0.45	0.49	0.64	0.57	0.32
0.63	0.66	0.59	0.26	0.27
0.57	0.51	0.7	0.59	0.38
0.34	0.74	0.72	0.4	0.29
0.4	0.49	0.65	0.66	0.51
0.34	0.15	0.43	0.72	0.49
0.32	0.42	0.6	0.47	0.48
0.45	0.4	0.63	0.61	0.6
0.4	0.34	0.57	0.37	0.49

Helping	Perceiving the free market	Tolerable	Caring about the profitability of the business	Sociable	Leading	Open
0.5	0.52	0.15	0.59	0.31	0.85	0.55
0.38	0.57	0.02	0.5	0.36	0.66	0.51
0.24	0.44	0.17	0.35	0.06	0.39	0.29
0.25	0.53	0.38	0.35	0.3	0.28	0.06
0.41	0.67	0.36	0.56	0.4	0.44	0.44
0.38	0.19	0.31	0.26	0.4	0.03	0.04
0.35	0.14	0.23	0.22	0.22	0.32	0.05
0.48	0.51	0.43	0.43	0.56	0.5	0.47
0.45	0.4	0.18	0.47	0.38	0.4	0.33
0.27	0.45	0.63	0.57	0.34	0.4	0.34
0.81	0.49	0.66	0.51	0.74	0.49	0.15
0.73	0.64	0.59	0.7	0.72	0.65	0.43
0.34	0.57	0.26	0.59	0.4	0.66	0.72
0.38	0.32	0.27	0.38	0.29	0.51	0.49
1	0.59	0.59	0.62	0.83	0.59	0.3
0.59	1	0.46	0.72	0.66	0.57	0.43
0.59	0.46	1	0.55	0.67	0.32	0.19
0.62	0.72	0.55	1	0.69	0.69	0.36
0.83	0.66	0.67	0.69	1	0.52	0.29
0.59	0.57	0.32	0.69	0.52	1	0.59
0.3	0.43	0.19	0.36	0.29	0.59	1
0.62	0.49	0.29	0.57	0.6	0.7	0.66
0.54	0.69	0.4	0.61	0.42	0.56	0.49
0.42	0.17	0.3	0.53	0.38	0.6	0.42

Competitive	Truthful	Successful	Friendly
0.59	0.69	0.5	0.49
0.58	0.42	0.35	0.46
0.28	0.74	0.41	0.46
0.15	0.5	0.18	0.31
0.43	0.7	0.28	0.37
0.32	0.11	0.27	0.27
0.42	0.48	0.52	0.45
0.67	0.63	0.64	1
0.49	0.49	0.55	0.47
0.32	0.45	0.4	0.34
0.42	0.4	0.34	0.41
0.6	0.63	0.57	0.7
0.47	0.61	0.37	0.52
0.48	0.6	0.49	0.33
0.62	0.54	0.42	0.48
0.49	0.69	0.17	0.51
0.29	0.4	0.3	0.43
0.57	0.61	0.53	0.43
0.6	0.42	0.38	0.56
0.7	0.56	0.6	0.5
0.66	0.49	0.42	0.47
1	0.48	0.69	0.67
0.48	1	0.45	0.63
0.69	0.45	1	0.64

Ratio of qualities

Standard/Quality	Negative	Self-assessment	Positive
Purposeful	2.34	3.41	4.17
Respectful to people	2.86	4.14	4.14
Prudent and pragmatic	3	3.07	3.76
Modest	2.69	3.86	4.14
Aspiring to the acquisition and preservation of private	3	4.03	4.34
Caring	2.59	3.86	4.03
Enterprising	2.31	3.86	4.17

Adequately assessing himself	2.28	3.45	3.9
Domineering	2.14	3.55	3.93
Endearing	2.31	3.69	3.69
Perceiving innovation	1.93	3.45	3.93
Freedom - loving	3.48	4.17	4
Able to manipulate others	2.62	3.41	3.55
Helping	2.24	3.93	3.69
Perceiving the free market	2.69	4.07	4.14
Tolerable	2.34	3.66	3.62
Caring about the profitability of the business	2.59	4	4.17
Sociable	2.41	4.38	4.1
Leading	2.07	3.38	4.14
Open	3.03	3.41	3.79
Competitive	2.24	3.62	4.03
Truthful	3	4.31	4.28
Successful	2.34	3	3.52
Friendly	2.9	4.1	4

Density

The scope of the Standard/ quality	Negative	Self-assessment	Positive
Purposeful	0.57	0.56	0.92
Respectful to people	0.43	0.82	0.87
Prudent and pragmatic	0.6	0.67	0.73
Modest	0.41	0.58	0.57
Aspiring to the acquisition and preservation of private	0.55	0.5	0.51

