

## Социальная психология российского предпринимательства. Разработка информационно-исследовательской базы данных

В. П. Позняков

(Московский гуманитарный университет),

Н. Н. Познякова

(ЗАО «РОССИЙСКИЕ НАУКОЕМКИЕ ТЕХНОЛОГИИ»),

С. В. Тихомирова

(Институт психологии РАН)

*В статье излагаются результаты работы научного коллектива по реализации научно-исследовательского проекта, направленного на создание информационно-исследовательской базы данных «Социальная психология российского предпринимательства».*

*Ключевые слова: информационная система, социальная психология, российские предприниматели, психологические отношения, деловая активность.*

Сегодня во всем мире идет процесс интенсивного создания электронных баз данных, библиотек и соответствующих справочно-информационных систем. В иноязычном Интернете широко представлены справочные и образовательные ресурсы на английском и многих других языках по различным проблемам экономической психологии, в том числе психологии предпринимательства. Совместный проект Института психологии РАН и Московского гуманитарного университета предполагает публикацию обширного материала по малоизвестным, труднодоступным данным, полученным в результате многолетних исследований, проведенных группой исследователей по единой программе в ряде регионов России. Исследование проводится при финансовой поддержке РГНФ (грант № 12-06-12042-в, проект «Информационно-исследовательская база данных „Социальная психология российского предпринимательства“»).

В мировой науке накоплен определенный опыт психологических исследований предпринимателей и предпринимательской деятельности (Дж. Баум, Р. Бэрн, Р. Брокхаус, К.-Э. Вернерид, Р. Кирзнер, С. Шейн и др.). Есть и попытки описания психологического портрета типичного предпринимателя (К. Грей, В. Зомбарт, М. Кетс де Врис, Р. Хизрич, М. Питерс и др.).

Однако в этих исследованиях основное внимание уделялось изучению социальных характеристик предпринимательства (социальное происхождение, особенности воспитания и образования, прежний опыт работы, предпочтительные сферы бизнеса и т. д.). Кроме того, полученные данные характеризуют социально-психологические особенности зарубежных предпринимателей, прежде всего американских, и не могут рассматриваться как релевантные для задачи исследования психологии российских предпринимателей.

В российской науке исследованием психологических особенностей российского предпринимательства занимались В. А. Бодров (Психология предпринимательской деятельности, 1995), Е. П. Ермолаева (Ермолаева, 1996), А. А. Журавлев и В. П. Позняков (Журавлев, Позняков, 1993, 1995, 2002), А. Б. Купрейченко (Купрейченко, 2001), В. В. Новиков и В. В. Марченко (Новиков, Марченко, 1998), О. И. Титова (Титова, 2007), Е. Б. Филинкова (Филинкова, 2001), А. Е. Чирикова (Чирикова, 1998) и др. Однако конкретных эмпирических исследований, посвященных социально-психологическому анализу личности предпринимателей, до сих пор крайне мало, а их результаты известны лишь узкому кругу специалистов и недостаточно систематизированы. Это связано прежде всего с тем, что предпринима-

тели являются чрезвычайно сложным и труднодоступным объектом для психологического исследования. Результаты ранее проведенных исследований говорят о том, что предпринимательство в России имеет отличительные особенности, в том числе социально-психологические. Эти особенности связаны со спецификой исторического развития России, национальными традициями и современным состоянием экономики, политики и культуры российского общества. Поэтому мы предполагаем возможным проявление региональных и гендерных особенностей в исследуемых феноменах социальной психологии российских предпринимателей.

Разработка информационно-исследовательской базы данных и последующее создание и внедрение информационной системы в сети Интернет с учетом системных и функциональных свойств объекта исследования и современных информационных технологий обеспечивается участием в проекте высококвалифицированных специалистов в области информационных технологий, что, в свою очередь, создаст принципиально новые возможности для изучения процесса формирования и развития предпринимательства в России. Предлагаемый исследовательский проект является продолжением серии эмпирических исследований, выполненных сотрудниками лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН начиная с 1991 г. (Журавлев, Позняков, 1993, 1994, 1995). В рамках этих исследований изучались мотивы выбора предпринимательской деятельности, цели и ценностные ориентации российских предпринимателей, их отношения с партнерами по бизнесу и т. д. Эти исследования способствовали выявлению социально-психологических особенностей российских предпринимателей и тех трудностей, с которыми они сталкиваются. В частности, в 1997 г. было выполнено первое исследование региональных особенностей социальной психологии российских предпринимателей (Позняков, 1999). При этом выявились значительные различия по целому ряду исследуемых параметров между предпринимателями, представляющими различные регионы России. Начиная

