

В.П. ПОЗНЯКОВ

доктор психологических наук, профессор,
ведущий специалист лаборатории социальной
и экономической психологии ИП РАН
г. Москва

Н.Ю. ЕФИМОВА

Аспирант лаборатории социальной
и экономической психологии ИП РАН
г. Москва

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Аннотация: в статье анализируется взаимосвязь психологических отношений предпринимателей к различным аспектам своей экономической деятельности (социально-экономические условия деятельности, оценка успешности и удовлетворенности, ценностно-мотивационная сфера и т.д.) и характеристик деловой активности предпринимателей, исследуется проблема регуляции экономической активности предпринимателей, описываются результаты эмпирического исследования.

Ключевые слова: предприниматель, предпринимательство, деловая активность, психологические отношения.

Summary: in article the interrelation of psychological attitudes of businessmen to various aspects of the economic activities (social and economic conditions of activity, an estimation of success and satisfaction, value and motivational sphere etc.) is analyzed and characteristics of business activity of businessmen, the problem of regulation of economic activity of businessmen is investigated, results of empirical research are described.

Key words: businessman, business, business activity, psychological attitudes.

Для развивающегося сообщества характерно стремление к поиску позитивных инноваций, освоение нового, преодоление хаоса. Отсутствие или недостаточность в обществе позитивных, или приравненных к ним инноваций, может нарушить поступательное развитие общества и стать фактором риска.

Современные социальные процессы протекают крайне быстро и характеризуются тем, что в них самым непосредственным образом участвуют широкие слои населения.

В свете происходящих в современном экономическом мире преобразований практически перед каждым человеком возникает проблема выбора вида экономи-

ческой деятельности, поиска и достижения оптимальной позиции в системе экономических отношений с точки зрения стратегических и тактических целей. В особо сконцентрированном виде эта проблема встает перед предпринимателями, специфика экономической деятельности которых предъявляет особые требования к мобильности, избирательности и эффективности их деловой активности.

Российское предпринимательство пока еще не достаточно глубоко и полно изученное явление в силу своей относительной новизны. Однако феномен, оказывающий такое большое влияние на общественную и экономическую жизнь страны, не может не привлекать внимание исследователей, которые уже давно приш-

ли к выводу, что предпринимательство не ограничено только экономической сферой, оно выступает как социальное и психологическое явление.

Исследования проблем психологии предпринимательства ведутся относительно недавно в нашей стране, но интерес к ним с каждым годом все повышается, о чем говорит постоянно растущее число опубликованных научных работ и защищенных диссертаций. Основной задачей психологии предпринимательства как науки является раскрытие психологических особенностей, определяющих выбор и успешность данного вида экономической деятельности. Проблемам профессионально-личностного развития, особенностей личности предпринимателя посвящено большое количество исследований (Е.К. Маркова, Р.Р. Хуснутдинов, Н.Б. Скрипникова, А.Н. Семенова, Л.В. Селиванова, Н.Ш. Акаева, Д.С. Амирян, Н.В. Ваганова, Г.С. Дулина, Е.В. Дьячкова, Е.К. Климова, Ле Тхи Минь Лоан, Ж.В. Масликова и др.). Специальное внимание авторы уделяют проблемам имиджа, восприятия и самовосприятия образа предпринимателя (О.В. Дордукова, Е.М. Корж, С.А. Одинец, А.А. Бирюкова, З.З. Вахитова, К.Г. Нестерова-Маликова и др.), изучению риска в предпринимательской деятельности (О.А. Басова, З.Г. Ханова), особенностям отношения предпринимателей к своей экономической деятельности и удовлетворенности ею (Е.В. Беспамятных, С.В. Рудакова, Е.Б. Филинкова). Ведутся исследования особенностей взаимодействия предпринимателей между собой и с другими субъектами экономической активности (Н.А. Ахадова, Н.В. Кучеренко, Л.Е. Елшина, Т.С. Вавакина, О.И. Титова), мотивационно-ценностных аспектов предпринимательской деятельности (Д.Г. Мартюшев) и феноменов ответственности, нравственности предпринимателей (И.В. Тетеревкова, И.К. Колинченко, А.Б. Купрейченко).

