

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

**на тему «ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСОБИСТОСТІ  
ПІДПРИЄМЦЯ»**

Виконала: студентка II курсу, групи  
8.0539- з

спеціальності 053 Психологія

Супрун Тарас Юрійович

Керівник: к.психол.н., доцент кафедри  
психології Грандт В.В.

Рецензент: к.психол.н., доцент кафедри  
психології Грединарова О.М.

Запоріжжя  
2020

**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

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

**З А В Д А Н Н Я**  
**НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА**

Супруна Тараса Юрійовича \_\_\_\_\_

1. Тема роботи Психологічні особливості особистості підприємця керівник роботи Губа Н.О. к.психол.н., доцент кафедри психології затверджені наказом ЗНУ від «14» липня 2020 року № 1032-с
2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_
3. Вихідні дані до роботи аналіз психолого-педагогічної літератури
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) здійснити аналіз підходів до визначення підприємництва як соціально-психологічного феномену; вивчити психологічні особливості мотивації особистості в створенні власного бізнесу; розкрити сутність поняття “потенціал” особистості та проблеми її самовизначення в бізнесі; розглянути психологічні складові успішності в здійсненні підприємницької діяльності; здійснити емпіричне дослідження згідно до мети та завдань дослідження.
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов’язкових креслень) 4 рисунка, 3 таблиці
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Грандт В.В., доцент		
Розділ 1	Грандт В.В., доцент		
Розділ 2	Грандт В.В., доцент		
Висновки	Грандт В.В., доцент		

7. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	січень-березень 2020 р.	Виконано
2	Робота над вступом	березень 2020 р.	Виконано
3	Робота над першим розділом	квітень-травень 2020 р.	Виконано
4	Робота над другим розділом	вересень-жовтень 2020 р.	Виконано
5	Написання висновків	жовтень 2020 р.	Виконано
6	Передзахист	листопад 2020 р.	Виконано
7	Нормоконтроль	листопад 2020 р.	Виконано

Студент \_\_\_\_\_ Т.Ю. Супрун

Керівник роботи \_\_\_\_\_ В.В. Грандт

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер \_\_\_\_\_ О.М. Грединарова

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магіста: 92 с., 3 таблиці, 4 малюнка, 89 джерел, 2 додатки.

Об'єкт дослідження: підприємництво як соціально-психологічний феномен.

Предмет дослідження: психологічні особливості особистості, необхідні для створення власного бізнесу.

Мета:

1) теоретично розглянути соціально-психологічні аспекти успішності здійснення підприємницької діяльності на етапі її створення;

2) емпірично виявити соціально-психологічну спрямованість особистості до започаткування підприємницької діяльності.

Гіпотеза: на успішність створення власного бізнесу в сучасних умовах впливають психологічні установки (мотиви) особистості, що в цілому формує її соціально-психологічну спрямованість щодо здійснення підприємницької діяльності.

Методи дослідження:

- теоретичні: аналіз психологічної та методичної літератури з визначеної проблеми, систематичне узагальнення підходів до визначення основних понять;

- емпіричні: анкетування;

- методи обробки даних: кількісний та якісний аналіз.

Наукова новизна: теоретичний аналіз та практичне дослідження мотиваційної сфери особистості, що приймає рішення створити та вести власний бізнес. Виявлені соціально-психологічні установки в мотиваційно-потребній сфері особистості щодо створення власного бізнесу мають великий вплив на успішне започаткування підприємницької діяльності.

ПІДПРИЄМНИЦТВО, САМОВИЗНАЧЕННЯ, СПРЯМОВАНІСТЬ, МОТИВАЦІЯ, ОСОБИСТІТЬ, ПОТЕНЦІАЛ, УСТАНОВКА, УСПІШНІСТЬ

## SAMMERY

The qualification work of the master: 92 pages, 3 tables, 4 figures, 89 sources, 2 appendices.

Object of research: entrepreneurship as a socio-psychological phenomenon.

Subject of research: psychological personality traits necessary to create your own business.

Goal:

1) theoretically consider the socio-psychological aspects of the success of business activities at the stage of its creation;

2) empirically identify the socio-psychological orientation of the individual to start a business.

Hypothesis: the success of creating your own business in modern conditions is influenced by psychological attitudes (motives) of the individual, which in general forms its socio-psychological orientation to conduct business.

Research methods:

- theoretical: analysis of psychological and methodological literature on a particular problem, systematic generalization of approaches to the definition of basic concepts;

- empirical: questionnaires;

- data processing methods: quantitative and qualitative analysis.

Scientific novelty: theoretical analysis and practical study of the motivational sphere of the individual who decides to create and run their own business. Identified socio-psychological attitudes in the motivational and need sphere of the individual to create their own business have a great influence on the successful start of business.

ENTREPRENEURSHIP, SELF-DETERMINATION, DIRECTION,  
MOTIVATION, PERSONALITY, POTENTIAL, INSTALLATION, SUCCESS

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Теоретико-методологічні основи дослідження підприємництва як соціально-психологічного феномену.....	9
1.1. Сутність феномену підприємництва: соціально-психологічний аспект.....	9
1.2. Психологічні особливості мотивації особистості в створенні власного бізнесу.....	23
1.3. Проблема самовизначення особистості в бізнесі.....	30
РОЗДІЛ 2. Психологічні особливості розвитку особистості підприємця в сфері бізнесу.....	39
2.1. Поняття потенціалу особистості в бізнесі.....	39
2.2. Особистісні якості особистості, необхідні для створення власного бізнесу.....	45
2.3. Психологічні складові успішності особистості в здійсненні підприємницької діяльності.....	53
РОЗДІЛ 3. Емпіричне дослідження соціально-психологічної спрямованості особистості до здійснення підприємницької діяльності.....	64
3.1. Програма експериментального дослідження.....	64
3.2. Аналіз результатів, отриманих в ході експериментального дослідження.....	67
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	81
ДОДАТКИ.....	88

## ВСТУП

Актуальність дослідження. На сьогоднішній день проблема вивчення такого соціально-психологічного явища як підприємництво викликає підвищений інтерес у багатьох дослідників, що пояснюється відсутністю єдиного і чіткого формулювання даного поняття і недостатньою розробленістю питань про психологічні особливості особистості, що мають своєю метою створення власного бізнесу.

Одним з найважливіших факторів, що має істотний вплив на ефективність реалізації підприємницької діяльності, є наявність у особистості певних внутрішніх, психологічних характеристик (мотивація та соціально-психологічні установки щодо здійснення бізнесу, готовність до ризику, вольові якості та ін.). Достатньо повно ця категорія факторів висвітлена в роботах В.П. Познякова, С.Б. Каверіна, Ю.Ф. Пачковського, Д. Макклелланда, Н.Н. Глушач, И.Е. Задорожнюк, П. Друкера, М. Кассона, М. Пітерса, М. Вебера, Й. Шумпетера, Б. Карлоффа, А. Коула тощо.

Також варто відзначити, що успіх бізнес-діяльності багато в чому залежить від зрілості особистості, яка знаходиться в безперервному процесі становлення та розвитку. Потужним стимулом до започаткування власного бізнесу при цьому є мотивація, в основі якої лежать ті або інші нереалізовані потреби людини. Тому необхідним стає усвідомлення мотивів (зовнішніх та внутрішніх), що спонукають особистість відкрити свою справу і, тим самим, стати самостійним суб'єктом підприємницького бізнесу. Вплив певних характеристик мотивації на успішність діяльності було виявлено в численних психологічних дослідженнях (Є.П. Ільїн, В.І. Ковальов, А.К. Маркова, В.Е. Мільман та ін.).