Caring	0.45	0.42	0.6
Enterprising	0.63	0.74	0.58
Adequately assessing himself	0.48	0.47	0.4
Domineering	0.39	0.61	0.49
Endearing	0.59	0.62	0.66
Perceiving innovation	0.65	0.69	0.41
Freedom - loving	0.44	0.64	0.72
Able to manipulate others	0.39	0.57	0.51
Helping	0.67	0.58	0.59
Perceiving the free market	0.43	0.53	0.57
Tolerable	0.48	0.4	0.65
Caring about the profitability of the business	0.47	0.43	0.49
Sociable	0.62	0.47	0.77
Leading	0.63	0.74	0.82
Open	0.57	0.52	0.67
Competitive	0.6	0.66	0.55
Truthful	0.59	0.45	0.63
Successful	0.53	0.85	0.52
Friendly	0.59	0.43	0.43
Average	0.53	0.58	0.61

Number of significant connections

Standard/ quality	Negative	Self-assessment	Positive
Purposeful	17	20	20

Respectful to people	23	15	15
Prudent and pragmatic	18	19	15
Modest	23	8	13
Aspiring to the acquisition and preservation of private	22	18	20
Caring	23	21	9
Enterprising	20	18	14
Adequately assessing himself	23	21	22
Domineering	22	21	20
Endearing	22	15	19
Perceiving innovation	22	18	23
Freedom - loving	21	19	17
Able to manipulate others	22	18	16
Helping	19	20	20
Perceiving the free market	19	21	20
Tolerable	22	7	13
Caring about the profitability of the business	23	20	21
Sociable	21	22	18
Leading	22	21	21
Open	16	13	16
Competitive	21	19	20
Truthful	18	23	22
Successful	20	15	18
Friendly	21	20	22
Average	500	432	434

Attachment 6

Dear friends! 亲爱的朋友们!

We ask you to answer a few simple questions. They are needed to analyze materials on the involvement of young people in the market mechanisms of development of Russian society - in entrepreneurship and in relations with corporations. We will summarize these results and present them to the general public. If someone is interested in our results specifically, we are ready to send all the information received to your address.

请您回答以下几个简单的问题。您的答案将会被我们用在有关年轻创业者的研究分析上。我们会将这些结果总结并呈现给公众。如果您对我们的结果很感兴趣，我们可以将收集到的信息发给您。

Thank you for participating! 感谢您的参与!

1. Do you consider yourself a representative of the "middle class"? 您认为自己属于“中产阶级”吗?
a) Yes 是 b) No 不是 c) difficult to answer 不知道
2. If yes, which attribute do you consider the most important for determining the "middle class" (You can choose several answers)
如果是，那么您是根据哪些特点判断自己是“中产阶级”的？（可以多选）
a) educatio 受教育程度 c) current position 从事的职业 e) all of the above options 以上都有
b) earnings level 收入水平 d) self-awareness 自我感觉 f) other 其他
3. Do you consider the middle class to be the driving force of Chinese society? 您认为中产阶级是中国社会的动力吗?
a) Yes 是 b) No 不是 c) I don't know 不知道
4. Your level of earnings - 您的收入水平

a) less than 5 thousand yuan /month 低于 5000 元/月 c) from 10-20 thousand yuan /month 10000-20000 元/月

b) from 5-10 thousand yuan /month 5000-10000 元/月 d) more than 20 thousand yuan /month 高于 20000 元/月

5. Do you have any entrepreneurial experience? 您有创业的经历吗?

a) Yes 有 b) No 没有

6. Do you plan to open your own business? 您是否打算开始自己的创业?

a) Just thinking about a business idea 正在思考商业项目

b) In the process of preparing documents for the opening 正在着手准备经营许可文件

c) I am almost ready to open my own business (there is a plan, statutory documents) 准备开业 (有计划和许可)

d) I do not plan to engage in entrepreneurship 我不打算从事商业活动

7. What do you think is the most difficult thing in entrepreneurship in modern China? (There may be several answers) 中国当前的情况下, 您认为开始创业最难的是什么? (可以多选)

a) a significant start-up capital is needed 资金不足

b) development of a business idea 明确项目和经营理念

c) special training is required 前期的专业准备

d) receiving assistance from the state 得到政府支持

e) the difficulty of forming a good team 缺少好的团队

f) search for resources and important connections 资源、人脉不足

8. What areas of entrepreneurship do you consider the most promising in modern China? (There may be several answer) 您认为

目前在中国创业最有前景的产业是什么？（可以多选）

- 1) Catering 餐饮
- 2) Online store 电商
- 3) Education 教育
- 4) Tourism 旅游
- 5) Transport 交通运输行业
- 6) Design 设计行业
- 7) Medicine and Health 医疗健康
- 8) Manufacturing 制造业
- 9) Import and Export 进出口
- 10) Software development 软件工程
- 11) Elderly care and Home cleaning 家政
- 12) Internet industry 互联网
- 13) Logistics 物流
- 14) Insurance 保险
- 15) Wedding services 婚庆
- 16) Book business 图书出版
- 17) Supermarket 超市
- 18) Finance 金融
- 19) Animal services 宠物用品及服务
- 20) Environmental protection 环保项目
- 21) DIY industry DIY 行业
- 22) Cultural Entertainment 文化娱乐
- 23) Real Estate 房地产行业
- 24) Something else 其他