Несмотря на то, что феномен предпринимательства изучается с различных сторон, наблюдается дефицит систематических и долговременных исследований предпринимателей и предпринимательства. Одной из самых актуальных и глубоких работ в данной области стала серия исследований по изучению психологических отношений российских предпринимателей в сфере деловой активности, проводимых в Институте Психологии РАН, под руководством А.Л. Журавлева и В.П. Познякова с 1992 г.

В нашей статье мы хотим представить результаты очередного этапа данной серии исследований, проведенного в 2007-2009 г.г. на территории России.

Перед представлением и интерпретацией полученных результатов мы кратко обозначим теоретико-методологический аппарат и основные понятия. Концептуальной основой нашего исследования стала теория психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов экономической деятельности. В отечественной психологии идею отношения разрабатывали В.Н. Мясищев, А.Ф. Лазурский, Б.Ф. Ломов, Е.В. Шорохова, В.П. Позняков и др. Психологические отношения предпринимателей (как субъектов совместной деятельности) – это социально-психологические характеристики, представляющие собой эмоционально окрашенные представления и оценки, объектами которых выступают внешние условия жизнедеятельности и активности субъекта, характеристики самой активности и ее субъектов, представители различных социальных групп, с которыми субъекты отношений связаны различными видами взаимодействий.

Объектами оценки в нашем исследовании стали такие аспекты предпринимательства, как успешность предпринимательской деятельности и внешние факторы, влияющие на развитие бизнеса, социально-экономические условия предпринимательской деятельности, удовлетворенность экономической деятельностью, степень реализации поставленных целей и собственного потенциала, ценностно-мотивационная сфера предпринимателей, в частности, их отношение материальным ценностям.

Психологические отношения предпринимателей выступают внутренними регуляторами их деловой активности, которая проявляется в выборе стратегий и конкретных форм экономического поведения предпринимателей в изменяющихся экономических условиях и может быть охарактеризована через показатели направленности, содержания и уровня.

В современной науке до сих пор отсутствует единство в понимании сущности явления предпринимательства, его отличительных признаков и четкое общепринятое определение самого термина «предприниматель». В рамках нашего исследования мы определяем предпринимательство как экономическую деятельность по производству товаров и услуг, которая направлена на получение прибыли и связана с распоряжением материальными и человеческими ресурсами.

Эмпирическое исследование проводилось в 2007-2009 г.г. В нём приняли участие предприниматели различных регионов России (Москва, Центральные регионы, Восточная Сибирь, Кавказский регион), представляющие сектор малого и среднего бизнеса. Общая

численность респондентов – 460 человек, из них 62% мужчин и 38% женщин.

Основным инструментом нашего исследования стала программа А.Л. Журавлева и В.П. Познякова, направленная на выявление личностных и социально-психологических особенностей предпринимателей. Статистическая обработка результатов проводилась с использованием пакетов программ MS Excel и STATISTICA 6.0. (сравнение групп по критерию U Mann-Whitney, корреляционный и факторный анализ).

В зависимости от субъективной оценки уровня деловой активности на момент проведения опроса предприниматели были разделены на 3 группы: низкоактивные (НА), среднеактивные (СА) и высокоактивные (ВА) (диапазон оценки 1-3, 4-5, 6-7 баллов по 7-ми балльной шкале соответственно). К первой группе было отнесено 14,4 % респондентов, ко второй – 52,6 %, к третьей 33,0%. При анализе полученных результатов мы исходили из предположения о том, что существуют значимые различия в социально-психологических характеристиках у предпринимателей с разной оценкой уровня своей деловой активности, что позволит нам говорить о влиянии психологических отношений предпринимателей на их деловую активность. Анализ данных проводился по следующим основным блокам:

1. Удовлетворенность экономической деятельностью.
2. Оценка успешности предпринимательской деятельности и оценка внешних факторов, на нее влияющих.
3. Оценка социально-экономических условий деятельности (отношение к риску и конкуренции, оценка собственной конкурентоспособности).
4. Отношение к деньгам и материальным благам.
5. Ценностно-мотивационная сфера предпринимателей.