Об'єкт дослідження: підприємництво як соціально-психологічний феномен.

Предмет дослідження: психологічні особливості особистості, необхідні для створення власного бізнесу.

Мета:

1) теоретично розглянути соціально-психологічні аспекти успішності здійснення підприємницької діяльності на етапі її створення;

2) емпірично виявити соціально-психологічну спрямованість особистості до започаткування підприємницької діяльності.

Згідно до мети та гіпотези дослідження, були сформульовані наступні завдання:

- здійснити аналіз підходів до визначення підприємництва як соціально-психологічного феномену;

- вивчити психологічні особливості мотивації особистості в створенні власного бізнесу;

- розкрити сутність поняття “потенціал” особистості та проблеми її самовизначення в бізнесі;

- розглянути психологічні складові успішності в здійсненні підприємницької діяльності;

- здійснити емпіричне дослідження згідно до мети та завдань дослідження.

Гіпотеза: на успішність створення власного бізнесу в сучасних умовах впливають психологічні установки (мотиви) особистості, що в цілому формує її соціально-психологічну спрямованість щодо здійснення підприємницької діяльності.

Методи дослідження:

- теоретичні: аналіз психологічної та методичної літератури з визначеної проблеми, систематичне узагальнення підходів до визначення основних понять;

- емпіричні: анкетування;

- методи обробки даних: кількісний та якісний аналіз.

Наукова новизна роботи полягає у теоретичному аналізі та практичному дослідженні мотиваційної сфери особистості, що приймає рішення створити та



вести власний бізнес. Виявлені соціально-психологічні установки в мотиваційно-потребнісній сфері особистості щодо створення власного бізнесу мають великий вплив на успішне започаткування підприємницької діяльності.

Практичне значення роботи визначається тим, що результати емпіричного дослідження виявлених соціально-психологічних мотивів особистості можуть бути корисними, в першу чергу, для самих потенційних підприємців, які зацікавлені в створенні та успішному здійсненні бізнес-діяльності.

Надійність і вірогідність результатів дослідження забезпечувались: теоретико-методологічним обґрунтуванням вихідних теоретичних положень, використанням комплексу надійних і валідних психодіагностичних процедур, створенням адекватних умов діагностування, поєднанням кількісного та якісного аналізу даних, репрезентативністю складу досліджуваних груп.

Робота складається з трьох розділів. Перший розділ “Теоретико-методологічні основи дослідження підприємництва як соціально-психологічного феномену” розкриває питання сутності феномену підприємництва в соціально-психологічному аспекті, визначає психологічні особливості мотивації особистості в створенні власного бізнесу, окреслює проблему самовизначення особистості в бізнесі.

В другому розділі “Психологічні особливості розвитку особистості підприємця в сфері бізнесу” розкривається поняття потенціалу особистості, здійснюється аналіз особистісних якостей особистості, необхідних для створення власного бізнесу та визначаються психологічні складові успішності особистості в здійсненні підприємницької діяльності.

Третій розділ “Емпіричне дослідження соціально-психологічної спрямованості особистості до здійснення підприємницької діяльності” передбачає розробку програми експериментального дослідження та аналіз отриманих емпіричних даних.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ФЕНОМЕНУ

### 1.1. Сутність феномену підприємництва: соціально-психологічний аспект

Після отримання Україною державної самостійності та переходом на шлях розбудови ринкової економіки, актуальними стають соціально-економічні та політичні реформи, які б відповідали розвитку свободи та демократії. Важливою умовою при цьому є відродження підприємницької діяльності на теренах України та подальше сприяння її розвитку. Тому актуалізується завдання виявлення умов та чинників, що сприяють ефективному становленню підприємницької діяльності. Поряд з економічними, політичними та соціальними факторами розвитку підприємництва важливу роль посідають і психологічні чинники.

Підприємництво як соціально-психологічне явище викликає активний інтерес багатьох зарубіжних і вітчизняних дослідників, тому як однією з її найважливіших соціальних функцій є підвищення добробуту суспільства. У зарубіжній науці вивчення підприємництва має досить тривалу історію, тоді як у вітчизняній науці такі дослідження розпочалися порівняно нещодавно (початок наукових досліджень у сфері підприємництва на пострадянському просторі припадає на час легалізації підприємницької діяльності (кінець 1980-х-початок 1990-х років)).

Підприємницька діяльність, згідно з О.М. Скібіцьким, це діяльність індивіда, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в господарській діяльності, на отримання економічної вигоди і, насамперед, привласнення додаткового продукту [73].

Суб'єктами підприємницької діяльності виступають підприємці – юридичні і фізичні особи, діловий інтерес яких полягає в одержанні прибутку через виробництво і реалізацію, виконання робіт та послуг. Фізичні особи організують індивідуальне виробництво, де засоби виробництва належать організатору і використовується власна праця. Виробництво може здійснюватись фізичною особою із застосуванням найманої праці і капіталу. Юридичні особи (товариства, акціонери, кооперативи, спільні підприємства, асоціації та об'єднання) як суб'єкти підприємницької діяльності здійснюють виробничу діяльність порівняно з індивідуальним підприємством у більших обсягах та із залученням найманої робочої сили.

Об'єктом підприємництва є певний вид виробничої і невиробничої діяльності: промислове, сільськогосподарське або інше виробництво, торгівля в усіх її формах, посередництво, виконання певних робіт, інноваційна справа, операції з грошовими коштами або цінними паперами. Результат такої діяльності матеріалізується у вигляді продукції, наданих послуг, виконаних робіт, інформації [81].

Сутність підприємництва розкривається через його основні функції [12]:

- стимулююча (мотиваційна) функція підприємництва – зводиться до формування стимулюючого (мотиваційного) механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача;

- інноваційна (творча) функція підприємництва – полягає в сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, здійсненню техніко-економічних, наукових розробок, проектів, що пов'язані з господарським ризиком;

- ресурсна функція підприємництва – передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів, їх оптимальне поєднання і раціональне використання;

- організаційна функція підприємництва – полягає в безпосередній організації виробництва, збуту, реклами тощо, зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях здійснення контролю за їх виконанням.

Розглянемо декілька основних психологічних підходів до сутності феномену підприємництва.

Поведінковий підхід розглядає підприємництво як особливий тип поведінки, предметом аналізу якого виступає дослідження поведінки як реально працюючих підприємців, так і “потенційних” підприємців (тих, які виказують ознаки підприємницької поведінки).

Вперше засновником біхевіоризма Д. Уотсоном було проголошено, що душа людини є принципово непізнаваною, а людська поведінка є прояв двузвеної схеми: стимул – реакція. Дана заява була закріплена в термінах експериментальних досліджень І.П. Павлова, “умовного рефлексу”, які на десятиліття були оголошені фундаментальними постулатами для пояснення поведінкових реакцій [64].

На початку 30-х рр. американський психолог Е. Толмен прийшов до висновку, що направляючим початком поведінки є мета людини, а зв’язки між стимул-реакцією є не прямими, а опосередкованими через “проміжні змінні”: мету, чекання, гіпотезу, знак і його значення, когнітивну картину світу.

