

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

**на тему: ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ УСПІШНОГО
ПІДПРИЄМЦЯ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0532-3-2
спеціальності 053– Психологія
Костенко Артем Олександрович
Керівник: д.психол.н., професор Гура Т. Є.
Рецензент: д.психол.н., професор Шевченко Н.Ф

Запоріжжя – 2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології

Кафедра психології

Рівень вищої освіти магістр

Спеціальність 053 Психологія

Освітня програма Психологія

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

к.психол.н., доцент. Н.О. Губа

«___» _____ 2023 р.

ЗАВДАННЯ

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА

_____ Костенко Артем Олександрович _____

Тема роботи Психологічні чинники становлення успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності

керівник роботи Гура Т.Є. д.психол.н., професор кафедри психології

затверджені наказом ЗНУ від «26» 09 2023 року № 1504-с

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого-педагогічної літератури.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки: теоретично дослідити структуру психологічного портрета успішного підприємця; проаналізувати структура особистості успішного підприємця; розкрити психологічний портрет успішного підприємця; зробити аналіз особистісних рис, що характеризують успішного підприємця; визначити вимоги для успішного підприємництва; визначити цільові функції підприємницької діяльності; дослідити емоційний інтелект у підприємстві: психологічний аналіз та роль у формуванні підприємницької діяльності.

5. Перелік графічного матеріалу:-

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання Видав	Завдання прийняв
Вступ	Гура Т.Є, професор		
Розділ 1	Гура Т.Є, професор		
Розділ 2	Гура Т.Є, професор		
Розділ 3	Гура Т.Є, професор		
Висновки	Гура Т.Є, професор		

7. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень –лютий 2023 р.	Виконано
2	Робота над вступом	березень 2023 р.	Виконано
3	Робота над першим розділом	квітень-травень 2023 р.	Виконано
4	Робота над другим розділом	липень 2023 р.	Виконано
5	Робота над третім розділом	червень -серпень 2023 р.	Виконано
6	Написання висновків	вересень 2023 р.	Виконано
7	Передзахист	жовтень 2023 р.	Виконано
8	Нормоконтроль	листопад 2023 р.	Виконано

Студент _____ А.О. Костенко

Керівник роботи _____ Т.Є. Гура

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ О.М. Грединарова

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 67 сторінок, 41 джерело

Об'єкт дослідження – психологічні чинники успішного підприємця

Предмет дослідження – Психологічні чинники становлення успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності.

Мета роботи – теоретично обґрунтувати та дослідити взаємозв'язок між психологічними факторами та формуванням успішного підприємця, спрямованого на подолання соціальної невизначеності .

Гіпотеза дослідження: ґрунтується на припущенні, що особистісні якості, мотивація, стресостійкість та сприйняття ризику є визначальними факторами, що впливають на успіх підприємницької діяльності. Ця гіпотеза передбачає, що високий рівень цих психологічних якостей сприяє формуванню успішного підприємця, здатного ефективно функціонувати та досягати цілей у нестабільному суспільстві.

Методи дослідження: теоретичні: теоретико-методологічний аналіз, класифікація та систематизація наукових джерел, порівняння й узагальнення даних досліджень; емпіричні: спостереження.

Наукова новизна даного дослідження полягає в розкритті конкретних психологічних чинників, які формують успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності, що може сприяти у розробці нових стратегій для підтримки та розвитку підприємництва.

Галузь використання: бізнес-та підприємницькі курси, консалтингові та тренінгові програми, програми психологічної підготовки підприємців.

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ УСПІХУ, СОЦІАЛЬНА НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ, ОСОБИСТІСНІ РИСИ ПІДПРИЄМЦЯ, МОТИВАЦІЯ В БІЗНЕСІ, СТРЕСОСТІЙКІСТЬ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ, УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ, ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ НАВИЧОК.

SUMMARY

Kostenko A.O. Psychological Factors of Becoming a Successful Entrepreneur in Conditions of Social Uncertainty.

Master's qualification thesis: 67 pages, 41 sources.

Research object – psychological factors of successful entrepreneur.

Research subject – Psychological Factors in the Formation of a Successful Entrepreneur in Conditions of Social Uncertainty.

Objective – Theoretical justification and exploration of the correlation between psychological factors and the development of a successful entrepreneur aimed at overcoming social uncertainty.

Research Hypothesis: Based on the assumption that personal qualities, motivation, resilience, and risk perception are crucial factors influencing entrepreneurial success. This hypothesis suggests that a high level of these psychological traits contributes to the formation of a successful entrepreneur capable of functioning effectively and achieving goals in an unstable society.

Research Methods: Theoretical: theoretical-methodological analysis, classification, and systematization of scientific sources, comparison, and generalization of research data; empirical: observations.

The scientific novelty of this research lies in the disclosure of specific psychological factors that form a successful entrepreneur in conditions of social uncertainty, which can contribute to the development of new strategies for the support and development of entrepreneurship.

PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF SUCCESS, SOCIAL UNCERTAINTY, ENTREPRENEURIAL PERSONAL TRAITS, MOTIVATION IN BUSINESS, RESILIENCE IN ENTREPRENEURIAL ACTIVITY, RISK MANAGEMENT, ENTREPRENEURIAL SKILL FORMATION.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. Структура психологічного портрета успішного підприємця.....	9
1.1 Мотивація до започаткування підприємницької діяльності.....	9
1.2. Структура особистості успішного підприємця.....	16
1.3. Психологічний портрет успішного підприємця.....	17
1.4 Особистісні риси, що характеризують успішного підприємця.....	28
1.5 Вимоги для успішного підприємництва.....	31
1.6 Цільова функція підприємницької діяльності.....	36
РОЗДІЛ 2 Емоційний інтелект у підприємництві: психологічний аналіз та роль у формуванні підприємницької діяльності.....	39
2.1 Емоційна креативність та емоційний інтелект.....	39
2.2 Емоційний інтелект успішного підприємця.....	48
2.3 Природа емоцій в підприємстві.....	53
ВИСНОВКИ.....	62
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	64

ВСТУП

В сучасному світі, де соціальна невизначеність стає нормою, питання успішного підприємництва набуває особливої актуальності. Становлення успішного підприємця в умовах такої невизначеності є складною, але цікавою проблемою, яка вимагає ретельного вивчення та розуміння.

Актуальність теми дослідження зумовлена необхідністю розкриття психологічних чинників, що впливають на формування успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності. Останні зміни в суспільстві, особливості економічного середовища та соціальні трансформації спонукають дослідження цієї теми для визначення ключових аспектів, які допоможуть вирішувати цю проблему.

Аналіз останніх досліджень та публікацій в галузі психології підприємництва свідчить про нестабільність у визначенні та розумінні цих чинників в умовах невизначеності. Це створює базу для нового наукового підходу та досліджень, що спрямовані на виявлення та розкриття цієї проблеми.

Об'єкт дослідження - психологічні чинники успішного підприємця, а предмет - процес їх становлення в умовах соціальної невизначеності.

Мета роботи полягає у виявленні та систематизації цих чинників, визначенні їх впливу та ролі в успішному розвитку підприємництва.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на припущенні, що існують конкретні психологічні аспекти, які сприяють формуванню успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності. Застосування кількох методів, таких як анкетування, спостереження та інтерв'ювання, дозволить глибше проаналізувати ці аспекти.

Завдання:

1. Теоретично дослідити структуру психологічного портрета успішного підприємця

2. Проаналізувати структура особистості успішного підприємця
3. Розкрити психологічний портрет успішного підприємця
4. Зробити аналіз особистісних рис, що характеризують успішного підприємця
5. Визначити вимоги для успішного підприємництва
6. Визначити цільові функції підприємницької діяльності
7. Дослідити емоційний інтелект у підприємстві: психологічний аналіз та роль у формуванні підприємницької діяльності

Методи дослідження: теоретичні: теоретико-методологічний аналіз, класифікація та систематизація наукових джерел, порівняння й узагальнення даних досліджень; емпіричні: спостереження.

Наукова новизна даного дослідження полягає в розкритті конкретних психологічних чинників, які формують успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності, що може сприяти у розробці нових стратегій для підтримки та розвитку підприємництва.

Отримані результати матимуть практичне значення для розвитку програм та підходів у підготовці та підтримці майбутніх підприємців в умовах невизначеності.

Надійність та достовірність результатів дослідження будуть забезпечені шляхом використання різноманітних методів та ретельності в аналізі отриманих даних.

Апробація отриманих результатів передбачає участь науковців та спеціалістів з психології підприємництва на конференціях та семінарах, а також публікації у наукових журналах.

Структура роботи включатиме розділи, що детально розглядатимуть об'єкт, методи, результати та висновки, що відповідатимуть поставленим завданням.

РОЗДІЛ 1

Структура психологічного портрета успішного підприємця

1.1 Мотивація до започаткування підприємницької діяльності

«...ви кажете, що не очікували, що компанія [Tesla] буде успішною, тоді навіщо намагатися? Якщо щось досить важливе, то варто спробувати - навіть якщо ймовірним результатом буде провал».

Elon Musk ('60 minutes', 2014)

Існує кілька причин, які стимулюють людей стати підприємцями, і мотивація тут відіграє ключову роль в управлінських дослідженнях. Вивчення мотивації підприємництва не обмежується лише бажанням розпочати бізнес, але також охоплює мотивацію його розвитку та закриття.

У дослідженнях мотивації підприємництва часто виділяють три етапи: стартап, розвиток та вихід з бізнесу. Ці етапи часто аналізують окремо. Ініціювання бізнесу, наприклад, здобуло особливе визнання в літературі [1].

Мотивація для розпочатку підприємницької діяльності зазвичай розглядається як підприємництво за потребою або як підприємництво можливостей, що визначається також як теорія "виштовхування". Це свідчить про те, що бажання стати підприємцем може виникнути як наслідок негативних факторів, таких як втрата роботи або економічні труднощі, що змушують людей розпочати свій бізнес з необхідності. З іншого боку, фактори притягання описують те, що стимулює людей розпочати бізнес: можливості, бажання незалежності та самовираження, що також називається підприємництвом можливостей.

Хоча деякі автори почали ставити під сумнів жорстку дихотомію, що стосується підприємницької мотивації, вони закликають дослідників вийти за рамки цієї роздільної лінії. Вони стверджують, що мотивація підприємництва частіше представляє собою комбінацію різних мотивів, а не одну конкретну

сутність. Це свідчить про те, що мотивація підприємців може змінюватися з часом.

Для отримання більш повного уявлення необхідно проведення додаткових досліджень, які б фокусувалися на тому, як саме мотивація може змінюватися в процесі підприємництва.

Хоча існують дослідження, що зосереджуються на мотивації підприємців на більш пізніх стадіях (розвиток та вихід з бізнесу), теорія "push-pull" на цих етапах, здається, залишається поза увагою. Проте, аналізуючи різні мотиваційні фактори на цих стадіях, можна зробити висновок, що різні мотиваційні фактори на етапах стартапу, розвитку та виходу з бізнесу можуть впливати на те, як теорія "притягування" співіснує та змінюється з часом.

Також варто зазначити, що дослідження, які зосереджуються на дуалістичній теорії виштовхування та притягування, а також на змінній підприємницькій мотивації, часто фокусуються на специфічних типах підприємництва, таких як підприємництво в перехідних економіках або нелегальне підприємництво. Виникає потреба в дослідженні більш загальних форм підприємництва.

Зокрема, дослідники вказують на необхідність проведення досліджень підприємницької мотивації в економічно розвиненому контексті. Це важливо, оскільки попередні дослідження в економічно розвинених країнах, як правило, зосереджені на економіках, що зосереджені на економіках, що знаходяться в процесі переходу. Це підкреслює необхідність більш широкого та різноманітного аналізу в цій сфері.

Крім того, компанія "Williams and Williams" стверджує, що дослідження, які орієнтуються на дуалістичній теорії "виштовхування" та "притягування", а також на змінній підприємницькій мотивації, часто зосереджені на конкретних типах підприємництва, наприклад, на підприємстві в перехідних економіках чи нелегальному підприємстві [2]. Це вказує на необхідність дослідження більш загальних форм

підприємництва.

У цілому, для більш глибокого розуміння мотивації підприємців, потрібні дослідження, які охоплюють різноманітні аспекти та етапи підприємницької діяльності, розглядаючи зміну мотивації з плином часу та контексту.

Мотивація - це те, що перетворює потенційний замір на конкретну акцію, зближаючи наміри із реалізацією. Вона визначає різницю між задумом про розпочаток бізнесу та реальними кроками у цьому напрямку, тому вона стає важливою складовою підприємницької діяльності.

Які знання має мати успішний підприємець. Сучасний підприємець повинен мати розуміння у сфері економіки, інновацій, технологій, політики, маркетингу, юриспруденції, психології та фінансів. Розуміння економіки є основою для формування ринкового мислення бізнесу. Успіх у вибраній галузі часто залежить від глибини, повноти та системності цих знань. Інновації відкривають закономірності розвитку і появи новацій, механізми управління змінами та способи їхнього використання. Аби бути конкурентоспроможним, важливо йти в ногу з часом, освоюючи нововведення та уміло застосовувати їх в сфері конкуренції.

Також, на відміну від спонтанних і стихійних змін, інновації дають знання про механізми контрольованих змін, які виникають в результаті розумово-орієнтованих дій. Зокрема, у сучасному світі будь-яке виробництво базується на автоматизації. Отже, для ефективного керування усіма цими системами необхідно мати розуміння сучасних технологій.

Знання у галузі політики допомагають підприємцю використовувати методи, спрямовані на досягнення стратегічних цілей у складному соціальному середовищі. Розуміння політики необхідне для управління внутрішніми та зовнішніми відносинами та взаємодіями.

Знання в маркетингу дозволяє аналізувати та контролювати рішення в галузі маркетингу (ціна, продукт, просування, розповсюдження), задовольняти потреби клієнтів та їх очікування, що є ключовими для

досягнення цілей організації.

Навички, отримані у психології, використовуються для покращення спілкування з клієнтами, розуміння їхніх потреб та знаходження правильного підходу до кожного з них.

Знання у сфері юриспруденції дозволяє уникати проблем, пов'язаних із порушенням законів, що можуть призвести до втрати бізнесу.