Результаты исследования и их анализ.

Удовлетворенность экономической деятельностью. Исходя из результатов предыдущих исследований, мы рассматривали как факторы удовлетворенности не только собственно оценку уровня удовлетворенности, но также же оценки респондентами уровня реализации поставленных целей, уровня реализации своих способностей, оценки материального состояния семьи и его динамики. Анализ результатов показал, что, независимо от оценки уровня деловой активности, предприниматели более удовлетворены своей работой в

целом, нежели ее экономическими результатами. Различия между группами проявляются в степени удовлетворенности.

Предприниматели, оценивающие уровень своей деловой активности выше, более удовлетворены как экономическими результатами своей деятельности, так и всей работой в целом (значимость различий на уровне $p < 0,01$), их средние оценки 4,48 и 5,37 баллов соответственно (по 7-ми-балльной шкале), в то время как аналогичные показатели низкоактивных предпринимателей находятся в районе среднего значения для данной шкалы – 3,4 и 3,86.

Для всех трех групп предпринимателей важно не только достижение экономических целей, но и реализация в работе своих способностей, знаний, умений и навыков. И степень реализации тем выше, чем выше оценка своей деловой активности ($p < 0,01$). Это может объясняться тем, что предприниматели, оценивая степень реализации, сравнивают результат не только с определенными экономическими показателями, но и внутренне соотносят полученное со своим потенциалом, с максимумом своих возможностей и усилий. В таком случае достигнутый результат в реализации своих знаний, умений, в достижении целей будет оцениваться как более низкий, если уровень приложенных усилий средний или низкий.

Закономерно, что и уровень материального благосостояния своей семьи высокоактивные предприниматели оценивают выше, чем низкоактивные (средние значения 4,8 и 3,7 по 7-ми балльной шкале соответственно, $p < 0,01$). Так же они оценивают и изменения материального уровня семьи, с повышением оценки уровня своей деловой активности, повышается и оценка произошедших за год изменений. Большинство высокоактивных предпринимателей считает, что уровень «скорее возрос», низкоактивных – «остался без изменений» ($p < 0,05$). Но при оценке прогноза изменения материального благосостояния различий между группами не выявлено: большинство опрошенных предпринимателей надеются на то, что «уровень скорее повысится, чем снизится». Это вполне закономерно для предпринимателей, поскольку вся их деятельность подчинена стремлению к получению прибыли.

Оценка успешности предпринимательской деятельности и оценка внешних факторов, на нее влияющих. Результаты описываемой серии исследований совпадают с данными, полученными на более ранних этапах: обнаружено наличие высокой статистической связи между оценками уровня деловой активности и

уровнем успешности ($r=0,556$, $p<0,01$). Высокоактивные предприниматели оценивают свою деятельность как более успешную, чем низкоактивные. Средние значения по 7-ми балльной шкале составляют 5,36 и 3,96 соответственно, $p<0,01$. Также есть некоторые различия в отношении респондентов к факторам, оказывающим влияние на их бизнес.

Таблица 1.
Средние значения оценок влияния различных факторов на успешность бизнеса по 7-балльной шкале, где 1 – «очень препятствует успешности», 7 – «очень способствует».

