

Позняков В.П.,
Никуло Е.А.

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯМИ ОТВЕТСТВЕННОГО ОТНОШЕНИЯ В ДЕЛОВОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ¹

THE SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL FACTORS OF ENTREPRENEURS'
RESPONSIBLE ATTITUDE IN THE BUSINESS INTERACTION

В. П. Позняков — доктор психологических наук, профессор, главный научный сотрудник лаборатории социальной и экономической психологии Института психологии РАН, pozn_v@mail.ru

Poznyakov V.P. – Doctor of Psychology, Professor, Chief Researcher, Laboratory of Social and Economic Psychology Institute of Psychology, Moscow, pozn_v@mail.ru.

Е. А. Никуло — кандидат психологических наук, e.gruzdeva@gmail.com
Nikulo E.A. – candidate of psychological sciences, Moscow, e.gruzdeva@gmail.com.

**Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
Институт психологии Российской Академии наук, Москва**

(Institute of Psychology of the Russian Academy of Sciences)

Аннотация: Исследование ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия проводилось в период с 2009 по 2013 гг. В опросе приняли участие 203 предпринимателя. Анализ полученных данных позволил сделать вывод о том, что ценностные ориентации выступают критерием, определяющим отношение личности к другим участникам делового взаимодействия.

Annotation: Between 2009 and 2013, we conducted a study of the entrepreneurs' responsible attitude to parties in business interaction. The survey covered 203 entrepreneurs. Analysis of its data allowed us to conclude that values act as a criterion for determining the individual's attitudes to other parties of the business interaction.

¹ Государственное задание ФАНО РФ 0159-2015-0001.

Ключевые слова: психология предпринимательства, ценностные ориентации, психологические отношения, деловое взаимодействие, ответственное отношение.

Keywords: psychology of entrepreneurship, value orientation, psychological relations, business interaction, responsible attitude.

Актуальность исследования

Научный интерес к изучению ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия обусловлен наличием ряда нерешенных в современной социальной практике и социально-психологической теории проблем. Отношения с другими людьми, наряду с социально-экономическими условиями и финансовыми возможностями, воспринимаются предпринимателями в качестве необходимого ресурса для успешного функционирования и развития бизнеса. Надежные деловые связи дают современному предпринимателю возможность быстро ориентироваться в ситуации и в кратчайшие сроки принимать наиболее выгодные решения. В связи с этим предприниматели уделяют большое внимание установлению долгосрочных взаимовыгодных отношений, которые позволяют в критический момент оказаться более гибкими и успешными по сравнению с конкурентами. Особую ценность в данных обстоятельствах приобретает психологическая готовность принимать на себя ответственность за создание и поддержание качественных отношений в рамках делового взаимодействия. Вместе с тем, в современной социальной психологии практически отсутствуют исследования ответственного отношения в деловом взаимодействии. Несмотря на то, что «взаимодействие» является центральной категорией социальной психологии [21, 22 и др.], на сегодняшний день психологические аспекты делового взаимодействия в экономической деятельности эмпирически исследованы фрагментарно [16, 17, 26]. В частности, в науке нет единства в понимании сущности ответственного отношения к участникам делового взаимодействия. Поэтому изучение психологической природы ответственного отношения и социально-психологических факторов его проявления в деловом взаимодействии является актуальной научной проблемой.

Теоретические подходы к определению ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия

Термин «ответственность» обычно используют, когда говорят о совокупности прилагаемых личностью усилий, направленных

на то, чтобы обеспечить соответствие объекта ответственности определенным критериям качества. Говоря об ответственном человеке, чаще всего имеют в виду его надежность и способность следовать правилам, нормам, а также обеспечить выполнение деятельности на определенном уровне. Нести ответственность в классическом понимании — значит планировать, проверять, обеспечивать качество, иметь дело с последствиями, отчитываться и испытывать вину. С позиции современной психологии, ответственность — это необходимый механизм эффективного взаимодействия с жизненными обстоятельствами, позволяющий оптимально сочетать условия ситуации и свои возможности. *Ответственность* представляет собой мощный внутренний ресурс для сознательного управления событиями и условиями жизни, взгляда на себя как на источник собственных обстоятельств, отношения к себе как к тому, кто сознательно организует и направляет достижение жизненно важных ценностей.