Про домінуючу роль несвідомого в людській поведінці говорив відомий психоаналітик З. Фрейд, який стверджував, що ця область психіки заповнена витисненими зі свідомості людини різного роду незадоволеними бажаннями, в основному сексуального характеру. Накопичуючись, вони набувають величезної сили і прориваються у вигляді агресії, нав’язливих ідей, нез’ясовних вчинків тощо [44].

Використовуючи сучасні західні знання з психології несвідомого, Д.Н. Узнадзе та його прибічники, в результаті експериментів, виявив, що між стимул-реакцією знаходиться деяке утворення, яке отримало назву установки, – специфічного стану, що виникає у суб’єкта під впливом об’єктивної ситуації задоволення потреби. При цьому в процесі взаємодії із зовнішньою дійсністю

суб'єкт поведінки, прагнучий до задоволення певної потреби, як єдине ціле змінюється, модифікується відповідно до ситуації її задоволення. Специфічний стан суб'єкта спонукає його до певної поведінки, будучи явищем динамічного характеру, яке знаходить вираження в певній активності [80].

Виходячи з теорії установки Д.Н. Узнадзе, Ш.А. Надірашвілі виділив три якісно різних рівня регуляції психічної активності людини:

- об'єктивування предмету – діяльність по задоволенню потреби стикається з перешкодою у вигляді предмету. Результатом його усвідомлення є корекція системи операцій таким чином, щоб вона повністю відповідала предмету;

- об'єктивування соціальних вимог – відбувається усвідомлення їх значення, їх привласнення індивідом;

- об'єктивування власного “Я”. Результатом процесу об'єктивування власного “Я”, коли перешкодою в реалізації потреби виступають особистісні якості і ціннісні установки суб'єкта, є реорганізація ціннісних орієнтацій, що захоплює і мотиваційно-потребнісну структуру. Об'єктивування власного “Я” приводить до постановки оцінного завдання, внаслідок чого породжується вольовий процес, вольова активність, яка регулюється системою ціннісних орієнтацій та етичних принципів. Всі це фіксуються в самосвідомості індивіда, в його “психологічному автопортреті” [50].

Таким чином, за ствердженням Ш.А. Надірашвілі, різноманіття стійких взаємозв'язків індивіда із зовнішнім світом вставлене системою фіксованих вторинних установок, тоді як безпосередня поведінка керується динамічною первинною (актуальною) установкою. При цьому всі фіксовані установки знаходяться в області несвідомого, а актуальні – в свідомій сфері, оскільки їх формування відбувається при обставинах, з якими не стикається минулий досвід людини.

Фундаментальне значення має питання механізмів зміни установок, в тому числі й соціальних, оскільки цей процес автоматично впливає на зміну поведінки особистості. Послідовниками школи Д.І. Узнадзе було проведено ряд

експериментів з вивчення цього питання, в результаті чого прийшли до висновків, що зміна установок вимагає від індивіда додавання величезної кількості енергії, спрямованої на розхитування структурних елементів. Це є великим випробуванням для особистості, пов'язане не лише з дискомфортом в процесі опору неугодній інформації, але також і з переживанням відчуття невизначеності, що виникає при виснаженні психічних сил.

Так, І.В. Андреева, розглядаючи підприємництво як особливий тип поведінки, визначає підприємницьку поведінку як ланцюг послідовно здійснюваних вчинків, що спрямовані на отримання суб'єктивних переваг від різниці між докладеними зусиллями та отриманим результатом в процесі придбання, зберігання матеріальних та духовних цінностей. Вчинок в цьому контексті трактується як соціально оцінюваний акт поведінки, здійснення якого підпорядковане мотивам і цілям людини. У вчинку виявляються провідні потреби особистості, відношення до навколишньої дійсності, характер, темперамент [88].

Ю.Ф. Пачковський, розглядаючи підприємництво як особливий тип поведінки, виділяє наступні її складові [53]:

- 1) елемент ініціативи – особлива чутливість до змін і прагнення щось змінити у своєму житті;
- 2) елемент ризику – взяття на себе відповідальності за можливі невдачі і поразки, готовність ризикувати;
- 3) елемент активності – спрямованість на діяльне перетворення навколишнього світу, побудову нових відносин; вміння випереджати події і вести конкурентну боротьбу;
- 4) елемент новаторства – сприяння реалізації і використанню нових технологічних можливостей шляхом впровадження у життя винаходів та інновацій; організація або реорганізація соціально-економічних механізмів для того, щоб з вигодою використати наявні ресурси і конкретну ситуацію;
- 5) елемент свободи – самостійність суджень під час прийняття важливих рішень.

Особистісний підхід, представниками якого є Дж. Мак-Клеланд та Р. Брокхауз, вивчає особистісні характеристики чи риси підприємця, що дозволяють зрозуміти та пояснити підприємницьку діяльність. Він базується на припущенні, що підприємець має унікальну особистість, риси якої допомагають підприємцю досягти успіху у його справі [56].

З позиції психофізіологічного підходу підприємництво трактується як стан, за допомогою якого особистість ототожнює себе з даною діяльністю, заявляє про свою індивідуальність і в той же час належність до певного соціального середовища [89].

Відмінною рисою підприємницької діяльності як деякого специфічного стану людини є ризик, під яким розуміється небезпека потенційно можливої, імовірної втрати ресурсів або недоотримання доходів у порівнянні з варіантом, розрахованим на раціональне їх використання. Рисами підприємницького ризику є суперечливість, альтернативність і невизначеність.

Відомо, що одні підприємці цінують ризик і йдуть на нього тільки заради самого ризику як такого. Таким способом вони виражають активне ставлення до дійсності, збільшують імовірність досягнення поставленої мети, а також задовольняють “прагненню насолодитися переживанням небезпеки”. Інші ж підприємці, навпаки, уникають невдачі при виконанні дій і, отже, не здатні діяти в ризикованих ситуаціях. Різницю між ними можна пояснити з позиції “нейрогуморальної теорії”, згідно якої існують люди з підвищеною активністю симпатичної нервової системи – симпатотоників, які мають своєрідний обмін речовин, електропровідність тканин, властивості і швидкість хімічної реакції крові тощо. Стимуляція симпатичного відділу нервової системи дозволяє знімати м'язове стомлення, тому підприємницька діяльність цілком задовольняє симпатотоників наявністю великої кількості напруженої роботи і достатком “пікових ситуацій”, стимулюючих звичний викид в кров катехоламінів (зокрема, адреналіну), що викликають стан радісного збудження і підйому сил.

Однак неприборкана радість і неадекватне прагнення “звернути гори на своєму шляху” не завжди призводять до сприятливого результату. Необхідно відчувати почуття надійності, впевненості в собі. Такі відчуття дозволяють брати на себе відповідальність, самостійно приймати оптимальні рішення в будь-яких ситуаціях, які характеризують підприємницьку діяльність. Почуття надійності визначається нейропептидним обміном, зокрема вмістом ендорфіну і інших гормонів в крові людини. За даними Л. Стайна, Дж. Беллуччі, А. Герца ендорфіни помітно впливають на мотивацію і поведінку. Вони пригнічують рефлекс уникнення небезпеки, активізують пам’ять і психічну діяльність.

