

В. П. Позняков<https://orcid.org/0000-0002-3807-2734>**Л. В. Швайбович (Болдырева)**<https://orcid.org/0000-0003-1756-3371>

Виртуальное предпринимательство как объект психологического исследования

В статье рассматриваются труды отечественных и зарубежных исследователей, посвященные изучению признаков современного предпринимательства. Делается вывод о том, что на сегодняшний день нет единого определения предпринимательства, так как это широкая сфера, которая включает множество различных сторон и элементов. Обобщая различные точки зрения и определения, можно сказать, что предпринимательство – это инициативная самостоятельная деятельность человека (группы людей), осуществляемая на свой страх и риск в условиях экономической неопределенности, направленная на получение прибыли. Предпринимательство есть особый вид экономической деятельности, предполагающей наличие у ее субъекта особых психологических качеств, раскрытие которых и является главной задачей психологии предпринимательства. Особое внимание уделяется новым тенденциям исследований в области психологии предпринимательства.

Новые тенденции и перспективы развития психологии предпринимательства прослеживаются в двух направлениях. С одной стороны, речь идет о тенденциях, связанных с появлением новых проблем, детерминированных развитием самой психологической науки и вызывающих смещение акцентов проводимых исследований. Это исследования самоэффективности предпринимателей, их инновативности, склонности к автономии, риску и др. С другой стороны, появление новых направлений исследований в этой области связано с развитием самого предпринимательства, возникновением новых его видов и форм, в том числе и в российском бизнесе. К их числу авторы относят, прежде всего, исследования психологических проблем семейного бизнеса, социального предпринимательства, виртуального предпринимательства и некоторые другие. В последние годы широкое распространение получили новые виды бизнеса, в частности, виртуальный бизнес и фриланс. В статье приведены определения виртуального предпринимательства и фриланса. Рассмотрены психологические характеристики виртуального предпринимательства. Проведена сравнительная характеристика фрилансера и классического предпринимателя. Дается обоснование, почему фриланс тоже можно считать предпринимательством. Описан психологический портрет виртуального предпринимателя и фрилансера.

Ключевые слова: социальная психология, экономическая психология, психология предпринимательства, виртуальное предпринимательство, фриланс, психологический портрет виртуального предпринимателя и фрилансера.

V. P. Poznyakov, L. V. Shvaibovich (Boldyreva)

Virtual Entrepreneurship as a New Type of Modern Entrepreneurship and the Object of the Psychological Research

The article deals with the works by domestic and foreign researchers devoted to the study of the signs of modern entrepreneurship. It is concluded that today there is no single definition of entrepreneurship, as it is a wide area and includes many different aspects and elements. Generalizing various points of view and definitions, we can say that entrepreneurship is an initiative independent activity of a person (a group of people), carried out at their own risk in the conditions of economic uncertainty, aimed at making a profit. Entrepreneurship is a special type of economic activity, which implies the presence of its subject of special psychological qualities. Disclosure of these special psychological qualities is the main task of the psychology of entrepreneurship. Special attention is paid to new trends in research in the field of psychology of entrepreneurship, including the emergence of new types of entrepreneurship. New trends and prospects of development of entrepreneurship psychology can be traced in two directions. On the one hand, we are talking about trends associated with the emergence of new problems associated with the development of the psychological science and causing a shift in the focus of research. These are studies of self-efficacy of entrepreneurs, their innovativeness, propensity to autonomy, risk, etc. On the other hand, the emergence of new areas of research in this area is associated with the development of entrepreneurship, the emergence of new types and forms, including in Russian business. Among them, the authors include, first of all, the study of psychological problems of family business, social entrepreneurship, virtual entrepreneurship and some others. In recent years, new types of business have become widespread, in particular, virtual business and freelancing. The article provides definitions of virtual entrepreneurship and freelancing. The psychological characteristics of virtual entrepreneurship are considered. The comparative characteristic of the freelancer and the classical entrepreneur is carried out. The author substantiates why freelancing can also be considered as an enterprise. The psychological portrait of a virtual entrepreneur and freelancer is described.

Keywords: social psychology, economic psychology, psychology of entrepreneurship, virtual entrepreneurship, freelance, a psychological portrait of a virtual entrepreneur and freelancer.

