

УДК 316. 628

Беглова Г.В., Верецагина Л.А., Горюнова Л.Н., Круглова М.А.
Санкт-Петербургский Государственный Университет,
Санкт-Петербург

Профессиональные мотивы собственников в сфере малого бизнеса

Professional motives of owners in the small business

Аннотация

Исследование деятельности предпринимателей в сфере малого бизнеса направлено на изучение мотивов, побудивших человека организовать собственный бизнес – стремление к достижению успеха, склонность к риску, доминирующие потребности. Проведен сравнительный анализ особенностей потребностей и мотивов предпринимателей и руководителей – наемных работников.

Ключевые слова

бизнес, предприниматель, мотивация, мотив, стимул, потребность, достижение успеха, избегание неудачи, склонность к риску, самоактуализация

Abstract

Research of activity of businessmen in the sphere of small business is directed on studying of the motives which have induced the person to organize own business – aspiration to achievement of success, tendency to the risk, dominating requirements. The comparative analysis of features of requirements and motives of businessmen and heads- hired workers is carried out.

Keywords

Business, entrepreneur, motivation, motive, incentive, need achievement, avoidance of failure, risk tolerance, self-actualization

В современном обществе малое предпринимательство относится к числу важнейших направлений экономического и социального развития и рассматривается как один из факторов, обуславливающих стабильность современного российского общества. В связи с этим представляется своевременным рассмотрение не только процесса зарождения и развития малого бизнеса, с позиций организационной психологии, но и дальнейшее изучение проблемы, с учетом современных социально-экономических условий. Для разрешения основных проблем развития малого предпринимательства, с нашей точки зрения, необходимо изучение данного

вопроса в новых аспектах. А именно, рассмотрение причин, которые движут людьми в процессе перехода в статус предпринимателя-собственника, в статус самостоятельной экономической единицы. Для того, что бы ответить на поставленный вопрос, представляется необходимым изучить особенности потребностей и мотивов предпринимателей, организовавших свой бизнес и успешно (или неуспешно) его развивающих.

В настоящее время, как отечественные, так и зарубежные авторы, провели немалое количество исследований, направленных на изучение личностных и психологических особенностей наемных руководителей и собственников бизнеса. Однако, до сих пор, данный вопрос остается открытым, поскольку большая их часть посвящена изучению психологических черт и свойств личности российских собственников, обуславливающих успешность или не успешность предпринимательской деятельности, но не затрагивающих особенности их потребностей и мотивов. Наиболее пристально рассмотрением этого вопроса занимались (да и сейчас занимаются) зарубежные авторы, такие как М. Фрезе, Дж. Дэсс, Д. МакКлелланд, Д. Джайаварна. Разработка данной темы, в соответствии с направлениями развития науки и задачами фундаментальных и прикладных исследований, отвечает потребностям и нуждам общества, практики и внутренней экономической политики страны в целом.

В исследовании Н.Галейс [8] представлен анализ литературных данных, позволяющий выделить перечень движущих мотивов к самостоятельной (предпринимательской) деятельности. К ним относятся: желание быть независимым; желание подчиняться только себе; потребность в свободе; желание само реализовать; стремление к личному развитию; желание получать удовлетворение от работы; потребность в признании; потребность в использовании общности; желание делать что-то полезное; желание обучаться; стремление следовать образцу; потребность в благополучии; желание улучшить свое финансовое положение; желание прекратить свои прежние трудовые отношения; неудовлетворенность своим прежним рабочим

местом; желание обеспечить себе надежное будущее; желание избежать безработицы.