Нарешті, знання з фінансів допомагає правильно керувати фінансами, оцінювати ризики інвестицій, розуміти, як гроші працюють, та де краще їх вкладати.

Оскільки робота підприємця в першу чергу відноситься до сфери міжособистісних відносин, для нього ключові такі якості:

- Здатність ефективно спілкуватися та встановлювати контакти з різними людьми, відчуття комфорту у співпраці та бажання спілкуватися.
- Наявність рефлексії та ідентифікації, що означає усвідомлення того, як інші сприймають підприємця та вміння поставитися на місце іншої людини.
- Здатність швидко розуміти наміри і погляди інших, читати зовнішні ознаки настрою та почуттів.
- Здатність запам'ятовувати особистісні риси та характери багатьох різних людей.
- Етичні принципи: правдивість, чесність, та гуманізм у взаємодії з іншими.
- Вольові якості, такі як організованість, дисциплінованість, наполегливість, здатність досягати мети та переборювати перешкоди, управління часом.
- Оптимізм та орієнтація на успіх, підтримані мотивацією до досягнення успіху.

Ці якості є важливими для успішного функціонування в ролі підприємця, оскільки вони допомагають у спілкуванні з різними людьми, управлінні власним часом та ресурсами, а також у створенні та розвитку

власного бізнесу.

Підприємницькість вимагає особливих якостей, пов'язаних із міжособистісними відносинами:

- Вміння ефективно спілкуватися та налагоджувати контакти з різноманітними особистостями, відчуття комфорту в комунікації та бажання спілкуватися.
- Наявність рефлексії та здатність ідентифікувати, як оточення сприймає підприємця, і вміння ставитися на місце іншої людини.
- Швидке розуміння намірів та поглядів інших, вміння читати зовнішні ознаки настрою та емоцій.
- Здатність запам'ятовувати особистісні риси та особливості багатьох різних людей.
- Відданість етичним принципам: чесність, правдивість та гуманізм у взаємодії з оточуючими.
- Волевиява, включаючи організованість, дисциплінованість, наполегливість та здатність подолати перешкоди, ефективне використання часу.
- Позитивний настрій та прагнення до успіху, підкріплені мотивацією до досягнень.

Ці риси визначають успішність у ролі підприємця, допомагають у взаємодії з різними людьми, управлінні часом та ресурсами, а також у створенні та розвитку власного бізнесу.

У підприємницькій сфері люди приділяють увагу тому, що вони вважають важливим для свого зусилля. У бізнесі підприємцям необхідно почуття наполегливості та бажання просуватися вперед. Це прагнення підтримує постійну боротьбу за успіх або новаторство, що стимулює виникнення нових ідей і можливостей. Але відсутність мотивації може перешкодити людям продемонструвати себе в кращому світлі або хоча б рухатися вперед. Таким чином, рівень мотивації визначає, яким шляхом

крокує підприємець, і визначає його рівень продуктивності, що є важливим для успішного створення нового бізнесу.

Оточення, в якому опиняється підприємець, впливає на успіх у різних галузях бізнесу. Політичні, економічні та соціальні фактори у суспільстві мають ключове значення для успішності в підприємстві. З іншого боку, мотивація є важливим фактором, який може відігравати роль у втіленні страсті підприємця у вигоди від конкретного середовища. У невигідному середовищі для розвитку бізнесу, мотивація також визначає успіх підприємства.

У дослідженні Zhang, Huan, Qu, Zhong та Niu (2019) було продемонстровано, що структура навколишнього середовища має великий вплив на мотивацію підприємців [1]. Інклюзивні, динамічні та сприятливі місця, такі як Шеньчжень, є місцем для розвитку та вільного обміну когнітивним капіталом між підприємцями. Така атмосфера сприяє появі нових ідей та нових пристрастей до великих результатів від вмотивованих людей.

Підприємництво - це можливість, яку можна використати для створення переваг у майбутньому та отримання прибуткових результатів (Shane & Venkataraman, 2000) [1]. Таким чином, підприємець може займати різні посади в різних секторах бізнесу. Йому не обов'язково створювати новий стартап, щоб бути підприємцем. Підприємництвом можна вважати все, що робиться для використання можливостей для пошуку цінностей. Рівень, який вирішує більшість дій, як правило, - це креативність, яку вкладає підприємець (Shane, Locke, & Collins, 2012).

Люди можуть приймати різні рішення у підприємницьких процесах через альтернативні витрати, фінансове бачення або попередній досвід у бізнес-секторі. Але всі люди по-різному вирішують, як скористатися перевагами навколишнього середовища. Ця різниця може бути спричинена бажанням вдосконалюватися, оптимізмом щодо майбутнього та самомотивацією. Наприклад, коли інтернет поширився по всьому світу,

знайшлися люди, які використовували його для винаходу нових сайтів електронної комерції, а також люди, які використовували цю технологію для вивчення наукової проблеми, щоб створити ракету, яка б доправляла астронавтів у космос приватною компанією, як у прикладі SpaceX, заснованої успішним підприємцем Ілоном Маском. Навколишнє середовище неможливо повністю контролювати, щоб визначити, чи є мотивація головним чинником цих відмінностей. Зрештою, видно, що люди вкладають своє бажання і власне бачення у створення нових бізнесів

Оскільки підприємництво має життєво важливе значення для економічного зростання, з'ясування основних чинників, які його підтримують, є не менш важливим. Поряд зі згаданим вище впливом на навколишнє середовище, корисним може бути вивчення мотивації підприємців.

Підприємницька мотивація також спостерігається в процесах започаткування нового підприємства, зростання нового підприємства та виходу з нового підприємства (Murnieks, Klotz, & Shepherd, 2019). У дослідженні зазначено, що попередніми причинами мотивації є етнічна приналежність, особисті обставини, самоефективність, цілеспрямованість, підприємницька пристрасть, страх невдачі в контексті економічної, внутрішньої, ідентифікаційної згоди, просоціальної, регуляторної спрямованості. Крім того, на мотивацію впливає попередній досвід стартапів, конкурентоспроможність середовища, стать, дохід та легкість доступу до ресурсів.

Ще одним аспектом зміни мотивації є невизначеність, яка в економіці розглядається як ризик, але в ширшому сенсі вона є більш розмитою і її складніше виміряти в академічній сфері. Рой (2020) стверджує, що невизначеність також може бути позитивним стимулятором для підприємців до дій, коли вони стиснуті невизначеністю.

Загалом, підприємництво необхідне для покращення та зростання глобального багатства. Так само, як і фактори навколишнього середовища, які відіграють важливу роль у визначенні загального результату діяльності підприємців у країні, мотивація є ключовим компонентом для досягнення підприємцями вищих цілей. На цю пристрасть впливають фактори навколишнього середовища, а також особисті бажання людей, які беруть участь в очікуваних корисних результатах від можливостей.

1.2 Структура особистості успішного підприємця

Перелік якостей, які формують особистість успішного підприємця:

- 1. Когнітивний компонент**
 - Знання про себе та інших осіб.
 - Розуміння основ економіки, інновацій, технологій, політики, маркетингу, юриспруденції, психології та фінансів.
 - Швидке розуміння поглядів і мотивів інших осіб.
 - Запам'ятовування особистісних рис багатьох різних людей.
 - Спостережливість.
- 2. Емоційно-мотиваційний компонент**
 - Спрага до спілкування та задоволення від взаємодії з оточенням.
 - Здатність реагувати на зовнішні прояви емоцій інших осіб.
 - Мотивація досягнень та орієнтація на успіх.
 - Оптимізм та соціальні мотиви.
- 3. Регулятивний компонент**
 - Адекватне оцінювання себе та власних можливостей.
 - Вольовість, моральні цінності, рефлексія та ідентифікація.
 - Характеристики, такі як наполегливість, ініціативність, чесність та правдивість.
 - Саморегуляція: вміння контролювати свої емоції, міміку, тілесні

вирази та голос.

4. Поведінковий компонент

- Організаторські та керівні навички.
- Здатність вчасно навчати, підказувати та коригувати дії підлеглих.
- Ефективне слухання та розуміння позицій інших.
- Високий рівень комунікативної культури та сугестивних вмінь.

При формуванні портрету успішного бізнесмена, ми фокусуємося на його пізнавальних здібностях, розумінні людей і бізнесу взагалі, а також експертному рівні в обраній галузі, що включає знання з економіки, інновацій, технологій, політики, маркетингу, юриспруденції, психології та фінансів [4]. Ключовою є мотивація до досягнень та розвитку соціальних потреб. Успішний підприємець володіє організаторськими навичками, здатністю вчасно вчити, порадити, передбачати слабкі місця та помилки, коригувати дії підлеглих, а також умінням слухати і розуміти. Ключовою є вміння ефективно спілкуватися та спостерігати. Не менш важливими є вольові якості та моральність в характері. Ці компоненти особистості успішного бізнесмена (когнітивний, емоційно-мотиваційний, регулятивний і поведінковий) взаємодіють та взаємовпливають у реальному процесі, утворюючи цілісну систему [3].

1.3 Психологічний портрет успішного підприємця

Розглядаючи психологічний образ підприємця, щоб визначити його унікальні особистісні якості, які спонукають до підприємницької діяльності. Основні психологічні риси "профілю підприємництва" включають мотивацію досягнення, внутрішнє відчуття контролю, нахил до ризику, ціннісні уявлення та здатність до інновацій.

Психологічні особливості підприємця, по суті, визначаються тим, що визначає його мотиваційну сферу. Шумпетер розпізнає три основні мотиви [5]. Перше — потреба у владі, прагнення впливати. Ця ціль реалізується

через нагромадження майна, що не обов'язково збігається з максимізацією прибутку. Другий — бажання перемогти, домогтися успіху, впоратися з конкурентами та власними обмеженнями. Особливу вагу має "прагнення досягнень". Третій мотив підприємницької діяльності — це задоволення від творчості, яке забезпечує самостійне управління справами.

Досягнення всіх цих мет це практично неможливо без відповідного доходу. Проте для ідеального підприємця, на відміну від "капіталіста", високий дохід не є головною метою, а скоріше, обмеженням і критерієм успіху. Підприємець вбачає себе в справі, а не в капіталі. Головне в особистості підприємця - це новаторський та творчий підхід до справи. Тут важливе поєднання інтуїції, уяви та освіти.

Мотивація досягнень — це не тільки властивість підприємця, а й ключовий фактор, що визначає його успіх. Цей мотив ґрунтується на потребі в самореалізації, спрямованій на розвиток власного потенціалу. Люди, що мотивуються досягненнями, мають ясно сформульовані цілі та активно працюють над їхнім досягненням, вірять у свої здібності та реалістично оцінюють себе. Вони вибирають завдання середньої складності і при неспіхах мобілізуються для подальших спроб.

Потреба у уникненні невдачі є протилежністю мотиву досягнень. Люди, які прагнуть уникнути невдач, виявляють нестабільність у власних здібностях та почуття тривоги при можливості невдачі. Вони часто переоцінюють або недооцінюють себе й вибирають або дуже прості, або надзвичайно складні завдання. Хоча успіх стимулює їх до дій, невдачі значно підштовхують до зниження активності. Якщо уникнення невдач переважає мотив досягнень, це може перешкодити особі у виробленні успішної підприємницької кар'єри.

Автор теорії локусу контролю, Дж. Роттер, розглядає високу мотивацію досягнень у підприємців як результат внутрішньої орієнтації, або інтернальності, у контролі над своєю поведінкою та значущими подіями. Інтерналі, що характеризуються внутрішнім локусом контролю, мають

високий рівень впливу на події, що стосуються їх життя, та беруть на себе відповідальність як за свої досягнення, так і за невдачі. Це вказує на їх соціальну зрілість, самостійність та відповідальність за свої вчинки.

З іншого боку, екстернали з екстернальним локусом переважно вважають, що ключові події у їхньому житті, успіхи та невдачі, контролюються зовнішніми факторами: умовами, впливом інших людей, випадковими обставинами. Вони проявляють конформність, проявляючи слідувачу та залежну поведінку, почуття неувільненості та тривоги. Дослідження показують, що успішні підприємці виявляють більшу схильність до інтернальності, ніж ті, хто не досягає таких результатів. Наприклад, потенційні підприємці, такі як студенти-випускники бізнес-школ, мають вищі показники внутрішнього локусу контролю, порівняно зі студентами-менеджерами.

У мотиваційній сфері особистості підприємця ключовими елементами є самооцінка, рівень амбіцій, здатність до ухвалення рішень та готовність приймати ризик. Успішний підприємець відрізняється високою, але реалістичною самооцінкою, що дозволяє розумно оцінювати власні можливості та розвивати знання. Щодо рівня амбіцій, успішний підприємець відзначається готовністю до автономної діяльності, впевненістю в собі та власних можливостях.

Прийняття рішень включає вибір між різними можливостями дій у ситуаціях невизначеності. Це саме в таких ситуаціях підприємець демонструє свою готовність до ризику, пов'язану з управлінням та ухваленням рішень. Дослідження свідчать, що занижений рівень амбіцій може призвести до надмірної обережності та уникнення ризику, що може спричинити фінансові, соціальні та інші втрати. "Ідеальний" підприємець має здатність брати розумний, але сміливий ризик, на відміну від менеджера, який більше налаштований на стабільність та передбачуваність.

Підприємці часто виконують соціально-психологічну роль "поглинання" ризику, створюючи для інших "ілюзію" абсолютної гарантії успіху. Це дозволяє їм активно діяти та надихати інших на досягнення.

Ризик може бути двох типів - мотивованим і немотивованим. Ця характеристика виконує важливу регулятивну функцію в суспільстві, бо без ризику немає прогресу. Креативне мислення потребує наявності ризику, який стимулює розвиток та пошук нових ідей. Успішні підприємці відзначаються своїм творчим підходом, їхні дії руйнують стереотипи та перетинають психологічні бар'єри для вирішення економічних проблем.

Ризик у справі не лише полягає в діях у невизначеній ситуації, але й у створенні таких ситуацій - нових можливостей. Це означає, що підприємці проявляють неадаптивну активність, вони не приймають усталені стандарти поведінки чи мислення, але створюють нові форми діяльності та роблять неочікувані креативні вибори.