Прежде чем говорить о психологии предпринимательства, необходимо проанализировать само определение понятия предпринимательства. Такая необходимость связана с тем, что в современной науке до сих пор отсутствует единство в понимании сущности этого явления, его отличительных признаков и даже четкое и общепринятое определение самого термина «предприниматель». Одна из трудностей определения предпринимательства состоит в том, что это слово является одновременно и общеупотребительным термином, и научным понятием. В первом случае его содержание может быть раскрыто, исходя из его толкования в словарях и энциклопедиях. Здесь оно раскрывается как деятельность, связанная с созданием, поддержанием и развитием предприятия, дела, с производством товаров и услуг.

Уже в этом, достаточно широком смысле понятие «предпринимательство» имеет не только экономическое (производство товаров и услуг с целью получения прибыли), но и психологическое содержание. Предпринять что-либо – значит сделать инициативное, упреждающее действие, проявить активность до того, как будут четко определены ее условия и последствия. Способность к регулярному и успешному осуществлению такого рода активности, предполагающей умение быстро принимать и реализовывать решения в условиях неопределенности, в повседневном языке называется предприимчивостью. Таким образом, предпринимательство есть особый вид экономической деятельности, предполагающей наличие у ее субъекта особых психологических качеств. Раскрытие этих особых психологических качеств и является главной задачей психологии предпринимательства [15].

Изучая современные виды предпринимательства, стоит уделить внимание генезису термина «предпринимательство», так как на сегодняшний день появляется все больше и больше сфер деятельности, в той или иной степени относящихся к предпринимательству, например, виртуальное предпринимательство, фриланс информационных технологий. А. Смит считал предпринимателем собственника капитала, а целью предпринимательской деятельности – получение дохода [22]. В отличие от А. Смита, Ж.-Б. Сэй видел основную функцию предпринимателя не в извлечении прибыли, а в организации производства и управлении им, в умении соединять и комбинировать факторы производства. Целью и результатом такой деятельности он считал предпринимательский доход [24].

Й. Шумпетер [27] определял предпринимателя как ключевую фигуру развития экономики.

Основной задачей предпринимателя является нарушение равновесного состояния в экономике и перевод ее в новое равновесное состояние, разрешение многочисленных противоречий (между статикой и динамикой, традициями и нововведениями, спросом и предложением и т. д.), создание новых комбинаций факторов производства и экономики. Ф. фон Хайек [25] обратил особое внимание на такие отличительные черты предпринимательской деятельности, как жесткая конкурентная борьба между предпринимателями и стремление к поиску новых возможностей получения прибыли. П. Друкер [4] в своей концепции предпринимательского общества обратил внимание на то, что предпринимательство как инновационная активность, связанная с использованием имеющихся возможностей с максимальной выгодой, не ограничивается только сферой экономики, но может проявляться в самых разнообразных сферах социальной деятельности. И. фон Тюнен охарактеризовал предпринимателя как обладателя особых личностных качеств: предприниматель должен уметь рисковать, принимать нестандартные решения и отвечать за свои действия, а потому может претендовать на незапланированный (непредсказуемый) доход. Предприниматель должен получать доход как за риск, так и за предпринимательское искусство [1].

Дж. Б. Кларк рассматривал предпринимательство как управленческую функцию, не связанную ни с трудом, ни с собственностью на капитал. Она целиком состоит в становлении и поддержании эффективных взаимодействий между факторами производства [11]. В современной литературе по менеджменту [4, 13 и др.] выполнение предпринимательских функций, связанное с развитием управления, проведением организационных нововведений, созданием новых видов товаров и услуг и т. д., рассматривается как отличительная особенность эффективного, инновационного управления, в связи с чем используются термины «предпринимательского управления» и «корпоративного или внутреннего предпринимательства». Владение собственностью и персональная ответственность за риски не рассматриваются как необходимые признаки предпринимательства. При таком подходе формально-статусные различия между менеджерами и предпринимателями фактически стираются.