Кроме того, Н.Галейс провела собственное эмпирическое исследование для выяснения того, что стимулирует предпринимателей к основанию собственного дела. По данным опроса, основными движущими мотивами в организации бизнеса, являются стремление к независимости и саморазвитию. Предприниматели отмечали, что для них важно «быть хозяином самому себе» и испытывать интерес к рабочим занятиям. В Восточной Германии 50% опрошенных предпринимателей в качестве основного мотива, побудивших их к созданию собственного дела, указали страх перед безработицей. В Западной Германии 25,5% предпринимателей отметили неудовлетворенность прежними условиями работы. Затем следует мотив – «желание заработать много денег», попробовать что-то новое, свободно распоряжаться своим временем. И наименьшее значение для предпринимателей имел мотив «повышения статуса» [9].

Как известно открытие собственного предприятия связано с большими рисками. Тогда возникает вопрос о том, какие же мотивы побуждают человека стать предпринимателем и пойти на эти риски? Многие авторы сходятся во мнении, что стремление обрести независимость играет большую роль, чем финансовые аспекты.

По данным Чириковой А. Е. [6], мотив повышения материального благосостояния для предпринимателей имеет не самое большое значение при организации бизнеса. Вместе с тем, одно из первых мест (по значимости) занимает мотив самореализации и стремление получать конкретные и ощутимые результаты своего труда. Основной вывод, который был сделан автором по результатам анализа интервью, что мотивация представителей бизнес - элиты является комплексной по своей природе и в ней можно выделить «подвижные мотивационные блоки», которые меняют свою конфигурацию в зависимости от возраста, времени занятия бизнесом и общего уровня успешности.

Исследование О.С. Дейнеки [4], проведенного в 2001 году, показали, что предприниматели, владельцы частных фирм (представители Карачаево-Черкессии и республики Коми), нацелены на преодоление трудностей и достижение успеха, им присущ «разумный» риск. Для помощи в решении возникающих проблем они полагаются на мнение экспертов, а не друзей. Бизнесмены стремятся к независимости, уверены в своих силах и мало подвержены влиянию других. Была выявлена низкая, выходящая за рамки нормативов теста, аффилиация (мотив присоединения к группе) в сочетании с потребностью во власти. Авторы отмечают, что такие независимые лидеры контролируют ситуацию и устанавливают свою власть, нередко, с помощью грубой силы. Они смелы и знают, что хорошо для группы, но мало заботятся о своем окружении и людях в целом, устанавливают правила, которые могут меняться в зависимости от изменения их интересов и целей.

Обобщая результаты как зарубежных, так и отечественных исследований, можно сделать вывод, что ведущим мотивом открытия собственного бизнеса у предпринимателей является не мотив повышения своего благосостояния, как принято считать, а стремление к независимости и самоактуализации, а также ориентация на достижение успеха.

Предметом проведенного нами эмпирического исследования являются мотивы создания собственного бизнеса, особенности мотивации достижения успеха, уровень удовлетворенности базовых потребностей и склонности к риску. Объект исследования – предприниматели в сфере малого бизнеса. Нами было выдвинуто 4 основные гипотезы исследования.

1) Актуальными потребностями для предпринимателей являются: потребность в материальном благополучии и самоактуализации.

2) У предпринимателей степень выраженности мотивации достижения успеха и склонности к риску выше, чем у наемных работников.

3) Существуют гендерные различия в уровне удовлетворенности базовых потребностей, степени готовности к риску и мотивации достижения успеха у предпринимателей в сфере малого бизнеса.

4) Причины, побудившие предпринимателей организовать свой бизнес, многообразны и обусловлены как внешними факторами (например, материальным благополучием семьи, социально-экономическими условиями в стране), так и внутренними, такими как, особенности потребностно-мотивационной сферы (доминирующие потребности и актуальные мотивы), склонность к риску.

Для решения целей и задач эмпирического исследования, прежде всего, был разработан перечень вопросов для проведения структурированного интервью. С помощью интервью предполагалось выявить биографические предикторы, обуславливающие создание собственного дела, историю становления бизнеса, мотивы его создания и факторы, способствующие или препятствующие открытию и развитию собственного дела. Результаты структурированного интервью были проанализированы и представлены в выводах и заключении данной работы.

