

Отношение предпринимателей к принципам и нормам социального взаимодействия и оценка эффективности делового партнерства*

Т. С. Вавакина

(Высшая школа психологии, Институт психологии РАН),

В. П. Позняков

(Институт психологии РАН, Московский гуманитарный университет),

И. И. Иванов

(Московский гуманитарный университет)

Данная статья продолжает изложение результатов серии проведенных авторами исследований социально-психологических факторов делового партнерства в бизнесе (2008–2012 гг.).

Деловое партнерство определяется как социальное взаимодействие экономически самостоятельных субъектов, основанное на объединении усилий деловых партнеров, направленных на реализацию их деловых интересов в рамках совместной экономической деятельности. Деловое партнерство — это сложный многоаспектный феномен, который не сводится исключительно к интеграции субъектов, обусловленной экономической необходимостью. Оно может сочетать в себе различные виды взаимодействия, в том числе и сотрудничество, и конкуренцию. Социально-психологическая функция делового партнерства заключается в стабилизации взаимоотношений экономически независимых субъектов за счет привнесения элементов интеграции в их взаимодействие. При этом происходят образование норм этого взаимодействия, выработка взаимных договоренностей и обязательств.

В статье представлены результаты эмпирического исследования (2012 г.), посвященного изучению социально-психологических факторов эффективности делового партнерства предпринимателей. Теоретической основой исследования выступает концепция психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности и экономической деятельности. В качестве показателей эффективности делового партнерства рассматриваются оценки успешности делового взаимодействия, удовлетворенность процессом взаимодействия с деловыми партнерами и оценки эмоциональной удовлетворенности и неудовлетворенности взаимодействием с партнерами. В качестве социально-психологических факторов эффективности делового партнерства рас-

* Статья подготовлена при финансовой поддержке РФНФ (грант № 12-06-12042в, «Информационно-исследовательская база данных «Социальная психология российского предпринимательства»; грант № 12-06-18012е, «Образ российского делового партнера: региональные, гендерные и социально-психологические особенности»).

The article was prepared with financial support from Russian Foundation for the Humanities (grant No. 12-06-12042в "Information-Research Database „The Social Psychology of Russian Entrepreneurship“"; grant № 12-06-18012е "The Image of the Russian Business Partner: The Regional, Gender and Socio-psychological Features").

сма­тривают­ся раз­лич­ные ха­рак­те­ри­сти­ки де­ло­во­го вза­им­о­дей­ствия и вза­им­о­от­но­ше­ний ме­жду парт­не­ра­ми, и в част­но­сти их от­но­ше­ние к прин­ци­пам и нор­мам вза­им­о­дей­ствия.

Ис­сле­до­ва­ние по­ка­за­ло, что эф­фек­тив­но­сти де­ло­во­го парт­нер­ства спо­соб­ст­вуют ори­ен­та­ция на нрав­ствен­ность, спра­вед­ли­вость, ра­вен­ство и вза­им­ность как прин­ци­пы вза­им­о­дей­ствия. Пре­пят­ст­вуют эф­фек­тив­но­сти до­пус­ти­мость во вза­им­о­дей­ствии ма­ни­пу­ли­ро­ва­ния, скры­тно­сти, ли­це­ме­рия и вли­я­ния парт­не­ров друг на друга.

Клю­че­вые сло­ва: рос­сий­ские пред­при­ни­ма­те­ли, со­ци­аль­ная пси­хо­ло­гия, э­ко­но­ми­че­ская пси­хо­ло­гия, пси­хо­ло­гия пред­при­ни­ма­тель­ства, со­ци­аль­ное вза­им­о­дей­ствие, де­ло­вое парт­нер­ство, пси­хо­ло­ги­че­ские от­но­ше­ния, ма­ни­пу­ли­ро­ва­ние, ли­це­ме­рие, фак­то­ры эф­фек­тив­но­сти, удо­вле­тво­ре­ность.