Там, де повна ясність - там немає власне підприємництва, особливо інноваційного, а є рутинна діяльність. Пошук ризикових ситуацій - неминучість підприємництва. Ризикова ситуація і вміння вийти з неї мають для підприємця самодостатньою цінністю. Ризик в підприємстві - Це вміння діяти в потрібному темпі, концентрувати увагу на одних сторонах справи і ігнорувати інші; це здатність опиратися на потрібних людей, це навички в розподілі ресурсів, і багато іншого, але все це вміння налагодити справу, або бути зайнятим підприємством. Бути - це здійснення можливого, очікування і причетність всьому новому, і є смислова цінність підприємства.

Важливою характеристикою особистості підприємця є їхня інноваційність, яка виявляється у віддачі переваги інтуїції над раціональним мисленням та здатністю створювати нові ідеї. Це стимулює активну взаємодію з реальністю, дозволяє вносити нові цінності та методи виробництва, розкривати нові ринки та джерела прибутку. Стремління до постійного оновлення та впевненість у власних силах мотивують підприємця

активно ризикувати, сприймаючи це як нові можливості, що відображають їхню сутність.

Необхідною психологічною якістю підприємця є його воля досягати мети, ухвалювати рішення та працювати над ними, виражена у вмінні подолати внутрішні й зовнішні труднощі. Воля може мати різні прояви: в зусиллях подолати перешкоди, у вирішенні труднощів, у втриманні вибраного курсу навіть у разі відхилення від поставленої мети.

Вольова активність підприємця — це складний психологічний процес, що охоплює ставлення до зовнішніх впливів, мотивацію та свідому регуляцію. Цей процес можна поділити на кілька етапів:

1. Постановка мети та бажання досягнення. Цей етап передбачає усвідомлення мотивів або причин діяльності та їх внутрішню боротьбу, що завершується прийняттям рішення.

2. Усвідомлення різних можливостей та вибір шляху досягнення поставленої мети. Цей етап передбачає оцінку різних варіантів і вибір оптимальних шляхів досягнення мети.

3. Здійснення прийнятого рішення через виконання. Цей етап потребує вольового зусилля для реалізації обраного варіанту дій. Без активного виконання відсутня вольова дія.

Ці етапи формують вольову активність підприємця та допомагають у свідомому керуванні процесами досягнення поставлених цілей.

Вольова активність оцінюється за такими параметрами: спрямованість, сила, стійкість, широта.

Підприємцю дійсно потрібні вольові якості, щоб успішно працювати у бізнесі. Сила волі, рішучість, ініціативність, самовладання, сміливість, наполегливість і витримка допомагають досягати поставлених цілей. Важливо також уміти відмовитися від негативних якостей, які можуть заважати.

Крім цього, комунікативна компетентність грає важливу роль у сфері бізнесу. Знання етики спілкування, здатність до чіткого вираження своїх

думок та цілей, адекватна реакція на ситуацію і вміння керувати поведінкою у спілкуванні з іншими - це ключові аспекти. Розуміння та керування ситуацією, використання стратегій співробітництва під час вирішення конфліктів є важливими навичками для підприємця. Такі навички сприяють успішному управлінню та забезпечують ефективне спілкування у бізнес-середовищі.

Ціннісні орієнтації грають ключову роль у формуванні поведінки підприємців. Дослідження вказують на переважання таких цінностей, як свобода, самоважливість, відповідальність і незалежність у підприємницькому середовищі. Зокрема, підприємці високих технологій часто виявляють «естетичне почуття», що свідчить про їхній інтерес до новаторства та якості.

Орієнтація на владу або незалежність також визначає, як підприємці ставляться до розвитку своїх підприємств. Ті, хто спрямовані на владу, шукають розширення фірми для посилення своєї впливової позиції. З іншого боку, ті, хто акцентує на незалежності, більше звертають увагу на збереження своєї незалежності під час зростання організації, аби уникнути ризику втрати цієї незалежності.

Також варто відзначити, що для підприємців є важливими моральні аспекти. Підприємництво розглядається не лише як професія, але і як стиль життя, що включає ігровий моральний підхід. Це може протиставлятися концепції «чесного бізнесу», де етика зводиться до ефективності справи, а не до її морального змісту.

Розвиток економічної свідомості та соціалізації впливають на формування особистісного ставлення учня до економічної сфери. Цей процес може вести до усвідомлення власної економічної самостійності та створення власної концепції підприємця, який обирає індивідуальний шлях у своїй підприємницькій діяльності.

"Я-концепція" охоплює уявлення особистості про себе, включаючи переконання, оцінки та тенденції поведінки, які формують можливі та

реальні уявлення про себе як підприємця. Ця концепція містить психологічний та соціальний аспекти. В психологічному плані це відчуття власної компетентності, самоефективності та відчуття моральної цінності.

Соціальний аспект "Я-концепції" включає уявлення про себе в контексті співвідношення з оточуючим соціумом. Це може бути індивідуалістичне або колективістичне сприйняття. Дослідження спрямовані на вивчення того, як співвідносяться "індивідуальні" та "групові" характеристики у процесі самовизначення, чи бачить особистість власне "Я" як унікальне і незалежне, чи, навпаки, схоже на інших та залежне від групи.

Це розвиток "Я-концепції" учня дозволяє йому осмислити свої власні потенційні можливості у сфері підприємництва та створити власне бачення про своє місце в цьому середовищі.

Вивчення професійної орієнтації та економічної соціалізації у майбутніх підприємців включає аналіз різних рівнів, що стосуються їх економічної та професійної самоідентифікації. Економічне "Я" уособлюється в почутті власності та поведінці, і пов'язане з ключовими складовими, такими як особистісна компетентність, ідентифікація з достатком, здатність та експертиза у різних сферах. Це відображає економічну самосвідомість і стає невід'ємною частиною самоконцепції.

Суб'єктивність у сфері економіки, або сприйняття себе як суб'єкта підприємницької діяльності, виявляється у бажанні та можливості керувати економічним аспектом свого життя, у здатності контролювати цю сферу та працювати самостійно, а не на найману роботу. Ця здатність прямо пов'язана з рівнем самоефективності у підприємницькій діяльності — свідомою здатністю справлятися зі специфічними ситуаціями, що сприяє кар'єрному успіху.

Професійне "Я" формується не лише на основі економічного "Я" як типу суб'єктивності, але також базується на психологічному "Я" — особистісному почутті контролю над ситуацією, відчутті компетентності та самоефективності, а також ціннісно-смысловому контексті. Такий підхід

дозволяє краще зрозуміти формування підприємницької та професійної ідентичності у майбутніх підприємців.

Організація учня як майбутнього підприємця включає систематичне формування в нього мотивації досягнення успіху. Успіх є важливим аспектом самовиявлення та особистісного розвитку підприємця і може виявлятися у різних формах, таких як "успіх-досягнення", "успіх-визнання", "успіх-подолання", "успіх-самоствердження", "успіх-покликання". Це поняття включає показники творчого потенціалу особистості та її соціальних орієнтирів, що робить його інтегральною складовою особистості підприємця.

Успіх в рамках раціональної структури підприємницької діяльності можна розглядати через призму мети, засобів та результату. Мета - це бажаний результат, образ, до якого спрямовані зусилля. Привертаючи увагу до мети, підприємець визначає дії, спрямовані на досягнення цього результату. Обрання засобів - це не менш важливий етап, що визначає, яким чином досягти поставленої мети. Вибір правильних засобів є ключем до успіху. Успіх полягає у вмінні використовувати свої здібності на практиці. Треба пам'ятати, що успіх визначається в рамках соціальних контекстів, і результати підприємницької діяльності мають відповідати системі соціальних координат.

Точно, мета виступає як сильне ціннісне прагнення, що спонукає до дії. Це мотивує підприємця й визначає його дії в розвитку бізнесу. Базові потреби в самостверженні та досягненні стають ключовими для успішної підприємницької діяльності, а їх задоволення допомагає забезпечити мотивацію й приводить до відчуття успіху.

Сам успіх стає не лише метою, а й життєво важливим благом, яке розширює можливості підприємця. Зосередженість на досягненні успіху дозволяє підприємцю бути готовим до результативних дій та самореалізації.

Заснована на мотивації до успіху спрямованість на підприємницьку діяльність виступає свідченням високого рівня економічного самосвідомості. Розвиток підприємницьких навичок і здібностей, включаючи соціальне

навчання, є ключем до готовності до підприємницького успіху. Культивування творчого підходу й самоактуалізація, спрямована на розвиток творчого потенціалу, також стають важливими чинниками формування стійкої мотивації до успіху.

Внутрішня мотивація, наполегливість і бажання досягти успіху дійсно є ключовими факторами для успіху в сфері бізнесу. Потреба в досягненні може бути загальною, виявляючись у будь-якій ситуації, та мати різні форми прояву.

На тему співвідношення прагнення до успіху і уникнення невдачі різні точки зору, проте оптимальне співвідношення полягає у високій мотивації досягнення успіху, супроводжуваній помірною мотивацією уникнення невдач.

Важливо розвивати оптимальне мислення для досягнення успіху. Це означає реалістично оцінювати ситуацію і використовувати найкращі методи для досягнення результатів. Планування життя з оптимізмом та усвідомленням власних можливостей допомагає взяти відповідальність за власний розвиток. Максимізація потенціалу і планування життя таким чином дозволяють керувати власними діями та досягати бажаних результатів.

Професійні навички і знання можна здобути досить легко, але розвиток необхідних особистісних рис підприємця — завдання складніше. Успішні підприємці часто є лідерами, які володіють такими властивостями, як цілеспрямованість, впевненість у собі, абсолютна віра в свою ідею, самостійність та готовність взяти на себе відповідальність. Вони мають здатність стратегічно мислити, подолувати перешкоди, надихати та керувати іншими. Лідер — це той, хто задовольняє свої амбіції, реалізуючи громадські інтереси. Продовжуючи розвивати свою справу, вони створюють робочі місця та забезпечують матеріальними благами багато людей. Такий лідер не лише сприяє прогресу в суспільстві, а й активно спонукає до економічного розвитку, що зумовлює еволюцію суспільства.

Для вирішення суспільних потреб підприємцю потрібно:

а) Ретельно вивчити інтереси певних груп людей. б) Пропонувати способи задоволення цих інтересів та вирішення актуальних проблем. в) Мати можливість отримувати вигоду через свою підприємницьку діяльність, вирішуючи соціальні проблеми.

Процес розпочинається з формування видівання. Воно ляже в основу успіху. Виділені цілі стають мотивуючими факторами, що допомагають подолати труднощі та невдачі. Ідея визначення цілей подає вперед бажання досягнення. Цілі повинні бути конкретними, вимірюваними, досяжними та реалістичними, як умова успішного досягнення.

Стабільний успіх неможливий без дисципліни. Справжній успіх приходить завдяки наполегливій праці та пристрасі до досконалості, яка допомагає втілити весь потенціал. Досконалість у всьому, чи то в управлінні, виробництві чи способі життя, потребує якості. Лідер володіє мудрістю та чесністю, уміє приймати й виконувати рішення, розвиває навички ефективного керівника. Амбіційність, тобто підвищена самооцінка та віра в успіх, додає додаткову силу й допомагає подолати труднощі в умовах постійного ризику.

Успішному лідеру властиві такі обов'язкові якості: адекватна самооцінка, гнучкість у мисленні і поведінці, висока інтуїція, комунікабельність, наявність вищої мети й прагнення до досягнень, підприємництво, готовність до ризику й відповідальності, наполегливість та самоконтроль.

Можливість досягти підприємницького успіху є значущою якістю не лише для особистості, а й для суспільства в цілому. Однак не всі використовують цей потенціал повністю. Виникає питання: "Чим потрібно змінити у собі, щоб реалізувати свій підприємницький потенціал?". Існують психологічні бар'єри, які ускладнюють шлях до підприємництва й ґрунтуються на традиційній освіті, вихованні, соціальних умовах, а головне – в психології людини. Можна виділити таку типологію психологічних бар'єрів,

що дозволяє розібратися у причинах невпевненості в особистому успіху та інноваціях як постійному принципі підприємництва.

Психологічні бар'єри, які ускладнюють шлях до підприємництва:

1. Бар'єри "особистої ініціативи" включають проблеми із виявленням індивідуальності, відмовою від змін, вагою особистого блага та розвитку.

2. Бар'єри "помилкової установки" включають соціальні та особисті "міфи" щодо підприємництва, цінності праці, матеріального блага та протиріччя в свідомості.

3. Бар'єри автономності включають незахищеність особистості та синдром "залежності", який впливає на прийняття рішень.

4. Бар'єри досягнення включають проблеми з мотивацією досягнення, прийняттям рішень і їх реалізацією, а також недостатній швидкістю реакції на ситуації.

5. Бар'єри ризику включають раціональний і емоційний аспекти відповідальності та вваженого ризику.

6. Бар'єри комунікації відображають перешкоди в доступності інформації та довіри в діловому спілкуванні.

7. Бар'єри сприйнятливості до нового відображають професійний догматизм та неприйняття нових ідей.

Ці бар'єри можуть виникати через традиції, соціальні умови та особистісні особливості, і вони часто стають викликом для тих, хто прагне розкрити свій підприємницький потенціал.

Поглянемо на перешкоди і особисті риси, що можуть заважати успішному підприємництву: емоційна нестійкість, лінь, пасивність, навіюваність, надмірна уважність і пунктуальність. У світі підприємництва ризик завжди присутній, особливо в умовах невизначеності. Такі обставини вимагають дій та прийняття помилок як частини процесу, з яких можна навчитися. Краще намагатися і помилятися, отримуючи з цього важливий досвід, ніж страшитися невдачі і нічого не робити.

Також можна відзначити специфічні особливості особистостей сучасних російських підприємців, які, не дивлячись на це, дозволяють їм ефективно управляти бізнесом: раціональність, недовірливість, агресивність, авторитарність та певний вплив забобонно-містичного мислення.

Знання оптимальних особистісних якостей та усвідомлення психологічних бар'єрів щодо підприємництва дають можливість свідомо вибирати шлях у цій сфері, активно розвивати особистість та підприємницькі якості. Важливо, що головною метою людини є самореалізація, і з психологічної точки зору успіх означає переживання стану задоволення і радості від досягнень у діяльності, коли результати відповідають або перевершують очікування. Таке переживання успіху, самооцінка та усвідомлення власної успішності є важливими компонентами особистісного розвитку [6].