Выбор психодиагностического инструментария осуществлялся в соответствии с поставленными задачами исследования и требованиями валидности, надежности, стандартизации и адаптации используемых методик. Для целей исследования применялись следующие психодиагностические методики.

1) Методика В.В. Скворцова «Потребности или парные сравнения» (направленная на оценку уровня удовлетворенности базовых потребностей методом парных сравнений).

2) Методика Т. Элерса «Мотивация к успеху» (направленная на диагностику, выделенной Хекхаузенем, мотивационной направленности личности на достижение успеха).

3) Методика А.М. Шуберт «Диагностика склонности к риску» (направленная на оценку особенностей поведенческих реакций человека в ситуациях, сопряжённых с неопределённостью для жизни, требующих нарушения установленных норм, правил).

Для проведения эмпирического исследования была сформирована выборка испытуемых, состоящая из экспериментальной (42 предпринимателя) и контрольной групп (42 наемных работника). В экспериментальную выборку вошли представители малого бизнеса Санкт-Петербурга в возрасте от 19 до 57 лет: 19 мужчин и 23 женщины, имеющие высшее или незаконченное высшее образование и работающие в торговле, сфере обслуживания, питания. Контрольную группу составили 42 наемных работника, включая руководителей среднего звена, различных сфер деятельности, из них – 22 мужчины и 20 женщин, в возрасте от 20 до 54 лет, также, с высшим или незаконченным высшим образованием. В качестве методов математико - статистической обработки результатов были использованы: описательные статистики, Т-критерий Стьюдента для независимых выборок, дисперсионный и корреляционный анализ.

Анализ результатов структурированного интервью, показал, что для предпринимателей основным мотивом создания собственного бизнеса является стремление к самоактуализации (самореализации), а не обеспечение финансового благополучия, как представлялось на этапе планирования исследования. На планы по созданию своего дела предпринимателем влияют, прежде всего, особенности социально - экономической ситуации в стране. Опрос предпринимателей показал, что их возраст (в среднем по группе) составляет 44 года, то есть, это люди, которые начинали свой бизнес в 90-е, не самые спокойные для нашей страны, годы. Это время, когда большинство жителей страны находились в сложной жизненной ситуации, прежде всего, материальной. Многие потеряли работу и пополнили ряды безработных, другие – находились на грани увольнения и испытывали большое нервное напряжение от неизвестности и незнания, что будет дальше. В таких сложных условиях могли «выжить» только люди, имеющие активную жизненную позицию, готовые взять на себя ответственность за свою судьбу и судьбу своих близких. Они отличаются доминированием мотивации достижения успеха и склонностью к просчитанному риску,

высоким уровнем интеллекта, аналитичностью ума, способностью действовать в условиях неопределенности. Именно такие люди стали реализовывать свой потенциал в бизнесе 90-ых годов [1, 3, 8, 10].

По данным нашего исследования оказалось, что стремление к самоактуализации (самореализации) свойственно для всех, обследованных нами, предпринимателей, как мужчин, так и женщин. Что же касается других мотивов, то для мужчин характерно преобладание стремления к финансовой независимости, а для женщин - стремление стабилизировать свое положение в сложной социально-экономической ситуации. Стремление к финансовой независимости у мужчин на 11,8% выше, чем у женщин. Мотивы, обусловленные особенностями социально-экономической ситуации в стране, выражены у женщин на 6,6% выше, чем у мужчин. Чем это можно объяснить? Можно предположить, что в сложных жизненных ситуациях женщины стремятся сохранить то, что есть в семье (материальные ресурсы), что позволит семье «выжить». Женщины, создавая свой бизнес, стремятся само выразиться в собственном бизнесе, и большое внимание уделяют необходимости его сохранения. Мужчины, создавая свой бизнес, само актуализируются через поиск новых возможностей для самовыражения. Для женщин же, в большей степени, риск должен быть оправдан, а мужчины рискуют более охотно, что и подтверждается данными нашего исследования по методике «Готовность к риску».