Анализируя существующие в современной науке подходы к пониманию ответственности, мы заметили ряд особенностей, отличающих ответственное отношение к реализуемой деятельности от отношения к людям, с которыми эта деятельность сопряжена. Несмотря на то, что в исследованиях профессиональной ответственности наибольшую значимость в описании имеют понятия, определяющие отношение к труду и предмету труда, а также социально-этическую сферу работника (дисциплинированность, честность, добросовестность, обязательность и др.), в числе важных всегда упоминаются характеристики ответственности, отражающие отношение к другим людям. В работе В.А. Бодрова и А.Г. Луценко можно встретить обращение к ответственности по отношению к другим людям как особой структурной единице. Авторами выделены четыре группы качеств, характеризующих категорию ответственности, среди которых ключевое место занимает группа качеств, отражающая ответственное отношение к другим людям [1]. Во многом эта сторона ответственности раскрывалась в работах, посвященных исследованию ответственности в социальных группах [3, 8, 25 и др.]. В рамках исследования психологии совместной деятельности объектами ответственности выступают различные параметры общей для участников группы деятельности [18, 19]. Измерение здесь осуществляется, исходя из понимания необходимости и готовности принимать на себя и нести ответственность за добросовестное выполнение своих профессиональных обязанностей, за общий результат и за других участников группы, а также за характеристики отношений в группе. На наш взгляд, сущность

ответственного отношения к участникам делового взаимодействия составляет принятие необходимости держать ответ за «отношенческие» характеристики делового взаимодействия с ними.

Под объектами ответственности, т.е. тем, за что надо отвечать, в данном случае подразумеваются составляющие процесса и результата конкретного вида деятельности. В деловом взаимодействии сфера ответственности его участников включает различные компоненты экономической активности. В нашем исследовании мы рассматриваем такой контекст принятия ответственности, при котором в качестве объекта выступают составляющие самого делового взаимодействия, качественные характеристики отношений его участников. Именно это, на наш взгляд, позволяет раскрыть сущность такого важного качества делового взаимодействия, как ответственное отношение одного из участников этого процесса к другому.

Данное исследование продолжает традиции изучения социальной психологии российского предпринимательства, сложившиеся в Институте психологии РАН [4, 7, 13 и др.] и развивающие экономическую психологию как отрасль психологической науки [5, 16, 17, 26]. В рамках этого направления в последние годы интенсивно исследуются социально-психологические факторы делового взаимодействия в предпринимательской среде [6, 11, 14 и др.]. Теоретической основой нашего исследования выступают положения концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности [12 и др.] и ресурсно-ценностного подхода к анализу делового взаимодействия [14 и др.].

Теоретический анализ и обобщение результатов эмпирических исследований в области ответственности и делового взаимодействия позволили сформулировать определение ответственного отношения к участникам делового взаимодействия и выделить структурные элементы, раскрывающие его содержание. *Ответственное отношение* предпринимателей к участникам делового взаимодействия — это комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью поведенческой готовности и выражающих позицию личности относительно необходимости держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии. *Принятие ответственности* за качественные характеристики отношений отражается в степени выраженности «ориентации на сотрудничество», «ориентации на понимание другого участника делового взаимодействия», «ориентации на толерантное, терпимое отношение к иным взглядам и мнениям» и «ориентации на ограничение доминирования в деловом взаимодействии».

Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия

Широкий спектр исследований посвящен поиску и анализу детерминант ответственного поведения в рамках взаимодействия с другими людьми. Среди таких факторов часто выделяют взаимозависимость, социальные и групповые нормы, некоторые личностные характеристики. Наше исследование сфокусировано на изучении ответственности как отношения к другим людям в контексте делового взаимодействия.

Так теория социального взаимодействия подчеркивает взаимный характер изменений психологических характеристик его субъектов в процессе совместной деятельности [14]. Это соотносится с представлениями о динамическом, временном характере психологических отношений личности, разрабатываемыми в рамках концепции психологических отношений индивидуальных и групповых субъектов совместной жизнедеятельности в изменяющихся социально-экономических условиях [12].