1.4 Особистісні риси, що характеризують успішного підприємця

Аналіз психологічних особливостей підприємців розкриває особливий характер їхньої особистості. Вони відрізняються від звичайних людей за кількома ключовими рисами: самостійністю, відповідальністю, готовністю до ризику, ініціативністю та нахилом до інновацій.

На основі досліджень формується повний портрет підприємця з такими рисами особистості:

- Виражена схильність до активної діяльності.
- Постійне прагнення до інтенсивної праці.
- Висока енергія та витривалість.
- Широке коло комунікацій.
- Висока соціальна адаптивність та легкість у встановленні нових зв'язків.
- Виразна емоційна стійкість та впевненість у собі.
- Здатність краще переносити невдачі в роботі та спілкуванні.

Ці особистісні якості визначають та підкреслюють винятковий характер та потенціал успішного підприємця.

Вивчення особистісних якостей підприємців, що впливають на їх успіх, дозволяє сформулювати портрет представників цієї професійної групи:

- Висока дисциплінованість: вміння контролювати себе та встановлювати чіткі обмеження.
- Радикальність: готовність до змін та прийняття ризику, навіть у нестабільних ситуаціях.
- Емоційна стабільність: здатність зберігати емоційний баланс у стресових умовах.
- Самостійність: здатність діяти незалежно та приймати власні рішення.
- Екстраверсія: нахил до соціальних контактів та легкість у спілкуванні.
- Висока мотивація досягнень: постійне прагнення до досягнення поставлених цілей.
- Працездатність та витривалість: здатність працювати наполегливо та ефективно над тривалими завданнями.
- Упевненість в собі: віра у власні сили та здібності.
- Готовність до змін: відкритість до новацій та готовність приймати нові ідеї.
- Старанність і пунктуальність: уважність до деталей та систематичність у виконанні завдань.
- Почуття конкурентоспроможності: бажання бути кращим і досягати більшого, навіть у порівнянні з іншими.

Ці якості об'єднуються у підприємцях, допомагаючи їм досягати успіху та ефективно управляти своїми підприємствами.

Ідеї І. Шумпетера вказують на ключові риси, необхідні для успішного підприємництва. Підприємець повинен мати здатність помічати та робити те, чого інші не помічають або не роблять. Це вимагає гострого бачення, уміння

йти новими шляхами та володіння вибірковим інтелектом, що поєднується з розвиненою інтуїцією. Однією з найважливіших якостей є сильна воля, яка допомагає подолати власну інерцію та опір з боку традицій і норм. Віра в свої сили і оптимізм грають ключову роль: вони надають підприємцю наполегливості в розв'язанні проблем та дозволяють спокійно припинити проект, якщо стає очевидним його безнадійність. Це важливо, оскільки в реальному житті підприємець повинен бути готовим швидко адаптуватися до змін і не залишатися вп'ятеро на невдалих проектах.

Аналіз А. Чирікової показує, що підприємці частіше спираються на інтуїцію, ніж на раціональний розрахунок під час прийняття рішень. Деякі особистісні риси сприяють ефективності їхньої діяльності:

- Адекватна самооцінка: здатність реалістично оцінювати власні здібності та можливості.
- Спокійне ставлення до недоліків: здатність без паніки реагувати на недоліки та помилки.
- Швидке прийняття несподіваних рішень: готовність швидко вирішувати проблемні ситуації.
- Здатність до ризику: готовність брати на себе ризики в бізнесі.
- Комунікативність: вміння ефективно спілкуватися з іншими.
- Агресивність характеру: активність у досягненні цілей.
- Інтуїтивні здібності: здатність прогнозувати та вирішувати проблеми на основі інтуїції.
- Робота з людьми: вміння співпрацювати та керувати колективом.
- Пристрасність: прагнення до досягнення мети.
- Стійкість стратегій у різних ситуаціях: здатність зберігати стратегічний курс у різних умовах.
- Амбіційність: нахиленість до досягнення високих цілей.
- Егоїзм: концентрація на власних інтересах і досягненнях [7].

Це опис основних рис успішного підприємця:

1. Інтелектуальність та професійний рівень - ключові фактори успіху. Комбінація природного інтелекту і професійної компетентності визначає вірогідність досягнення успіху в бізнесі.

2. Творчий підхід - важливий елемент. Здатність до креативного мислення дозволяє підприємцю уникати шаблонних вирішень і знаходити нові шляхи розвитку в умовах невизначеності.

3. Реалістична самооцінка - важлива особистісна риса. Це допомагає підприємцю розуміти свої можливості, правильно оцінювати досвід та заповнювати прогалини в знаннях, що важливо для успіху в бізнесі [8].

1.5 Вимоги для успішного підприємництва

1. **Орієнтація на клієнта:** Важливо, щоб підприємець ретельно розумів потреби своїх клієнтів. Він має бути готовим вирішувати їхні проблеми та задовольняти потреби, оскільки клієнти - це основний стовп бізнесу.

2. **Цілеспрямованість:** Успішному підприємцю властива цілеспрямованість. Його цілі мають бути амбіційними, але реалістичними. Він постійно прагне досягати нових висот та не зупиняється після досягнення поставленої мети.

3. **Нестандартний підхід:** Підприємець повинен уникати конформізму та стандартних підходів. Йому важливо постійно шукати нові ідеї, не боячись експериментувати та змінювати стратегії.

4. **Стратегічне мислення:** Успішний підприємець здатний стратегічно планувати, не тільки вирішувати поточні проблеми, але й бачити далекоглядно, адаптувати плани до змінних обставин.

5. **Постійне самовдосконалення:** Підприємець постійно розвивається, навчається та вдосконалює свої навички, щоб відповідати

вимогам ринку та вдосконалювати свій бізнес.

б. Готовність до ризику: Успішний підприємець готовий приймати ризику та брати на себе відповідальність за свої дії, шукаючи можливості в обставинах, які можуть виглядати як виклики [9].

Підприємець - завжди в русі. Він активно працює, не тільки складаючи плани, але й реалізуючи їх. Концентрує зусилля на досягненні мети, уникає розпорошеності та максимально використовує час. Замість відкладання на потім, підприємець оперативно переходить від ідей до дій. Він уникає "лінивих" відмов, завжди рухається вперед, навіть коли з'являються труднощі. Для нього труднощі - це перешкоди, які можна подолати, продовжуючи рухатися вперед. Наполегливість, ентузіазм і самопожертва - важливі якості для успішного підприємця.

Ще одна важлива вимога до успішного підприємця - це наполегливість. У світі підприємництва успіх не приходить миттєво. Це справжня боротьба з перешкодами, які можуть бути передбачуваними або непередбачуваними. Іноді проекти, які можуть здатися не дуже перспективними, досягають успіху завдяки енергії, з якою підприємець їх просуває вперед. Тому непохитність під час складних періодів є ключовою рисою підприємця. Це потребує від нього великої самовпевненості і твердої віри у свій проект після його затвердження. Важливо розрізняти наполегливість, ілюзії та оптимізм, які завжди важливі, від упертості та "сліпоті", коли людина неслухняна та робить лише те, що хоче. Упертість часто стає причиною невдач.

Підприємець - це той, хто посилює свою працездатність та самопожертву. Він віддає своєму проекту всі години і не зупиняється, поки не побачить, що він дійсно піднявся, завжди шукаючи можливості для удосконалення. Він не очікує миттєвих результатів, але наполегливо працює на високих цілях у середньо- та довгостроковій перспективі, тим самим, результати приходять поступово. Треба уникати нетерплячих, які залишають справи наполовину зробленими! У побігу за створенням компаній спішка - це поганий радник. Він не віддається відчаю та скарж, мало скаржиться і багато

працює.

Прийняття ризиків та їх управління. Ризик є необхідною складовою підприємництва, і вміння керувати ним є однією з ключових вимог до підприємця. Це розпочинається з розпізнавання ризиків, застосування відповідних заходів для зменшення можливих втрат і закінчується взяттям на себе та контролем наслідків кожного ризику. Ризик - фундаментальний аспект підприємницької діяльності. Підприємці готові приймати ризики, розуміючи, що можуть втратити у разі їх реалізації. Ця вміння дозволяє їм розпізнавати, оцінювати та зменшувати ризики на будь-якому етапі свого бізнесу. Людина, що не боїться ризикувати, так само небезпечна, як і та, яка завжди усвідомлює потенційні ризики. Перші мають сміливість стрибнути у басейн без води, але другі, завжди упізнаючи можливі ризики, ніколи не рухаються вперед.

Підприємці з високорозвинутою компетенцією управління ризиками завжди аналізують, оцінюють та ідентифікують потенційні негативні сценарії. Вони приймають заходи та рішення для зменшення ризиків та контролю негативних наслідків, діючи при цьому у помірно складних ситуаціях. Це дозволяє їм ризикувати, але в межах контролю. Але є важливою уникати "хвороби підприємця" - уявлення лише про позитивні сторони проекту, ігноруючи можливі негативні аспекти, що заважають приймати обґрунтовані рішення. Високий оптимізм може бути причиною проблем: навіть незначна невдача може великою мірою вплинути на них і створити значну невизначеність [14].

Креативність є суттєвим інструментом для підприємця, що дозволяє знаходити неординарні рішення реальних проблем, як всередині, так і поза межами організації. Здатність до інновацій дозволяє створювати нові шляхи задоволення потреб, прориватися через усталені концепції та перевертати існуючі уявлення про бізнес та ринки.

Переконання в контексті підприємництва означає вміння залучати людей до спільної мети – просування власного проекту шляхом залучення підтримки від інвесторів, фінансових установ, постачальників, працівників, та клієнтів. Спілкування та переконання – це мистецтво підтримувати зацікавленість та залученість всіх зацікавлених сторін до вашої ідеї або бізнесу, надаючи їм зрозумілу, стимулюючу та переконливу візію.

Оточення себе талантами у підприємницькій сфері є ключовою складовою успіху. Підприємець повинен вміло залучати до свого проекту людей, які мають необхідні навички та знання, які сам не має. Це означає шукати та запрошувати експертів та професіоналів, які доповнять його здібності та знання, ініціюючи і впроваджуючи нові ідеї та рішення. Залучення талантів надає можливість створювати різноманітні команди, що працюють разом над інноваційними ідеями. Однак, важливо уникати підбору співробітників лише на основі особистих зв'язків або близькості, оскільки це може призвести до відсутності необхідних навичок та експертизи. Таланти й професійні навички, які необхідні для успішної реалізації проекту, можна знайти у широкому колі фахівців та експертів, тому важливо шукати таланти у різних середовищах та платформах, збираючи команду з найкращих фахівців у своїй галузі.

Реалістичний оптимізм — це важливий баланс для успіху підприємця. Позитивний погляд на справи поєднується з об'єктивною оцінкою ситуації та готовністю до ризику. Песимісти можуть стримувати себе від розпочатку бізнесу, бачачи занадто багато перешкод і вагаючись ризикувати. Інші, хто є надто оптимістичними, можуть зазнати невдач через недостатню підготовку до труднощів. Важливо знаходити середину, де оптимізм поєднується з реалізмом. Це означає бути позитивно налаштованим на успіх, але водночас готовим до можливих викликів. Тільки зберігаючи реалістичний підхід до ситуації, можна вчасно реагувати на труднощі та знаходити рішення, не втрачаючи оптимізму щодо майбутнього.

Перфекціонізм та невпевненість можуть стати перешкодою для успіху. Перфекціоністи часто затягують процес досягнення результату, шукаючи ідеальність у кожному кроці. Це може призвести до затримки в просуванні на ринок чи взагалі затримати випуск продукту або послуги. Але так само недбалість та відсутність достатньої підготовки також є проблемою. Рухатися вперед без достатньої уваги до деталей може призвести до невдачі через необдуманість чи непродумані рішення. Справжнє рішення полягає у пошуку балансу. Досягнення мети — це перше завдання, іноді потрібно дотримуватися філософії "відмінне — ворог доброго" і зосередитися на швидкому досягненні результату, не зациклюючись на ідеальності. Але при цьому важливо мати план, стратегію та дбайливо працювати над удосконаленням, щоб уникнути можливих недоліків, які можуть виникнути через недбалість.

Отримання "твердих навичок" або професійної підготовки є ключовою складовою успіху підприємця. Це означає бути експертом у своїй сфері, мати глибокі знання та багатий досвід у галузі, до якої ви прагнете увійти. Важливо ретельно вивчати ринок, розуміти виробничі процеси, вплив конкурентів та технологічні новації. Крім того, вміння ефективно використовувати технології та інструменти підвищення продуктивності є не менш важливим. Це включає в себе використання програм для автоматизації рутинних процесів, аналіз проблем та прийняття обґрунтованих рішень, раціональне розподілення ресурсів та використання новітніх технологій для поліпшення продуктивності й конкурентоспроможності.

Створення свого власного шляху до навчання є важливим елементом для підприємця. Участь у програмах акселерації виявляється дуже корисною, оскільки вони розкривають нові горизонти, розширюють коло зв'язків і відкривають очі на можливості, які інакше могли б залишитися непоміченими. Швидке навчання та набуття досвіду дозволяють не лише скоротити час до досягнення цілей, а й зберегти ресурси, оскільки підприємець ефективніше використовує свій час і знання для прискорення

розвитку бізнесу.

"М'які" навички є ключовими для успішного підприємця. Вони включають в себе здібності до комунікації, керування емоціями, лідерство, співпрацю та вміння пристосовуватися до змін. Комунікаційні навички, наприклад, дозволяють підприємцю ефективно спілкуватися з командою, клієнтами та іншими зацікавленими сторонами. Лідерські якості сприяють створенню мотиваційної атмосфери та спрямованості команди на досягнення спільних цілей [10]. Ці м'які навички доповнюють "тверді" навички, створюючи повноцінний образ успішного підприємця, який може ефективно керувати бізнесом та досягати результатів.