Р. Хизрич и М. Питерс дали определение предпринимательству, которое охватывает все стороны предпринимательского процесса, а именно иннова-

ционность, рискованность и результат. По их мнению, предпринимательство представляет собой процесс создания чего-то нового, обладающего ценностью. Предпринимательство – это процесс, поглощающий время и силы, предполагающий принятие на себя финансовой, моральной и социальной ответственности, процесс, приносящий денежный доход и личное удовлетворение достигнутым [26]. А. Л. Журавлев и В. П. Позняков понимают предпринимательскую деятельность как особый вид экономической деятельности, деловой активности субъекта, связанной с распоряжением ресурсами, которые находятся в собственности субъекта, и направленной на извлечение прибыли в условиях экономического риска и неопределенности. Владение собственностью на средства производства, работа на себя, непосредственное участие в распределении прибыли и высокая ответственность за результаты ее использования являются, по мнению авторов, существенными признаками предпринимательства [7].

В современных представлениях о предпринимательстве условно можно выделить функционально-ролевой и структурный подходы. В рамках функционально-ролевого подхода предпринимательство рассматривается как разновидность экономической или, более широко, социальной деятельности, связанной с реализацией определенных функций экономического и социального развития. При этом одни авторы ограничивают функции предпринимательства исключительно экономической сферой, другие соотносят его со всеми видами человеческой деятельности. В рамках структурного подхода, напротив, делаются попытки более или менее четкой социальной идентификации предпринимателей как особой социальной группы, что совершенно необходимо для включения этого феномена в ряд объектов эмпирических социальных и психологических исследований [9]. С юридической точки зрения предпринимательство определяется как самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном порядке. Такое достаточно широкое определение предпринимательства фактически включает все виды деловой активности (бизнеса), кроме наемного труда.

Таким образом, на сегодняшний день нет единого определения предпринимательства, так как это широкая сфера экономической активности, которая включает множество различных сторон и элементов. В каждом из представленных определений выявлены важные характеристики предприниматель-

ства. Практически во всех определениях предпринимательства речь идет о таком поведении, которое включает экономический, управленческий и психологический (личностный) компоненты. Обобщая вышеизложенное, можно сказать, что предпринимательство – это инновационная инициативная самостоятельная деятельность человека (группы людей), осуществляемая на свой страх и риск в условиях экономической неопределенности, связанная с организацией и реорганизацией социально-экономических ресурсов, чтобы с выгодой использовать их в изменяющихся условиях. Это поведение, предполагающее готовность решительно действовать в условиях неопределенности и риска, принимать на себя ответственность за возможную неудачу. Поэтому предпринимательство с полным правом можно рассматривать не только как экономический, но и как психологический феномен. Характерно, что первыми в научной литературе на предпринимательство как психологическое явление обратили внимание не психологи, а экономисты и социологи. Й. Шумпетер, описывая предпринимательскую функцию как тип экономического поведения, специально подчеркивает сложность и проблематичность выделения и персонификации конкретных людей как носителей предпринимательской функции, субъектов предпринимательской деятельности: «Предпринимательство не является профессией, и в подобном состоянии нельзя находиться длительное время. Предприниматели образуют особый класс только в том смысле, что исследователь может при классификации вычленив их в отдельную группу, – предприниматели являются субъектами особого и не всегда присущего одним и тем же субъектам вида, но отнюдь не в смысле того социального явления, которое имеют в виду, когда говорят о формировании классов и «классовой борьбе и т. д.» [27, с. 172]. Существенный вклад в развитие представлений о психологии предпринимательства внесли немецкие социологи М. Вебер [3] и В. Зомбарт [10], давшие развернутые социально-психологические портреты типов предпринимателей. Среди отечественных мыслителей большое внимание роли психологических факторов в хозяйственной, и в частности предпринимательской, деятельности уделяли С. Н. Булгаков [2] и П. Н. Савицкий [19]. Характерной особенностью российских работ, посвященных предпринимательству, является повышенное внимание к социально-психологическим аспектам этого феномена: проблемам общения, взаимодействия и взаимоотношений между людьми и группами в хозяйственной деятельности. Так, П. Н. Савицкий рассматривает предпринимательство не только как хозяйственно-экономическую, но и как особую духовно-

экономическую деятельность. Хозяйское отношение включает, по мнению автора, стремление не только к получению наибольшего дохода, но и к сохранению и расширению удовлетворенности работающих в хозяйстве людей.