Соотнося эти представления с временным вектором, необходимо учитывать, что существует «...ответственность не только за прошлое, но и за будущее. В переходе ответственности от ретроспективного плана к перспективному как раз и проявляется прогрессивная тенденция ее эволюции» [8, с. 14]. В этой связи мы предположили, что в ряд *социально-психологических факторов* ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия включаются оценки прошлого опыта взаимодействия, актуальных его характеристик и ожиданий будущих его изменений.

Вместе с тем, основа ответственного отношения к другому, очевидно, лежит не только в прогнозируемых благоприятных перспективах, но и во внутренних предпосылках направленности на жизненно-важные социальные ориентиры. Данное положение предполагает, что, кроме обозначенных факторов ответственного отношения, во взаимодействии с другими людьми существуют более глубокие детерминанты, вероятно, связанные с системой ценностных ориентаций личности.

Исходя из представленных результатов теоретического анализа проблемы, была сформулирована *цель* эмпирического исследования — выявление и анализ социально-психологических факторов ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. В качестве основной *гипотезы* выступило предпо-

ложение о том, что уровень ответственного отношения к участникам делового взаимодействия определяется *социально-психологическими* факторами, к которым относятся оценка опыта делового взаимодействия (в частности, представления о прошлом опыте, актуальном состоянии и ожидаемых результатах), а также ценностные ориентации личности. В исследовании приняли участие предприниматели — владельцы малого бизнеса, мужчины и женщины в возрасте от 23 до 54 лет. Совокупный объем выборки исследования, выполненного в период с 2009 по 2013 год, составил 203 человека. Выборка исследования разнородна по возрасту, образовательному уровню, стажу и сферам предпринимательской деятельности.

Методика изучения ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия

Разработка методического инструментария включила в себя формулировку концептуальных представлений о структуре и содержательных элементах ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Для определения содержания ответственного отношения было проведено пилотажное исследование. Для уточнения представлений предпринимателей об ответственном отношении задавалось незаконченное предложение с инструкцией: «Продолжите, пожалуйста, предложения:

Когда я отношусь к другим людям ответственно, я...;

Ответственно относиться к другому в деловом взаимодействии — это значит...;

Свою ответственность по отношению к другим людям я проявляю через...».

Было определено, что в качестве объекта ответственного отношения к другому выступают качественные характеристики взаимодействия. На основании теоретического анализа и результатов пилотажного исследования были выделены ниже приведенные содержательные элементы, отражающие субъект-субъектную сторону ответственного отношения. Первый этап исследования позволил также выделить суждения относительно минимального и максимального проявления каждого элемента. В итоге нами были выявлены характеристики, выступающие содержательными элементами ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Ориентация на кооперацию, сотрудничество: отношение к необходимости делиться информацией в деловом взаимодействии; отношение к необходимости прогнозировать последствия своих действий и действий участ-

ников делового взаимодействия для общего ответственного дела; отношение к совместному поиску новых путей более качественной реализации совместного дела; отношение к необходимости принимать ответственность за непредвиденные, не оговоренные заранее элементы ответственности. Ориентация на понимание других участников делового взаимодействия: отношение к необходимости учитывать потребности, интересы, ожидания участников делового взаимодействия; отношение к необходимости понимать эмоциональное состояние участников взаимодействия. Ориентация на терпимое отношение к иным взглядам и мнениям: отношение к совершению ошибок участниками взаимодействия; отношение к использованию отличных от собственных способов реализации ответственности. Ориентация на ограничение доминирования: отношение к контролю за действиями участников взаимодействия; отношение к оказанию помощи участникам взаимодействия.

Такое представление о характеристиках ответственного отношения предпринимателей согласуется с рядом подходов к пониманию ответственности во взаимодействии с другими людьми. Например, такие характеристики, как ориентация на других, готовность к кооперации, сотрудничеству, чуткость, доброжелательность, забота в некоторых исследованиях выступают структурными элементами ответственности [1, 3], в других — факторами развития ответственности [2].