с 2001 г. особое внимание уделяется исследованию гендерных особенностей российских предпринимателей (Позняков, Титова, 2002; Журавлев, Позняков, Титова, 2008). Результаты этих исследований частично опубликованы в академических научных изданиях и доложены на ряде российских и международных научных конференций. Под научным руководством В. П. Познякова защищены три кандидатские диссертации по социальной психологии российских предпринимателей (Филинкова, 2001; Титова, 2007; Вавакина, 2011).

Сравнительный анализ результатов эмпирических исследований, выполненных по единой программе с временным интервалом, позволит проследить тенденции и выявить закономерности становления социально-психологических особенностей новых российских предпринимателей с учетом влияния регионального и гендерного факторов. Электронная версия монографии В. П. Познякова «Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей» (Позняков, 2001), по данным экспертов, являлась одной из наиболее востребованных публикаций Отделения философии, социологии и психологии РАН в сети Интернет, а полученные в ходе выполненных за последние 20 лет исследований эмпирические данные представляют большой интерес как для исследователей, так и для студентов вузов и практических специалистов.

Актуальность проекта обусловлена необходимостью получения системных знаний о социально-психологических закономерностях и механизмах формирования относительно новой социальной группы российского общества — российских предпринимателей. Экономическая и политическая активность представителей этой группы оказывает значительное влияние на динамику социально-экономических изменений. Однако сами российские предприниматели до сих пор не стали объектом полномасштабных, регулярных социально-психологических исследований. Высокая динамичность межрегиональных и международных контактов в современной экономике ставит перед обществом важную задачу — оптимизации делового и межлично-

стного взаимодействия в сфере бизнеса. Включение в бизнес все большего числа предпринимателей-женщин актуализирует необходимость изучения гендерных аспектов делового и межличностного взаимодействия в предпринимательской среде. В связи с этим встает важная научная проблема изучения социально-психологических особенностей российских предпринимателей, в том числе обусловленных региональной спецификой социально-экономических условий экономической деятельности и гендерной принадлежностью предпринимателей. Важной социальной проблемой современного российского общества является оптимизация взаимоотношений между представителями различных социально-экономических групп: предпринимателей, наемных работников, государственных чиновников и т. д. Для решения этой проблемы чрезвычайно актуальной научной задачей является изучение взаимных образов, групповых стереотипов, складывающихся в процессе взаимодействия между представителями этих социальных групп, с целью последующей их коррекции и оптимизации.

Целью предлагаемого проекта является изучение особенностей социальной психологии российских предпринимателей с учетом региональной специфики и различий, обусловленных гендерной принадлежностью. Фундаментальное значение проекта заключается в том, что при его реализации предполагается впервые показать возможность системного изучения социально-психологических характеристик российских предпринимателей как большой социальной группы.

Предлагаемый проект направлен на решение как сугубо научных, так и прикладных проблем. В результате реализации проекта будет создан информационный ресурс, имеющий задачей систематизированное представление данных социально-психологических исследований российского предпринимательства, в том числе исследований, проводимых группой научных сотрудников Института психологии РАН и Московского гуманитарного университета на протяжении последних 20 лет, т. е. фактически с самого момента появления представителей этой социальной

группы в российском обществе. За это время группой исследователей под руководством члена-корреспондента РАН А. Л. Журавлева и профессора В. П. Познякава проведено 11 полномасштабных «срезов», в ходе которых было опрошено свыше 2000 российских предпринимателей, представляющих разные регионы России и различные сферы бизнеса. Поэтому вторая, отчасти техническая проблема, решаемая в рамках данного проекта, связана со сбором, хранением, систематизацией и распространением в электронной форме больших объемов эмпирических данных, полученных в ходе обследования представителей такой труднодоступной для исследования социальной группы, как предприниматели.

