

ПРОБЛЕМЫ ПЕДАГОГИКИ И ПСИХОЛОГИИ

Социально-психологические характеристики российских предпринимателей с разным уровнем деловой активности*

В. П. Позняков

(Институт психологии РАН, Московский гуманитарный университет)

В статье представлены результаты исследования социально-психологических факторов деловой активности российских предпринимателей. Рассматриваются особенности отношения предпринимателей к своей экономической деятельности в зависимости от оценки ряда ее характеристик.

Ключевые слова: психологические отношения, деловая активность, психология предпринимательства.

Несмотря на то что феномен предпринимательства активно изучается представителями разных наук, наблюдается дефицит систематических и долговременных исследований предпринимателей и предпринимательства. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью получения системных знаний о социально-психологических особенностях предпринимателей, проживающих и ведущих свой бизнес в России. Активность представителей этой группы оказывает все большее влияние на экономическую и политическую жизнь страны. Однако российские предприниматели сравнительно недавно стали объектом серьезного анализа общественных наук и социальной психологии в том числе (Социально-психологические исследования..., 1999; Психология предпринимательской деятельности, 1995). Начиная с 1991 г. группа научных сотрудников Института психологии РАН и Московского гуманитарного университета проводит социально-психологические

исследования российских предпринимателей по единой программе (Журавлев, Позняков, 1995; 2012). За это время под руководством члена-корреспондента РАН А. А. Журавлева и профессора В. П. Познякова проведено девять полномасштабных «срезов», в ходе которых было опрошено свыше 1500 российских предпринимателей, представляющих разные регионы России и различные сферы бизнеса. С ростом объемов данных становится очевидной потребность в коллективном ресурсе, где бы аккумулировались собранные эмпирические данные и проводилась работа по их хранению, систематизации, проверке, описанию, переводу в единый формат, удобный для обработки и предоставления для вторичного анализа. Собранные данные представляют научную ценность и свободный доступ к полученной информации повысит научный потенциал и социальную значимость исследовательских проектов.

В 2010 г. группа сотрудников Института психологии РАН под руководством профессо-

* Работа выполнена при поддержке РГНФ (грант № 12-06-12042-в «Информационно-исследовательская база данных «Социальная психология российского предпринимательства»»).

ра В. П. Познякова приступила к реализации проекта по созданию научно-исследовательской базы данных «Социальная психология российского предпринимательства», который получил поддержку и был продолжен в 2013 г. В ходе реализации проекта продолжалась работа по сбору, группировке и систематизации полученных данных, а также по приведению их к сопоставимому виду. Разработан единый классификатор данных для разных этапов социально-психологических исследований российских предпринимателей, разработана структура базы данных (БД) и программа загрузки данных в БД. Созданная БД может использоваться для получения значений конкретных показателей (или группы показателей) в соответствии с конкретными временными и территориальными значениями проведения исследований.

Систематизация данных осуществляется путем единого каталога социально-психологических исследований российских предпринимателей, из которого пользователю предлагается выбрать один или несколько индикаторов для отображения в сводной таблице. Программа выборки из БД позволяет строить сводные таблицы по всему массиву показателей, а также аналитические таблицы, создаваемые на основе пользовательского запроса, предусмотрен гибкий выбор состава отображаемых данных. Пользователь может выбрать несколько показателей, в том числе по разным исследованиям, которые будут сведены в единую таблицу для определенного периода времени.

В статье представлены результаты комплексного исследования по выявлению социально-психологических характеристик российских предпринимателей, различающихся оценками уровня деловой активности. В основе этого исследования лежит авторская научная концепция о психологических отношениях предпринимателей как субъектов деловой активности, согласно которой эти отношения имеют иерархическую структуру, включающую отношения предпринимателей к своей экономической деятельности, к различным ее условиям и сторонам, к самим себе как ее субъектам и к представителям других

социальных групп, с которыми предприниматели связаны партнерскими и иными формами взаимодействия (Позняков, 2001; 2012). При рассмотрении социально-психологических характеристик деловой активности предпринимателей автор опирался на результаты корреляционного и факторного анализа данных, полученных в разные годы на разных выборах, которые позволили выделить в качестве основных три группы характеристик (оценок), различающиеся представленностью разных аспектов временного континуума деятельности: 1) оценка достигнутых результатов (прошлое), 2) оценка успешности своей деятельности (настоящее) и 3) оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса (будущее). При исследовании факторов деловой активности проводится сравнительный анализ внешних, объективных и внутренних, субъективных факторов и их значимости для различных категорий предпринимателей.