Для исследования ответственного отношения в деловом взаимодействии был разработан соответствующий методический инструментарий, позволяющий оценить уровень ответственного отношения предпринимателей. Анкета содержит десять шкал, отражающих элементы ответственного отношения. Каждый из элементов имеет свою представленность в структуре компонентов ответственного отношения (когнитивном, аффективном, поведенческом). Шкала для измерения каждого элемента ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия содержит 3 вопроса, отражающих когнитивный, аффективный и поведенческий компоненты, и может принимать значения от 1 до 9 баллов. В целях исследования ответственного отношения к разным группам участников делового взаимодействия, респондентам предлагалось выразить свою позицию по отношению к представителям семи различных групп (члены семьи, друзья, партнеры, наемные работники, клиенты, сотрудники кредитных организаций, конкуренты, представители государственных структур). Оценка характеристик делового взаимодействия производилась по 7-балльной шкале. Респондентам было предло-

жено оценить степень присутствия каждой характеристики во взаимодействии с разными группами его участников.

Результаты исследования. Ответственное отношение предпринимателей к представителям различных социальных групп

В результате исследования было установлено, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия (представителям различных социальных групп) определяется разными содержательными составляющими взаимодействия с ними. Анализ ответственного отношения предпринимателей в зависимости от оценок прошлого опыта взаимодействия с его участниками выявил, что положительный опыт имеет большее значение в ответственном отношении, нежели отрицательный (Таблица 1). Негативный опыт взаимодействия, заключающийся в нарушении договоренностей, обязательств, связан с изменением ответственного отношения только к представителям трех групп: члены семьи и друзья, задействованные в бизнесе предпринимателя (–0,32), сотрудники кредитных организаций (–0,53), сотрудники государственных служб (–0,50). Наряду с этим, позитивный опыт взаимодействия (взаимное выполнение обязательств и договоренностей) связан с повышением ответственного отношения к членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе предпринимателя (0,76), партнерам (0,49), наемным работникам (0,43) и конкурентам (0,47). Во взаимодействии с некоторыми группами предприниматели готовы «закрывать глаза» на наличие отрицательного опыта взаимодействия, опираясь в своем отношении исключительно на положительный опыт.

Таблица 1. Взаимосвязь ответственного отношения предпринимателей к другим участникам делового взаимодействия и оценки опыта взаимодействия с ними (Коэффициенты корреляции по Спирмену).

Характеристика делового взаимодействия	Члены семьи, друзья	Сотрудники кредитных организаций	Сотрудники государственных служб	Партнеры	Наемные работники	Конкуренты
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Оценка негативного опыта взаимодействия	–0,32**	–0,53**	–0,51**			

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Оценка позитивного опыта взаимодействия	0,76**			0,49**	0,43**	0,47**
Сходство, общность взглядов, ценностей					0,45**	
Взаимозависимость в решении деловых проблем	0,50**		0,36**	0,48**		0,74**
Взаимная доброжелательность, поддержка, приязнь	0,61**				0,44**	0,34**
Наличие долгосрочных перспектив деловых отношений	0,73**					0,35**

** Здесь и далее указаны коэффициенты корреляции по Спирмену, уровень значимости 0,01.

Во взаимодействии с наемными работниками наибольшее значение имеет оценка «сходства, общности взглядов, ценностей» (0,45), а также оценка «взаимной доброжелательности, поддержки, приязни» (0,44). Взаимная доброжелательность, поддержка, приязнь также связаны с ответственным отношением к членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе, и к конкурентам. Ответственное отношение к партнерам в большей степени связано с оценкой взаимозависимости в решении деловых проблем и задач (0,48). Ответственное отношение к заказчикам, клиентам не связано с оценками актуальных характеристик делового взаимодействия.

Интересно, что выделились группы, ответственное отношение к которым у предпринимателей в меньшей степени связано с оценками опыта делового взаимодействия, что дает основание предполагать устойчивость данного вида отношения во взаимодействии с этими группами. Таково ответственное отношение предпринимателей к партнерам и заказчикам (клиентам). Ответственное отношение к «заказчикам» оказалось связано только с одной характеристикой — ожиданием краткосрочных перспектив делового взаимодействия (0,38). Ответственное отношение к членам семьи и друзьям, задействованным в бизнесе, и конкурентам связано с наличием долгосрочных перспектив деловых отношений.

Подобное распределение выявленных связей, а также дифференцированные оценки ответственного отношения к представи-

телям разных групп позволяют сделать предположение о присутствии дополнительного фактора при изменении уровня изучаемого явления. В поисках такового мы обратились к *идее иерархии объектов ответственности*. Деловое взаимодействие осуществляется предпринимателем с целью развития и поддержания собственного дела. В таком случае свой бизнес является наиболее важным объектом ответственности и, вероятно, ответственное отношение к другим объектам опосредствуется им. То есть, ответственное отношение к разным участникам делового взаимодействия определяется их положением относительно бизнеса (степенью и характером влияния на состояние дел) предпринимателя и выполняемыми в нем функциями.