Вве­де­ние

К изу­че­нию со­ци­аль­ной пси­хо­ло­гии рос­сий­ских пред­при­ни­ма­те­лей од­ни­ми из пер­вых в от­еч­ес­т­вен­ной на­уке об­ра­ти­лись А. Л. Жу­рав­лев и В. П. По­з­ня­ков. Ис­сле­до­ва­ния со­ци­аль­но-пси­хо­ло­ги­че­ских про­б­лем ста­нов­ле­ния ма­ло­го биз­не­са в Рос­сии, ме­ста рос­сий­ских пред­при­ни­ма­те­лей в со­ци­аль­ной струк­ту­ре рос­сий­ско­го об­щес­тва, со­ци­аль­но-пси­хо­ло­ги­че­ских фак­то­ров де­ло­вой ак­тив­но­сти рос­сий­ских пред­при­ни­ма­те­лей (Жу­рав­лев, По­з­ня­ков, 1995) и ус­пеш­но­сти пред­при­ни­ма­тель­ской дея­тель­но­сти фак­ти­че­ски за­ло­жи­ли ос­но­вы но­во­го на­уч­но­го на­прав­ле­ния, воз­ник­ше­го как ме­ждис­ци­п­ли­нар­ная об­ла­сть зна­ний на сты­ке со­ци­аль­ной и э­ко­но­ми­че­ской пси­хо­ло­гии — со­ци­аль­ной пси­хо­ло­гии пред­при­ни­ма­тель­ства (По­з­ня­ков, 2002ab). Би­блио­гра­фия по этой теме до­ступ­на на сай­те ба­зы дан­ных «Со­ци­аль­ная пси­хо­ло­гия рос­сий­ско­го пред­при­ни­ма­тель­ства», раз­ра­бо­тан­ной ав­то­ра­ми дан­ной ста­тьи (см.: Из­бран­ная би­блио­гра­фия, Э­лек­тр. ре­сур­с).

...

Де­ло­вое парт­нер­ство

Дан­ная ста­тья про­дол­жа­ет из­ло­же­ние ре­зуль­та­тов се­рии про­ве­ден­ных ав­то­ра­ми ис­сле­до­ва­ний со­ци­аль­но-пси­хо­ло­ги­че­ских фак­то­ров де­ло­во­го парт­нер­ства в биз­не­се (По­з­ня­ков, Ва­ва­ки­на, 2010; Ва­ва­ки­на, 2011; 2013a: Э­лек­тр. ре­сур­с; 2013b). Де­ло­вое парт­нер­ство мы оп­ре­де­ля­ем как

форму деловой активности, проявляющуюся во взаимодействии с другими субъектами в процессе реализации деловых интересов участников в рамках их совместной экономической деятельности. ...

.....

Вопросы деловых отношений волновали деятелей в XVII в. (ГА РФ. Ф. 1, Оп. 1, л. 11). ...

...

Результаты корреляционного анализа выявили ряд взаимосвязей переменных, полученных в результате факторного анализа, с различными характеристиками делового взаимодействия и взаимоотношений между партнерами (см. таблицу 1).

Таб. 1. Коэффициенты корреляции между факторами эффективности делового партнерства и оценками различных характеристик делового партнерства

Table 1. The Coefficients of Correlation between the Factors of Business Partnership Efficiency and Assessments of Various Characteristics of Business Partnership

Принципы и нормы делового партнерства	Успешность ДП		Эмоции	
	F1 процесс	F2 результат	F3 положительные	F4 отрицательные
Равенство	0,183*	0,216**		
Взаимность	0,149*		0,244**	
Справедливость	0,212**			
Прагматичность	0,220**			
Нравственность	0,228**	0,164*		
Влияние		-0,169*		
Манипулирование				0,220**
Скрытность	- 0,180*		-0,186*	
Лицемерие		-0,183*		

Примечание: p — уровень значимости корреляции: *** p <= 0,001; ** p <= 0,01; * p < 0,05. Извлечение из матрицы интеркорреляций: приведены только значимые корреляции, N=177–179.

...

Выводы

Подводя итоги, отметим, что эффективности делового партнерства способствуют ориентация на нравственность, справедливость, равенство и взаимность как принципы взаимодействия. Препятствуют эффективности допустимость во взаимодействии манипулирования, скрытности, лицемерия и влияния. Таким образом, деловым людям стоит более внимательно относиться к выявленным факторам, чтобы совместное дело было результативным, а деловые партнеры — удовлетворены и результатами взаимодействия, и взаимоотношениями друг с другом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Вавакина, Т. С. (2011) Типы психологического отношения российских предпринимателей к деловому партнерству : автореф. дис. ... канд. психол. наук. М. 24 с.

Вавакина, Т. С. (2013а) Анализ представлений российских предпринимателей о деловом партнере и отношения к нему: региональные и гендерные особенности [Электронный ресурс] // Социально-экономические и психологические проблемы управления : Сб. научных статей по мат. I (IV) Международной научно-практической конференции, проходившей в Московском городском психолого-педагогическом университете с 23 по 25 апреля 2013 года / под общей ред. М. Г. Ковтунович. М. : МГППУ, 2013. Ч. 1. URL: http://psyjournals.ru/files/63161/9_Vavakina.pdf [архивировано в WebCite] (дата обращения: 13.01.2014).