Варто відзначити, що наявність ризику у підприємницькій діяльності також обумовлює часті стреси, що виникають від дії надзвичайних подразників. Вони ж приводять до напруги адаптаційних механізмів організму. Згідно Г. Сельє, адаптаційний синдром, який спостерігається при стресі має три фази [67]:

- фаза тривоги, в якій відбувається мобілізація всіх сил організму;
- стадія резистенції – спостерігається збільшення опірності до впливу зовнішніх подразників;
- фаза виснаження, на якій виникають хвороби, що призводять до смерті.

Отже, виходячи з положень нейрогуморальної теорії, можна припустити, що підприємництво – це особливий стан, виражений інтегральним комплексом емоційних відчуттів, викликаних специфічним балансом нейрогуморальних регуляторних механізмів, а також підвищеною опірністю організму до стресів.

Головною відмінною рисою когнітивного напрямку у вивченні підприємництва є перехід від ідеї “психологічного класу” до ідеї безперервного континууму вираженості підприємницьких рис в популяції, тобто “від психологічних рис найманого робітника до психологічних характеристик інноваційного підприємця”.

Найбільш розробленою в рамках даного підходу є модель підприємницької особистості, запропонована К.Е. Вернерідом. На думку автора, люди не діляться на підприємців і не підприємців, а “розрізняються в



тому, скільки підприємницьких зусиль вони здійснюють, а також в мірі підприємництва, включеного в ці зусилля” [82]. Перехід від одного полюса континууму до іншого здійснюється дуже плавно і має на увазі існування безлічі проміжних психотипів з різною мірою вираженості підприємницьких характеристик у людей самих різних професій і сфер діяльності. К.Е. Вернерід розглядає підприємницьку діяльність як систему взаємодії “особистість-ситуація”. Модель особистості представлена у вигляді тривимірного простору, в якому виділяються такі виміри: “ризик”, “інновація”, “цілеспрямованість”, а модель поведінки особистості в ситуації базується на теорії інстинктів В. Макдаутала. Інстинкт трактується як схильність, форма цілеспрямованої активності, в структуру якої включаються різні компоненти: пізнавальні, емоційні, спонукальні та поведінкові [35].

Згідно діяльнісного підходу підприємництво розглядається як особливий вид людської діяльності, зокрема економічної, трудової та професійної діяльності. При цьому аналізуються їх спільні ознаки, а також ознаки, специфічні для цього виду діяльності.

В.В. Позняков розглядає підприємництво як економічну діяльність, під якою розуміє “діяльність по виробництву товарів та послуг, що ґрунтується на розподілі ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових) та направлена на отримання прибутку” [59]. Автор наголошує на тому, що основні відмінності поняття “економічна діяльність” від поняття “трудова діяльність” полягає в тому, що активність суб’єкта розглядається в першому випадку переважно в її економічному аспекті як співвідношення витрат і результатів, тоді як поняття “трудова діяльність” характеризує, насамперед, процес перетворення суб’єктом предмета праці (тобто, виробництво продуктів та реалізацію певних професійних функцій).

І.Г. Акперов та Ж.В. Маслікова, розглядаючи підприємницьку діяльність як професійну, визначають її як “здійснення організаційної інновації з метою отримання прибутку, необхідними елементами якої є підприємницька ідея, ініціювання змін та грошовий дохід як ціль та критерій успіху” [2]. Будь-яка

діяльність, на думку авторів, постає у формі нормативно схваленого способу діяльності. У процесі засвоєння професії людина перетворює нормативний спосіб на індивідуальний спосіб діяльності, а внутрішнім чинником оволодіння професією є формування психологічної системи діяльності.

І.М. Модель та Б.С. Модель також розглядають підприємництво з точки зору професійної діяльності. Автори об'єднали визначення поняття “професія” з ознаками, що характеризують професійну діяльність підприємця. Їх позиція вказує на те, що предметом праці виступає капітал, який підприємець вкладає в конкретну справу, тобто “підприємництво починається тоді, коли його суб'єкти використовують власний капітал професійно” [49].

Підприємницька діяльність, як і будь-яка інша діяльність, має певну психологічну структуру, розробка якої належить А.Н. Леонтьєву. Діяльність – одна з основних категорій психологічної науки. Предметом психології є сама цілісна діяльність суб'єкта в різних формах та видах, в її філогенетичному, історичному та онтогенетичному розвитку. Діяльність специфічно людська форма ставлення до оточуючого середовища, змістом якої є доцільні зміни і перетворення предметів і явищ; вона – умова існування суспільства. Діяльність включає такі елементи, як мета, засоби, результат та процес, а також дії та операції як складові одиниці, що співвідносяться з потребами, мотивами, цілями [41].

Слід вказати, що структуру і зміст підприємницької діяльності різні вчені розкривають по-різному. Разом із тим, всі вони мають єдину сутність і виходять із загальної структури діяльності.

Отже, О.К. Зав'ялова та С.Т. Посохова до складу структури підприємницької діяльності включають мету, мотив, планування, переробку поточної інформації, прийняття рішень, професійні дії, перевірку результатів та їх корекцію [24].

Російська вчена І.В. Антоненко в своєму дисертаційному дослідженні, присвяченому особистісному аспекту підприємницької діяльності, розкриває структуру підприємницької діяльності через системні утворення: систему

потреб, систему предметів, систему мотивів, систему цілей, систему умов досягнення цілей, систему дій, систему результатів [3].

Структура підприємницької діяльності, за І.В. Андрєєвою, включає в себе наступні складові: цілі – майбутні результати, на досягнення яких спрямована діяльність; потреби, предмет, зміна якого можлива для досягнення цілей; знання про предмет; способи та засоби досягнення цілей; умови діяльності. Одиницею діяльності є дія. Вона здійснюється такими способами та засобами, що, відповідаючи умовам діяльності, сприяють реалізації обраної мети [89].

Е.К. Климова, узагальнюючи підходи різних авторів до вирішення цього питання вважає, що найважливішими є: мотиви, в яких знаходить відображення предметний зміст діяльності, і які спонукають індивіда до діяльності; цілі, що конкретизуються в діях суб'єкта і направлені на отримання продукту діяльності; засоби, за допомогою яких діяльність здійснюється. При цьому засоби можуть бути зовнішні (умови макро- та мікросередовища) та внутрішні (психологічні ресурси особистості, завдяки яким відбувається входження індивіда в діяльність) [37].

Виходячи зі структури діяльності, за основу ієрархічної структури особистості підприємця можна узяти концепцію психолога К.К. Платонова, який виділяв в особистості чотири підструктури [72]:

1) біологічно зумовлена підструктура. Включає в себе темперамент, статеві й вікові особливості особистості;

2) підструктура форм відображення. Охоплює індивідуальні особливості окремих психічних процесів чи психічних функцій як форм відображення. Вплив біологічно зумовлених особливостей у цій підструктурі проявляється ще більш чітко;

3) підструктура досвіду. Включає в себе знання, уміння, навички і звички, набуті в індивідуальному досвіді через навчання, але вже з помітним впливом біологічно зумовлених властивостей особистості;

4) підструктура спрямованості. Спрямованість особистості як система спонукань є головним структурним компонентом особистості, під якою

розуміється сукупність стійких мотивів, переконань і устремлінь, орієнтуючих людину на досягнення відносно його життєвих цілей. Спрямованість не породжується природними задатками, а є соціально обумовленою, що формується в процесі індивідуального розвитку, під впливом навчання і виховання. Вона виявляється у формі бажань, прагнень, потягів, інтересів, схильностей, світогляду, переконань, ідеалів, установок, позицій, цілей, здібностей та ін. Всі форми спрямованості особистості, в той же час, є мотивами її діяльності.