1.6 Цільова функція підприємницької діяльності

Основною цільовою функцією підприємницької діяльності є досягнення високого економічного результату, незалежно від специфіки бізнесу; ця мета завжди конкретна й усвідомлена. Мотиваційний регулятор підприємницької діяльності - підтримка балансу між виграшем і ризиком. Він виникає з: а) пріоритетної спрямованості на здобуття прибутку; б) непередбачуваністю результатів інноваційних процесів; в) використанням особистого капіталу підприємця у бізнесі; г) повною свободою дій та відповідальністю передусім перед собою [11].

Провідний принцип функціонування підприємницької діяльності — це автономність, яка проявляється через наступні ознаки: а) Самостійне прийняття рішень є необхідною властивістю підприємництва. б) Нерозривність між рішенням і дією. в) Традиційний образ підприємця як "бійця-одинака". г) Переважання інтуїції при прийнятті рішень. г) Бажання особистого контролю над ситуацією та відсторонення від делегування повноважень. д) Особистий контроль за інформацією та її використанням. е) Низький рівень тривожності. є) Переважання "внутрішнього локусу контролю" (впевненість у здатності самостійно визначати свою долю). ж)

Висока потреба в особистих досягненнях.

Дослідження особистості підприємця передбачає вивчення як внутрішньоособистісних чинників, так і характеристик середовища, які впливають на становлення потенційного підприємця. Основні інтрапсихологічні характеристики, які впливають на формування особистості підприємця, включають:

- **Мотиваційні характеристики:** Це внутрішні побудови, що стимулюють підприємця до дій. Може включати бажання досягнення успіху, прагнення до самовдосконалення або мотиви здобуття фінансової стабільності.

- **Інтернальний локус контролю:** Це уявлення про ступінь контролю над власним життям. Висока внутрішня орієнтація означає впевненість у власній здатності впливати на події, низька — упередженість до зовнішніх обставин.

- **Схильність до ризику та інноваційність:** Ці характеристики впливають на готовність приймати ризики та впроваджувати новаторські ідеї. Їх комбінація визначає ступінь відкритості для новацій і прийняття ризику [12].

Ці фактори разом визначають внутрішню мотивацію, ступінь самоконтролю та готовність до новаторських рішень у потенційного підприємця.

Отже, в цьому розділі ретельно розглянано структуру психологічного портрета успішного підприємця через призму кількох ключових підпунктів.

Наша мотивація до розгляду мотивації до започаткування підприємницької діяльності полягає в розкритті внутрішніх чинників та стимулів, які підштовхнули б до цього кроку. Дослідження структури особистості успішного підприємця прослідковує ключові риси та їх вплив на бізнесову активність [13].

Створення психологічного портрета успішного підприємця зосереджується на комплексному описі особистісних якостей та

характеристик, які чинять великий вплив на досягнення успіху у бізнесі. Аналіз особистісних рис успішного підприємця допомагає виявити та визначити ключові аспекти, що є важливими для успіху в підприємницькій сфері.

Вивчення вимог для успішного підприємництва спрямоване на виділення та усвідомлення основних складових, які дозволяють досягати високих результатів у цій галузі. Розгляд цільової функції підприємницької діяльності визначає головні мети та цілі, що спрямовують дії та стратегію успішного підприємця [15].

РОЗДІЛ 2.

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ: ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ТА РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Емоційна креативність та емоційний інтелект

Якщо розглядати креативність як засіб стимулювання нових ідей, це відкриває можливість переглядати наявні знання та проводити їх занової аналіз, розробляти нові концепції для формування нових теорій або парадигм, а також розвивати нові уявлення. Цей процес охоплює розкриття, відбір, обмін та поєднання фактів, концепцій, навичок та досвіду, що у результаті призводить до створення різноманітних ідей. Засобами цієї креативності у суб'єктів, які є її носіями, є здатність трансформувати ідеї в продукти, послуги, технології, рішення та методи. Розвиток креативності в суб'єктах господарської діяльності залежить від рівня розвинених інтелектуальних здібностей, їх практичної реалізації та вміння вирішувати конфлікти між особистісні та міжособистісні. Рівень загального інтелекту також залежить від здатності засвоювати та адаптувати знання до своїх потреб, а також від сприйняття власних та інших емоцій під час навчання чи праці. Емоційний інтелект є так само важливим, як і загальний, оскільки управління емоціями та їх розуміння під час виробничої діяльності або навчання є ключовими для досягнення успіху [16].

Поняття емоційного інтелекту з'явилося в науковій психологічній літературі не так давно. Вчені, що досліджують емоційний інтелект, розглядають його як здатність правильно сприймати, оцінювати та виражати емоції, вміння управляти почуттями, можливість генерувати їх у відповідний час для підтримки мислення, розуміння емоцій та їх вплив на наше розуміння, а також уміння регулювати емоції з метою підтримки емоційного

та інтелектуального розвитку.

Модель емоційного інтелекту базується на чотирьох групах здібностей:

1. Управління емоціями для досягнення конкретних цілей.
2. Розуміння емоцій, мови емоцій та сигналів, які вони передають.
3. Використання емоцій для полегшення мислення.
4. Адекватне сприйняття власних емоцій та емоцій інших людей

[17].

За словами дослідників, особи з високими показниками (EI) виявляють більшу соціальну компетентність та креативність, мають покращені стосунки з іншими та виявляють більшу емоційну чутливість, порівняно з тими, у кого показники Емоційного Інтелекту (EI) нижчі. За твердженням Д. Гоулмана, структура емоційного інтелекту має ієрархічну форму та підкреслює, що розпізнання емоцій є передумовою для їхнього контролю. Одночасно, одним з аспектів управління емоціями є здатність генерувати емоційні стани, що сприяють досягненню успіху.

Ці особливості моделі емоційного інтелекту виявляються на різних рівнях сприйняття та аналізу інформації, управління власними здібностями та поведінкою, а також поведінці інших людей. Міжособистісний інтелект включає у себе здатність швидко впізнавати й оцінювати настрої, наміри, мотивацію та почуття інших людей. Цей рівень визначає специфічні навички у розрізі міжособистісних комунікацій, що характеризуються розвинутим сприйняттям та здатністю ефективно вирішувати конфлікти на більшості рівнів спілкування.

Розглядаючи міжособистісні взаємодії, метод "емпатії" у контексті економічних відносин базується на здатності генерувати ідеї, що виходять з аналізу поведінки користувачів існуючих продуктів або послуг, або виявлення потреб за їхнім стилем життя у різних сферах. Особа, яка володіє цим методом, разом із високим емоційним інтелектом, може відтворити потреби, що навіть користувач не висловив у спілкуванні, але вони існують у його підсвідомості. Сучасна використання цієї методики полягає у формуванні

нових потреб як вищого рівня маркетингових стратегій, де пріоритетним стає не тільки концепція соціально-етичного маркетингу, але і впереджувальна стратегія створення бажання й потреби придбати товар чи послугу. Внутрішньоособистісний інтелект передбачає здатність осмислено сприймати свої переваги та недоліки, тобто свідомо проводити SWOT-аналіз власної особистості.

Абрахам Маслоу, враховуючи дослідження, розробив ієрархію потреб, яку він уявив у формі піраміди та припустив, що "середня" людина має задовольняти всі рівні послідовно та поступово, враховуючи особисті особливості [18]. Вершиною піраміди є потреби у саморозвитку, самодисципліні та правильній самооцінці. Саме задоволення цих потреб формує ядро внутрішньоособистісного інтелекту та творчих здібностей особистості.

Таким чином, особа, яка розуміє та вміє керувати своїми емоціями, розташуванням у суспільній системі та мотиваціями інших осіб, сприяє зростанню ймовірності розвитку та реалізації креативного та творчого мислення. Поняття креативного мислення включає як методи та інструменти, використовувані для створення чогось нового, так і отриманий результат чи його підсумок. Створення інновацій та ухвалення непередбачуваних рішень сприяють формуванню довгострокових конкурентних переваг та прориву за встановлені межі, оскільки саме здатність до радикального ризику приносить найбільшу вигоду в процесі ухвалення рішень [19].

Абрахам Маслоу, враховуючи дослідження, розробив ієрархію потреб, яку він уявив у формі піраміди та припустив, що "середня" людина має задовольняти всі рівні послідовно та поступово, враховуючи особисті особливості. Вершиною піраміди є потреби у саморозвитку, самодисципліні та правильній самооцінці. Саме задоволення цих потреб формує ядро внутрішньоособистісного інтелекту та творчих здібностей особистості.

Таким чином, особа, яка розуміє та вміє керувати своїми емоціями, розташуванням у суспільній системі та мотиваціями інших осіб, сприяє

зростанню ймовірності розвитку та реалізації креативного та творчого мислення. Поняття креативного мислення включає як методи та інструменти, використовувані для створення чогось нового, так і отриманий результат чи його підсумок. Створення інновацій та ухвалення непередбачуваних рішень сприяють формуванню довгострокових конкурентних переваг та прориву за встановлені межі, оскільки саме здатність до радикального ризику приносить найбільшу вигоду в процесі ухвалення рішень.

Евристика вивчає творче й креативне мислення та діяльність у науковому контексті. Методи евристики прямо спрямовані на підтримку конструктивного креативного мислення, відмінні від рутинних методів у прийнятті рішень і сприяють швидкому досягненню позитивних результатів. Психологічна особливість креативних особистостей полягає у їхній здатності знаходити вихід з ситуацій з мінімальними зусиллями.

Застосування евристичних методів при генеруванні та аналізі ідей допомагає скоротити час прийняття рішень порівняно з формальними методами. Проте отримані рішення, як правило, не є найкращими, лише увійшли до можливого варіантного ряду. Ці методи сприяють реалізації первинних концепцій: ініціатори ідей використовують нові або більш креативні мотиви оптимальності та ефективності, які раніше не використовувалися.

Однак обмежувальні заходи «зверху – вниз», недбале планування та можливість досягнення результатів за рахунок менших ресурсів можуть тормозити розвиток креативного мислення. Також можуть виникати невіршені конфліктні ситуації.

Конфлікти можуть мати конструктивний вплив, сприяючи появі нових можливостей для особистісного розвитку і функціонування організації, або деструктивний вплив через негативний психологічний клімат та міжособистісні протистояння, серед інших факторів. Обидва напрями впливу відображаються у результативності індивідів і груп якісно та кількісно.

Поведінка людей у конфліктних ситуаціях залежить від зовнішніх умов (навколишнє середовище, культура організації) та внутрішніх чинників (психічне здоров'я, інтелект, емоційний інтелект, система цінностей). Роль емоційного інтелекту у вирішенні конфліктів важлива. Поведінка у конфліктах сильно залежить від рівня емоційного інтелекту.

Креативність – це інтегрована категорія, що визначається загальним інтелектом та емоційним інтелектом. Емоційний інтелект, через самоідентифікацію та розпізнавання емоцій, бажань та мотивів інших, сприяє розвитку креативного мислення та подоланню міжособистісних та внутрішньо особистісних конфліктів у сфері економічних відносин.

Розгляд емоційного інтелекту та креативності у сфері менеджменту виправдовується різними факторами, особливо в сучасних умовах пандемії, коли доводиться шукати рішення щодо збереження фізичного та психологічного здоров'я суспільства, уникаючи фінансових криз. Це викликає потребу в управлінських рішеннях на різних рівнях. В умовах складностей та соціальної ізоляції потрібно використовувати соціогуманістичну парадигму менеджменту, яка акцентує увагу на людині як на головній цінності, а не просто на факторі чи ресурсі.

Необхідно переглянути та модернізувати інструменти впливу на персонал, враховуючи не лише традиційні адміністративні методи, а й ураховуючи емоційні стани, бажання та здібності працівників, які стають суттєвими мотиваторами. Сучасний вищий менеджмент активно використовує емоції, що допомагають досягти успіху в складних ситуаціях.

Науковці, вивчаючи емоційний інтелект у діяльності організацій, систематизують і теоретично обґрунтовують практичний досвід у відповідності з новими концепціями управління [20]. Поєднання теоретичних знань з практичним досвідом створило концепцію емоційного інтелекту, яка стала ключовим інструментом управління, враховуючи нюанси взаємодії з персоналом. Це підтверджується дослідженнями, які показують, що "сьогодні, у новій конкурентній реальності, емоційний інтелект визначає

успішність робочих процесів та ринкових відносин".

Щодо розгляду креативності в системі менеджменту, ця концепція має свою власну історію, початок якої датується 40–50-ми роками ХХ століття, коли Дж. Гільфорд та Е.П. Торренс пропонували науковій спільноті зосередитися на вивченні творчих здібностей [21]. Ці роботи дали поштовх до розвитку креативного менеджменту, який базується на інтелектуальних передумовах креативності.

Креативність – це активна категорія, яку визначають як "здатність знаходити та визначати проблему, генерувати велику кількість ідей, виробляти рішення, які відрізняються одне від одного, бути гнучким у мисленні, знаходити оригінальні відповіді та нестандартні рішення, покращувати об'єкт, додаючи нові деталі, аналізувати та синтезувати складові частини проблеми".

Креативність як характеристика стає основою креативного менеджменту. Він розглядається з позицій системного та функціонального підходів, визначаючись як підсистема інноваційного менеджменту та конкретна функція управління в системі підприємства. Його мета полягає в "створенні сприятливих умов для творчого розвитку як колективу працівників, так і окремих осіб, для накопичення креативних ідей та рішень у формі наукової та технологічної інформації. Ця інформація може бути використана для вирішення виробничо-господарських проблем організації або створення нових можливостей для її розвитку".

Отже, що об'єднує ці дві категорії й як їхні відмінності можуть стати цінними для менеджменту? Розглянемо спільні аспекти емоційного інтелекту та креативності:

- Як емоційний інтелект, так і креативність є ознакою людини, яка взаємодіє у сфері соціальних відносин. Особистість стає центром уваги, переносить управління з технічного аспекту на гуманітарний, на людину.
- Суб'єкт та взаємини також є спільними аспектами для обох категорій.

- У структурі емоційного інтелекту та креативності присутні елементи здібності. В емоційному інтелекті вони відображаються через "модель здібностей", як розглядають більшість науковців, наприклад, П. Саловей та Джон Д. Майер. Аналогічна риса притаманна й креативності, оскільки творення без здібностей неможливе.

- Ці категорії об'єднує спільна мета – досягнення успіху, проте конкретний результат цього успіху буде різним.