При анализе данных, полученных в ходе интервью, о сложностях, с которыми столкнулись предприниматели на этапе открытия бизнеса, методом качественно-количественного анализа были выделены 3 группы предпринимателей, каждая из которых столкнулась с различными сложностями, встретившимся на этапе организации своего дела. Так оказалось, что 44 % всех опрошенных предпринимателей испытали сложности, связанные с особенностями рынка и потребителями; 37, 2% - сложностями, обусловленные поиском источника финансирования; 26,9% - столкнулись с бюрократизацией и коррупцией со стороны государственных

разрешающих органов. Оказалось, что эти сложности, по-разному, испытывались мужчинами и женщинами. Мужчины столкнулись со сложностями первой и второй групп, на их долю приходится 43,5 % всех сложностей, возникших на этапе создания бизнеса. Только 13% респондентов-мужчин ответили, что испытывали сложности, связанные с трудностями взаимодействия с государственными структурами. Однако, среди женщин на первом месте возникли трудности из первой и третьей групп и только 24,2% опрошенных женщин-предпринимателей ответили, что столкнулись со сложностями, связанными с отсутствием стартового капитала и поиском источников финансирования. Как оказалось, женщинам труднее договариваться с разрешающими государственными органами, видимо, в нашей стране, ориентированной, прежде всего, на руководителей мужчин, настороженное отношение к женщинам сохраняется и в бизнесе, в том числе и на этапе его замысла и зарождения.

Что касается ответов на вопросы о том, какие сложности предприниматели испытывали, когда их бизнес начал функционировать, то оказалось, что эти сложности временные и носят ситуационный характер, например, снижение спроса на товары или услуги. Кроме того, трудности могут быть обусловлены высокой конкуренцией, недостаточностью стартового капитала и необходимостью поиска дополнительных источников финансирования.

Результаты нашего исследования показали, что как мужчины, так и женщины, чаще всего, испытывают затруднения и сложности, связанные с особенностями рынка и потребителями (занимают 1-ое место по частоте встречаемости). На втором месте - проблемы, связанные с поиском источника финансирования, а на третьем-сложности, обусловленные необходимостью взаимодействия с государственными разрешающими и контролирующими органами. Следует отметить, что только 13% респондентов-мужчин указывали на сложности связанные с бюрократией и коррупцией. Среди респондентов-женщин эта цифра увеличивается до

37,9%. Можно предположить, что такая разница, в испытываемых сложностях взаимодействия с государственными структурами, обусловлена тем, что мужчины, имея опыт ведения бизнеса (свой или чужой), научились и готовы рисковать. Женщины ориентированы на стабильность и, соответственно, они боятся принимать необдуманные решения, и не хотят рисковать зря.

Анализ результатов по методике «Потребности или парные сравнения» показал, что средний показатель уровня удовлетворенности потребности в самовыражении составляет наибольшие значения по группе предпринимателей (25,3 балла); затем идут показатели потребности в признании (23,5 балла); материальных потребностей находятся на третьей позиции (21,81 балла); заключают иерархию потребностей в безопасности (21, 17 балла). Итак, анализ потребностной сферы предпринимателей показал, что незначимыми (неактуальными) потребностями оказались только потребности в межличностном общении (социальные). Объяснить это можно, по-видимому, тем, что как на этапе создания бизнеса, так и по ходу его развития, предпринимателю приходится взаимодействовать с множеством людей: свой персонал, работники государственных органов, сотрудники банков, поставщики, потребители. В динамике такого общения и удовлетворяются социальные потребности. Потребность в самоактуализации (само реализации) может быть реализована только в процессе развития собственного дела, ради этого все и затевалось. Эта потребность более значима для предпринимателей, чем материальная или потребность в безопасности. На основании этого можно сказать, что основным мотивом создания собственного дела является стремление к самоактуализации (само выражению). В тоже время, потребности в межличностном общении удовлетворены в наибольшей степени за счет гипертрофированной коммуникативной функции предпринимателя.