Проект предполагает разработку, создание, внедрение и поддержку интернет-ресурса. Реализация проекта позволит представить результаты исследований российских предпринимателей, выполняемых группой высококвалифицированных специалистов из разных регионов страны по единой программе на протяжении 20 лет, а также предоставить доступ к информации об этих результатах всем заинтересованным пользователям сети Интернет. В основе предлагаемого проекта исследования лежит авторская научная концепция о психологических отношениях предпринимателей как субъектов деловой активности, согласно которой эти отношения имеют иерархическую структуру, включающую отношение 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, 2000, 2001, 2010). Для решения поставленных исследовательских задач используется оригинальная авторская программа социально-психологического исследования российских предпринимателей (Журавлев, Позняков, 2002; Позняков, 2010). Основным методом сбора исходной эмпирической информации является стандартизированное интервью по специально разработанному вопроснику, а также психологические шкалы и тесты для оценки индивидуальных особенностей личности.

В качестве исследуемых социально-психологических показателей в программу включены мотивы выбора предпринимательской деятельности, ценностные ориентации и социальные установки в сфере предпринимательской деятельности, оценки внешних экономических условий и собственных возможностей в обеспечении успеха своего бизнеса, отношение к риску и конкуренции, характер взаимоотношений с партнерами по предпринимательской деятельности, включая представителей как государственных, так и предпринимательских структур, отношение к риску, конкуренции и неудачам в предпринимательской деятельности, оценки уровня деловой активности, успешности своей предпринимательской деятельности и удовлетворенность ее результатами. Выделение этих показателей в качестве исследуемых переменных связано с тем, что, как показали результаты ранее проведенных исследований, именно они характеризуют социально-психологические особенности предпринимателей как новой социальной группы.

Статистическая обработка результатов исследования производится на персональных компьютерах с использованием стандартных пакетов программ обработки данных. При теоретическом анализе и интерпретации полученных данных предполагается использовать не только количественные, но и качественные методы: историко-теоретический, герменевтический, тезаурусный, что позволяет придать результатам анализа фундаментальный характер.

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. Создание информационно-исследовательской базы данных социально-психологического мониторинга осуществляется поэтапно.

На предыдущем этапе работы в рамках проекта РГНФ «Российские предприниматели в изменяющемся обществе: Возобновляемая электронная база данных социально-психологического мониторинга» (грант №09-06-12148в) проведена работа по разработке и созданию следующих модулей информационной системы «Российские предприниматели в изменяющемся обществе». В настоящее время в рамках проекта подготовлены следующие информационные модули: *Социальная психология предпринимательства: состояние исследований и современные тенденции развития психологии предпринимательства* — представлены результаты теоретического анализа современного состояния исследований по психологии предпринимательства; *Избранная библиография* — избранная библиография по психологии предпринимательства на русском языке; Программа исследования социально-психологических особенностей российских предпринимателей — базовый вариант методики стандартизированного опроса российских предпринимателей и изменения, вносившиеся в него на разных этапах исследования; *Гендерные особенности социально-психологических характеристик российских предпринимателей* — теоретический анализ, программа и результаты эмпирических исследований социально-психологических характеристик особенностей предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин, проводившихся в 1997–2008 гг. в разных регионах России; *Социально-психологические характеристики деловой активности российских предпринимателей: структура, динамика, региональные особенности* — результаты анализа социально-психологических факторов — регуляторов деловой активности российских предпринимателей в условиях социально-экономических изменений в российском обществе.

Сведения об информационных ресурсах по электронной базе данных социально-психологического мониторинга размещены на официальном сайте Московского гуманитарного университета в разделе «Научная деятельность» и на сайте Института психологии РАН «Российские предприниматели в изме-

няющемся обществе: Возобновляемая электронная база данных социально-психологического мониторинга». Выполненная работа сделала результаты проведенных исследований доступными для широкого круга научных и практических работников, а также студентов, аспирантов и преподавателей вузов и создала возможность для дальнейшего углубленного анализа полученных данных, который предполагается выполнить в рамках настоящего проекта.

На первом этапе реализации проекта проведена большая работа по сбору, группировке и систематизации полученных данных, а также по приведению данных к сопоставимому виду. После анализа собранных данных разработан единый классификатор данных для разных этапов социально-психологических исследований российских предпринимателей, разработана структура базы данных (БД). Следующей задачей является разработка программ загрузки данных в БД и выборки данных из БД для статистической обработки. С помощью этих программ будет обеспечена возможность загрузки данных в БД, формирование дерева показателей, необходимых для описания результатов выполненных исследований, их редактирования и выявления ошибок в структуре данных, экспорта в программы статистической обработки данных.