- Вони мають схожу природу, що відображає особистісний та когнітивний характер.

- Стан, який вони відображають, охоплює сферу загального настрою.

- Обидві категорії мають властивість невербальної комунікації.

- Мотиваційний аспект – як стимул до дії (активний інтелект), так і спонукання до творчості (натхнення, інноваційна активність у менеджменті).

- І орієнтація на розвиток управлінських навичок є спільним аспектом обох категорій [22].

Існує відповідна взаємозв'язок між рівнями емоційного інтелекту та креативністю, який спричинений емоціями, певним емоційним настроєм, що відповідає за різноманітні здібності. З урахуванням цієї близькості вони можуть стати єдиною системою в управлінні, а синтез цих категорій та їх застосування у системі менеджменту якісно збагатять його. Варто розглянути можливості використання цих категорій у системі менеджменту, використовуючи як спільні риси, так і відмінності [23]. Незважаючи на те, що вони досліджуються у різних аспектах, емоційний інтелект і креативність прямо включаються до системи менеджменту через емоційний та креативний менеджмент та індиректно через стрес-менеджмент і ризик-менеджмент, які включають емоційний аспект, і через інноваційний менеджмент, де присутня креативність. В структурі емоційного інтелекту відображені раціональні та емоційні компоненти, а їх поєднання робить управлінські рішення більш збалансованими. Емоція завжди впливає на процеси прийняття рішень і

вплітається в логічне мислення, особливо при виборі між багатьма альтернативами, оскільки кожна альтернатива повинна не лише аналізуватися, а й відчуватися. Креативність у системі управлінських рішень, що ґрунтуються на нетрадиційному мисленні, може призводити до кращих результатів. Будь-яка емоція миттєво викликає зворотню реакцію, відчувається автоматично. Емоційний інтелект, розпізнавши емоцію, сприяє адекватній відповіді, розвиває можливість управляти емоційним фоном. Тому емоційні взаємини стають ресурсом, а вміння підтримувати їх – це завдання для емоційного менеджменту. Креативність має стан і процес: це стан натхнення, творчий спонукання та сама творча активність. Утримувати цей стан натхнення під час творчого процесу й досягати бажаного результату – це завдання креативного менеджменту. Використання креативності як інструменту управління за допомогою натхнення допомагає зменшити монотонність і рутинність у роботі. Самомотивація, яка є складовою емоційного інтелекту, допомагає розвивати креативність, оскільки вміння занурюватися в потік натхнення допомагає краще справлятися з будь-яким завданням. Люди, які володіють цією здатністю, часто є більш продуктивними та успішними у всьому, що вони роблять. Отже, натхнення, як одна з ознак креативності, сприяє використанню емоцій для успішної праці та розвитку персоналу. Задоволення від виконання професійних завдань стає мотиватором. Таким чином, завданням менеджерів є стимулювання не лише ефективною, але й творчою та емоційно насиченою працею, що формує колектив з високим рівнем довіри та відданості.

Позитивні емоції відіграють ключову роль у формуванні ефективних творчих команд, де панує стимулююча атмосфера та здоровий психологічний клімат, що сприяє творчості. Якщо в організації панує здорова емоційна атмосфера, це сприяє кращому креативному потенціалу, спрямованому на інновації. Тому поєднання емоційного інтелекту та креативності як активної творчої дії виступає як перспективна стратегія менеджменту, яка оживлює інноваційну діяльність. Емоційний інтелект, через свою модель здібностей,

грає ключову роль у розвитку персоналу, спонукаючи до здобуття нових навичок та розширення сфери знань. Сучасні моделі бізнес-процесів потребують нових компетенцій, які важливі не лише для професійної кар'єри, а й для успішного та якісного життя. Відповідно до Європейської рамки кваліфікацій, оновлені структури компетенцій враховують особистісні аспекти, що також включають елементи емоційного інтелекту, а також навички, які охоплюють творчість, роботу в команді, прийняття рішень, саморегуляцію, стійкість, емпатію - це усе враховується у всіх ключових компетенціях. Таким чином, емоційний інтелект та креативність сприяють появі нових знань, які укладають основу для виникнення нових теорій і концепцій, розширюючи сферу знань. На основі нових знань формуються нові навички, що визначають здатність до творчого підходу до виконання професійних функцій та використання емоцій для досягнення результатів. Дослідники емоційного інтелекту підтверджують це, стверджуючи, що "навички емоційного інтелекту будуть набувати все більшого значення в колективній роботі та співпраці, допомагаючи людям працювати більш ефективно. Оскільки інтелектуальні послуги та інтелектуальний капітал привертають більше уваги корпорацій, вдосконалення методів колективної роботи стане ключовим засобом впливу на цей капітал [24].

Щоб процвітати (або просто вижити), корпорації зроблять все можливе для підвищення колективного емоційного інтелекту". Емоційний інтелект - це комплексна компетенція, що охоплює різноманітні характеристики, такі як естетичні норми, культура, відповідальність та комунікація. З іншого боку, креативність є компетенцією-рушієм, що підтримує розвиток та перехід на новий якісний рівень. Керівники мають володіти цими ключовими сучасними навичками, що стають невід'ємною частиною профілю успішного лідера. Лідерство передбачає здатність будувати відносини, що вже відображає соціальні аспекти емоційного інтелекту на базі міжособистісного сприйняття. Також важливі навички міжособистісного спілкування та ефективної організації робочих груп для розв'язання проблем та прийняття рішень.

Емоційний інтелект також дає змогу керівникам контролювати своє емоційне становище, щоб забезпечити гнучкість у прийнятті рішень. За допомогою емоційного стану, менеджер може коригувати свій вектор прийнятих рішень та обирати найбільш раціональний шлях.

Таке поєднання емоційного інтелекту й креативності призводить до позитивного синергетичного ефекту в менеджменті. Конкурентоспроможність будь-якої організації сьогодні визначається розвитком людських ресурсів, їх потенціал заснований на творчості, відповідній креативності та емоційному інтелекті. Така синергія дозволяє швидше вирішувати когнітивні завдання, які можуть виникати в процесі роботи персоналу [25].

2.2 Емоційний інтелект успішного підприємця

Намагаючись знайти секрет успіху тих чи інших підприємців, дослідники сьогодні, як правило, зосереджуються на світі емоцій. Емі Е. Борен, Ph.D.

фахівець з міжнародних зв'язків, доцент, Інститут сільського господарства та природних ресурсів. Університет Небраски-Лінкольна [26]. Спеціаліст з лідерства, Центр лідерства в сільському господарстві, ПСА. Підприємництво сам термін просякнутий пристрастю, енергією та креативністю притаманними чоловікам і жінкам які створюють нові бізнесові підприємства відкриваючи, генеруючи та стимулюючи можливості. Через містичності, що оточує популярний образ підприємців, вони були в центрі уваги багатьох академічних досліджень протягом останні три десятиліття. Дослідники намагалися розкрити секрети успішних підприємців, класифікувати їхні типи особистості, та дослідити їхні когнітивні процеси, але з невтішними і часто суперечливими результатами. У світлі цих слабких результатів, деякі науковці закликали до зміщення фокусу досліджень у сфері підприємництва підприємництва; відхід від

індивідуальних характеристик підприємців, а до взаємодії підприємця з іншими людьми та з його або її оточенням. З'являється новий і дуже багатообіцяючий напрямок досліджень підприємців стосується ролі афектів - почуттів та емоцій — у підвищенні потенціалу успіху підприємницьких починань. Наприклад, дослідження вказує на те, що позитивні емоції можуть підвищити підприємницьку креативність, включаючи можливість визнання (Baron, 2008) [27].

Крім того, підприємці які проявляють пристрась — позитивні інтенсивні почуття - щодо своїх підприємницької діяльності, як правило, є більш успішнішими, ніж ті, хто не виявляють пристрасі (Baum & Локк, 2004) [28].

Позитивні емоції також впливають на здатність підприємця здатність підприємця перетворювати минулий досвід на теперішні рішення за допомогою евристичної обробки (Baron, 2008), а також ефективно справлятися з постійним стресом (Carver & Scheier, 2001), який часто переслідує підприємців.

Хоча цей напрямок досліджень покладає великі надії на поглиблення нашого розуміння підприємництва, він є обмежений тим, що має тенденцію увічнити культовий образ підприємця як цілеспрямованого генія, який працює наодинці.

Однак правда полягає в тому, що успіх більшості успішних підприємств залежить не лише від індивідуальних особливостей підприємця, але й від підприємця і здатності підприємця наймати та управляти працівниками і клієнтами (Baron & Hannan, 2002).

Нещодавні дослідження, присвячені бізнесу, що розвивається, показують, що показують, що здатність ефективно управляти здатність ефективно управляти людською стороною бізнесу відіграє вирішальну роль в успіху нового підприємства. Рекрутинг, найм та розвиток працівників є важливі в будь-якому бізнесі, але можуть бути особливо важливими для підприємництва, що розвивається. Крім того, здатність налагоджувати зв'язки

з потенційними клієнтами є обов'язковою умовою для прогресу та успіху бізнесу [29]. Одним з найбільш важливих аспектів управління співробітниками та клієнтами пов'язаний з тим, наскільки вміло керувати емоціями.

На робочому місці дослідження показують, як емоції впливають на на сприйняття роботи та ставлення до неї, наприклад, на задоволеність, прихильність до роботи, відносини лідер/послідовник стосунки лідер/послідовник, результати роботи, прийняття рішень, а також оцінки та судження.

При залученні нових клієнтів для нового підприємства, дослідження показують, що емоції відіграють значну роль у прийнятті потенційним клієнтом рішення про інвестування. Крім того, емоції впливають на сприйняття інвесторів та клієнтів щодо сприятливості підприємства. Кожна з цих тем є життєво важливою для успіху будь-якого бізнесу, але для успішного підприємства, яке намагається отримати конкурентну перевагу на на ринку, ці теми є принципово важливими [30].

Життєво важливу роль відіграють наші емоції. У світлі зростаючої кількості доказів життєво важливої ролі, яку відіграють емоції відіграють у сприянні успіху нових підприємців, кмітливі підприємці можуть знайти корисним почати підвищувати свою здатність розуміти і управляти як власними емоціями, так і так і емоціями інших людей. У сучасною управлінською мовою, ці навички міжособистісної обізнаності обізнаності відомі під загальною назвою емоційний інтелект. Він визначається як здатність контролювати свої власними почуттями та емоціями, а також а також за почуттями та емоціями інших людей, емоційний інтелект допомагає в ідентифікації, визначенні та обробці емоцій. Ця здатність розпізнавати і регулювати емоції може слугувати інструментом, який допомагає сприймати контекстуальні підказки легше сприймати контекстуальні підказки, ефективніше керувати нашими відносинами більш ефективно і мотивувати

себе та інших до досягнення цілей.

Розподілити інтелект можна за чотирма основними напрямками, або гілками, які описують навички, пов'язані з кожною сферою.

Перша гілка моделі - це сприйняття емоції. Ця фундаментальна сфера емоційного інтелекту складається з невербального сприйняття та вираження емоцій. Здатність перекладати почуття у відповідні візуальні репрезентації, такі як міміка та інші невербальні вирази обличчя та інші невербальні жести, і точно інтерпретувати ці вирази в інших, є фундаментальною основою емоційного інтелекту. Для підприємців здатність розуміти і точно виражати невербальні емоції, а також інтерпретувати емоційні вирази інших є надзвичайно важливим з низки причин. Перш за все, усвідомлення невербальних виразів допоможе підприємцям у спілкуванні з як з клієнтами, так і з працівниками [31].

Другий напрямок емоційного інтелекту є використання емоцій для полегшення мислення. Емоції часто трактуються як окремі від пізнання, але дослідження когнітивних процесів свідчать протилежне. Нещодавні дослідження в галузі функціонування мозку вказують на те, що ділянка мозку, пов'язана з логікою і розумом, не відокремлена від області, пов'язаної з почуттями та емоціями; скоріше, ці дві області взаємодіють на нейронному рівні. Емоційний інтелект сприяє інтеграції, а не ніж роз'єднанню цих двох важливих ділянок мозку. По суті, ця галузь емоційного інтелекту досліджує нашу здатність калібрувати і налаштовувати наше мислення таким чином, щоб когнітивні завдання належним чином використовували емоційну інформацію. Що це означає для підприємців? Дослідники виявили, наприклад, що креативність породжується емоціями. Креативність трактується як здатність когнітивно конструювати ідею або концепцію, натхненну емоціями. Для підприємців здатність бути креативністю є фундаментальною для виживання підприємства; отже, здатність формулювати оригінальні ідеї, викликані емоціями, є надзвичайно важлива.

Третя гілка емоційного інтелекту це розуміння емоцій. Здатність розуміти власні емоційні повідомлення та і ті, що передаються іншими є основною настановою цієї галузі емоційного інтелекту. Як тільки точне розпізнавання

емоційного повідомлення відбулося, здатність робити раціональні судження про цих повідомлень повинна бути сформована для того, щоб гарантувати, що відповідну реакцію на них. Іншими словами, ця гілка має справу зі здатністю розпізнавати емоційну інформацію про міжособистісних взаємодій, відстежуйте за переходами від однієї емоції до іншої та обробляти вербальну інформацію про емоції. Для підприємця здатність розуміти емоції допомагає у покращенні міжособистісних відносин у багатьох аспектах. Наприклад, здатність точно розуміти емоційні повідомлення що передаються потенційними клієнтами може допомогти підприємцям модифікувати свою поведінку для того, щоб більш комплексно задовольняти потреби клієнтів.

Четвертий і останній напрямок емоційного інтелекту є управління емоціями. Ця галузь емоційного інтелекту є вершиною моделі і залежить від розуміння інших гілок емоційного інтелекту. Зокрема, управління емоціями можна описати як здатність активно і добровільно регулювати емоційне вираження, особливо по відношенню до інших, що є важливим для просування власного та інших особистих і соціальних цілей як своїх, так і інших. Здатність керувати емоцій себе та інших — це важлива навичка для підприємців. Наприклад, у стосовно підприємців, регулювання емоцій допомагає зберігати спокій у стресових ситуаціях. Що стосується регуляції емоцій інших людей регулювання емоцій інших людей, підприємець може допомогти надихнути працівників до наполегливої праці через розуміння цієї галузі емоційного інтелекту. Принадність емоційного інтелекту полягає в тому, що навички та здібності, які складають модель не базуються на рисах характеру, а скоріше можна розвивати [32].