В статье представлены результаты вторичного анализа данных, полученных в серии исследований, проведенных в 2007–2012 гг. на территории России. Объектом исследования выступали предприниматели малого и среднего бизнеса различных регионов России (Москва, центральные регионы, Восточная Сибирь, Кавказский регион). Общая численность респондентов — 460 чел., из них 62% мужчин и 38% женщин. Основным инструментом исследования стала программа А. Л. Журавлева и В. П. Познякова, направленная на выявление личностных и социально-психологических особенностей предпринимателей (Журавлев, Позняков, 2002; Позняков, 2010). 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 сборе, обработке и анализе данных на разных этапах исследования участвовали дипломники и аспиранты Института психологии РАН и Высшей школы экономики Т. С. Вавакина, Ю. А. Качелаева, О. И. Титова.

В зависимости от субъективной оценки уровня своей деловой активности на момент проведения опроса предприниматели были

разделены на три группы: низкоактивные (НА), среднеактивные (СА) и высокоактивные (ВА) (диапазон оценки 1–3, 4–5, 6–7 баллов по 7-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. Ценностные ориентации предпринимателей. Отношение к экономическим ценностям.
2. Оценка успешности предпринимательской деятельности и удовлетворенность ее результатами.
3. Оценка внешних и внутренних факторов, влияющих на успешность и развитие бизнеса.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ АНАЛИЗ

Ценностные ориентации предпринимателей. Отношение к экономическим ценностям. Для выявления особенностей ценностных ориентаций предпринимателей мы использовали адаптированный В. А. Ядовым вариант методики М. Рокича. Результаты исследования показали, что для представителей всех трех выделенных нами групп предпринимателей характерна общая структура терминальных ценностей, статистически значимых различий не было выявлено. В число наиболее значимых терминальных ценностей вошли «здоровье», «семья», «материальная

обеспеченность», «уверенность в себе», «работа» и «свобода». Некоторые различия обнаружались в структуре инструментальных ценностей. В группе высокоактивных предпринимателей первое по значимости место занимает ценность «независимость», а второе — «честность». В группе низкоактивных предпринимателей соотношение значимости этих ценностей противоположное ($p < 0,01$). Третье по значимости место в обеих группах занимает ценность «ответственность». Четвертое и пятое места в группе высокоактивных предпринимателей занимают ценности «предприимчивость» и «богатство». В группе низкоактивных предпринимателей эти ценности оказались менее значимыми — седьмое ($p < 0,05$) и восьмое место ($p < 0,01$). Кроме того, в группе высокоактивных предпринимателей более значимой оказалась ценность «собственность» (10-й и 1-й ранги соответственно, $p < 0,01$). Таким образом, для предпринимателей с высокой оценкой своей деловой активности большее значение имеют ценности независимости и материальной обеспеченности. Это подтверждается ответами респондентов на ряд вопросов. При ответе на вопрос, как предприниматели поступят в случае «провала» (крупная неудача, банкротство, ненадежность делового партнера), высокоактивные предприниматели в большей степени 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 финансовых, физических и психологических затрат (табл. 1).

Более высокая значимость экономических ценностей для высокоактивных предпринимателей проявилась и в оценке субъектив-

Таблица 1
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 надежного компаньона	15,0	24,5	27,0
Организация нового дела	56,67	60,6	61,2
Другое	5,0	2,4	0

ной значимости денег (средние значения 6,0 и 5,33 балла по 7-балльной шкале, $p < 0,01$). Кроме того, высокоактивные предприниматели более полно стараются использовать те возможности, которые предоставляют деньги (табл. 2). Оценка субъективной значимости денег по всем представленным позициям выше в группе предпринимателей с высокими оценками собственной деловой активности.

Оценка успешности предпринимательской деятельности и удовлетворенность предпринимательской деятельностью. В наших исследованиях в качестве интегральных показателей психологических отношений предпринимателя использовались оценки успешности предпринимательской деятельности, удовлетворенности экономическими результатами деятельности и работой в целом, а также оценки респондентами уровня реализации поставленных целей, уровня реализации своих способностей и оценки материального состояния семьи и его динамики. Результаты корреляционного анализа показали наличие высокой статистической связи между оценками уровня деловой активности и успешности предпринимательской деятельности ($r = 0,56$, $p < 0,01$). Высокоактивные предприниматели оценивают свою деятельность как более

успешную, чем низкоактивные. Средние значения по 7-балльной шкале составляют 5,55 и 4,12 соответственно ($p < 0,01$).