Результаты исследования ценностных ориентаций предпринимателей с разным уровнем ответственного отношения к участникам делового взаимодействия

В настоящем исследовании анализировались связи оценок ценностных ориентаций и ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Ценностные ориентации предпринимателей исследовались с помощью методики диагностики внутреннего конфликта Е.Б. Фанталовой, основанной на подходе М. Рокича. Для исследования влияния ценностных ориентаций личности на уровень ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия была построена регрессионная модель. В результате проведенного анализа была подтверждена гипотеза о том, что ценностные ориентации обуславливают уровень ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Были выявлены ценностные ориентации, которые вносят существенный вклад в показатель общего уровня ответственного отношения участников делового взаимодействия: «интересная работа», «любовь», «материально обеспеченная жизнь», «свобода и независимость в поступках и действиях» и «счастливая семейная жизнь».

Результаты анализа взаимосвязи ценностных ориентаций и оценок ответственного отношения предпринимателей к партнерам, наемным работникам и заказчикам свидетельствуют о том, что ответственное отношение к партнерам имеет положительную связь с ценностными ориентациями на «творчество», «любовь», «свобода» (Таблица 2). При интерпретации выявленных связей мы обратились к рассмотрению изменений, произошедших в современной бизнес среде, а также к исследованиям социально-психо-

логических характеристик предпринимателей [4, 7, 13]. Увеличивающаяся потребность бизнеса быстро реагировать на изменения подразумевает возрастающую роль доверия как внутри бизнеса, так и вне его [24]. Здесь особую роль для предпринимателей играют *партнеры*. Изменения, произошедшие при ускорении внедрения инноваций, обмена информацией, развития электронных технологий не могли не повлиять на характер партнерских отношений [10]. В подобных условиях предприниматели больше не могут опираться только лишь на контроль и ответственность за бизнес-процессы. Основным конкурентным преимуществом со все большей очевидностью становится переработка и передача знаний, а также развитая сеть деловых контактов. Чем более открытой будет коммуникация, тем больше можно рассчитывать на безопасность и надежность созданных деловых отношений [15]. Кроме того, чтобы представлять интерес для потенциальных партнеров, необходимо ориентироваться на активную инновационную деятельность и последующую передачу и трансформацию знаний и технологий. Эти условия, не могли не сказаться на социально-психологических характеристиках субъектов в новой экономической реальности. Те предприниматели, в структуре ценностных ориентаций которых более выражена направленность на творчество, любовь и свободу, принимают на себя ответственность за «отношенческие» характеристики делового взаимодействия.

Ответственное отношение к *наемным работникам* положительно связано с ценностными ориентациями на «творчество», «любовь», «счастливую семейную жизнь» и имеет отрицательную связь с ценностной ориентацией на «материально-обеспеченную жизнь». Интерпретируя данные связи, обратим внимание на то, что в литературе, посвященной современной социальной психологии управления [9, 20], все чаще основной управленческой единицей обозначается *команда*, а не отдельные сотрудники организации. Необходимость гибко реагировать на быстро изменяющиеся условия рынка требует от предпринимателя не только личного проявления инновационной активности, но и организации процесса творческого решения задач среди наемных работников [10]. Успешность часто связывают со способностью предпринимателя как руководителя коллектива организовать творческую активность группы для поиска новых подходов и нестандартных решений. Таким образом, у ориентированных на творчество предпринимателей ответственность за создание конструктивных, гибких отношений с наемными работниками можно объяснить стремлением создать команду, которая своевременно и точно способна отвечать

на изменяющиеся условия делового мира. Еще одним объяснением может служить высокий уровень *организационного стресса* и необходимость поиска путей совладания с ним на разных уровнях [23]. Нарастающий темп изменений, высокий уровень риска, вынужденное повышение интенсивности деловых контактов связаны с высоким уровнем стресса в деловой среде. Наличие в системе ценностных ориентаций ориентации на творчество и любовь может выступать в качестве ресурса и естественного социально-психологического механизма трансформации делового взаимодействия в направлении снижения стресса.