Отже, К.К. Платонов представляв структуру особистості у вигляді своєрідної піраміди, фундаментом якої є генетичні, фізіологічні і біохімічні особливості людського організму, а вищий рівень визначається соціальними і духовними особливостями особистості. Кожен наступний рівень в процесі індивідуального розвитку надбудовувався над попереднім. При цьому вищі рівні, з одного боку, залежали від нижчих, а з іншої – активно впливали на них.

Найбільш важливу роль в структурі особистості грає її спрямованість. Так, соціальна спрямованість підприємця залежить від його статевої приналежності: у чоловіків-бізнесменів вона орієнтується більше на зовнішні ознаки престижу і прибутку, тоді як у жінок, що займаються бізнесом, важливу роль грають родинні цінності і гармонійність їх стосунків з близькими людьми. З іншого боку, сформовані інтереси в області бізнесу можуть впливати на біологічні програми особистості: так, у всіх успішних підприємців незалежно від статі і віку наголошуються такі особистісні якості як працьовитість, наполегливість, активність і ін., що дозволяють їм компенсувати недоліки біологічної підструктури їх особистості.

Сутність підприємництва, як психічної діяльності, розкривається в наступних її параметрах [16]:

1) зміст. Зміст підприємницької діяльності – це переважно інноваційні і комбінаційні процеси, до яких відносяться:

- революціонування і реформування виробництва шляхом нових комбінацій чинників і введення інновацій (за Шумпетером);

- пошук нових можливостей шляхом симбіозу своїх унікальних знань з ринковою ситуацією (за фон Хайеком). Підприємець – рушійна сила пошуку нових можливостей; людина, яка прагне досягти найбільш ефективного симбіозу своїх унікальних знань;

- стратегічна орієнтація на можливу потенційну прибутковість справи, а не на готівкові ресурси (за Стівенсоном);

- активний пошук і створення нових ресурсів і споживчих благ;

- творче узгодження потреб з виробничими ресурсами;

- узгодження інтересів споживачів із здобуттям прибутку;

2) цільова функція. Основною цільовою функцією підприємницької діяльності є досягнення високого економічного результату, незалежно від предмету діяльності. Мета завжди конкретна та усвідомлена;

3) мотиваційний регулятор. Основним мотиваційним регулятором підприємницької діяльності є підтримка балансу між виграшем і ризиком. Він пов'язаний з:

- домінуванням цільової установки на прибуток;

- непередбачуваністю підсумків інноваційних процесів;

- участю в бізнесі особистого капіталу підприємця;

- повною свободою дій і відповідальністю лише перед собою;

4) принцип функціонування. Провідним принципом функціонування в підприємницькій діяльності є автономність, ознаками якої вважаються:

- самостійне ухвалення рішень, як іманентна риса підприємництва;

- нерозривність рішення і дії;

- традиційний імідж підприємця як “бійця-одинака”;

- переважання інтуїтивної основи ухвалення рішень;

- прагнення до особистого контролю над ситуацією і неохоче делегування своїх повноважень іншим;

- прагнення до особистого контролю за інформацією і виконання;

- низька тривожність;

- переважання “внутрішнього локусу контролю” (переконаність в здатності самому визначати свою долю);

- висока потреба в особистих досягненнях;

5) особливості суб'єкта. Суб'єкт підприємницької діяльності адекватніше описується характеристиками поведінки, ніж характеристиками роду занять. Іншими словами, підприємець – це швидше не професія, а тип особистості. За визначенням фон Хайека, індивід, чия поведінка відрізняється пошуковим стилем, є потенційний підприємець.

Поняття “підприємець” та “господар”, “бізнесмен” в соціальній та економічній науці часто вживають як синонімічні поняття, однак вони не є тотожними. Так, підприємець – суб'єкт, що поєднує в собі новаторські, комерційні та організаційні здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових сфер застосування капіталу. Підприємець може бути власником ресурсів, а може скористатись запозиченим капіталом. Власник може отримувати дохід від власності і не бути підприємцем (наприклад, здавати в оренду землю або інші засоби виробництва). А ось вже бізнесмена розуміють як підприємця, комерсанта, людину, яка робить відповідну справу (бізнес). Отже, різниця між підприємництвом та бізнесом визначається тим, що бізнес часто пов'язується з малим і середнім підприємництвом, індивідуальною трудовою діяльністю громадян, що є характерним для вітчизняної практики. Під підприємництвом же розуміється особливий вид економічної активності, що заснована на самостійній ініціативі, відповідальності й інноваційній підприємницькій ідеї. В ньому переплітається сукупність економічних, юридичних, політичних, історичних, моральних і психологічних відносин [19].

Розглянуті підходи до визначення сутності феномена підприємництва можна представити у таблиці 1.1.

## Напрямки дослідження підприємництва як психологічного феномену

Напрямок дослідження	Представники підходу	Сутність підприємництва
поведінковий	І.В. Андреева Ю.Ф. Пачковський	особливий тип поведінки, що визначає підприємницьку поведінку як ланцюг послідовно здійснюваних вчинків, що спрямовані на отримання суб'єктивних переваг від різниці між докладеними зусиллями та отриманим результатом в процесі придбання, зберігання матеріальних та духовних цінностей.
особистісний	Дж. Мак-Клеланд Р. Брокхауз	вивчення особистісних характеристик чи рис підприємця, що дозволяють зрозуміти та пояснити підприємницьку діяльність.
психофізіологічний	Г. Сельє	особливий стан, виражений інтегральним комплексом емоційних відчуттів, викликаних специфічним балансом нейрогуморальних регуляторних механізмів, а також підвищеною опірністю організму до стресів.
когнітивний	К.Е. Вернерид	перехід від ідеї "психологічного класу" до ідеї безперервного континууму вираженості підприємницьких рис в популяції.
діяльнісний	Ж.В. Маслікова В.В. Позняков І.М. Модель Б.С. Модель І.Г. Акперов	особливий вид людської діяльності, зокрема економічної, трудової та професійної діяльності, при якому аналізуються їх спільні ознаки, а також ознаки, специфічні для цього виду діяльності.

Таким чином, аналізуючи зміст феномену підприємництва, варто зазначити, що в сучасній науці відсутня єдність в розумінні цього явища. Так, особистісний підхід вивчає особистісні характеристики чи риси підприємця, що дозволяють зрозуміти та пояснити підприємницьку діяльність. Поведінковий підхід розглядає підприємництво як послідовність вчинків, що можуть змінюватись з часом. У рамках когнітивного підходу підприємці розглядаються як такі, що шукають та створюють нові продукти, уявляють майбутнє, оцінюють ризик та шляхи отримання вигоди, сприймають та впізнають можливості, тобто використовують ті властивості, що називаються мисленням. З позиції психофізіологічного підходу підприємництво трактується як стан, за допомогою якого особистість ототожнює себе з даною діяльністю, заявляє про свою індивідуальність і в той же час належність до певного соціального середовища.