Был проведен сравнительный анализ сформированности (актуальности) потребностей в группе наемных работников (контрольной). Как оказалось,

наиболее актуальными для этой группы стали потребности в безопасности (29,24 балла в среднем по группе), высокие значения имеют и потребности в межличностном общении (28,48 балла). Затем находятся материальные потребности (19,12 балла). На четвертой строчке расположились потребности в самоактуализации (16,2 балла) и на последнем месте в иерархии потребностей находятся потребности в признании (14,02 балла). О чем это говорит? Несформированные потребности в самоактуализации и в признании, высшие потребности по А. Маслоу, свидетельствуют о недостаточной творческой активности людей, их готовности довольствоваться тем, что есть, «жить по старинке», ничего не менять в своей судьбе и жизни. Вместе с тем, у наемных работников высокие значения имеют потребности в безопасности, социальные и материальные. Они испытывают напряжение от того, что боятся физически и морально за свою безопасность (например, потерять работу), их не удовлетворяет социальное окружение (возможно, неуспешных людей), актуальны и материальные потребности.

Результаты анализа по методике «Мотивация к успеху» показали, что выраженность этого вида мотива в среднем по группе предпринимателей составляет 17,2 балла, что соответствует умеренно высокому уровню мотивации достижения успеха. У мужчин этот показатель равен 18,37 балла. Для женщин свойственно несколько меньшие значения данного мотива и равен 16,21 балла. Как у мужчин, так и у женщин значения показателя мотивации достижения успеха находятся на уровне умеренно высоких значений. Согласно Л. фон Розенштилю [2], мотивация достижения успеха понимается, как стремление человека развивать свои способности в различных сферах, и, прежде всего, там, где надо показать хороший результат. Переживание успеха сопровождается положительными эмоциями, такими как радость, гордость, удовольствие. Если же в деятельности возникают проблемы или неудачи, то это может сопровождаться возникновением чувства стыда, обиды, что отрицательно

сказывается на результатах. Мотивация достижения успеха трактуется как образование, состоящее из двух противоположных мотивов, таких как «надежда на успех» и «страх перед неудачей».

Сравнивая предпринимателей и наемных работников по выраженности мотивации достижения успеха, были обнаружены достоверно значимые различия между этими выборками по Т-критерию Стьюдента (при $p < 0,01$, $t = 3,6$). Средний показатель «Мотивация к успеху» у наемных работников составил 14, 12 балла, что соответствует среднему уровню мотивации достижения. Из чего следует, что у предпринимателей уровень мотивации достижения успеха статистически достоверно выше, чем у наемных работников.

Согласно данным литературы, мотивация достижения успеха проявляется у людей в способности ставить перед собой высокие, но достижимые цели. Для них важнее личные достижения в труде, чем получение возможного вознаграждения за успех, но, вместе с тем, значима оценка качества их работы [6]. Следует также отметить, что достижение успеха свойственно руководителям, которые отвечают за других людей и, поэтому они, чаще всего, выбирают задачи средней трудности, незнакомые ситуации для них более привлекательны, чем для людей с доминированием мотива избегания неудачи. В соответствии с вышесказанным, доминирование у предпринимателей мотива достижения успеха представляется оправданным.

Анализ эмпирических данных, полученных по методике «Готовность к риску» показал, что в среднем по выборке предпринимателей показатели готовности к риску составляют 5,4 баллов, что соответствует умеренной склонности к риску. Однако, для мужчин - предпринимателей этот показатель равен 16 баллов, что соответствует значениям, превышающим средний уровень. Вместе с тем у женщин – предпринимательниц этот показатель равен 3,4 балла, что соответствует умеренной склонности к риску. Следовательно, склонность к риску у мужчин и женщин

предпринимателей не одинакова. У мужчин этот показатель значимо выше, чем у женщин (по T - критерию Стьюдента при $p < 0,01$, $t = 4,7$). Таким образом, у мужчин - предпринимателей склонность к риску статистически достоверно выше, чем у женщин – предпринимателей. Что, вероятно, обусловлено особенностями гендерной социализации и разными проявлениями ролевых моделей мужчин и женщин.