Таблица 2. Взаимосвязь ценностных ориентаций и ответственного отношения предпринимателей к партнерам, наемным работникам и заказчикам (Коэффициенты корреляции по Спирмену).

Характеристики ответственного отношения	Творчество	Любовь	Свобода как независимость в поступках и действиях	Счастливая семейная жизнь	Материально-обеспеченная жизнь
Ответственное отношение предпринимателей к партнерам	0,49**	0,43**	0,47**		
Ответственное отношение предпринимателей к наемным работникам	0,52**	0,45**		0,43**	-0,37**
Ответственное отношение предпринимателей к заказчикам	0,35**	0,49**			0,47**

Ответственное отношение к *заказчикам и клиентам* имеет положительную связь с ценностными ориентациями на «любовь», «творчество» и «материально-обеспеченную жизнь». Все большую популярность приобретает стратегия регулярных контактов с клиентами. Предприниматели стремятся к созданию единого информационного пространства и установлению долгосрочных отношений, обеспечивающих лояльность по отношению к клиенту даже в том случае, если он в настоящий момент не является экономически активным и прибыльным для конкретного предпринимателя. Заказчики и клиенты нередко привлекаются в качестве экспертов на различных стадиях реализации проектов. Предприниматели стремятся понять причины расположения к ним клиентов. И в этом стремлении часто интересуются сферами жизни потен-

циальных заказчиков, не связанными непосредственно с бизнесом предпринимателя. Поддержание таких отношений и принятие ответственности за их содержательную сторону требует от предпринимателя серьезных мотивов, выходящих за пределы получения сиюминутной выгоды. Вместе с тем, клиент приносит доход и поэтому совершенно логично, что более ответственно относятся к нему предприниматели, в структуре ценностных ориентаций которых сильнее выражена ориентация на материально-обеспеченную жизнь.

Обсуждение результатов

Интерпретируя выявленные связи, мы обратились к положению *ресурсно-ценностного подхода* к анализу делового взаимодействия, разрабатываемого в лаборатории социальной и экономической психологии ИП РАН [14]. Данный подход позволяет проанализировать психологические отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия с учетом выраженности объектно-ресурсной и субъектно-ценностной ориентации. Существенными характеристиками взаимодействия его участников является содержание ценностей и норм, определяющих позицию, ориентацию того или иного участника взаимодействия, которая придает этому взаимодействию конкретный и определенный смысл. При доминировании утилитарной, прагматической ориентации в деловом взаимодействии другой его участник рассматривается преимущественно как объект воздействия, а само деловое взаимодействие — как ресурс достижения прибыли. Когда преобладающей является ценностно-нормативная или нравственная ориентация, другой его участник рассматривается преимущественно как равный участник взаимодействия, а само взаимодействие и складывающиеся в его результате взаимоотношения рассматриваются не только как инструмент достижения выгоды, но и как самостоятельная ценность.

Обращаясь к данному подходу, можно утверждать, что исследованные нами предприниматели в отношении группы заказчиков и клиентов в большей степени ориентированы на их понимание как ресурса, при котором ориентация на достижение утилитарных, прагматических целей, связанных с получением прибыли, сочетается с ориентацией на учет целей, интересов и ценностей заказчиков и клиентов, которые позволяют эту прибыль обеспечить. Отсутствие связей с негативным опытом взаимодействия может указывать на готовность предпринимателей рисковать и продол-

жать взаимодействие даже с неблагонадежными клиентами. В отношении же партнеров предприниматели в большей степени ориентированы на ценностно-ориентированное взаимодействие, при котором субъект-субъектное взаимодействие (общение, взаимоотношения) рассматривается как самостоятельная ценность, которая, в свою очередь, может выступать одним из ресурсов в решении деловых, прагматических задач. Партнеры и заказчики занимают особое место в структуре социальных связей, ответственное отношение к ним устойчиво, несмотря на различные оценки делового взаимодействия, отражающие временной континуум (прошлое, настоящее, будущее), и остается неизменным, независимо от оценки прошлого опыта взаимодействия как негативного, а также несмотря на неудовлетворительные оценки актуального состояния взаимодействия. Наличие значимых связей уровня ответственного отношения предпринимателей и оценок выраженности взаимной доброжелательности, поддержки, приязни в отношениях с членами семьи, друзьями, задействованными в бизнесе, наемными работниками и конкурентами позволяет утверждать, что в отношениях с представителями этих групп субъектно-ценностная ориентация в деловом взаимодействии выступает существенным фактором, определяющим уровень ответственного отношения.