Между выделенными нами группами предпринимателей обнаружены различия в оценках степени удовлетворенности своей экономической деятельностью. Высокоактивные предприниматели более высоко оценивают удовлетворенность как экономическими результатами своей деятельности, так и своей работой в целом (средние значения оценок по 7-балльной шкале 5,04 и 5,49 балла в группе высокоактивных предпринимателей и 3,64 и 3,82 балла в группе низкоактивных предпринимателей ($p < 0,01$). Характерно, что независимо от оценки уровня деловой активности предприниматели более удовлетворены своей работой в целом, нежели ее экономическими результатами.

Уровень материального благосостояния своей семьи высокоактивные предприниматели оценивают выше, чем низкоактивные (средние значения 4,85 и 3,88 по 7-балльной шкале соответственно, $p < 0,001$). Сходным образом они оценивают и изменения материального уровня семьи: большинство высокоактивных предпринимателей считает, что уровень «скорее возрос», низкоактивных — «остал-

Таблица 2

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ОТВЕТОВ НА ВОПРОС «В КАКОЙ СТЕПЕНИ ДЛЯ ВАС ХАРАКТЕРНО РЕАЛИЗОВАТЬ НИЖЕПЕРЕЧИСЛЕННЫЕ ФУНКЦИИ ДЕНЕГ» (СРЕДНИЙ БАЛЛ ПО 3-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
Обеспечивать чувство безопасности**	1,91	2,31
Удовлетворять любые желания**	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, развлечение, шик**	1,63	1,98
Можно обходиться без денег*	1,23	1,45

Примечание: здесь и далее в таблицах: * $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$.

ся 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.

Особый интерес представляют данные, характеризующие степень самореализации предпринимателей в их бизнесе (табл. 3). Результаты показывают, что оценки удовлетворенности степенью реализации в работе своих целей, способностей, знаний, умений и навыков 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 чем выше уровень усилий, приложенных предпринимателем для достижения поставленных целей, тем выше будет оцениваться достигнутый результат в реализации своих способностей, знаний и умений.

Оценка внешних и внутренних факторов, влияющих на успешность бизнеса. В оценках благоприятности экономических условий для ведения предпринимательской деятельности между сравниваемыми группами были обнаружены статистически значимые различия. Большинство респондентов из группы низко-

активных предпринимателей оценивают их как скорее неблагоприятные. Высокоактивные предприниматели чаще оценивают условия на среднем уровне или выше среднего.

Вместе с тем есть некоторые различия в отношении респондентов к факторам, оказывающим влияние на успешность их бизнеса (табл. 4).

Оценки влияния экономической политики государства, местных органов самоуправления и отношения населения в группе низкоактивных предпринимателей имеют выраженную тенденцию в сторону отрицательных. Данные факторы они склонны воспринимать скорее как препятствующие для успешного бизнеса. С повышением оценки предпринимателями собственных усилий влияние этих факторов на успешность бизнеса оцениваются более позитивно. Характерно, что наиболее высоко оценивают влияние внешних условий на успешность их бизнеса предприниматели со средними оценками уровня деловой активности. Предприниматели с высокими и низкими оценками деловой активности оценивают влияние внешних факторов как менее благоприятное. Этот парадоксальный факт можно интерпретировать как следствие неоднозначности реагирования предпринимателей на неблагоприятные внешние условия. Одни из них склонны снижать уровень деловой активности, а другие, наоборот, повышать. Подтверждением такого объяснения служат более высокие оценки влияния собственных возможностей на успешность бизнеса в группе высокоактивных предпринимателей.

Таблица 3

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ОЦЕНОК УСПЕШНОСТИ И УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ

Переменная	НА	СА	ВА
Успешность предпринимательской деятельности***	4,12	4,67	5,55
Удовлетворенность экономическими результатами***	3,64	4,11	5,04
Удовлетворенность работой в целом***	3,82	4,75	5,49
Степень реализации способностей, ЗУН***	4,24	4,99	5,62
Удовлетворенность уровнем материального состояния***	3,88	4,34	4,85
Удовлетворенность степенью реализации целей***	4,06	4,62	5,37

Таблица 4

СРЕДНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ОЦЕНОК БЛАГОПРИЯТНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ И ВЛИЯНИЯ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА УСПЕШНОСТЬ БИЗНЕСА (ПО 7-БАЛЛЬНОЙ ШКАЛЕ, ГДЕ 1 — «ОЧЕНЬ ПРЕПЯТСТВУЕТ УСПЕШНОСТИ», 7 — «ОЧЕНЬ СПОСОБСТВУЕТ»)