На втором этапе предполагается предоставить доступ к информации о результатах исследований всем заинтересованным пользователям сети Интернет. На этом этапе будут выполнены следующие работы: постановка задачи создания сайта (информационной системы); разработка информационной структуры сайта; разработка эскизов дизайна главной и внутренней типовой страниц сайта; разработка и настройка программных модулей, верстка страниц, настройка системы управления содержимым сайта; тестирование функциональной работы сайта; наполнение сайта информацией; ввод сайта в эксплуатацию; проведение мероприятий по регистрации и продвижению сайта. В рамках реализации проекта предполагается разработка и создание сайта, содержащего следующие модули

информационной системы «Российские предприниматели в изменяющемся обществе»:

1) *Состояние и перспективы развития социально-психологических исследований российского предпринимательства* — реферативный обзор исследований по психологии предпринимательства, в том числе выполненных в последние годы, обновленная библиография по психологии предпринимательства; в специальном разделе будут представлены авторефераты кандидатских и докторских диссертаций по психологии российского предпринимательства и смежным проблемам;

2) *Программы и методики социально-психологических исследований российских предпринимателей* — описание программ социально-психологических исследований российских предпринимателей и результатов эмпирических исследований, выполненных участниками проекта;

3) *Социально-психологические характеристики российских предпринимателей в изменяющемся обществе* — в развернутом виде представлены результаты эмпирических исследований социальной психологии российских предпринимателей, в том числе дипломных работ, магистерских и кандидатских диссертаций, выполненных под руководством отдельных участников проекта;

4) *Динамика социально-психологических характеристик российских предпринимателей* — результаты отдельных «срезов», выполненных начиная с 1992 г.;

5) *Региональные особенности социально-психологических характеристик российских предпринимателей* — результаты опросов, проведенных по единой программе в различных регионах России (Москва, Центральный регион, Восточная Сибирь и Северный Кавказ);

6) *Гендерные особенности социально-психологических характеристик российских предпринимателей* — результаты, полученные в разные годы и в разных регионах на выборках предпринимателей-мужчин и предпринимателей-женщин;

7) *Особенности социально-психологических характеристик российских предприни-*

мателей, представляющих разные сферы бизнеса — результаты, полученные в разные годы и в разных регионах на выборках предпринимателей, занимающихся различными видами бизнеса (производство, торговля, обслуживание и т. д.;

8) *Избранная библиография* — библиография по психологии предпринимательства на русском и английском языках.

На третьем этапе предполагается выполнение следующих работ: регулярное и постоянное изучение посещаемости сайта с помощью сервиса Google Analytics; регистрация пользователей сайта, сбор предложений по изменению функциональных возможностей сайта у заинтересованных лиц, анализ отзывов посетителей сайта; корректировка целей, задач, образа сайта; модернизация сайта. Создание электронной информационно-исследовательской базы данных позволит предоставить доступ к собранной и систематизированной научной информации широкому кругу потенциальных пользователей в глобальной сети Интернет: исследователей, преподавателей, политиков, экономистов, менеджеров, государственных служащих, издателей, студентов и др. Таким образом, коллективными пользователями проекта выступают научно-исследовательские организации и их подразделения, высшие учебные заведения, а также федеральные и региональные организации, занимающиеся поддержкой и развитием малого и среднего бизнеса в России.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Вавакина, Т. С. (2011) Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству : дис. ... канд. психол. наук. М. Ермолаева, Е. П. (1996) Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. М. : Академия.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1993) Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. Т. 14. № 6. С. 23–34.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1994) Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. № 5. С. 61–68.
- Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1995) Деловая активность предпринимателей: методы

оценки и воздействия. М. : 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 : материалы юбилейной науч. конф. ИП РАН / отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Институт психологии РАН. С. 90–110.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П., Титова, О. И. (2008) Гендерные особенности конкуренции и партнерства // Наука — Культура — Общество. № 4. С. 102–115.

Купрейченко, А. Б. (2001) Отношение личности к соблюдению нравственных норм в зависимости от психологической дистанции (у менеджеров и предпринимателей) : дис. ... канд. психол. наук. М.

Новиков, В. В., Марченко, В. В. (1998) История возникновения и становления социальной психологии предпринимательства. Ярославль : МАПН ; ЯрГУ.

Позняков, В. П. (1999) Региональные особенности психологических отношений российских предпринимателей к своей деятельности // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства / под ред. А. Л. Журавлева, Е. В. Шороховой. М. : Институт психологии РАН. С. 68–89.

Позняков, В. П. (2000) Психологические отношения субъектов экономической деятельности. М. : Институт психологии РАН.