Із зазначеного вище робимо наступні висновки. По-перше, підприємництво вважається порівняно новим явищем, що постійно розвивається, а тому змінюється в своїх змістовних характеристиках і має глибоку специфіку в різних історичних, економічних та соціокультурних умовах. По-друге, підприємництво є складним багатоаспектним явищем, в якому тісно перетинаються економічні та соціально-психологічні сторони.

Найбільш підходящим до предмету та мети дослідження, на нашу думку, є визначення О.М. Скібіцького, де підприємницька діяльність розглядається як діяльність індивіда, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в діяльності та отримання економічної вигоди.

## **1.2. Психологічні особливості мотивації особистості в створенні власного бізнесу**

Останнім часом підприємницька діяльність активно розвивається і займає усталене і важливе місце в економічній системі суспільства. Особлива роль підприємництва в економічному прогресі, відсутність традицій вітчизняного підприємництва, багатоаспектність цього феномену зумовлює необхідність психологічного забезпечення підприємницької діяльності.

Для успішного входження фізичної особи в образ підприємця, необхідно, перш за все, усвідомити мотиви, що спонукають його відкрити свою справу і, тим самим, стати самостійним суб'єктом підприємницького бізнесу. Саме тому, у рамках психологічного забезпечення підприємництва, особливо актуальним є вивчення мотивів, що зумовлюють вибір підприємницької діяльності та її реалізацію.

Вважається, що в основі мотивації лежать ті або інші нереалізовані потреби, які, преломлюючись через призму особистісних особливостей і індивідуального життєвого досвіду, направляють людину до тих або інших дій.



Потреба визначається як нужда індивіда в тих або інших умовах існування, предметах або людях, без яких даний індивід знаходиться в стані дискомфорту. Умовно потреби можна розділити на біологічні (прагнення людини підтримувати своє існування – потреба в їжі, сні, безпеці), соціальні (прагнення людини до спілкування, популярності, пануванню над іншими людьми) і духовні (потреба пізнавати навколишній світ і себе самого, прагнення до самоудосконалення і самореалізації) [87].

Згідно теорії мотивації А. Маслоу – ієрархії потреб, існуючі потреби можна об'єднати в організаційну побудову залежно від їхньої значущості, зокрема [70]:

1) фізіологічні потреби – виявляється у задоволенні в потребі в їжі, одязі, житлі та ін.;

2) потреба у безпеці та захисті – полягає в потребі у захисті від фізіологічних проблем у майбутньому, наявності надійної роботи, можливості грошових накопичень, наявності системи медичного та соціального страхування, пенсійного забезпечення;

3) соціальні потреби – визначаються в потребі у спілкуванні з людьми, підтримці з боку інших;

4) потреба у повазі та визнанні – це потреба у самоповазі та особистих досягненнях, у визнанні з боку оточуючих, компетентності, отриманні відповідного статусу у суспільстві;

5) потреба у самовираженні, самоствердженні – мається на увазі потреба розвитку, самореалізації своїх потенційних можливостей та зростання як особистості, усвідомлення значущості своєї роботи, відчуття задоволення від праці.

Так, згідно з теорією мотивації, потреба найнижчого рівня потребує першочергового задоволення. Наприклад, людина, яка відчуває голод, після їжі буде намагатись побудувати собі притулок. Проживаючи комфортно, у безпеці, людина потребує соціальних контактів. Далі – концентруються зусилля до визнання, реалізації внутрішніх здібностей.

Перехід від потреби до діяльності є процес зміни напряму потреби зсередини до зовнішнього середовища. У основі будь-якої діяльності лежить мотив – це те, що спонукає людину до діяльності, направляючи його на задоволення певної потреби. Мотив є віддзеркалення потреби, яка діє як об'єктивна закономірність, об'єктивна необхідність. Механізм цього переходу включає, по-перше, вибір і мотивацію предмету потреби (мотивація – обґрунтування предмету для задоволення потреби); по-друге, при переході від потреби до діяльності потреба трансформується в мету і інтерес (усвідомлену потребу). Таким чином, потреба і мотив тісно зв'язані: потреба стимулює людину до діяльності, а компонентом діяльності завжди є мотив.

Мотивація є ширшим поняттям, ніж мотив. Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, спонукаючих людину діяти специфічним, цілеспрямованим чином; процес спонукання себе і інших до діяльності для досягнення цілей.

У мотиваційній сфері виділяються:

а) мотиваційна система особистості – загальна (цілісна) організація всіх спонукальних сил діяльності, що лежать в основі поведінки людини і включає такі компоненти як потреби, власне мотиви, інтереси, потяги, переконання, цілі, установки, стереотипи, норми, цінності тощо;

б) мотивація досягнення – потреба в досягненні високих результатів поведінки і задоволенні всіх інших потреб;

в) мотивація самоактуалізації – вищий рівень в ієрархії мотивів особистості, що полягає в її потребі до якнайповнішої реалізації свого потенціалу, в потребі самореалізації себе [80].

Оскільки об'єктом нашого дослідження є підприємництво як соціально-психологічний феномен, розглянемо особливості мотивації особистості в контексті здійснення підприємницької діяльності.

Мотивація підприємницької діяльності – це спонукання людини до провадження підприємницької діяльності. Мотив підприємницької дії – це стан готовності, схильності підприємця діяти тим або іншим чином. Схильність в

даному випадку є внутрішньою позицією підприємця по відношенню до різних об'єктів і ситуацій, включаючи інших людей, що стосується його ділової сфери.

За характером мотивації класифікація мотивів вибору підприємницької діяльності в якості професії, роду занять ґрунтується на наступних її видах [65]:

1) позитивна (що тягне) мотивація передбачає вибір на основі усвідомленого внутрішнього прагнення особистості до професійної і соціальної самореалізації; до самостійної діяльності і реалізації лідерського потенціалу; до втілення в життя ідей і планів; до економічної незалежності і самостійного підвищення матеріального добробуту; до реалізації переконань та ін.;

2) негативна (що штовхає) мотивація ґрунтується на протиріччях, конфліктах, негативних подіях зовнішнього середовища, спонукаючих вибрати заняття підприємницькою діяльністю. До них можуть відноситися: втрата роботи або недостатня винагорода за працю (низька заробітна плата, не виплати заробітної плати), неможливість професійної самореалізації у сфері найманої праці, незадоволеність соціальним, професійним, економічним статусом і так далі.

Виходячи з цього, на прийняття рішення про започаткування підприємницької діяльності має вплив ряд внутрішніх та зовнішніх чинників.

Серед сукупності зовнішніх спонукальних мотивів підприємництва домінуюче значення мають наступні [16]:

1) бажання уникнути примусового режиму роботи, що характерно для діяльності суб'єктів наймано-трудоного бізнесу;

2) прагнення бути господарем самому собі і вибудувати ділові комунікації відповідно до власного розуміння міри їх необхідності;

3) намір самостійно приймати рішення відносно змісту, порядку, термінів виконання своєї роботи;

4) можливість володіти власністю, яку можна передати у спадок;

5) бажання спробувати свої сили в конкурентній боротьбі з іншими такими ж суб'єктами підприємницького бізнесу, а також із споживачами, найнятими робітниками і державою;

б) зацікавленість в осмисленому ризику ради задоволення ділових інтересів;

7) зацікавленість в тому, щоб приносити користь суспільству або його членам.