9. Which of the following words do you associate with the concept of "Corporation"? (put down the rank of the strength of the connection - 0 – there is no connection; 1 – very weak; 2 – weak; 3 –satisfactory; 4 – strong; 5 – very strong) 提到“企业”这个词，您会有哪些联想？

			0	1	2	3	4	5
1	Achieving the result	取得成果						
2	Transactional, Established	业务，建立						
3	Slowness	缓慢						
4	Influence, Fame, Authoritative	影响力，名气，权威，						
5	Large, Many, Large, Huge	大的，很多的，很大的，巨大的						
6	Profit, Income, Money	利润，收入，金钱						
7	State	政府的，国家的						
8	Manufacturing, Industry, Business	制造业、工业、商业						
9	Capitalism	资本主义						
10	Legal entity	法律实体						
11	Purpose, Tasks, Activities, Work	目的、任务、活动、工作						
12	Soulless, Cynical, Evil	麻木的，无耻的，邪恶的						
13	Hierarchy, Structure, Solutions	层次结构，结构，决策						
14	Personnel, Employees, Professionalism	人员，员工，职业技能						
15	Charter, Rights and Obligations	法规，权利和责任						
16	Hired Management, Divisions, Management	聘请管理层，部门，管理						
17	Diversification of activities	多元化经营活动						
18	One field of activity	商业活动						
19	Collegial management	集体管理						
20	Power, Superiors, Subordinates	权力，老板，下属						

21	Standards, Rules, Culture	标准, 规则, 文化							
22	Law, Plan, Strategy	法律, 计划, 战略							
23	Team, Interaction, Interpersonal relationships, Together	团队, 互动, 人际关系, 共同							
24	Hired	雇佣							
25	Company vision	公司愿景							
26	White Collar	白领							
27	Deal	合同							

10. Where is it better to work in a public corporation or in a private one? 在哪里工作更好? 是国企还是私人企

- a) in a state-owned one 国企
- b) in a private one 私企
- c) does not matter 无所谓

11. What are the biggest problems for people who work in a private corporation? (choose three from list) 您认为在私人企业工作的人面临的最大问题是什么?

- 1) The corporation subordinates their interests and values 要与公司的利益及价值观一致
- 2) Small earnings and welfare issues 低收入及福利问题
- 3) The need to obey discipline 需要严格遵守纪律
- 4) Constantly growing requirements for the level of professional growth 对专业水平要求的不断提升
- 5) Poor living conditions 生活条件不好
- 6) High loads on official duties 工作量大

- 7) **Bureaucracy in decision-making** 决策中的官僚主义
- 8) **Formal communication** 形式化的沟通
- 9) **Strained relations with the manager** 与上司的关系紧张
- 10) **Salary delay** 拖延延迟
- 11) **Excessive requirements for the results of work** 对工作结果的要求过高
- 12) **Office interpersonal relationships** 办公室人际关系
- 13) **Limited space for human development** 个人发展空间有限
- 14) **Do not fully reflect personal values** 不能充分体现个人价值
- 15) **Unstable work** 工作不稳定
- 16) **Excessive competitive pressure** 竞争压力过大
- 17) **Overtime** 加班

Attachment 7

Dear friends!

We ask you to answer a few simple questions. They are needed to analyze materials on the involvement of young people in the market mechanisms of development of Russian society - in entrepreneurship and in relations with corporations. We will summarize these results and present them to the general public. If someone is interested in our results specifically, we are ready to send all the information received to your address.

Thank you for participating!