Вавакина, Т. С. (2013b) Деловая культура, нормы и принципы делового партнерства в среде российских предпринимателей // Знание. Понимание. Умение. № 4. С. 220–226.

Журавлев, А. Л., Позняков, В. П. (1995) Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М. : Изд-во Института психологии РАН. 58 с.

Избранная библиография [Электронный ресурс] // Социальная психология российского предпринимательства. URL: <http://smepsychology.ru/cntnt/right-column/izbrannaya-bibliografiya.html> [архивировано в WebCite] (дата обращения: 13.01.2014).

Позняков, В. П. (2002а) Психологические отношения в условиях изменения форм собственности : дис. ... д-ра психол. наук. М. 346 с.

Позняков, В. П. (2002b) Социальная психология предпринимательства // Социальная психология : учеб. пособие для вузов / отв. ред. А. Л. Журавлев. М. : Пер Сэ. 351 с. С. 331–350.

Позняков, В. П., Вавакина, Т. С. (2010) Взаимосвязь психологических отношений предпринимателей к деловому партнерству и их ценностных ориентаций // Социальная психология труда: Теория и практика / отв. ред. А. Л. Журавлев, Л. Г. Дикая. М. : Изд-во Института психологии РАН. Т. 2. 442 с. С. 397–420.

Дата поступления: 20.03.2014 г.

Entrepreneurs' Attitude to the Principles and Norms of Social Interaction and Assessment of Business Partnership Efficiency

T. S. Vavakina

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

V. P. Poznyakov

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

I. I. Ivanov

(Moscow University for the Humanities)

The article continues the presentation of the results of a series of the authors' research on the socio-psychological factors of business partnership (2008–2012).

Business partnership is defined as a social interaction of economically independent subjects that is based on the joining efforts of business partners. These efforts are aimed at the realization of their business interests in the framework of a joint economic activity. Business partnership is a complex multidimensional phenomenon, which cannot be reduced just to subjects' integration stipulated by economic necessity. It can combine different kinds of interactions, including both cooperation and competition. The socio-psychological function of business partnership is the stabilization of interrelations between economically independent subjects by means of incorporating integrative elements into their interaction with subsequent emergence of the norms of such interaction and development of joint agreements and liabilities.

The article presents the results of an empirical research (2012) dedicated to the study of the socio-psychological factors of entrepreneurs' business partnership efficiency. The theoretical basis for the research is the conception of psychological relationships of individual and group subjects of joint vital and economic activity. Evaluations of the success of business interaction, satisfaction with the process of interaction with business partners, criteria of emotional satisfaction and dissatisfaction with the interaction with partners are considered to be the key factors of business partnership efficiency. Different characteristics of business interaction and interrelations between partners, in particular, their attitude toward the principles and norms of interaction are considered to be the socio-psychological factors of business partnership efficiency.

The study showed that such factors as commitment to morality, justice, equality and mutuality as the principles of interaction promote the efficiency of business partnership. Tolerance for manipulation, secrecy, and hypocrisy as well as partners' influence on each other hamper the efficiency.

Keywords: Russian entrepreneurs, social psychology, economic psychology, psychology of entrepreneurship, social interaction, business partnership, psychological relations, manipulation, hypocrisy, efficiency factors, satisfaction.

REFERENCES

Vavakina, T. S. (2011) *Tipy psikhologicheskogo otnosheniia rossiiskikh predprinimatelei k delovomu partnerstvu* [The Types of Psychological Attitude of Russian Entrepreneurs to Business Partnership] : abstract of the diss. ... Candidate of Psychology. Moscow. 24 p. (In Russ.).

Vavakina, T. S. (2013a) Analiz predstavlenii rossiiskikh predprinimatelei o delovom partnere i otnosheniia k nemu: regional'nye i gendernye osobennosti [An Analysis of Russian Entrepreneurs' Perception of Business Partner and Attitude to Him (Her): The Regional and Gender Features]. In: *Sotsial'no-ekonomicheskie i psikhologicheskie problemy upravleniia* [The Socio-Economic and Psychological Problems of Management] : The Proceedings of the I (IV) International Research-to-practice Conference, Moscow City University of Psychology and Education, April 23–25, 2013 / ed. by M. G. Kovtunovich. Moscow. [online] Available at: http://psyjournals.ru/files/63161/9_Vavakina.pdf [archived in WebCite] (accessed 13.01.2014). (In Russ.).