Масштабные социально-экономические изменения, начатые в России в начале 1990-х гг., явились своего рода естественным социальным экспериментом, который дал исследователям уникальную возможность зафиксировать, проанализировать и теоретически осмыслить закономерности, лежащие в основе происходящих изменений. Не случайно именно в эти годы возникла и начала стремительно развиваться экономическая психология – новое научное направление, призванное изучать закономерности взаимосвязей и взаимного влияния экономических и социально-психологических явлений [6, 16, 17 и др.]. Именно в эти годы, практически одновременно с появлением в российском обществе новой социальной группы российских предпринимателей, были сделаны первые исследования психологических особенностей представителей данной социальной группы [5, 18, 23 и др.]. Результаты этих исследований заложили основы психологии предпринимательства как нового научного направления.

Научный анализ предпринимательства и его психологических особенностей развивается с развитием самого предпринимательства. В последние годы осмысление этого феномена становится все более актуальным и для отечественной науки. Новые тенденции и перспективы развития психологии предпринимательства прослеживаются в двух направлениях. С одной стороны, речь идет о тенденциях, связанных с появлением новых проблем, обусловленных развитием самой психологической науки и вызывающих смещение акцентов проводимых исследований. Эти тенденции наиболее наглядно представлены в мировой, прежде всего англоязычной, психологии предпринимательства, где проводится наибольшее число эмпирических исследований. Это исследования самооффективности предпринимателей, их инновативности, склонности к автономии, риску и др. [28, 29, 30 и др.]. С другой стороны, появление новых направлений исследований в этой области связано с развитием самого предпринимательства, появлением новых его видов и форм, в том числе и в российском бизнесе. К их числу авторы относят, прежде всего, исследования психологических проблем семейного бизнеса, социального предпринимательства, виртуального предпринимательства и некоторые другие.

В современных условиях глобализации предпринимателю приходится постоянно оптимизировать свои бизнес-процессы и быть больше ориен-

тированными на освоение новых ресурсов, таких как интернет. На сегодняшний день, в связи с воздействием глобальной конкуренции, предпринимательская деятельность стала все больше зависеть от информационных технологий и информационных систем. Широкое развитие и распространение интернета и интернет-технологий привело к появлению виртуальных предприятий и организаций, ставших в последние годы объектом психологических исследований [8].

В настоящее время для развитых экономик мира характерна интенсивная тенденция развития виртуального предпринимательства. В России эта новая форма предпринимательства только зарождается. Е. А. Метельская и В. С. Новиков определяют виртуальное предпринимательство как агрегацию ключевых компетенций и связанных с ними ресурсов для ведения бизнеса с использованием электронных технологий для установления контакта с клиентами и контрагентов для совершения предпринимательских операций [1]. Ученые делают акцент на том, что в рамках виртуального предпринимательства все бизнес-операции обязательно должны быть выполнены с использованием интернета.

С. В. Малков понимает под виртуальным предприятием оптимизированное предприятие с универсальным набором ресурсов и замещаемой физической структурой, управление которым осуществляется в виртуальной среде [12]. Автор обращает внимание на оптимизацию бизнес-процессов в рамках виртуального предприятия и его более широкий доступ к ресурсам. А. И. Сметанина считает, что виртуальное предприятие представляет собой электронный формат ведения бизнеса, в рамках которого предприятие не имеет физических границ и осуществляет свою деятельность в интернете [21].