2.3 Природа емоцій в підприємстві

У більшості попередніх досліджень пристрасть розглядається як синонім певної глибоко пережитої або сильної емоції, включаючи такі специфічні емоції, як надія, гордість, гнів, розчарування, жаль і горе, або сильні емоційні реакції засновані на симпатії або любові. У цьому дослідженні емоції можуть бути зосереджені на подіях, які є поточними, бажаними, минулими або майбутніми, а пристрасть може бути повністю емоційною, або ж може впливати на когнітивні процеси і взаємодіяти з ними. Як емоція, що відчувається, пристрасть має спільні теоретичні основи з іншими емоціями, що відчуваються, такими як розчарування, жаль, біль і задоволення, в тому сенсі, що це емоція, яка ґрунтується на вимірах інтенсивності та валентності. Таким чином, видається корисним взяти за теоретичне підґрунт фундамент з більш широко розвиненої і науково прийнятої літератури про емоції, а не створювати окрему роботу навколо специфічного поняття підприємницької пристрасті [33].

Тимчасова природа підприємницьких емоцій. Деякі вчені вважають, що пристрасть - це тривалий емоційний стан, такий як почуття ентузіазму, радості, завзяття, тоді як інші припускають, що емоції виникають на основі конкретних ситуацій, таких як провал підприємства. Більше того, хоча і епізодичні, і стійкі емоції є важливими, вони не обов'язково узгоджуються одна з одною. Наприклад, навіть якщо підприємство викликає почуття розчарування у підприємця на його ранніх або складних стадіях, підприємець може уявити собі складних стадіях, підприємець може уявити, що в майбутньому справи підприємства будуть йти достатньо добре, щоб викликати почуття задоволення і гордості. Як епізодичне розчарування, так і тривале задоволення можуть відчуватися одночасно, і обидва можуть впливати на подальшу поведінку та пізнання.

Походження або спрямованість підприємницьких емоцій. Ще одна неоднозначність у літературі стосується фокусу або походження підприємницьких емоцій. Деякі дослідження, пов'язані з підприємницькою пристрастю, включають конкретний об'єкт, який є джерелом, ціллю або головним предметом підприємницької емоції джерелом, ціллю або головною проблемою емоції, що викликається. Зазвичай для підприємців основним об'єктом емоцій є конкретний бізнес. Таким чином, емоції, які відчуває підприємець, переплітаються з фокусною компанією. Підприємці інвестують значну частину себе у свої підприємства, включаючи інвестиції часу, грошей, зусиль і того, що зазвичай називають "власним капіталом". Деякі наукові та популярні дослідження зображають венчурні підприємства як дітей, з підприємцями, які мають до них сильну прив'язаність, як батьки до своєї дитини. Через цей взаємозв'язок підприємці можуть приписувати собі досягнення в бізнесі собі, так само, як недоліки в бізнесі сприймаються як відображення власні невдачі або неадекватність [34].

У цьому сенсі центральне місце конкретного об'єкта - фокусного підприємства - в емоційних переживаннях підприємця є окремим аспектом літератури. Однак деякі вчені також розглядають пристрасть як індивідуальну рису, наприклад, стверджуючи, що підприємці можуть бути пристрасними людьми. Це означає, що пристрасть є чимось ендемічним для окремих підприємців, і що вони будуть пристрасними незалежно від того, в якому конкретному підприємстві вони беруть участь, і що вони будуть пристрасними до всіх аспектах свого життя, а не лише своєю справою. Проте, підприємницькі думки та поведінка, і, відповідно, емоції, не є стабільними характеристиками які відрізняють одних людей від інших у всіх ситуаціях. Натомість, як індивідуальні, так і підприємницької діяльності, оскільки саме їхня взаємодія є рушійною силою підприємницького успіху.

Концептуальні засади вивчення емоцій у підприємництві. Основним внеском нашої роботи є запропонована концепція, що включає теоретичні механізми того, як і чому емоційні переживання, такі як

пристрасть, виникають і впливають на результати підприємницької діяльності. Теорія, що лежить в основі запропонованої концепції, спирається на психологічної літератури про афекти, включаючи циркумплексну модель емоцій, структуру та функції емоційних епізодів, основні процеси та індивідуальні відмінності в регуляції емоцій. Кілька аспектів, пов'язаних із структурою, заслуговують на увагу. По-перше, ми відокремлюємо емоції від результатів емоційних переживань. По-друге, ми розрізняємо підприємницьку ефективність, досягнення цілей підприємства та індивідуальних цілей, а також рушійні сили такої ефективності, включаючи поведінкові реакції на вирішення проблем, наполегливість та поглинання. По-третє, ми розрізняємо емоційні переживання, які є епізодичними та ситуативними, та більш тривалими і широко розвиненими [35]. Як для епізодичних, так і для стійких емоцій, ми розрізняємо основні афекти індивідуальних підприємців (стійкі емоційні тенденції) від емоційних або (емоційні тенденції) від емоційних або афективних якостей підприємств (їхньої здатності викликати емоції у підприємців). Ми визнаємо, що обидва ці фактори створюють підсвідомий (приписуваний афект) та свідомий (емоційний метадосвід) емоційні переживання. Виходячи з цього, ми розглядаємо поняття "підприємницька пристрасть" як стійкий емоційний мета-досвід, який підприємець свідомо пов'язує з підприємницькою діяльністю, і стверджуємо, що така пристрасть є позитивною та інтенсивною. Ми також моделюємо потенційну розбіжність між епізодичними та тривалими емоціями, і припускаємо, що коли існує така напруженість, з'являється попит на регуляторні зусилля з боку попит на регуляторні зусилля з боку підприємця [36]. Ця емоційна регуляція зображується як модератор впливу приписуваного афекту на поведінкові результати.

Природа підприємницьких емоцій: Що це таке і звідки вони беруться? Спираючись на інтеракціоністську перспективу, ми стверджуємо, що підприємницькі емоції включають чотири основні елементи:

- (1) індивідуальні основні афективні стани підприємців,

(2)афективні якості підприємницьких підприємств,
(3) їхню взаємодію з основними афективними станами
що проявляється в атрибутивному афекті, та (4) емоційні метAPEREЖИВАННЯ,
які включають в себе усвідомлене переживання емоційних станів і процесів.
Ми обговоримо кожен з них по черзі [37].

Основні афективні стани підприємців. Теоретично, "основний афект" – це нейрофізіологічний стан, доступний для усвідомлення як просте, нереклексивне відчуття, і впливає на поведінку, починаючи від рефлексивних дій і закінчуючи прийняттям складних рішень. У будь-який момент людина має одне сире почуття, наприклад, щастя або втома. Це почуття є свідомо доступним для людини, яка його переживає, тобто вона усвідомлює цей афект, але він існує без будь-якої когнітивної обробки або рефлексії, наприклад, визначення того, чому людина щаслива чи втомлена. Таким чином, людина завжди перебуває в певному стані базового афекту, навіть якщо цей стан нейтральний.

У легкому стані основний афект може відходити на задній план свідомості, але він може бути надзвичайно помітним, коли афект інтенсивний. Однією з найвідоміших і широко вивчених моделей афективного досвіду є циркумплексна модель афекту (Remington et al., 2000), яку запропонував Шлосберг (Schlosberg, 1941,1952) [38]. У цій моделі глибинна структура емоції характеризується як впорядкування афективних станів по колу, що характеризується двома вимірами: рівнем (1) збудження або енергії (інтенсивністю) та (2) задоволення або незадоволення (валентність), які відчуває людина. Два виміри основного афекту - збудження або інтенсивність і валентність, або задоволення-незадоволення, є важливими компонентами переживання підприємницьких емоцій. Інтенсивність стосується сили емоції, яку відчувають підприємці, а в психологічній літературі інтенсивність також включає в себе активацію, або відчуття мобілізації або енергії. На відміну від цього, вимір валентності стосується рівня позитивних (задоволення) або негативних (незадоволення) емоцій, які

відчуває підприємець. Концептуально, виміри інтенсивності та валентності є незалежними, оскільки підприємець може відчувати інтенсивні рівні позитивних чи негативних емоцій. Рівні цих вимірів визначаються контекстуальними та індивідуальними факторами, про які ми поговоримо далі.

Афективні якості венчурів [39]. Теорія говорить нам, що об'єкти та події, з якими ми стикаємося, є важливими детермінантами емоційних переживань. Кожен об'єкт, подія, людина і ситуація, з якими ми стикаємося, мають певні афективні якості, або здатність викликати зміни в наших основних наприклад, бути приємними, неприємними, нудними чи захоплюючими. Наприклад, перший продаж нового потенційно може викликати збуджені та позитивні емоції, в той час як втрата великого клієнта може викликати збуджену і негативну афективну реакцію. Хоча основний афект за визначенням є простим і одиничним почуттям за визначенням є простим і одиничним почуттям, афективні якості об'єктів часто є множинними, змішаними і складними, змішаними та складними. Наприклад, майбутнє весілля може потенційно викликати почуття страху, нервозності та тривоги, а також надію, радість і щастя.

Спираючись на попередні ідеї, ми стверджуємо, що успішні підприємства є складними об'єктами, які викликають різноманітні почуття, що включають суміш позитивних і негативних емоцій з різним рівнем інтенсивності. Наприклад, Shepherd(2003) описує емоційний досвід, пов'язаний з невдачею підприємства, як такий, що включає заціпеніння, зневіру, гнів, провину, сором, самозвинувачення, дистрес, тривогу і депресію; і це далеко не повний список не є коротким. Всі ці емоції виникають через один і той самий об'єкт підприємство - і за однієї конкретної обставиною - його невдачею. Варто зазначити, що підприємці мають довготривалі, зачіпаючі їхнє емоції, "стосунки" зі своїми підприємствами. Мало які інші об'єкти можуть бути настільки ж важливими для підприємців. Це свідчить про те, що підприємства можуть мати особливе значення для їхніх

засновників, а отже можуть мати більш інтенсивні афективні якості, ніж інші об'єкти, що не є венчурними.

Приписаний афект підприємців. Зміна основного афекту, що виникає внаслідок або приписується певному об'єкту, визначається як "атрибутивний афект", певним об'єктом, визначається як "приписуваний афект". Основний афект це базовий рівень афекту, який є специфічним для індивіда (в даному випадку підприємця), в той час як приписуваний афект - це ступінь зміни інтенсивності та валентності базального рівня, який пов'язаний з конкретним об'єктом.

Атрибутивний афект часто виникає спонтанно та автоматично, і є підсвідомою емоцією. Для багатьох підприємців зміна їхнього афективного стану (основного афекту) часто може бути пов'язана з їхніми підприємствами, оскільки підприємці переплітаються з їхніми підприємствами. Практична та наукова література з підприємництва свідчить про те, що переживання емоцій у підприємстві частково або повністю включає в себе: 1) зміни в основному афекті підприємця, які більш вірогідні від зіткнення з об'єктами, пов'язаними з підприємницькою діяльністю, ніж з об'єктами, не пов'язаними з підприємницькою діяльністю, і 2) пов'язані з їхнім підприємством, і 3) коли зміни в основному афекті відбуваються від зіткнення з подіями, пов'язаними з підприємством, ці зміни пов'язані з підприємством, ці зміни, ймовірно, будуть більш суттєвими (наприклад, матимуть більшу величину), ніж зміни, спричинені подіями, не пов'язаними з венчурним бізнесом. У літературі це переплетення підприємця та венчурного підприємства часто називають прив'язаністю або ідентифікацією. Серед практиків це явище переплетення можна виявити у таких висловлюваннях, як "важко не сприймати відмову або невдачу в бізнесі особисто, коли твій бізнес є особистим, [хоча раціонально розуміючи, що] коли щось не виходить, ви не можна бути занадто емоційним".

Емоційні метапереживання підприємців. У той час як приписуваний афект обробляється підсвідомо, свідомо обробка емоційного досвіду

називається емоційним мета-досвідом. Припускаємо, що коли люди відчують зміну в емоціях, виникає негайна реакція, що включає емоційні або фізіологічні зміни, за якими слідує вторинна оцінка, коли людина більш свідомо оцінює емоційну зміну. Вторинна оцінка часто є свідомою, в той час як первинна оцінка. Ця вторинна оцінка називається "емоційним мета-досвідом" і полягає в тому, що коли людина намагається зрозуміти і позначити початкову емоційну реакцію, яку вона пережила. Коли підприємці відчують зміни в основному афекті (інтенсивність та/або валентність) і пов'язують ці зміни до своїх підприємств, то афективні стани, що виникають в результаті, швидше за все, стануть свідомими переживаннями. У цих випадках емоційний метадосвід підприємця інтегрує в собі сприйняття збудження (або його відсутності), приємності (або неприємності), оцінку ситуації/об'єкта/себе, афективних якостей об'єкта та мобілізацію енергії (або її відсутність) для потенційної дії енергії (або її брак) для потенційної дії. Підприємці можуть пояснити когнітивну обробку своїх емоційних переживань такими "Я бачу, що існує певний страх невдачі, коли справа доходить до вирішення проблем які виникають при створенні бізнесу" або "Мені подобалося те, що я робив у той час" [40].

Підприємницька пристрасть - це фундаментальний емоційний мета-досвід підприємців. Відповідно до попереднього поняття ЕМЕ, підприємницька пристрасть не є ані атрибутом індивідуального підприємця, ані якістю підприємства. Скоріше, підприємницька пристрасть - це гештальт-вираз, сконструйований підприємцем, щоб забезпечити зв'язного та інтегративного опису емоційного досвіду інтенсивного задоволення, збудження і мобілізації енергії, що охоплює підприємця та його підприємство. Більше того, підприємницька пристрасть характеризується дискретною емоцією, яка є досить інтенсивною. Ми бачимо докази цього в підприємництва, де, наприклад, пристрасть описується як "основна сила", яка підживлює наші найсильніші емоції. Це інтенсивність, яку ми відчуваємо, коли займаємося діяльністю яка нас глибоко цікавить. Вона наповнює нас

енергією і дозволяє нам працювати на піку своїх можливостей". Таким чином, стверджуємо, що підприємницька пристрасть — це фундаментальним ЕМЕ, що активується стійкою прихильністю або афективними переживаннями, які підприємець пов'язує з підприємництвом підприємницької діяльності.