Ответственно относятся к участникам делового взаимодействия предприниматели с более выраженной направленностью на ценности «любовь» и «творчество». Ответственное отношение к партнерам основано на высокой значимости свободы как ценности, к наемным работникам — на высокой значимости ценности счастливой семейной жизни. Ответственное отношение к заказчикам связано с направленностью на материально-обеспеченную жизнь. Ответственное отношение к участникам делового взаимодействия определяется ценностными ориентациями, предполагающими активную позицию в межличностных отношениях и вносящими определенный вклад в личное развитие предпринимателя.

Ценностная ориентация на материально-обеспеченную жизнь отрицательно связана с ответственным отношением к партнерам (на уровне тенденции) и наемным работникам, т.е. к тем группам участников делового взаимодействия, отношения с которыми косвенно связаны с получением прибыли и предполагают построение долгосрочных деловых связей. В данном случае, вероятно, это ответ на изменение условий ведения бизнеса, требующих от предпринимателя немедленной ориентации в быстро изменяющихся условиях и в то же время долгосрочного стратегическо-

го планирования. В этой связи единственный способ приобрести гибкость — это брать ответственность за построение долгосрочных качественных деловых отношений. Тем не менее, ценностная ориентация «материально-обеспеченная жизнь» неоднозначно, по результатам данного исследования — положительно, связана с ответственным отношением к заказчикам, что, возможно, является следствием экономической роли данной группы в деловом взаимодействии.

Ценностные ориентации, отрицательно связанные с ответственным отношением («материально-обеспеченная жизнь», «здоровье», «активная, деятельная жизнь»), в большей степени сопряжены с прагматичным подходом, предполагающим реализацию в сфере деловых отношений направленности на взаимодействие, подразумевающее экономическую выгоду. Предприниматели, руководствующиеся прагматичными ценностными ориентациями, возможно, уделяют меньше внимания отношениям с участниками делового взаимодействия, сосредоточены на деле и достижении исключительно практически выгодных результатов.

Выводы

1. В результате теоретико-эмпирического анализа дано определение ответственного отношения и выделены его отличительные признаки и содержательные элементы. Ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия — это комплекс эмоционально окрашенных представлений и оценок, характеризующихся разной степенью готовности и выражающих позицию личности относительно необходимости держать ответ за качественные характеристики отношений в деловом взаимодействии. Принятие ответственности за качественные характеристики отношений проявляется в степени выраженности «ориентации на сотрудничество», «ориентации на понимание другого участника делового взаимодействия», «ориентации на толерантное, терпимое отношение к иным взглядам и мнениям» и «ориентации на ограничение доминирования в деловом взаимодействии».

2. В результате эмпирического исследования определены показатели ответственного отношения и выявлены ключевые психологические факторы его проявления у предпринимателей. Их ответственное отношение к участникам делового взаимодействия как вид психологических отношений связано с ретроспективной оценкой составляющих делового взаимодействия, их актуальной оценкой и прогнозом его изменения в будущем.

3. Установлено, что ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия, представителям различных социальных групп, определяется разными содержательными составляющими взаимодействия с ними. Выполняя функцию социальной ориентации, ответственное отношение предпринимателей к участникам делового взаимодействия приобретает дифференцированный характер, определяемый сочетанием устойчивости и изменчивости в зависимости от роли, которую играют другие участники взаимодействия в деловой активности предпринимателя.

4. Выделены ценностные ориентации, обуславливающие общий уровень ответственного отношения к участникам делового взаимодействия. Полученные результаты позволяют сделать вывод о влиянии ценностных ориентаций: «любовь», «счастливая семейная жизнь», «свобода», «творчество», «материально-обеспеченная жизнь», «интересная работа» на уровень ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия. Ценностные ориентации выступают в роли критерия, определяющего отношения личности. Ответственное отношение к участникам делового взаимодействия определяется ценностными ориентациями, предполагающими активную позицию в межличностных отношениях и вносящими вклад в развитие личности предпринимателя.