По мнению авторов, для виртуального предпринимательства характерны

- большая анонимность, так как зачастую в интернете очень сложно узнать, какой реальный человек или группа людей стоят за тем или иным новым продуктом. Зачастую мы узнаем о том, кто стоял за новым успешным продуктом, только тогда, когда уже все получилось и было принято решение «раскрыть карты». А до этого предприниматель может сохранять анонимность или действовать под другими именами;

- меньший уровень психологической ответственности и страха того, что не получится. Работая в интернете, человек может не говорить близким людям и друзьям о том, чем конкретно занимается, поэтому даже если что-то не получится, об этом никто не узнает;

– меньший уровень затрат, так как зачастую, чтобы начать виртуальный бизнес, не нужно тратить деньги на аренду, зарплаты сотрудникам и т. д.;

– более широкая география рынка, так как предприятие не привязано к конкретной точке, осуществляется более легкий доступ к продуктам предприятия со всех точек мира и в любое время. Если этот продукт не востребован в одном городе или стране, он может пользоваться спросом в другой;

– нет зависимости от физической инфраструктуры. Для виртуального предприятия не имеет значения его месторасположение – оно находится в интернете;

– более широкая вариативность продуктов, если предлагаемая продукция оказалась невостребованной, то предприятие может просто обновить ряд предлагаемых продуктов в зависимости от спроса;

– более тесные отношения с покупателями. За счет современных технологий предприниматели могут напрямую через сайт общаться с покупателями, узнавая их мнения о продукте, предпочтения и потребности, и завоевывать их лояльность;

– нет необходимости нанимать персонал. Во многих случаях для того, чтобы поддерживать работу виртуального предприятия, достаточно одного человека, который при этом является и собственником предприятия.

Таким образом, можно сделать вывод, что благодаря широкому распространению интернета на сегодняшний день мы можем наблюдать новое явление – виртуальное предпринимательство. Виртуальный мир снимает с человека ограничения и дает возможность раскрыть свой потенциал, заявить о себе. В виртуальном мире не имеет значения социальный статус человека и наличие у него денежных средств на начало бизнеса, с другой стороны, важно количество времени, которое человек может проводить в интернете, занимаясь своим предприятием, и усилия, которые он прикладывает, чтобы сделать свой продукт и свое предприятие нужным потребителям.

Также стоит рассмотреть такой вид предпринимательской деятельности, как фриланс, который осуществляют самозанятые предприниматели. Это предприниматели, которые работают на себя, не имея при этом штата сотрудников. Фрилансер – это специалист, осуществляющий свою деятельность вне штата компании, самостоятельно находящий своих клиентов и работающий (чаще всего удаленно) на основе индивидуального договора. В большинстве случаев фрилансеры находят своих клиентов через интернет на специальных сайтах и сервисах. Чаще всего фрилансеры работают в таких сфе-

рах, как дизайн, программирование, журналистика, консалтинговые услуги, переводы и др. Во всем мире число фрилансеров только увеличивается, это происходит из-за развития информационных технологий.

Работая в качестве фрилансера, человек постоянно учится, привыкает к самостоятельности и риску, ответственности, постоянным изменениям, приобретает навыки самопрезентации и переговоров. Человек начинает ощущать вкус свободы и независимости, повышается самооценка. Нередко фриланс – это шаг на пути создания собственного реального бизнеса [19].

По мнению авторов, фриланс тоже можно считать предпринимательством, поскольку фрилансер, как и предприниматель в классическом его понимании, должен быть инициативным, чтобы находить своих клиентов или покупателей; с выгодой использовать имеющиеся ресурсы и ситуации для получения прибыли; фрилансер так же несет риски (но в меньших объемах, чем реальный предприниматель), например, риск неполучения прибыли из-за недобросовестности заказчиков. Фрилансер несет ответственность за качество своей работы, так сталкивается с репутационными рисками и зачастую имеет право собственности на средства производства. Обобщая все вышеизложенное, можно сказать, что виртуальное предпринимательство в разных его видах будет только увеличиваться и развиваться, так как дает возможность предпринимателю раскрыть свой потенциал, заявить о себе, сохраняя большую анонимность, тем самым уменьшая уровень страха, что «...не получится, и все знакомые об этом узнают...». Кроме того, занимаясь виртуальным предпринимательством, человек постоянно учится, привыкает к самостоятельности и риску, ответственности, постоянным изменениям, приобретает навыки самопрезентации и переговоров. Человек начинает ощущать вкус свободы и независимости, повышается самооценка, возникает чувство успешного предпринимателя. Соответственно, количество людей, занятых в виртуальном предпринимательстве, будет увеличиваться.