1. Do you consider yourself a representative of the "middle class"?
 - a) Yes **54**
 - b) No **26**
 - c) I find it difficult to answer **0**
2. If yes, what attribute do you consider the most important for determining the "middle class" (You can choose several answers, put +)
 - a) education **2**
 - b) earnings level **21**
 - c) current position **0**
 - d) self-awareness **16**
 - e) all of the above options **0**
 - f) other **14**
3. Do you consider the middle class to be the driving force of Russian society? (Underline)
 - a) Yes **40**
 - b) No **37**
 - c) I don't know **18**
4. Your level of earnings (underline) -
 - a) less than 5 thousand rubles. **33**
 - c) from 15-30 thousand rubles. **25**

- b) from 5-15 thousand rubles. **24** d) more than 30 thousand rubles. **9**
5. Do you have any entrepreneurial experience? (Underline)
- a) Yes **20** b) No **73**
6. Do you plan to open your own business? (Underline)
- a) Just thinking about a business idea **52**
- b) In the process of preparing documents for the opening of **3**
- c) I am almost ready to open my own business (there is a plan, statutory documents) **2**
- d) I do not plan to engage in entrepreneurship **39**
7. What do you think is the most difficult thing in entrepreneurship in modern Russia? (There may be several answers, underline)
- a) a significant start-up capital is needed **53** d) receiving assistance from the state **31**
- b) development of a business idea **37** e) the difficulty of forming a good team **28**
- c) special training is required **12** e) search for resources and important connections **70**
8. What areas of entrepreneurship do you consider the most promising in modern Russia? (There may be several answers, put down +)

8.1	Food	44	8.13	Logistics	33
8.2	Online store	48	8.14	Insurance	21
8.3	Education	19	8.15	Wedding services	15
8.4	Tourism	19	8.16	Book business	6
8.5	Transport	22	8.17	Supermarket	16
8.6	Design	20	8.18	Finance	22
8.7	Medicine and health	39	8.19	Services for animals	4
8.8	Production	27	8.20	Environmental protection	9

8.9	Import and export	33	8.21	DIY Industry	7
8.10	Software development	49	8.22	Cultural entertainment	31
8.11	Elderly care and home cleaning	4	8.23	Realty	44
8.12	Internet industry	48	8.24	Something else	9

9. Which of the following words do you associate with the concept of "Corporation"? (put down the rank of the strength of the connection - 0 – there is no connection; 1 – very weak; 2 – weak; 3 –satisfactory; 4 – strong; 5 – very strong. Put down the + icon)

		0	1	2	3	4	5
9.1	Achieving the result 4.0						
9.2	Business, Established 4.0						
9.3	Slowness 2.1						
9.4	Influence, Fame, Credibility 4.1						
9.5	Large, Many, Large, Huge 4.2						
9.6	Profit, Income, Money 4,6						
9.7	State, State 1.8						
9.8	Production, Industry, Business 3,7						
9.9	Capitalism 3.6						
9.10	Legal entity 3.79						
9.11	Purpose, Tasks, Activities, Work 4,15						
9.12	Soulless, Cynical, Evil 1.81						
9.13	Hierarchy, Structure, Solutions 4.06						
9.14	Personnel, Employees, Professionalism 4.17						
9.15	Charter, Rights and Obligations 3.9						
9.16	Management, Management, Divisions, 4.09						
9.17	Diversification of activities 2.83						
9.18	One field of activity 2.78						

9.19	Collegial management 2.98						
9.20	Power, Superiors, Subordinates 3.98						
9.21	Standards, Rules, Culture 3.58						
9.22	Law, Plan, Strategy 4.09						
9.23	Team, Interaction, Together 3.83						
9.24	Hired 2.66						
9.25	Company Vision 3.7						
9.26	White collar 2.58						
9.27	Deal 3.66						

10. Where is it better to work in a public corporation or in a private one?

- a) in a public **14** b) in a private **54** c) It does not matter **26**

11. What are the biggest problems for people who work in a private corporation? (select three from the list, underline)

- 11.1 The Corporation subordinates their interests and values **23**
11.2 Small earnings and welfare issues **5**
11.3 The need to submit to discipline **3**
11.4 Constantly increasing requirements for the level of professional growth **22**
11.5 Poor living conditions **6**
11.6 High loads on official duties **24**
11.7 Bureaucracy in decision-making **27**
11.8 Formal communication **5**
11.9 Strained relations with the manager **6**
11.10 Salary delay **21**

- 11.11 Excessive requirements for work results **12**
- 11.12 Office interpersonal relationships **15**
- 11.13 Limited space for human development **15**
- 11.14 Personal values are not fully realized **15**
- 11.15 Unstable work **38**
- 11.16 Excessive competitive pressure **38**
- 11.17 Overtime **25**

Attachment 8

Dear colleagues!

亲爱的同事们，大家好！

We are conducting a study dedicated to the study of personal development issues. The purpose of this questionnaire is to identify the main problems of personal development of employees in large organizations and to outline ways to improve this work with employees of different ages

我们正在进行一项关于个人发展问题的研究。本调查问卷主要目的在于明确大型组织中员工的个人发展问题，并与不同年龄段的员工一起完善该工作。

The questionnaire is anonymous, without specifying names, surnames and other information that allows identifying the participant.