	НА	СА	ВА
Влияние экономической политики государства	3,2	3,7	3,7
Влияние местных органов самоуправления**	2,95	3,55	3,52
Влияние отношения населения**	2,83	4,34	4,0
Влияние взаимоотношений с партнерами**	4,93	5,63	5,57
Влияние собственных усилий на развитие	6,01	6,4	6,42

** – $p<0,05$

В общем можно констатировать тот факт, что оценки влияния экономической политики государства, местных органов самоуправления и отношения населения в среднем нейтральны, но с некоторой тенденцией в сторону отрицательных у низкоактивных предпринимателей, которые склонны воспринимать данные факторы скорее как преграду для успешного бизнеса. С повышением оценки предпринимателями собственных усилий вышеперечисленные факторы более позитивно оцениваются. Для всех респондентов характерно брать на себя ответственность за успешность бизнеса и свое материальное благополучие, оценивая именно свои усилия как ведущий фактор. Особенно это важно в нестабильных и постоянно изменяющихся социально-экономических условиях, что нередко для нашей страны.

Стоит обратить внимание на тот факт, что распределение ответов на вопрос «оцените степень вашего доверия к государственным структурам / предпринимательским структурам» показало невысокий уровень доверия (3,22 и 4,13 балла по 7-ми балльной шкале соответственно). Предприниматели склонны демонстрировать средний уровень доверия, причем с понижением оценки уровня своей деловой активности понижается

и степень доверия. Если высокоактивные предприниматели в среднем склонны скорее доверять, чем не доверять государственным и предпринимательским структурам (3,7 и 4,21 баллов соответственно), то низкоактивные структурам обоих типов скорее не доверяют (2,8 и 3,2 балла соответственно, $p<0,05$). Так же при изменении оценки своей деловой активности изменяется и оценка предполагаемого отношения государственной власти к предпринимателям. Высокоактивные и среднеактивные предприниматели склонны считать, что со стороны власти оказывается как поддержка, так и противодействие, низкоактивные предприниматели считают, что противодействие оказывается все же чаще ($p<0,01$). Из данных табл.1 можно сделать вывод о том, что противодействие больше ощущается респондентами со стороны местных органов самоуправления.

Оценка социально-экономических условий деятельности. Важнейшими объектами психологического отношения предпринимателей являются феномены риска и конкуренции в предпринимательской деятельности. Отношение предпринимателя к данным явлениям экономической сферы, готовность к ним определяет во многом его успешность.

При распределении оценок риска в настоящее время и оптимального для респондента уровня риска между группами не выявилось различий. В среднем риск в настоящее время оценивается как средний (4,66 по 10-ти балльной шкале), а оптимальным предприниматели в среднем считают уровень немного ниже существующего (4,22 по 10-ти балльной шкале). Различия между группами проявились в отношении предпринимателей к риску: высокоактивные чаще предпочитают ситуации со средним уровнем риска, а низкоактивные более склонны избегать рискованных ситуаций. Это подтверждает ранее полученные данные о том, что среди предпринимателей возрастает доля тех, кто предпочитает не рисковать.

При оценке собственной конкурентоспособности и напряженности конкуренции в выбранной сфере деятельности предприниматели с разной оценкой уровня своей деловой активности демонстрируют различное отношение к данным факторам. Высокоактивные предприниматели оценивают напряженность конкуренции более высоко, чем низкоактивные (5,38 и 4,21 балла по 7-ми балльной шкале соответственно, $p<0,01$), но и степень своей конкурентоспособности оценивают выше (5,68 и 4,09 балла по 7-ми балльной шкале соответственно, $p<0,01$). Возможно, отчасти это связано с тем, что высокоактивные предприниматели менее склонны

избегать рискованных ситуаций и, следовательно, готовы работать в более конкурентных условиях.

Для выявления особенностей ценностно-мотивационной сферы, мы использовали адаптированный В.А. Ядовым вариант методики М. Рокича в модификации В.А. Хащенко. Сравнительный анализ результатов ранжирования показал, что для всех групп предпринимателей характерна общая структура терминальных ценностей и статистически значимых различий не было выявлено. Как и на прошлых этапах серии исследований предпринимателей, основными ценностями стали «здоровье», «семья», «материальная обеспеченность», «уверенность в себе», «работа» и «свобода».