Библиографический список

1. Багиев, Г. Л., Асаул, А. Н. Организация предпринимательской деятельности [Текст] : учебное пособие / Г. Л. Багиев, А. Н. Асаул: под общей ред. проф. Г. Л. Багиева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2001.
2. Булгаков, С. Н. Философия хозяйства [Текст] / С. Н. Булгаков. – М. : Наука, 1990.
3. Вебер, М. Избранные произведения [Текст] / М. Вебер. – М., 1990.
4. Друкер П. Рынок: Как выйти в лидеры. Практика и принципы [Текст] / П. Друкер. – М., 1992.

5. Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия [Текст] / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков. – М. : Институт психологии РАН, 1995.

6. Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований [Текст] / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2004. – Т. 1. – № 3. – С. 46–64.

7. Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений [Текст] / А. Л. Журавлев, В. П. Позняков. – М. : Институт психологии РАН, 2012.

8. Занковский, А. Н., Журавлев, А. Л. Психология виртуальной организации: Основные проблемы исследования [Текст] / А. Н. Занковский, А. Л. Журавлев // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии. Результаты и перспективы развития / отв. ред. А. Л. Журавлев, В. А. Кольцова. – М. : Институт психологии РАН, 2017. – С. 2594–2692.

9. Заславская, Т. И. Бизнес-слой российского общества: Сущность, структура, статус [Текст] / Т. И. Заславская // Социологические исследования. – 1995. – № 3. – С. 3–12.

10. Зомбарт, В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека [Текст] / В. Зомбарт. – М., 1994.

11. Кларк, Дж. Б. Распределение богатства [Текст] / Дж. Б. Кларк. – М. : Соцэкгиз, 1934.

12. Малков, С. В. Малое предпринимательство в виртуальном пространстве [Текст] / С. В. Малков // Экономика и предпринимательство. – 2013. – № 6. – С. 557–560.

13. Мескон, М., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М. : Дело, 1992.

14. Метельская, Е. А., Новиков, С. В. Развитие предпринимательского потенциала малого и среднего бизнеса. Проблемы и перспективы виртуального предпринимательства [Текст] / Е. А. Метельская, С. В. Новиков // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 6. – С. 833–838.

15. Позняков, В. П. Социальная психология российского предпринимательства: научные исследования и практические приложения [Текст] / В. П. Позняков // Социальная и экономическая психология. Электронный журнал. – 2016. – № 1. – С. 80–104.

16. Проблемы экономической психологии. Том 1 [Текст] / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М. : Институт психологии РАН, 2004.

17. Проблемы экономической психологии. Том 2 [Текст] / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М. : Институт психологии РАН, 2005.

18. Психология предпринимательской деятельности [Текст] / под ред. В. А. Бодрова. – М. : Институт психологии РАН, 1995.

19. Савицкий, П. Н. Континент Евразия [Текст] / П. Н. Савицкий. – М. : Аграф, 1997.

20. Семенова, Е. Ю. Фриланс как механизм предпринимательской деятельности, обусловленный разви-

тием современных информационных технологий [Текст] / Е. Ю. Семенова // Новая наука: теоретический и практический взгляд : материалы Международной научно-практической конференции. – Стерлитамак : Агентство международных исследований, 2017. – С. 193–194.

21. Сметанина, А. И. Финансовая модель развития виртуального предпринимательства в России [Текст] / А. И. Сметанина // Финансы и кредит. – 2016. – № 26. – С. 55–62.

22. Смит, А. Исследования о природе и причинах богатства народов [Текст] / А. Смит. – М. : Эксмо, 2007.

23. Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства [Текст] / под ред. А. Л. Журавлева, Е. В. Шороховой. – М. : Институт психологии РАН, 1999.

24. Сэй, Ж.-Б. Трактат по политической экономии [Текст] / Ж.-Б. Сэй. – М. : Дело, 2000.

25. Хайек, Ф. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма [Текст] / Ф. Хайек. – М., 1992.

26. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха [Текст] / Р. Хизрич, М. Питерс. – М., 1992.

27. Шумпетер, Й. Теория экономического развития: Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры [Текст] / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982.

28. Baum J. R., Frese M. & Baron R. A. The psychology of entrepreneurship. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2007.