Позняков, В. П. (2001) Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М. : 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., Титова, О. И. (2002) Психологические отношения российских предпринимателей: гендерные особенности // Вестник РГНФ. № 3. С. 162–173.

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

Титова, О. И. (2007) Гендерные различия в отношениях российских предпринимателей к конкуренции и партнерству : дис. ... канд. психол. наук. М.

Филинкова, Е. Б. (2001) Социально-психологические характеристики предпринимателей

с разным уровнем удовлетворенности предпринимательской деятельностью : дис. ... канд. психол. наук. М.

Чирикова, А. Е. (1998) Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал. Т. 19. № 1. С. 62–74.

*INFORMATION AND RESEARCH DATABASE  
«THE SOCIAL PSYCHOLOGY OF RUSSIAN  
ENTREPRENEURSHIP»*

*V. P. Pozniakov*

*(Moscow University for the Humanities),*

*N. N. Pozniakova*

*(CJSC «Russian Science-intensive Technologies»),*

*S. V. Tikhomirova*

*(The Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences)*

The article presents the results of the work of the research team for the implementation of a research project aimed at the creation of Information and Research Database «The Social Psychology of Russian Entrepreneurship».

Keywords: information system, social psychology, Russian entrepreneurs, psychological relationships, business activity.

*BIBLIOGRAPHY (TRANSLITERATION)*

Vavakina, T. S. (2011) Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству : дис. ... канд. психол. наук. М.

Ermolaeva, E. P. (1996) Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. М. : Академия.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (1993) Социально-психологические трудности развития малого бизнеса в России // Психологический журнал. Т. 14. № 6. С. 23–34.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (1994) Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. № 5. С. 61–68.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (1995) Деловая активность предпринимателей: методы отсенок и воздействия. М. : Институт психологии РАН.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P. (2002) Программа социально-психологического исследования российских предпринимателей // Современная психология: состояние и перспективы исследования. Ч. 5.

Programmy i metodiki psikhologicheskogo issledovaniia lichnosti i gruppy : materialy iubiloinoi nauch. konf. IP RAN / otv. red. A. L. Zhuravlev. M. : Institut psikhologii RAN. S. 90–110.

Zhuravlev, A. L., Pozniakov, V. P., Titova, O. I. (2008) Gendernye osobennosti konkurentsii i partnerstva // Nauka — Kul'tura — Obshchestvo. № 4. S. 102–115.

Kupreichenko, A. B. (2001) Otnoshenie lichnosti k sobliudeniui npravstvennykh norm v zavisimosti ot psikhologicheskoi distantsii (u menedzherov i predprinimatelei) : dis. ... kand. psikhol. nauk. M.

Novikov, V. V., Marchenko, V. V. (1998) Istoriia vznikenoviia i stanovleniia sotsial'noi psikhologii predprinimatel'stva. Iaroslavl' : MAPN ; IarGU.

Pozniakov, V. P. (1999) Regional'nye osobennosti psikhologicheskikh otnoshenii rossiiskikh predprinimatelei k svoei deiatel'nosti // Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia rukovodstva i predprinimatel'stva / pod red. A. L. Zhuravleva, E. V. Shorokhvoi. M. : Institut psikhologii RAN. S. 68–89.

Pozniakov, V. P. (2000) Psikhologicheskie otnosheniia sub'ektov ekonomicheskoi deiatel'nosti. M. : Institut psikhologii RAN.

Pozniakov, V. P. (2001) Psikhologicheskie otnosheniia i delovaia aktivnost' rossiiskikh predprinimatelei. M. : 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., Titova, O. I. (2002) Psikhologicheskie otnosheniia rossiiskikh predprinimatelei: gendernye osobennosti // Vestnik RGNF. № 3. S. 162–173.

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

Titova, O. I. (2007) Gendernye razlichiiia v otnosheniakh rossiiskikh predprinimatelei k konkurentsii i partnerstvu : dis. ... kand. psikhol. nauk. M.

Filinkova, E. B. (2001) Sotsial'no-psikhologicheskie kharakteristiki predprinimatelei s raznym urovnem udovletvorennosti predprinimatel'skoi deiatel'nost'iu : dis. ... kand. psikhol. nauk. M.

Chirikova, A. E. (1998) Psikhologicheskie osobennosti lichnosti rossiiskogo predprinimatelia // Psikhologicheskii zhurnal. Т. 19. № 1. С. 62–74.