本次问卷是匿名的，不收集姓名等能够识别答卷者身份的信息。

Passing the test will take you no more than 15 minutes. As a result, you will determine the level of your self-esteem, and also find out how you evaluate other people and what qualities you take into account - the results will be displayed together with a comment at the end of the test.

问卷会占用您大约 15 分钟。最后您会得到自我评价等级的得分，知道您如何评价别人以及您看重哪些特质-结果将在测试的最后与评价一起显示。

Our generalized data will be presented in the form of publications in scientific and specialized publications.

我们收集到的数据将在学术和专业的刊物上发表。

Sincerely, a research group
led by a professor of the Department of Applied and Branch Sociology
St. Petersburg State University
, Doctor of Sociological Sciences Deryugin Pavel Petrovich.

来自真诚的：由圣彼得堡国立大学应用和分支社会学教研组教授，社会学博士 Deryugin Pavl Petrovich 带领的
研究组。

Questionnaire 问卷：

1. Your gender: 您的性别 -

- a) Male 男
- b) Female 女

2. Education 学历

- a) High school 中学
- b) Higher Vocational College 中专、大专、高职高专等专业技能类学院
- c) Bachelor degree or above 本科及以上
- d) Studying in university 大学在读

3. Specialty 专业 -

- a) Management 管理类
- b) Technical 技术类

- c) Economic 经济类
- d) Humanitarian 人文类
- e) Military 军事类
- f) Medical 医科类
- g) Sociology, Social services 社会、社工类

4. Age 年龄 ()

5. Your field of activity (actual or assumed), it can be attributed to: 您的（现在或将要从事的）工作领域是？

- a) Industry 工业
- b) agriculture 农业
- c) mining 开采业
- d) social, cultural, educational, other 社会、文化、教育和其他

6. Place of residence 居住地 ()

7. Which enterprises are mainly associated with your work experience? 您最主要的工作经验与哪种公司有关

- a) State institutions (education, medicine, army, etc.) 事业单位
- b) Major international companies 大型跨国公司
- c) Major Federal companies 全国性大型企业
- d) Major regional companies 地方性大型企业

- e) Average enterprise 中型企业
- f) Small enterprises 小型企业
- g) I have absolutely no work experience 完全没有工作经验

8. How long have you worked in corporate organizations (any forms of ownership, both private and public)您在公司工作多久了
(可以是任何类型性质的公司，私有的或者国有的)：

- a) Less than half a year 不到半年
- b) Half a year – a year 半年-1 年
- c) 1-2 years 1-2 年
- d) 2-3 years 2-3 年
- e) 3-5 years 3-5 年
- f) More than 5 years 超过 5 年

9. Experience of managing people in any characteristics 您有没有人员管理的经验：

- a) Yes 有
- b) No 没有

10. Experience of managing people in any characteristics 您现在的身份：

- a) High school student 中学生
- b) Student of the university 大学生

- c) Employee 工作
- d) Unemployed 无业
- e) Retired 退休
- f) Private entrepreneur/owner of the firm 私人企业家/公司所有者

Evaluating - 特质评估:

- 0 - the Quality is missing 没有这种特质
- 1 - the Quality is manifested 基本没有这种特质
- 2 - the Quality is very weak 这种特质基本上非常弱
- 3 - the Quality is weak 这种特质比较弱
- 4 - the Quality is obvious 这种特质比较明显
- 5 - the Quality is very obvious 这种特质非常显著

Standards - 标准:

Positive standard 正面标准

First of all, portray in your mind a person who can become your idol . His age, gender and place of residence are not important.

The important thing is that he is a real person who exists and knows you personally. Rate him on the following characteristics. 首先在脑海中描绘一个可以成为您的偶像或者是您偶像的人，他的年龄、性别和居住地不重要，重要的是他是一个真实存在并与您本人相识的人。就以下特质对他进行打分。

Negative standard 负面标准

And now imagine a person who is a negative example for you, i.e. a person you would absolutely not want to be like. As in the first case, it must be a real person with whom you are familiar. Rate it the following qualities.

现在在脑海中描绘一个对您来说是反面例子的人，也就是说您完全不想成为的人。像第一种情况一样，这个人必须是真实存在并与您本人相识的人。就以下特质对他进行打分。

Yourself 自己

This is the last stage of this test. In the same way, evaluate the presence of these qualities in yourself.