Заключение

Результаты исследования подтверждают перспективность использования ресурсно-ценностного подхода к анализу делового взаимодействия не только в предпринимательской среде, но и в других сферах экономической и социальной жизнедеятельности. Перспектива дальнейших исследований видится в применении ресурсно-ценностного подхода к анализу взаимодействия и взаимоотношений, складывающихся между людьми как в деловой сфере, так и в сфере межличностных отношений (дружеских, семейных и др.), где взаимное доверие и ответственность играют важную роль, приобретая при этом качественно новое содержание.

Литература

1. *Бодров В. А., Луценко А. Г.* Профессиональная ответственность как психологическая категория субъекта деятельности // Психологические исследования проблемы формирования личности профессионала. М.: Ин-т психологии АН СССР, 1991. С. 157–167.
2. *Дементий Л. И.* Ответственность личности как свойство субъекта жизнедеятельности: Дис. ... докт. психол. наук. М., 2005.
3. *Дорофеев Е. Д.* Внутригрупповая ответственность в условиях совместной деятельности: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 1994.
4. *Журавлев А. Л., Позняков В. П.* Деловая активность предпринимателей: методы оценки и воздействия. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1995.
5. *Журавлев А. Л., Позняков В. П.* Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2004. Т. 1. №3. С. 46–64.
6. *Журавлев А. Л., Позняков В. П., Титова О. И.* Гендерные особенности конкуренции и партнерства // Наука. Культура. Общество. 2008. №4. С. 102–115.
7. *Купрейченко А. Б., Журавлев А. Л.* Отношение современных российских предпринимателей к морально-этическим нормам делового поведения // Социально-психологические исследования руководства и предпринимательства. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1999. С. 89–109.
8. *Муздыбаев К.* Психология ответственности / Под ред. В.Е. Семенова. Изд. 2-е, доп. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010.
9. *Нестик Т. А., Журавлев А. Л.* Психология управления совместной деятельностью: новые направления исследований. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2010.
10. *Нестик Т. А., Журавлев А. Л.* Совместное творчество как ресурс деятельности организации: состояние и перспективы исследований // Психологический журнал. 2011. Т. 32. №1. С. 3–21.
11. *Никуло Е. А.* Социально-психологические факторы ответственного отношения предпринимателей к участникам делового взаимодействия: Дис. ... канд. психол. наук. М.: Институт психологии РАН, 2013.
12. *Позняков В. П.* Психологические отношения субъектов экономической деятельности. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2000.
13. *Позняков В. П.* Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2001.
14. *Позняков В. П., Вавакина Т. С.* Деловое партнерство как вид социального взаимодействия: ресурсно-ценностный подход // Человеческий фактор: проблемы психологии и эргономики. 2014. №2 (69). С. 3–11.
15. Проблемы психологической безопасности / Отв. ред. А.Л. Журавлев, Н.В. Тарабина. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2012.
16. Проблемы экономической психологии. Том 1 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004.
17. Проблемы экономической психологии. Том 2 / Отв. ред. А.Л. Журавлев, А.Б. Купрейченко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2005.
18. Совместная деятельность в условиях организационно-экономических изменений / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 1997.

19. Совместная деятельность: Методология, теория, практика / Отв. ред. А.Л. Журавлев, П.Н. Шихирев, Е.В. Шорохова. М.: Наука, 1988.
20. Современные проблемы психологии управления / Отв. ред. Т.П. Емельянова, А.Л. Журавлев, Г.В. Телятников. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.
21. *Соснин В.А., Журавлев А.Л., Красников М.А.* Социальная психология: Учебное пособие для студентов вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2011.
22. Социальная психология: Учебное пособие для вузов / Отв. ред. А.Л. Журавлев. М.: ПЕР СЭ, 2002.
23. Стресс, выгорание, совладание в современном контексте / Под ред. А.Л. Журавлева, Е.А. Сергиенко. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011.
24. *Сумарокова В.А., Журавлев А.Л.* Доверие предпринимателей к разным видам организаций: региональные и половые различия // Ученые записки ИМЭИ. 2012. Т. 2. № 1. С. 34–42.
25. *Сушков И.Р.* Психологические отношения человека в социальной системе. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2008.
26. Экономическая психология в России и Беларуси / Под ред. А.Л. Журавлева, В.А. Поликарпова. Минск, 2007.