Vavakina, T. S. (2013b) Delovaia kul'tura, normy i printsipy delovogo partnerstva v srede rossiiskikh predprinimatelei [Business Culture, Norms and Principles of Business Partnership among Russian Entrepreneurs]. *Znanie. Ponimanie. Umenie*, no. 4. pp. 220–226. (In Russ.).

Zhuravlev, A. L. and Poznyakov, V. P. (1995) *Delovaia aktivnost' predprinimatelei: metody otsenki i vozdeistviia* [Business Activity of Entrepreneurs: The Methods of Evaluation and Impact]. Moscow, The Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. 58 p. (In Russ.).

Izbrannaia bibliografiia [Selected Bibliography]. *Sotsial'naia psikhologiiia rossiiskogo predprinimatel'stva* [online] Available at: <http://sme-psychology.ru/cntnt/right-column/izbrannaya-bibliografiya.html> [archived in WebCite] (accessed 13.01.2014). (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2002a) *Psikhologicheskie otnosheniia v usloviakh izmeneniia form sobstvennosti* [Psychological Relationships under Conditions of Changes of Ownership Forms] : diss. ... Doctor of Psychology. Moscow. 346 p. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2002b) *Sotsial'naia psikhologiiia predprinimatel'stva* [The Social Psychology of Entrepreneurship]. In: *Sotsial'naia psikhologiiia* [Social psychology] : a study guide / ed. by A. L. Zhuravlev. Moscow, Per Se Publ. 351 p. Pp. 331–350. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. (2012) Psikhologicheskie otnosheniia individual'nykh i gruppovykh sub"ektov sovmestnoi zhiznedeiatel'nosti [Psychological Relations of Individual and Group Subjects of Joint Life Activity]. *Psikhologicheskii zhurnal*, vol. 33, no 5, pp. 5–15. (In Russ.).

Poznyakov, V. P. and Vavakina, T. S. (2010) Vzaimosviaz' psikhologicheskikh otnoshenii predprinimatelei k delovomu partnerstvu i ikh tsenostnykh orientatsii [The Relationship of Entrepreneurs' Psychological Attitudes to Business Partnership and their value orientations]. In: *Sotsial'naiia psikhologiiia truda: Teoriia i praktika* [The Social Psychology of Labour: Theory and Practice] / ed. by A. L. Zhuravlev, L. G. Dikaya. Moscow, The Publishing House of the Institute of Psychology of the RAS. Vol. 2. 442 p. Pp. 397–420. (In Russ.).

Submission date: 20.03.2014.

Вавакина Татьяна Сергеевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры организационной психологии Высшей школы психологии, ассоциированный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН. Адрес: 129366, Москва, ул. Ярославская, д. 13. Тел.: +7 (495) 683-59-30. Эл. адрес: vavakina@gmail.com

Позняков Владимир Петрович — доктор психологических наук, главный научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН, профессор кафедры социальной и этнической психологии Московского гуманитарного университета, член-корреспондент Международной академии психологических наук. Адрес: 129366 Москва, ул. Ярославская, д. 13. Тел./факс: +7 (495) 682-72-70; +7 (499) 374-56-11. Эл. адрес: pozn_v@mail.ru

Иванов Иван Иванович — аспирант кафедры социальной и этнической психологии Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-56-11. Эл. адрес: zpujournal@gmail.com. Научный руководитель — д-р психол. н., проф. В. П. Позняков.

Vavakina Tatiana Sergeevna, Candidate of Psychology, Associate professor, Organizational Psychology Department, Higher School of Psychology; associated employee, Laboratory of Social and Economic Psychology, Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences. Postal address: 13 Yaroslavskaya St., Moscow, Russian Federation, 129366. Tel./fax: +7 (495) 683-59-30. E-mail: vavakina@gmail.com

Poznyakov Vladimir Petrovich, Doctor of Psychology, Leading research fellow, Laboratory of the Social and Economic Psychology, Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences; Professor, Social and Ethnic Psychology Department, Moscow University for the Humanities; corresponding member of the International Academy of Psychological Science (IAPS). Postal

address: 13 Yaroslavskaya St., Moscow, Russian Federation, 129366. Tel./fax: +7 (495) 682-72-70; +7 (499) 374-56-11. E-mail: pozn_v@mail.ru

Ivanov Ivan Ivanovich, Postgraduate, Social and Ethnic Psychology Department, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5 Yunosti St., Moscow, Russian Federation, 111395. Tel.: +7 (499) 374-56-11. E-mail: zpujournal@gmail.com. Research adviser: V. P. Poznyakov, Doctor of Psychology, Professor.