这是本次测试的最后一步。以同样的方式，就以下特质对您自己进行打分。

Qualities 特质:

1. "Purposeful ("sees the perspective, sees the main thing"),目标明确的（有远见，有目标）
2. "Respectful to people",尊重他人
3. "Prudent and pragmatic ("systematically and consistently achieves its benefits"),精于盘算的
4. "Modest",谦虚的
5. "Striving for the acquisition and preservation of private property",有获取和收集财富的志向
6. "Caring for others",照顾他人
7. "Enterprising, ready or has already opened his own business",有创业精神，准备或已经开始创业
8. "Adequately assessing himself",正确评价自己的

9. "Domineering",权力、权威或威严的
10. "Endearing",自律的
11. "Perceiving innovations and new business ideas",有创新的经营理念
12. "Freedom-loving",热爱自由的
13. "Purposeful ("sees the perspective, sees the main thing")目标明确的（有远见，有目标）
14. "Ready to help someone else",准备好帮助他人的
15. "Perceiving the free market and trade as normal",遵守市场自由贸易规则的
16. "Suffer the disadvantages",能够容忍缺点的
17. "Concerned about the profitability of the business, the production of goods or services",关心企业的产品或服务的营业能力
18. "Sociable",善于交际的
19. "Leading",有领导力的
20. "Open",外向的
21. "Competitive, ready to fight for success in the market,"有竞争力的，准备好进入市场赢得成功
22. "True",真真实的
23. "Successful",有成就的
24. "Friendly"和善的

Messages 通知:

1. The answer option is not selected. 没有选择答案
2. Incorrect age value 年龄数值有误
3. One or more qualities are not appreciated. To evaluate, click on the corresponding number located opposite this quality. 有一项或多项特质没有评估，评估请在该特质后面选择相应的数字
4. Continue 继续
5. Error 错误
6. Welcome! 欢迎!
7. Try sending the data again. 数据重新发送
8. Data processing 数据处理中
9. Find out your self-esteem! 查看您的自尊心得分
10. Please wait. The data is being processed. This should take a matter of seconds... 稍等，数据正在处理，需要几秒...
11. Go to the assessment qualities 跳转到特质评估
12. Click here to enter 点击此处进入
13. Something went wrong! Unfortunately, for some reason, the data was not sent to the server. Perhaps at the moment you have problems with the Internet or our server is experiencing a high load. We don't want your data to get lost, so don't close this page and try clicking the button below a little later. 出了点问题！抱歉，由于某种原因，数据没有被发送到服务器。目前您的网络连接出现了问题或者我们的服务器当前负荷过重。我们不希望您的数据丢失，所以不要关闭此页面，稍后尝试点击下面的按钮。

14. We were unable to evaluate this parameter due to the anomaly of your responses. Are you sure that you answered honestly and correctly? 由于您回答的异常，我们无法评估此参数。请您再次确认您的答案。

15. Deviation - 95% 偏差：95%

16. Thank you for passing the test. This information will greatly help us in our research. Below is a transcript of the received data. Please note that the test result does not always reflect the real picture and depends on many factors. In any case, we hope that these conclusions will be of interest to you. 感谢您的参与。这些信息将对我们的研究有所帮助。下面是对收到数据的解析。请注意，测试结果并不总是能反映真实情况，准确性还取决于很多其他因素。无论如何，我们希望这些结论能让您觉得有趣。

Headlines 标题 -

1. Questionnaire 问卷
2. Results 结果
3. Self-esteem 自尊心
4. Assessment of moral and business qualities 评估道德和商业素质
5. Assessment of the surrounding people 对他人的评估

Texts 文本:

Business/Moral 业务素质/道德品质

1. **0 — 4** "harmony". When evaluating other people, you focus harmoniously on both business and moral qualities. Professional knowledge and skills are of great importance to you, however, at the same time, you pay attention to a person's behavior in the

family and society, attitude to social and universal values, as well as how he builds his interaction with others. 0 — 4 《协调》。当您评价别人时，您对待业务素质以及道德品质的态度是协调的。对您来说，专业知识和技能是重要的，但您同时关注一个人在家庭和社会中的行为，对社会价值和个人价值的态度，以及他如何与他人建立互动关系。

2. **5 — 20 "preference"**. You tend to focus most rigidly on the assessment of moral qualities. First of all, you pay attention to the behavior of a person and his attitude to others. You evaluate the business qualities of a person rather as an addition to moral ones, and without overestimating their importance and not treating them negatively. 5 - 20 《偏离》。您更注重对于道德品质的评估。您最注重一个人的行为和他对待别人的态度。一个人的业务素质在您看来只是道德品质的补充，不会过分在意也不会因此消极的对待他们。

3. **21 — 80 "disharmony"**. A deviation that characterizes one-sidedness in evaluating other people. The presence of stable moral qualities in a person is what you pay attention to first of all. The business qualities of a person, her professional skills and the desire to achieve her goal do not matter much to you, if a person shows high moral qualities when interacting with other people. 21 — 80 《不协调》 您在对他人的评价中存