Были выявлены статистически достоверные различия в склонности к риску между группой предпринимателей и группой наемных работников (при $p < 0,01$, $t = 3,8$). Средний результат по выборке наемных работников по методике «Готовность к риску» составил -7,93 балла. Из чего можно заключить, что у предпринимателей склонность к риску статистически достоверно выше, чем у наемных работников.

Результаты дисперсионного и корреляционного анализа:

По результатам, полученным при анализе данных интервью, выборка предпринимателей разделилась на группы по следующим характеристикам: мотив создания собственного дела (самоактуализация, финансовая независимость, ситуационный мотив), сфера бизнеса (сфера производства, сфера услуг). Статистически достоверных различий, обусловленных мотивом создания бизнеса и его сферой, обнаружено не было.

По результатам корреляционного анализа была выявлена положительная взаимосвязь мотивация достижения успеха и склонности к риску (на уровне значимости $< 0,01$). Согласно этим данным, чем больше выражена мотивация к достижению успеха, тем склонность к риску выше. Можно предположить, что в основе данной взаимосвязи лежит высокий уровень целеустремленности предпринимателей-собственников, а именно: четкое видение конкретных целей и путей их достижения. А, следовательно, если есть видение путей реализации плана достижения цели, разработаны этапы ее достижения, т.е. конкретные шаги и действия, заранее просчитанные, с учетом временных и финансовых затрат, то возможные риски субъективно оцениваются предпринимателями как оправданные и они идут на эти риски.

Вместе с тем, высокие показатели мотивации достижения успеха свидетельствуют о том, что люди выбирают такие задачи (по сложности, трудоемкости), с которыми они явно справятся и, поэтому, могут рисковать.

Корреляционный анализ также показал, что существует значимая положительная взаимосвязь мотивации достижения успеха и численностью людей, работающих на предприятии (на уровне значимости $< 0,05$). Чем выше мотивация достижения успеха у предпринимателя, тем больше масштаб его бизнеса и большее количество персонала в его компании. На основании этого можно предположить, что чем сложнее цели и смелее планы предпринимателя, тем больше ему требуется компетентных исполнителей, которыми он эффективно управляет, распределяя между ними задачи и, наделяя каждого работника, персональной ответственностью.

Мотивация достижения успеха отрицательно коррелирует с возрастом работников (на уровне значимости $< 0,05$). Следовательно, чем моложе предприниматели, тем выше у них мотивация достижения успеха. По-видимому, у молодых предпринимателей высокая мотивация достижения успеха сильнее выражена (сформировалась) под влиянием социально-экономических условий, в которых они выросли, воспитывались и делали первые шаги в бизнесе. Предприниматели более старшего возраста, с высокой мотивацией достижения успеха, уже вышли за границы малого и микро - бизнеса и, соответственно, в данную группу испытуемых просто не вошли.

Мотивация достижения успеха отрицательно взаимосвязана с потребностью в межличностном общении (на уровне значимости $< 0, 01$). Для предпринимателей с высокими показателями мотивации достижения успеха, свойственно активное коммуникативное взаимодействие с множеством людей, которые его окружают, что способствует удовлетворенности потребности в межличностном общении (меньше баллов). Понятно, что основная деятельность предпринимателя собственника как руководителя (лидера бизнеса) реализуется посредством коммуникации в

сфере межличностного общения (делегирующие полномочий, ведение переговоров, мотивации персонала на достижение конкретных бизнес - целей и др.).