Серед внутрішніх спонукальних чинників створення власного бізнесу виступають [68]:

1) прагнення реалізації на практиці власних ініціатив;

2) відчуття незадоволеності своїм соціальним та матеріальним становищем. Гостре невдоволення собою і бажання всього досягнути власними силами примушують людину інтенсивно думати і активно діяти, шукати нові шляхи і рішення, змінювати стиль свого життя, випробовувати свої здібності у різних галузях;

3) гостре бажання людини виділитися, проявити себе, задовольнити своє честолюбство. Вирішуючи займатися підприємництвом, людина мріє про славу, пошану та матеріальний добробут. Багатство, при цьому, виступає одним із засобів виділитися серед інших, заявити про себе, досягнути незалежності;

4) задоволення особистих потреб у лідерстві, що пов'язано з прагненням задовольнити гостру потребу у самовираженні, самоактуалізації. Найбільш яскраво ця потреба виявляється у обдарованих і творчих людей.

Виділяють групи мотивів, спонукаючі людей до підприємницької діяльності [59]:

1) економічні мотиви – прагнення отримати економічну вигоду за допомогою досягнення успіху перемоги, або успіху виживання, або того і іншого одночасно. Економічна вигода полягає в забезпеченні себе і своїх близьких засобами існування, достатніми, як мінімум, для підтримки життя і відтворення своєї робочої сили, як максимум – для зміцнення особистого конкурентного потенціалу і забезпечення особистих конкурентних переваг над іншими підприємцями. Зовні економічні мотиви підприємницької діяльності виступають як:

а) майнові мотиви, спонукаючи людей до збереження або розширення переліку об'єктів володіння, розпорядження, користування, до підтримки, зміцнення вертикалі підприємницької влади і зростання їх адміністративного ресурсу;

б) трудові мотиви, спонукаючи людей до досягнення успіхів в професійній праці, зростанню особистої професійної конкурентоспроможності, посиленню особистих конкурентних переваг і подоланню особистих конкурентних недоліків;

в) фінансові мотиви, спонукаючи людей до здобуття фінансової виручки або до її збільшення в результаті успішного проведення фінансових операцій;

2) соціальні мотиви – відображають соціальний початок в природі людей, потребі в соціальних комунікаціях, прагненні до соціальної адекватності, суспільного визнання. Соціальне спілкування завжди ініціюється певними людьми, які самостійно роблять кроки для створення необхідних форм такого спілкування. До числа соціальних мотивів підприємницької поведінки входять:

а) ініціація форм соціального спілкування (соціальних комунікацій) як спосіб реалізації, підтримки і посилення власної соціальної енергетики;

б) досягнення успіху в суспільстві на законних підставах, підтримка правової адекватності, підпорядкування “справи” вживаним нормам права у поєднанні з ініціацією поліпшення цих норм;

в) публічна презентація особистих конкурентних переваг і досягнень;

г) формування і зміцнення позитивної репутації в очах оточення;

д) придбання соціальних знань, умінь, навиків, у тому числі використання чужого досвіду у власній діяльності і вчення на чужих помилках;

є) отримання соціального, у тому числі правового комфорту;

3) психологічні мотиви – відображають потребу багатьох людей в ефективній самореалізації, розвитку особистісних якостей, усвідомленні власної особи, самоствердженні в ділових стосунках, оптимізації міжособистісних контактів і формуванні психологічної стійкості. За допомогою заповзятливої поведінки люди формують механізми емоційної взаємодії з

іншими людьми, розвивають в собі такі якості, як наполегливість, упевненість в собі, увага, воля, акуратність, відвертість, терплячість, послідовність в діях та ін.;

4) гуманістичні мотиви – в їх основі лежать потреби в прагненні людей до етичної, естетичної, ідейної самореалізації, отриманню відповідних форм адекватності на базі дотримання уявлень, що склалися, і встановленим порядком, ініціації змін для встановлення нових порядків і формування нових уявлень. Дані мотиви знаходять своє відображення в потребі людей в активній поведінці, домінуванні, розвитку, отриманні комфорту в етичній, естетичній, ідейній областях.

Згідно концепції М.Г. Рогова, можна виділити два блоки мотивів підприємницької діяльності [69]:

1) безпосередні мотиви – включені, містяться у процесі діяльності і відповідають їй соціально значущим цілям і цінностям:

- мотив комерційного успіху;
- мотив свободи і незалежності;
- мотив ініціативи і активності;
- мотив інноваційності і ризику;

2) опосередковані мотиви – пов'язані із цінностями і цілями, які знаходяться поза самою діяльністю, але які хоча б частково у ній задовольняються:

- мотив самореалізації;
- мотив поваги і самоповаги;
- мотив соціальних контактів і групової належності;
- мотив вимушеності.

Узагальнюючи вищесказане, зазначимо, успіх в здійсненні підприємницької діяльності залежить не лише від здібностей і знань, але й від власне мотивації підприємця. Теорія потреб А. Маслоу зробила вагомий внесок у розуміння того, що є в основі прагнення людей до праці та має тісний зв'язок з мотивацією підприємницької діяльності, оскільки вище надані потреби

підштовхують людей до праці, дають можливість спробувати себе в організації власної справи.

Під “мотивацією підприємницької діяльності” в роботі розуміється сукупність мотивів, що спонукають підприємницьку діяльність на всіх етапах її здійснення. Чим вище рівень мотивації і активності, тим більше чинників (мотивів) спонукають людину до діяльності, тим більше зусиль він схильний прикладати.

На прийняття рішення особистості про започаткування підприємницької діяльності впливають внутрішні та зовнішні чинники. Внутрішня мотивація пов’язана не зовнішніми обставинами, а з самим змістом діяльності. Зовнішня мотивація, навпаки, не пов’язана зі змістом підприємницької діяльності, але обумовлена зовнішніми по відношенню до суб’єкта обставинами. Тобто психологічний фактор виступає, з одного боку, як внутрішній спонукач до підприємництва, а, з іншого, як зовнішня оболонка у вигляді традицій, громадської думки, історичних, економічних, політичних і соціальних умов країни.

### **1.3. Проблема самовизначення особистості в бізнесі**

У сучасних умовах, у зв’язку із зміною якості життя, звичних норм взаємовідносин, вимог до професій, наявністю соціальних і професійних стереотипів, самовизначення особистості в професійному і соціальному плані починає розглядатися як найважливіший процес, що забезпечує успішність соціальної адаптації і діяльності та виявляється у всіх сферах життєдіяльності людини.

Суб’єктом самовизначення є особистість, яка опинилась в проблемній ситуації перед необхідністю прийняття рішення про подальшу життєдіяльність. Багато сторін життєдіяльності людини залежать від її визначеності в професії і соціальному середовищі, побудови професійної діяльності, освоєння

соціальних ролей. Особливості самовизначення тісно пов'язані з можливостями самореалізації, саморозвитку, відчуттям упевненості в собі, ефективністю діяльності, здатністю долати конфлікти і кризи тощо.