在一定的偏向。一个人坚定的道德品质是您最看重的。一个人的业务素质，专业技能以及实现目标的愿望对您来说并不重要，除非这个人在与他人交往时表现出了高度的道德品质。

4. **81 — 100 "essential disharmony"**. A deviation showing a clear disregard for business qualities in evaluating other people. Public duty is of paramount importance to you, you value moral qualities, responsibility, the ability and willingness to work for the benefit of society, the presence of internal beliefs in people first of all. The business qualities of a person, the need for professional growth and the application of professional skills are of secondary importance for you, or rather negative, selfish

qualities are considered. 81 — 100 《非常不协调》您在对他人的评价中明显地忽视了业务素质。对您来说最重要的是有公共责任感，您最重视道德品质，责任感，造福他人的准备以及能力和内在信仰的存在。一个人的业务素质，专职业发展和专业技能的需求是次要的，或被您认为是相当负面的、自私的品质。

5. **-5 — -20** "preference". You tend to focus most rigidly on the assessment of business qualities. First of all, you pay attention to the business qualities of a person's personality, his ability to achieve his goals and develop his professional skills. At the same time, you do not reject the importance of moral qualities, considering them rather as an addition to business. -5 — -20 《偏离》。您对业务素质的评估相当严格，您最注重一个人的业务素质，达到目标的能力和个人的专业技能的发展。同时，您不否认道德品质的重要性并把它当做业务素质的补充。
6. **-21 — -80** "disharmony". A deviation that characterizes one-sidedness in evaluating other people. Professional knowledge and skills of a person, his self-discipline and the ability to do his job quickly and efficiently - the development of these qualities is a priority for you. Moral qualities are secondary to you, and even the absence of some of these qualities you do not consider a disadvantage. -21 — -80 《不协调》。您在对他人的评价中存在一定的偏向。一个人的专业知识和技能，自律高效地开展工作的能力 - 这些素质的发展是您首要看重的。道德素质是次要的，甚至缺乏这些素质在您看来也不是缺点。
7. **-81 — -100** "significant disharmony". A deviation showing a clear disregard for moral qualities in evaluating other people. Of paramount importance to you are the professionalism, managerial knowledge and skills of a person, as well as the ability and desire of a person to learn and develop these qualities. If a person's moral and moral beliefs become an obstacle to achieving professional and career goals, you tend to evaluate these moral qualities as negative. -81 — -100 《非常不协调》您在对他人的评价中明显地忽视了道德品质。对您来说最重要的是有公共责任感，您最重视道德品质，责任感，造福他人的准备以及能力和内在信仰的存在。一个人的业务素质，专职业发展和专业技能的需求是次要的，或被您认为是相当负面的、自私的品质。

别人的评价中明显地忽视道德品质。一个人的专业精神，管理知识和技能，以及一个人学习和发展这些素质的能力和愿望对您来说是至关重要的。 如果一个人的伦理和道德信念成为实现专业和职业目标的障碍，那么您更倾向于认为这些道德品质是负面的。

Assessment of the surrounding people 对他人的评价

1. **0 — 4** "harmony". You are able to adequately assess others. You do not attribute qualities to people that they do not possess, and at the same time you do not underestimate their merits. This type of evaluation of other people has a positive effect on your relationships with people around you, since your idea of the people around you and their abilities in most cases corresponds to reality, which in turn helps you avoid disappointment in people. 0 - 4 《协调》。您可以充分评估他人。不捏造他人不拥有的品质，同时也不低估他人的优点。这种对他人的评估方式会积极地影响您与周围人的关系，因为您对周围人和他们能力的想象大多符合现实，这反过来帮助您避免对他人的失望。
2. **5 — 20** "preference". You tend to attribute positive qualities to people around you that they often do not possess, because you subconsciously want to see what you want in people. At the same time, you notice people's shortcomings and remember them, despite the fact that sometimes you consider them unimportant and try not to pay attention to them. 5 — 20 《偏离》您倾向于把积极的品质赋予他们周围的人，尽管这些人往往不具备这样的特质，因为您下意识地希望看到您想看到的。同时，您会注意到他人的缺点并记住它们，尽管有时候您认为这些不重要并设法不去注意他们。
3. **21 — 80** "disharmony". You tend not to pay attention to other people's minor flaws. This is primarily due to the fact that you strive to surround yourself with decent people, and even if your environment does not quite match your ideal, you are ready to attribute the missing qualities to them. Such an inadequate assessment of other people can negatively affect interpersonal

communication as it can lead to high expectations and disappointment in others. 21 — 80 《不协调》。您往往不注意他人微小的缺点。这主要是因为您渴望身边的人都是非常好的人，甚至说如果周围的人不符合您的设想，您将会认为这是他们的缺点。对他人的评估不充分会对人际交往产生消极影响，因为这可能导致您对他人的高估和失望。