В структуре инструментальных ценностей выявились некоторые различия. Если у высокоактивных предпринимателей первое место занимает независимость, а второе – честность, то у низкоактивных – наоборот ($p < 0,01$). Далее у обеих групп идет «ответственность». На четвертом и пятом местах у высокоактивных предпринимателей расположены «предприимчивость» и «богатство», а у низкоактивных они занимают заметно более низкое положение – седьмое ($p < 0,05$) и восьмое место ($p < 0,01$). Так же для высокоактивных предпринимателей более, чем для низкоактивных значима ценность «собственность» (10 и 17 ранги соответственно, $p < 0,01$).

Таким образом, мы можем говорить о том, что для предпринимателей с высокой оценкой своей деловой активности большее значение имеет независимость и материальные блага. Это подтверждается ответами респондентов на ряд вопросов. При ответе на вопрос, как предприниматели поступят в случае «провала» (крупная неудача, банкротство, ненадежность делового партнера), получились следующие данные (см. табл. №2).

Таблица №2.

Действия предпринимателей в случае «провала»
(% к числу опрошенных)

	НА	СА	ВА
Работа на государственном предприятии	13,33	7,1	4,6
Работа на другого предпринимателя	10,0	5,4	7,2
Поиск более надёжного компаньона	15,0	24,5	27,0
Организация нового дела	56,67	60,6	61,2
Другое	5,0	2,4	0

Высокоактивные предприниматели склонны выбирать те варианты, которые обеспечат большую независимость («поиск более надежного компаньона»,

«организация нового дела») но в то же время потребуют от них и больших затрат (финансовых, физических, психологических).

Экономические ценности так же более значимы для высокоактивных предпринимателей. Сами деньги в среднем для них имеют большее значение, чем для низкоактивных предпринимателей (6,0 и 5,33 балла по 7 балльной шкале, $p < 0,01$). Кроме того, они более полно стараются использовать те возможности, которые предоставляют деньги. Ответы на вопрос, «в какой степени для вас характерно реализовать нижеперечисленные функции денег, где 1 – совсем не характерно, а 7 – очень характерно» мы перевели в 3-х-балльную шкалу, т.к. анализ данных в первоначальном виде не дал ясных результатов. Данные, представленные в табл.3, показывают, что оценка субъективной значимости денег по всем представленным позициям выше в группе предпринимателей с высокими оценками собственной деловой активности (по большинству сравниваемых позиций различия в оценках статистически значимы).

Таблица №3.

Распределение ответов на вопрос

«...в какой степени для вас характерно реализовать нижеперечисленные функции денег»,
средний балл по 3-х-балльной шкале,
где 1 – нехарактерно, 3-характерно.

	НА	ВА
Удовлетворять физиол. потребности, здоровье *	2,10	2,62
Это средство для достижения целей**	2,30	2,56
Чувство безопасности**	1,91	2,31
Удовлетворение любых желаний**	2,00	2,35
Сделать жизнь такой, какой она должна быть*	2,00	2,52
Быть значимым, уважаемым человеком	2,13	2,27
Помогать другим	1,91	2,10
Совершенствовать себя, духовно и физически расти*	2,14	2,44
Хорошо проводить время, развлечения, шик.*	1,63	1,98
Можно обходиться без денег**	1,23	1,45

* $p < 0,01$, ** $p < 0,05$

Кроме сравнения групп предпринимателей, различающихся оценкой уровня своей деловой активности, нами был проведен факторный анализ переменных, тесно коррелирующих с оценкой уровня деловой активности (Maximum Likelihood с вращением Varimax with Kaiser Normalization). С помощью факторного анализа были выявлены 3 основных социально-

психологических фактора деловой активности.