Темпоральність емоцій. Емоційний метадосвід (ЕМД), зумовлений приписуваним афектом, не є ані ідентичним для всіх підприємців, ані стабільним у часі. Швидше за все, ЕМД буде відрізнятися у різних підприємців, тому що різні підприємства, швидше за все, матимуть значні варіації приписуваного афекту через мінливість як у якості впливу підприємств (наприклад, відмінності у стадіях зростання, ринкових/фінансових показниках), так і в основному впливі підприємців. Аналогічно, для конкретного підприємця якість впливу на підприємство, ймовірно, змінюватиметься з часом в міру того, як підприємство переживає свої злети і падіння. У поєднанні з основним афектом підприємця який є паралельним у часі, підприємець може відчувати ЕМЕ, який є чутливим до повсякденних подій, а також до конкретних великих чи малих подій, таких як втрата клієнта, закриття бізнесу або отримання нового великого замовлення. Ми називаємо це епізодичним ЕМЕ, що відповідає з психологічною літературою про емоції [41]. Незалежно від стану епізодичної ЕМЕ, підприємці також мають довгострокові стійкі емоції, пов'язані з їхніми підприємствами. Довготривалі емоції можуть бути результатом очікуваного або ідеалізованого станів підприємств, а також можуть бути пов'язані з накопиченими емоціями, що ґрунтуються на історії досвіду, який підприємець вже мав. Наприклад, навіть якщо підприємство викликає у підприємця почуття розчарування у підприємця на ранніх стадіях (негативна епізодична емоція), підприємець може уявити, що в майбутньому справи підприємства будуть йти досить добре, щоб викликати почуття задоволення і гордості, які відчуються одночасно (позитивна стійка емоція). Таким чином, ми припускаємо, що епізодичні ЕМЕ, пов'язані з поточним станом

підприємства, будуть чіткими і від довготривалих ЕМЕ, пов'язаних з ідеалізованим станом підприємства, і що порівняно з довготривалими ЕМЕ, епізодичні ЕМЕ, ймовірно, демонструватимуть значно більшу варіативність, особливо у валентності.

Отже, в цьому розділі зосереджуюсь на вивченні емоційного інтелекту у контексті підприємництва, представляючи психологічний аналіз та визначаючи роль цього аспекту в формуванні підприємницької діяльності.

Вивчення емоційної креативності та емоційного інтелекту відображає їх значущість у підприємстві. Це дозволяє розглянути не лише роль емоцій у творчому процесі, а й їх вплив на рішення, прийняття ризиків та управління емоціями у бізнесі.

Аналіз емоційного інтелекту успішного підприємця допомагає виокремити ключові компоненти цього типу інтелекту та їх вплив на вдалий бізнес. Це включає у себе не лише розуміння та управління власними емоціями, а й здатність взаємодіяти з емоціями інших, що є критичним у веденні успішного бізнесу.

Вивчення природи емоцій в контексті підприємництва розкриває роль емоцій як ключового фактора у прийнятті рішень, взаємодії з клієнтами, управлінні командою та створенні ефективного робочого оточення. Це дозволяє краще зрозуміти, як емоції впливають на бізнес-процеси та взаємовідносини у сфері підприємництва.

Цей розділ відкриває передній план роль емоційного інтелекту у підприємстві, підкреслюючи важливість його розуміння та розвитку для успішної підприємницької діяльності.

ВИСНОВКИ

В першому розділі кваліфікаційної роботи магістра нами було ретельно розглянато структуру психологічного портрета успішного підприємця через призму кількох ключових підпунктів.

Наша мотивація до розгляду мотивації до започаткування підприємницької діяльності полягає в розкритті внутрішніх чинників та стимулів, які підштовхнули б до цього кроку. Дослідження структури особистості успішного підприємця прослідковує ключові риси та їх вплив на бізнесову активність.

Створення психологічного портрета успішного підприємця зосереджується на комплексному описі особистісних якостей та характеристик, які чинять великий вплив на досягнення успіху у бізнесі. Аналіз особистісних рис успішного підприємця допомагає виявити та визначити ключові аспекти, що є важливими для успіху в підприємницькій сфері.

Вивчення вимог для успішного підприємництва спрямоване на виділення та усвідомлення основних складових, які дозволяють досягати високих результатів у цій галузі. Розгляд цільової функції підприємницької діяльності визначає головні мети та цілі, що спрямовують дії та стратегію успішного підприємця.

В другому розділі ми зосереджились на вивченні емоційного інтелекту у контексті підприємництва, представляючи психологічний аналіз та визначаючи роль цього аспекту в формуванні підприємницької діяльності.

Вивчення емоційної креативності та емоційного інтелекту відображає їх значущість у підприємстві. Це дозволяє розглянути не лише роль емоцій у творчому процесі, а й їх вплив на рішення, прийняття ризиків та управління емоціями у бізнесі.

Аналіз емоційного інтелекту успішного підприємця допомагає виокремити ключові компоненти цього типу інтелекту та їх вплив на вдалий бізнес. Це включає у себе не лише розуміння та управління власними емоціями, а й здатність взаємодіяти з емоціями інших, що є критичним у веденні успішного бізнесу.

Вивчення природи емоцій в контексті підприємництва розкриває роль емоцій як ключового фактора у прийнятті рішень, взаємодії з клієнтами, управлінні командою та створенні ефективного робочого оточення. Це дозволяє краще зрозуміти, як емоції впливають на бізнес-процеси та взаємовідносини у сфері підприємництва.

Другий розділ відкриває передній план ролі емоційного інтелекту у підприємстві, підкреслюючи важливість його розуміння та розвитку для успішної підприємницької діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Журнал (Hakim, 1989; Segal, Borgia&Schoenfeld, 2005; Segal, Borgia&Schoenfeld, 2005). Schoenfeld, 2005; Schjoedt & Shaver, 2007; Kirkwood, 2009; Zaouali, Khefachaа & Belkacem,2015)
2. Журнал (Williams & Williams, 2014; Gundolf, Jaouen & Gast, 2018; Eijdenberg, Isaga, Paas and Masurel, 2021). Крім того, Вільямс і Вільямс (Williams and Williams, 2014)
3. Максимова О.О. Портрет успішного бізнесмена. Митець – культура – виміри часу. *Міжнародні наукові читання 2018 в Музеї Бориса Лятошинського в Житомирі* : зб. статей / ред.-упор. І.Є. Копоть. Житомир : Вид. О.О. Євенок, 2018. С.180 – 189
4. Карнеги Дейл. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей / Пер. с англ. Ф.П. Красавина. Київ: Наукова думка, 1989. 224 с.
5. Шумпетер Й. Теорія економічного розвитку, 1982. С. 161.
6. Kirtzner I. Perception, Opportunity and Profit-studies in the Theory of Entrepreneurship. Chicago: The University of Chicago Press, 1979. P. 111.
7. Мізес Л. Бюрократія. Запланований хаос. Антикапіталістична ментальність. Справа, 1993. С. 34.
8. Karayiannis A.D. Entrepreneurship and the transition from socialism to a free market economy. *International Journal of New Ideas*. 1993. № 2. P. 43.
9. Бандурка А. М., Бочарова С. П., Землінська Е. В. Психологія управління. Харків: ТОВ «Фортуна - прес», 1998. 464 с.
10. Варфоломеева О. В. Основи психології діяльності: Учбова допомога. -Сімферополь: Таврия, 1999. 180 с.
11. Глущенко Е. В. і інш. Основи підприємництва: навчань. допомога. Вісник, 2007.
12. Котлер Ф. Основи маркетингу / пер. з англ. 2-е Европ. Изд., 2000. 944 с.

13. Лапушта М. Г., Поршнева А. Г., Старостін Ю. Л., Скамай Л. Г. *Предпринимательство: підручник /Під. Ред. М. Г. Лапушти. 2-е изд., испр. і доп. Київ: ИНФРА, 2002. 520 с.*
14. Jaime Cavero. *Інвестор у стартапи та промоутер нових компаній через Durocto, Vbooster та MentorDay.*
15. Карамушка Л.М., Худякова Н.Ю. *Мотивація підприємницької діяльності : моногр. Київ — Львів : Сполом, 2011. 208 с.*
16. Красилова Ю.В. *Досвід психологічного забезпечення діяльності малого підприємництва. Проблеми загальної та педагогічної психології. Інститут. психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2002. Том IV. ч. 3. С. 15–16.*
17. Журнал London Premier Centre Posted on Apr 03, 2020
18. Мартін Цвілінг журнал Forbs Aug 27, 2015
19. Айзенбергер, Р., та Леонард, Д. М. Вплив концептуальної складності завдання на узагальнену наполегливість. *Американський журнал психології.* 1980. С. 285-298
20. Hornaday, J. A., & Aboud, J. *Характеристики успішних підприємців1. Психологія персоналу, 24(2), 2008. С. 141-153. doi: 10.1111/j.1744-6570.1971.tb02469.x*
21. Лі, С. Й., Флорида, Р., та Акс, З. *Творчість та підприємництво: Регіональний аналіз формування нових фірм, Регіональні дослідження, 38:8, 2004. С. 879-891, doi: 10.1080/0034340042000280910*
22. Макклелланд, Д. К. *Характеристики успішних підприємців*. Журнал творчої поведінки, 21(3), 1987. С. 219-233. doi:10.1002/j.2162-6057.1987.tb00479.x*
23. Мурнієкс, К. Ю., Клотц, А. К., та Шепард, Д. А. *Підприємницька мотивація: Огляд літератури та порядок денний для майбутніх досліджень. Журнал організаційної поведінки, 41(2), 2019. С. 115-143. doi: 10.1002/job.2374*

24. Андамурі, П. Підприємницька винахідливість - чи є вона функцією статі? *Business Frontiers*. 2013. URL: <https://ssrn.com/abstract=2642211>
25. Петракіс, П.Е., та Константакопулу, Д.П. (2015). Підприємницька поведінка та передбачення. In: Невизначеність у прийнятті підприємницьких рішень. *Палгрейвські дослідження демократії, інновацій та підприємництва для зростання*. Palgrave Macmillan, New York, doi: https://doi.org/10.1057/9781137460790_6
26. Рой, Н. Невизначеність як підприємницька мотивація: Туш, карма та необхідність дії. *Філософія управління* 19, 2020. С. 89-98
27. Шейн, С., та Венкатараман, С. Перспективи підприємництва як галузі досліджень. *Академія менеджменту*, 25(1), 2000. С. 217-226.
28. Шейн, С., Локк, Е. А. та Коллінз, К. Дж. Підприємницька мотивація. Отримано 6 червня 2020 року з сайту Корнельського університету: <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu>
29. Стернберг, Р. Дж. Успішна розвідка: Новий підхід до лідерства. В Р. Е. Ріджіо, С. Е. Мерфі та Ф. Д. Піроццоло (ред.), Серія LEA з організації та управління. *Множинний інтелект і лідерство*. Видавництво Lawrence Erlbaum Associates. 2002. С. 9-28.
30. Чжан, К., Хуан, Х., Ку, Х., Чжун, Ю., & Ніу, Б., Вплив підприємницького середовища та підприємницького когнітивного капіталу на підприємницьку мотивацію молоді: На прикладі Шеньчжень. 2019 16-та Міжнародна конференція з систем обслуговування та управління послугами (ICSSSM), Шеньчжень, Китай, 2019. С. 1-6, doi: 10.1109/ICSSSM.2019.8887684
31. Гоулман Д. Емоційний інтелект / пер. з англ. С.Л. Гумецької. Харків : Віват, 2019. 512 с.
32. Захарчин Г.М., Любомудрова Н.П. Фактор культури та емоційний інтелект в управлінні персоналом. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 48. Ч. 3. 2019. С. 27–34.

33. Пашко Т.А. Емоційний інтелект як складова професійної компетентності керівника. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 12: *Психологічні науки*. 2008. № 21 (45). С. 161–167.
34. Пащенко О.П. Креативний менеджмент як фактор успішності сучасного бізнесу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 17. 2017. С. 406–410. URL: <http://global-national.in.ua/archive/17-2017/86.pdf>.
35. Хитра О.В., Бендасюк М.І. Роль емоційної складової в управлінні командами. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 28 (2). 2018С. 67–74.
36. Ястремська О.М., Бардадим О.І. Мотивація креативності новаторів: монографія. Харків : ХНЕУ, 2013. 212 с
37. Стейн С.Дж. Переваги EQ: Емоційний інтелект та ваші успіхи / Пер. з англ. / С. Дж. Стейн, Г.І. Бук. Баланс Бізнес Букс, 2007. 384 с.
38. Барон, Д.Н. та Ханнан, М.Т. Організаційні схеми успіху у високотехнологічних стартапах: Уроки Стенфордського проекту для компаній, що розвиваються. *Каліфорнійський управлінський огляд*, 44(3), 2002. С. 8-36
39. Баум, Д.Р. та Локк, Е.А. The взаємозв'язок підприємницьких рис, навичок та мотивації до подальшим зростанням підприємства. *Журнал прикладної психології*, 89(4), 2004). С. 587-598.
40. Чандлер, Г.Н. та МакЕвой, Г.М. Управління людськими ресурсами управління людськими ресурсами, TQM та продуктивність фірми на малих та середніх підприємствах. *Теорія і практика підприємництва*. Практика, 2000. С. 43 – 57.
41. Кропанцано, Р. та Райт, Т.А. П'ятирічне дослідження змін у взаємозв'язку між благополуччям та ефективністю роботи. *Журнал психології консультування: Практика та дослідження*. 51 (3), 1999. С. 252 – 265.

Декларація академічної доброчесності здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Костенко Артем Олександрович, студент 2 курсу, форми навчання заочної, факультету СПП, спеціальність 053 Психологія, адреса електронної пошти sadalart@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему: «Психологічні чинники становлення успішного підприємця в умовах соціальної невизначеності» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлений/ознайомлена;

- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;

- згоден/згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (студент) _____

Дата _____ Підпис _____ ПІБ (науковий керівник) _____