29. Psychology of Entrepreneurs. Research and Education. Coordinated by Juan A. Moriano and M. Gorgievski. Madrid: Universidad nacional de educacion a distancia, 2007.

30. Shane S. A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Northampton, MA: Edward Elgar, 2003.

Reference List

1. Bagiev, G. L., Asaul, A. N. Organizacija predprinatel'skoj dejatel'nosti = Organization of business activity [Текст] : uchebnoe posobie / G. L. Bagiev, A. N. Asaul : pod obshej red. prof. G. L. Bagieva. – SPb. : Izd-vo SPbGUJeF, 2001.

2. Bulgakov, S. N. Filosofija hozjajstva = Philosophy of economy [Текст] / S.N. Bulgakov. – М. : Nauka, 1990.

3. Veber, M. Izbrannye proizvedenija = Selected works [Текст] / М. Veber. – М., 1990.

4. Druker P. Rynok: Kak vyjti v lidery. Praktika i principy = Market: How to become a leader. Practice and principles [Текст] / P. Druker. – М., 1992.

5. Zhuravlev, A. L., Poznjakov, V. P. Delovaja aktivnost' predprinatelej: metody ocenki i vozdejstviya = Business activity of businessmen: methods of assessment and influence [Текст] / A. L. Zhuravlev, V. P. Poznjakov. – М. : Institut psihologii RAN, 1995.

6. Zhuravlev, A. L., Poznjakov, V. P. Jekonomicheskaja psihologija: teoreticheskie problemy i napravlenija jempricheskikh issledovanij = Economic psychology: theoretical problems and directions of empirical researches [Текст] /