Фактор 1. «Оценка достигнутых результатов», куда вошли следующие переменные (в скобках указан «вес»): удовлетворенность экономическими результатами своей деятельности (0,679), оценка уровня конкурентоспособности (0,489), удовлетворенность своей работой в целом (0,594), оценка степени реализации своих способностей (0,675), оценка материального благосостояния семьи (0,677), оценка реализации поставленных целей (0,717), оценка успешности предпринимательской деятельности (0,789), оценка изменения материального уровня семьи за последний год (0,410), принадлежность к группе богатых людей (0,470).

Фактор 2. «Отношение к другим субъектам экономической деятельности», в него вошли переменные: отношение к государственным органам (0,321), оценка влияния, которое оказывают на успешность бизнеса государственная политика (0,703), органы местного самоуправления (0,654) и отношение к предпринимателям местного населения (0,485), доверие к предпринимательским (0,393) и государственным (0,395) структурам.

Фактор 3 «Отношение к риску и конкуренции», который составили переменные: оценка уровня риска в настоящее время (0,800), оценка оптимального для предпринимательской деятельности уровня риска (0,713), а также частично в этот фактор входят отношение к конкуренции (0,385) и оценка напряженности конкуренции (0,347)

Таким образом, учитывая вышеизложенные результаты, мы можем сделать следующие выводы относительно социально-психологических факторов деловой активности предпринимателей.

Несмотря на то, что все предприниматели работают примерно в одинаковых условиях макро- и микроэкономики, их психологическое отношение к этим условиям различно. Высокоактивные предприниматели склонны более позитивно относиться к существующим экономическим условиям и к результатам своего взаимодействия с другими субъектами экономической деятельности. Те факторы, которые низкоактивные предприниматели воспринимают как препятствия, высокоактивные чаще трактуют как нейтральные или как способствующие успешности, т.е. они видят перед собой больше потенциальных возможностей, а имеющиеся ресурсы (например, деньги) они стремятся реализовать более полно. Кроме того, они менее склонны избегать рискованных ситуаций, хотя в среднем к риску не стремятся. В целом можно сказать,

что психологические отношения предпринимателей к своей деятельности опосредуют влияние внешних социально-экономических факторов.

С другой стороны, на уровень деловой активности влияет не только прогноз успешности предпринимательской деятельности в будущем, видение большего числа благоприятных перспектив, но и ретроспективная оценка результатов своей экономической деятельности и материального статуса своей семьи. Таким образом, психологические отношения предпринимателей к различным аспектам своей экономической деятельности регулируют уровень деловой активности. При этом, существенным фактором выступает временная, динамическая составляющая психологических отношений. Чем благоприятнее оценивается прошлое и чем перспективнее кажется будущее, тем больше готовность и желание максимально реализоваться в предпринимательской деятельности, тем выше интенсивность самой деятельности.

Анализ структуры ценностей предпринимателей с различными оценками уровня своей деловой активности дает основания полагать, что такие ценности как «независимость» и высокая значимость материального благосостояния, богатства, собственности, денег также влияют на уровень деловой активности. В случае, когда данные ценности занимают главные места в иерархии, предпринимательская деятельность сама по себе может перестать быть формой заработка, становясь отчасти образом жизни.

Литература

1. *Мясищев В.Н.* Психология отношений / Под ред. А.А. Бодалева. М., 1995.
1. *Позняков В.П.* Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: ИП РАН, 2001.
1. *Позняков В.П.* Предпринимательство как ценность и ценности российских предпринимателей//Россия в глобализирующем мире. Мировоззренческие и социокультурные аспекты. /Отв. ред. академик В.С. Степин. М.: «Наука», 2007. С. 513-528.
2. Психология предпринимательской деятельности/ Под ред. В.А. Бодрова. М.: ИП РАН, 1995
3. Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / Отв. ред. А.Л.Журавлев, Е.В.Шорохова. М., 1999.