4. **81 — 100** "essential disharmony". A deviation consisting in an inadequate assessment of the people around them. You do not notice the shortcomings of people around you, are overly trusting and are not able to think badly about other people. You consider the wrong or incorrect behavior of other people to be rather a consequence of insurmountable external circumstances that force a person to act badly than a consequence of his personal shortcomings. 81 — 100 《非常不协调》 您的偏差是对周围的人评价不足。您没有注意到身边人的缺点，过于信任，并且对他人没有不好的想法。您认为是外部环境不可抗的因素造成的他人不正确或者不得体的举止，而非此人的缺点造成的。
5. **-5 — -20** "preference". You tend to attribute negative qualities to people around you that they often do not possess. You try to critically evaluate others, but often exaggerate the importance of their negative qualities. You have the ability to notice the positive qualities of a person, but you attach less importance to them and focus primarily on the shortcomings. -5 — -20 《偏离》 您倾向于把负面的特质赋予周围的人，而这些人往往没有这些特质。您试图批判性地评价他人，但往往夸大了其缺点。您有能力注意到这个人的优点，但对您来说不那么重要，您最关注的是缺点。
6. **-21 — -80** "disharmony". You tend to ignore the positive qualities of other people. Your expectations towards people are significantly overstated, you make too high demands on others and the quality of their behavior. You can refuse to help and support people if you think they are to blame for the current situation. In addition, you may not pay enough attention to other people's problems and often you lack sensitivity. -21 — -80 《不协调》 您倾向于不去注意周围人的优点。您对他人的

期望过高，对他人行为和品质的要求也非常高。如果发现他们有过错，您会拒绝对他们的帮助和支持。另外，您对他人问题不够关心并且通常缺乏足够的同情心。

7. **-81 — -100** "significant disharmony". A deviation consisting in an inadequate negative assessment of the people around them. You make very high demands on others that they cannot meet, so your assessment of the moral and ethical qualities of the people around you always turns out to be negative, which can lead to suspicion, suspiciousness, secrecy and problems in communication, as well as a conviction of your own superiority. -81 — -100 《非常不协调》您的偏差是对周围的人评价不足。您对他人的要求高到令人无法做到，因此，您对他人的伦理及道德素质的评价总是消极的，这会导致怀疑，猜忌，隐瞒和沟通上的问题，同时使您坚信自己的优越性。

Self-assessment 自我评价

1. **<-100%** - The deviation of self-esteem towards understatement is too large. You may not have been able to find standards that actually reflect your life principles. 您的自我评价过分偏低。可能是您没有找到能反映您生活理念的适合标准。
2. **-100 — -21%** - You have low self-esteem, which characterizes you as a person who is too focused on his negative qualities. Pay more attention to your virtues, avoid the suggestion of negative thoughts, both from others and from yourself. 您的自我评价很低，您太过注重自己的缺点。要看到自己的优点，避免来自他人和自己的消极思想。
3. **-20 — -4%** - -20 — -4% - You have a tendency to low self-esteem, which characterizes you as a demanding person. Pay a little more attention to your virtues and avoid negative self-suggestion. 您有自我评价偏低的倾向，这种特质使您成为了一个要求严苛的人。要多看到自己的优点并且避免自己消极的心理暗示。
4. **-4 — 4%** - You have adequate self-esteem. You can objectively evaluate yourself and your capabilities.

5. **5 — 20%** - Your self-esteem is a little too high. You don't always listen to the opinions of others and can insist on your own. This allows you to be firm and decisive in achieving your goals, but excessive purposefulness can lead to problems in communicating with others. 您的自我评价有些偏高。您不总是听取别人的意见并且可能会坚持己见。这可以让您在实现自己的目标时坚定不移，但过分的坚持可能会导致与他人交流上的问题。
6. **21 — 100%** - Your self-esteem is overestimated. Sometimes you overestimate your own capabilities, however, on the other hand, you are aware of your strengths and are able to appreciate them even in case of failures. Try to listen more carefully to the opinions of others, this will help you to evaluate yourself and your strength more correctly. 您的自我评价偏高。有时您会高估自己的能力，但另一方面，您知道您的优点，即失败的时候也会珍惜它们。试着更仔细地倾听别人的意见，这将帮助您更加正确地评估自己和自己的实力。
7. **100 %+** - The deviation of self-esteem in the direction of overestimation is too large. You may not have been able to find standards that actually reflect your life principles. 您的自我评价过分偏高。可能是您没有找到能反映您生活理念的适合标准。