<i>Переменная</i>	<i>НА</i>	<i>СА</i>	<i>ВА</i>
Благоприятность экономических условий для ведения бизнеса в настоящее время***	3,76	4,32	4,86
Влияние экономической политики государства***	2,79	3,73	3,50
Влияние местных органов власти*	2,76	3,58	3,34
Влияние отношения населения**	3,67	4,36	3,97
Влияние взаимоотношений с партнерами***	4,82	5,62	5,49
Влияние собственных усилий на развитие бизнеса*	6,00	6,39	6,47

В пользу такого вывода говорят и различия в отношении к риску и конкуренции и в оценках своей конкурентоспособности и собственных возможностей в повышении успешности бизнеса. При анализе распределений оценок риска в настоящее время между группами не выявилось статистически значимых различий, хотя на уровне тенденции можно отметить более высокие его оценки в группе высокоактивных предпринимателей. Во всех сравниваемых группах оптимальным предприниматели считают уровень немного ниже существующего. Различия между группами проявились в оценках оптимального для респондента уровня риска и в отношении предпринимателей к риску: высокоактивные чаще предпочитают ситуации со средним уровнем риска, а низкоактивные более склонны избегать рискованных ситуаций (табл. 5).

Существенные различия между предпринимателями с разной оценкой уровня своей де-

ловой активности были обнаружены при оценке отношения к конкуренции, напряженности конкуренции в выбранной сфере деятельности и собственной конкурентоспособности. Высокоактивные предприниматели оценивают напряженность конкуренции более высоко, чем низкоактивные (5,38 и 4,21 балла по 7-балльной шкале соответственно, $p < 0,01$), но и степень своей конкурентоспособности оценивают выше (5,75 и 3,82 балла по 7-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.

Распределение ответов на вопрос «оцените степень вашего доверия к государственным структурам / предпринимательским структурам» показало невысокий уровень доверия во всех исследуемых группах (3,22 и 4,13 балла

Таблица 5

ОТНОШЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ К РИСКУ

<i>Переменная</i>	<i>НА</i>	<i>СА</i>	<i>ВА</i>
Степень риска в настоящее время	3,85	4,50	4,61
Оптимальная степень риска**	3,30	3,92	4,29
Степень конкурентоспособности***	3,82	4,51	5,75
Оценка собственных возможностей в повышении успешности бизнеса***	4,42	4,70	5,98

по 7-балльной шкале соответственно). Предприниматели склонны демонстрировать средний уровень доверия, причем с понижением оценки уровня своей деловой активности понижается и степень доверия (табл. 6). Если высокоактивные предприниматели чаще оценивают уровень своего доверия государственным и предпринимательским структурам как средних, то низкоактивные предприниматели организациям обоих типов скорее не доверяют (2,70 и 3,48 балла соответственно, $p < 0,05$).

При оценке степени надежности партнеров наиболее высокие показатели получены в группе предпринимателей со средним уровнем деловой активности. Это вновь говорит о неоднозначной связи между оценками деловой активности и благоприятности условий предпринимательской деятельности. Высокоактивные предприниматели, проявляя большую склонность к риску и конкуренции, большую амбициозность и «агрессивность» в своей деловой активности, вероятно, чаще встречаются с проблемами в партнерских взаимоотношениях.

Выводы. В результате проведенного исследования решена его основная задача: обнаружены статистически значимые различия между группами предпринимателей, различающихся оценками своей деловой активности. 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 пе-

ред собой больше потенциальных возможностей, а имеющиеся ресурсы (например, деньги) они стремятся реализовать более полно. Кроме того, они менее склонны избегать рискованных ситуаций, более позитивно относятся к конкуренции, более высоко оценивают свою конкурентоспособность и собственные возможности в повышении успешности своего бизнеса. Анализ структуры ценностей предпринимателей с различными оценками уровня своей деловой активности дает основания полагать, что высокая значимость таких ценностей, как независимость и материальная обеспеченность, богатство, собственность, деньги, также влияют на уровень деловой активности. В случае если данные ценности занимают главные места в иерархии, предпринимательская деятельность сама по себе может перестать быть формой заработка, становясь отчасти образом жизни. 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. Высокоактивные предприниматели более высоко оценивают результаты своей экономической деятельности и степень самореализации в бизнесе, проявляют более высокую удовлетворенность предпринимательской деятельностью. Таким образом, психологические отношения предпринимателей к различным аспек-

Таблица 6

ОТНОШЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ
С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ К ДОВЕРИЮ

<i>Переменная</i>	<i>НА</i>	<i>СА</i>	<i>ВА</i>
Степень надежности партнеров***	4,36	5,05	4,76
Уровень доверия к государственным структурам***	2,70	3,19	3,12
Уровень доверия к предпринимательским структурам***	3,48	4,04	4,18

там 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.