- A. L. Zhuravlev, V. P. Poznjakov // Psihologija. Zhurnal Vysshej shkoly jekonomiki. – 2004. – T. 1. – № 3. – S. 46–64.
7. Zhuravlev, A. L., Poznjakov, V. P. Social'naja psihologija rossijskogo predprinimatel'stva: Konceptija psihologicheskikh otnoshenij = Social psychology of the Russian business: Concept of the psychological relations [Tekst] / A. L. Zhuravlev, V. P. Poznjakov. – M.: Institut psihologii RAN, 2012.
8. Zankovskij, A. N., Zhuravlev, A. L. Psihologija virtual'noj organizacii: Osnovnye problemy issledovanija = Psychology of the virtual organization: Main problems of research [Tekst] / A. N. Zankovskij, A. L. Zhuravlev // Fundamental'nye i prikladnye issledovanija sovremennoj psihologii. Rezul'taty i perspektivy razvitija / otv. red. A. L. Zhuravlev, V. A. Kol'cova = Basic and applied researches of modern psychology. Results and prospects of development / editor-in-chief A. L. Zhuravlev, V. A. Koltsova. – M.: Institut psihologii RAN, 2017. – S. 2594–2692.
9. Zaslavskaja, T. I. Biznes-sloj rossijskogo obshhestva: Sushhnost', struktura, status = Business layer of the Russian society: Essence, structure, status [Tekst] / T. I. Zaslavskaja // Sociologicheskie issledovanija. – 1995. – № 3. – S. 3–12.
10. Zombart, V. Burzhua: Jetjudy po istorii duhovnogo razvitija sovremennogo jekonomicheskogo cheloveka = Bourgeois: Etudes on history of spiritual development of the modern economic person [Tekst] / V. Zombart. – M., 1994.
11. Klark, Dzh. B. Raspredelenie bogatstva = Distribution of wealth [Tekst] / Dzh. B. Klark. – M.: Socjkgiz, 1934.
12. Malkov, S. V. Maloe predprinimatel'stvo v virtual'nom prostranstve = Small business in virtual space [Tekst] / S. V. Malkov // Jekonomika i predprinimatel'stvo. – 2013. – № 6. – S. 557–560.
13. Meskon, M., Al'bert, M., Hedouri, F. Osnovy menedzhmenta = Management bases [Tekst] / M. Meskon, M. Al'bert, F. Hedouri. – M.: Delo, 1992.
14. Metel'skaja, E. A., Novikov, S. V. Razvitie predprinimatel'skogo potenciala malogo i srednego biznesa. Problemy i perspektivy virtual'nogo predprinimatel'stva = Development of enterprise potential of small and medium business. Problems and prospects of virtual business [Tekst] / E. A. Metel'skaja, S. V. Novikov // Jekonomika i predprinimatel'stvo. – 2014. – № 6. – S. 833–838.
15. Poznjakov, V. P. Social'naja psihologija rossijskogo predprinimatel'stva: nauchnye issledovanija i prakticheskie prilozhenija = Social psychology of the Russian business: scientific research and practical applications [Tekst] / V. P. Poznjakov // Social'naja i jekonomicheskaja psihologija. Jelektronnyj zhurnal = Social and economic psychology. Online magazine. – 2016. – № 1. – S. 80–104.
16. Problemy jekonomicheskoy psihologii. Tom 1 = Problems of economic psychology. Volume 1 [Tekst] / otv. red. A. L. Zhuravlev, A. B. Kuprejchenko. – M.: Institut psihologii RAN, 2004.
17. Problemy jekonomicheskoy psihologii. Tom 2 = Problems of economic psychology. Volume 2 [Tekst] / otv. red. A. L. Zhuravlev, A. B. Kuprejchenko. – M.: Institut psihologii RAN, 2005.
18. Psihologija predprinimatel'skoj dejatel'nosti = Psychology of business activity [Tekst] / pod red V. A. Bodrova. – M.: Institut psihologii RAN, 1995.
19. Savickij, P. N. Kontinent Evrazija = Continent Eurasia [Tekst] / P. N. Savickij. – M.: Agraf, 1997.
20. Semenova, E. Ju. Frilans kak mehanizm predprinimatel'skoj dejatel'nosti, obuslovlennyj razvitiem sovremennykh informacionnykh tehnologij = Freelance as a mechanism of business activity caused by modern information technologies development [Tekst] / E. Ju. Semenova // Novaja nauka: teoreticheskij i prakticheskij vzgljad: materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii = New science: theoretical and practical look: materials of the International scientific and practical conference. – Sterlitamak: Agentstvo mezhdunarodnykh issledovanij, 2017. – S. 193–194.
21. Smetanina, A. I. Finansovaja model' razvitija virtual'nogo predprinimatel'stva v Rossii = Financial model of development of virtual business in Russia [Tekst] / A. I. Smetanina // Finansy i kredit. – 2016. – № 26. – S. 55–62.
22. Smit, A. Issledovanija o prirode i prichinah bogatstva narodov = Researches about the nature and the reasons of wealth of peoples [Tekst] / A. Smit. – M.: Jeksmo, 2007.
23. Social'no-psihologicheskie issledovanija rukovodstva i predprinimatel'stva = Social and psychological researches of the management and business [Tekst] / pod red. A. L. Zhuravleva, E. V. Shorohovoj. – M.: Institut psihologii RAN, 1999.
24. Szej, Zh.-B. Traktat po politicheskoy jekonomii = The treatise on political economy [Tekst] / Zh.-B. Szej. – M.: Delo, 2000.
25. Hajek, F. Pagubnaja samonadejannost'. Oshibki socializma = Harmful self-confidence. Socialism errors [Tekst] / F. Hajek. – M., 1992.
26. Hizrich R., Pitera M. Predprinimatel'stvo, ili kak zavesti sobstvennoe delo i dobit'sja uspeha = Business or how to open own business and achieve success [Tekst] / R. Hizrich, M. Pitera. – M., 1992.
27. Shumpeter, J. Teorija jekonomicheskogo razvitija: Issledovanija predprinimatel'skoj pribyli, kapitala, kredita, procenta i cikla kon'junktury = Theory of economic development: Researches of enterprise profit, capital, credit, interest and cycle of environment [Tekst] / J. Shumpeter. – M.: Progress, 1982.
28. Baum J. R., Frese M. & Baron R. A. The psychology of entrepreneurship. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2007.
29. Psychology of Entrepreneurs. Research and Education. Coordinated by Juan A. Moriano and M. Gorgievski. Madrid: Universidad nacional de educacion a distancia, 2007.
30. Shane S. A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. Northampton, MA: Edward Elgar, 2003.