Анализ данных литературы и результатов собственного эмпирического исследования, направленного на изучение оснований, побудивших человека организовать собственное дело, позволяет сформулировать ряд выводов.

1) Для предпринимателей основным мотивом создания собственного бизнеса оказалось стремление к самоактуализации (самореализации), а не финансовая независимость и особенности социально - экономической ситуации в стране. Следовательно, люди, имеющие нереализованный личностный потенциал, активную жизненную позицию, готовые изменить себя и внешние обстоятельства, не полагающиеся на «волю случая», стали реализовывать свой потенциал в бизнесе.

2) Предприниматели, организовавшие свой бизнес, отличаются умеренно высоким уровнем мотивации достижения успеха и склонностью к просчитанному риску. Как оказалось, женщины - предприниматели менее склонны к риску, чем предприниматели – мужчины, что, вероятно обусловлено особенностями гендерной социализации и разными действиями ролевых моделей мужчин и женщин.

3) Мотивация достижения успеха и склонность к риску у предпринимателей статистически достоверно выше, чем у наемных работников. Такие различия могут быть связаны с высокой сопротивляемостью фрустрации и внешнему давлению у предпринимателей, что позволяет им обеспечивать пути быстрого достижения цели в условиях высокой конкуренции. В то время как наемные работники находятся в ситуации, когда основную ответственность за принятие решений и успешность деятельности несет руководитель, а они выполняют исключительно исполнительные функции. Наемным работникам не надо быстро принимать решения в условиях неопределенности, и они не наделены единоличной ответственностью за успех дела и за ситуацию.

4) Для предпринимателей статистически достоверно более актуальными являются потребности в признании и самовыражении, чем для наемных работников. В то время как, потребности в безопасности и межличностном общении гораздо более актуальны для наемных работников, по сравнению, с предпринимателями. Что может свидетельствовать о большей значимости для предпринимателей наиболее полной реализации своего потенциала и необходимостью определения своего места в обществе.

5) Независимо от сферы предпринимательской деятельности (торговля, сфера обслуживания, строительство и др.), потребности и мотивы, побудившие человека организовать свой бизнес, одинаковы. У них доминирует потребность в само актуализации (само реализации), мотивы достижения успеха, умеренно выраженная склонность к риску.

Список использованных источников

1. Власов П.К. «Психология замысла организации» - Харьков, Гуманитарный центр-2003, 284 с.
2. Геберт Д., Лутц фон Розенштиль. Организационная психология. Человек и организация. Пер. с нем.- Х.: Изд-во Гуманитарный центр. 2006, - 624с.
3. Дейнека О.С. «Психологический портрет молодого российского предпринимателя», сборник статей, выпуск 14 «Экспериментальная и прикладная психология. Актуальные проблемы психологической теории и практики.» СПб, Санкт-Петербургский университет. – под. ред. Крылова А. А. -1995, -212 с.
4. Дейнека О.С. Если мы такие умные, почему мы не такие богатые // Вестник политической психологии №1 2001. 185 с.
5. Кирхлер Э., Родлер К. Мотивация в организациях. // Психология труда и организационная психология; т.1- 2-е изд., исп. / Пер. с нем.- Х.: Гуманитарный центр, 2008.- 168 с.
6. Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы (Мотивация и ценности бизнеса: человек больше богатства). Издательство: Институт социологии РАН – 1998. 358 с.
7. Фрезе М. Основатели эффективных компаний. - Х.: Издательство «Гуманитарный центр» -2006, - 336 с.
8. Galais N. “Perceived responsibility of client organizations and training offers for temporary agency workers: Results from a study on German entrepreneurs”, 2011.
9. Galais N. Entrepreneurship, adaptation and legitimation // Journal of Economic. Behavior and Organization, 8, 1998. P. 175-189
10. Jayawarna D., Rouse J., Kitching J. “Entrepreneur motivations and life offers” International Small Business Journal published online 29 June 2011