В результате исследования эмпирически выделена и проанализирована совокупность социально-психологических показателей, которые можно квалифицировать как факторы (детерминанты) деловой активности предпринимателей. Однако проверка этой гипотезы и доказательство положения о том, что выделенные нами социально-психологические характеристики оказывают влияние на уровень деловой активности, требуют продолжения исследований с использованием более тщательных процедур анализа данных, в частности факторного и регрессионного анализа. Результаты свидетельствуют о том, что в ряде случаев взаимосвязь между оценками деловой активности и психологическими отношениями предпринимателей к внешним факторам бизнеса носит неоднозначный и нелинейный характер. В сложившихся в настоящее время в России в целом неблагоприятных условиях для ведения бизнеса предприниматели выбирают различные стратегии своего экономического поведения: одни снижают деловую активность, выжидая более благоприятных условий, другие, наоборот, повышают ее, проявляя более высокую склонность к риску и конкуренции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1995) Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М. : Изд-во «Институт психологии РАН».

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (2002) Программа социально-психологического исследования российских предпринимателей // Современная психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 5. Программы и методики психологического исследования личности и группы / отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Изд-во

«Институт психологии РАН». С. 90–110.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (2012) Социальная психология российского предпринимательства : Концепция психологических отношений. М. : Изд-во «Институт психологии РАН».

Позняков, В. П. (2001) Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М. : Изд-во «Институт психологии РАН».

Позняков, В. П. (2010) Программы и методики социально-психологического исследования российских предпринимателей. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та.

Позняков, В. П. (2012) Психологические отношения индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности // Психологический журнал. Т. 33. № 5. С. 5–15.

Психология предпринимательской деятельности (1995) / под ред. В. А. Бодрова. М. : Институт психологии РАН.

Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства (1999) / отв. ред. А. Л. Журавлев, Е. В. Шорохова. М. : Институт психологии РАН.

Дата поступления: 15.08.2013 г.

THE SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL CHARACTERISTICS OF RUSSIAN ENTREPRENEURS WITH DIFFERENT LEVELS OF BUSINESS ACTIVITY

V. P. Pozniakov

(The Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences, Moscow University for the Humanities)

The article presents the results of a study of social and psychological factors of the business activity of Russian entrepreneurs. The author analyzes the features of businessmen's attitude to their economic activity depending on the evaluation of its several characteristics.

Keywords: psychological attitudes, business activity, the psychology of entrepreneurship.

BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATION)

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (1995) Delovaya aktivnost' predprinimatelei: metody otsenki i vozdeistviia. M. : Izd-vo «Institut psikhologii RAN».

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (2002) Programma sotsial'no-psikhologicheskogo issledovaniia rossiiskikh predprinimatelei // Sovremennaiia psikhologii: sostoianie i perspektivy issledovaniia. Ch. 5. Programmy i metodiki psikhologicheskogo issledovaniia lichnosti i gruppy / отв. red. A. L. Zhuravlev. M. : Izd-vo «Institut psikhologii RAN». S. 90–110.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (2012) Sotsial'naiia psikhologiiia rossiiskogo predprinimatel'stva : Kontseptsiiia psikhologicheskikh otnoshenii. M. : Izd-vo «Institut psikhologii RAN».

Pozniakov, V. P. (2001) Psikhologicheskie otnosheniia i delovaia aktivnost' rossiiskikh predprinimatelei. M. : Izd-vo «Institut psikhologii RAN».

Pozniakov, V. P. (2010) Programmy i metodiki sotsial'no-psikhologicheskogo issledovaniia rossiiskikh predprinimatelei. M. : Izd-vo Mosk. gumanit. un-ta.

Pozniakov, V. P. (2012) Psikhologicheskie otnosheniia individual'nykh i gruppovykh sub'ektov sovместnoi zhiznedeiatel'nosti // Psikhologicheskii zhurnal. T. 33. № 5. S. 5–15.

Psikhologiiia predprinimatel'skoi deiatel'nosti (1995) / pod red. V. A. Bodrova. M. : Institut psikhologii RAN.

Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva (1999) / otv. red. A. L. Zhuravlev, E. V. Shorokhova. M. : Institut psikhologii RAN.