У вітчизняній психології вивчення самовизначення особистості засноване на принципах детермінізму, принципу єдності свідомості і діяльності, принципу системності, принципу розвитку та особистісного підходу. Так, С.Л. Рубінштейн, виходячи з принципу детермінізму, стверджував, що зовнішні причини діють, переломлюючи через внутрішні умови таким чином, що ефект впливу залежить від внутрішніх властивостей об'єкта. При сприйнятті зовнішнього впливу і підготовці до подальшої дії відбувається об'єднання процесів: визначення властивостей зовнішнього впливу і визначення внутрішніх властивостей об'єкта. У понятті самовизначення виражається активна природа "внутрішніх умов", через які переломлюються зовнішні впливи, роль особистості, прагнення суб'єкта зберегти вірність собі, вибірково реагувати на ситуації і т.п. Специфіка людського існування полягає в мірі співвіднесення самовизначення і визначення іншими умовами чи обставинами; у характері самовизначення у зв'язку з наявністю у людини свідомості і дії. В цьому підході самовизначення виступає як внутрішня детермінація або самодетермінація [70]. З позиції А.В. Петровського і М.Г. Ярошевського, самовизначення особистості розглядається як свідомий акт виявлення і затвердження власної позиції в проблемних ситуаціях [64]. В той же час самовизначення є свідомим процесом аналізу, прийняття, перевірки на міцність не лише власної позиції, але і уявлень про самого себе в проблемних ситуаціях [62]. Отже, в рамках концепції самодетермінації, самовизначення виступає як процес формування життєво-важливих навиків, знань і переконань особистості, що дозволяють суб'єктові здійснювати автономну поведінку, постановку цілей і їх досягнення, саморегуляцію і тому подібне.

Нестабільність, складність діяльності, конкуренція, відповідальність перед суспільством – все це пред'являє особливі вимоги до людей, які створюють та реалізують бізнес. Крім того, підприємцям стає необхідним



побудова стосунків із зовнішнім середовищем, враховуючи поведінку споживачів і динаміку ринку.

З психологічної точки зору бізнес – це багатопланова діяльність, яка вимагає від підприємця осмислення самого себе, як неповторної індивідуальності, здатної вирішувати унікальні завдання, витримувати конкуренцію, долати труднощі тощо. В той же час бізнес розглядається і як певна професійна спільність, яка об'єднує людей з різною освітою, базовими спеціальностями, невидимими вимогами і нормами, ціннісно-смысловими контекстами і іншими проявами соціального і професійного впливу.

Процес самовизначення особистості в бізнесі включає в себе такі етапи [63]:

1) віддзеркалення змін в соціальній або професійній сфері (зміна зовнішнього середовища або критеріїв її сприйняття і оцінки, поява нових властивостей суб'єкта, проблема адаптації, які підсилюють роль самовизначення); ухвалення своїх особистісних проблем; постановка проблеми;

2) аналіз зовнішніх умов діяльності, нових вимог до власних професійних або соціальних якостей; співвідношення зовнішніх вимог з особистісними установками і ціннісними орієнтаціями; аналіз проблемної ситуації;

3) визначення і оцінка можливих альтернатив вирішення проблеми; пошук напряму розвитку, нових якостей, необхідних для адаптації в ситуації, що склалася.

4) визначення завдань і перспектив розвитку, прийняття себе в новій якості.

У соціально-психологічному контексті самовизначення постає як процес формування “Я-концепції” особистості через освоєння і прийняття індивідом соціальних ролей, позицій в загальній системі соціальних стосунків. Згідно Е. Еріксону, головним завданням індивіда є формування почуття ідентичності (системи уявлень людини про себе, яка включає як власне усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних та інших якостей, так і самооцінку, а також суб'єктивне сприйняття впливу зовнішніх факторів) на протигагу рольової

невизначеності особистісного “Я”. У пошуках особистої ідентичності людина вирішує, які дії є для неї важливими і, тим самим, виробляє певні норми для оцінки своєї поведінки та поведінки інших людей. Цей процес пов’язаний також з усвідомленням власної цінності та компетентності [63]. Іншими словами, самовизначення виступає як процес досягнення соціальної ідентичності, розуміння свого місця серед інших і розвитку при відповіді на питання: “Хто Я?” і “Який Я?” [37].

За своєю психологічною природою ідентичність є одним з ключових параметрів аналізу змістовної сторони самовизначення. В той же час, в процесуальному плані самовизначення особистості полягає у пошуку людиною оптимального рішення відносно свого місця в соціальному та професійному світі в умовах, що постійно змінюються. Результатом самовизначення стає не тільки нова якість особистості, але й досвід роботи над собою, розвиток навичок прийняття рішення в конкретних умовах.

З цієї точки зору ми маємо можливість проаналізувати феномен самовизначення в контексті двох складових, а саме: конструювання соціальної ідентичності та вирішення проблемної ситуації, прийняття рішення. Такий підхід дозволяє запропонувати гіпотетичну модель самовизначення, в якій поєднуються ці дві системні характеристики.

Отже, в ході конструювання соціальної ідентичності відбувається, по-перше, сприйняття суб’єктом невідповідності його індивідуальних та особистісних властивостей (якостей, соціально-рольових позицій, місця в суспільстві та інше) вимогам навколишнього середовища; по-друге, співвіднесення своїх якостей з реальними або представленими еталонами (вимогами, статусом, ролями, культурними традиціями тощо); по-третє, перебудова уявлень про себе, в тому числі й шляхом вибору якостей, які з об’єктивних або суб’єктивних умов оптимальні для життєдіяльності в ситуації, що склалась.

Процес прийняття рішення заснований на активності індивіда з виявлення та затвердження власної позиції в проблемних ситуаціях, своєму місці у соціальному та професійному середовищі.

Виходячи з цього, рівень соціальної ідентичності та прийняття рішення, в рамках запропонованої моделі, визначається наступним чином [34]:

1) за ступенем вираженості ділових та професійних складових ідентичність поділяється на такі рівні:

- базисний рівень ідентичності;
- рефлексивний рівень ідентичності;
- діловий рівень ідентичності;

2) за ступенем вираженості раціональних способів аналізу та переробки інформації, прийняття рішення відбувається на наступних рівнях:

- емоційний рівень;
- логічний рівень;
- змішаний рівень.

Поєднання даних характеристик дозволяє виділити шість типів самовизначення особистості [63]:

1) діловий логічний тип. Підприємець характеризується вираженою професійною і широкою соціальною ідентичністю. Відрізняється прагненням до самоактуалізації, професійного розвитку, інновацій, кар'єрного зростання, популярності. Йому притаманне почуття відповідальності, встановлення правил і дотримання порядку. Націлений на розширення ділових контактів. Ретельно аналізує альтернативи, послідовні у виконанні прийнятих рішень. В разі виникнення проблемної ситуації шукає ефективного вирішення;

2) діловий ціннісний тип. Підприємцю цього типу самовизначення притаманна широка соціальна ідентичність, різноманітні соціальні категорії, поєднання професійної та сімейної ідентичності. Він динамічний у виборі соціального і професійного співтовариства, приймає цінності ділової культури. Відрізняється прагненням до самореалізації, інновацій, розширення суб'єктивного простору. Має моральні межі, відповідальний. Поєднує

інтуїтивний і спонтанний вибір, гнучкий щодо прийнятих рішень. У виникненні проблемної ситуації шукає оптимальний варіант їх вирішення;

3) рефлексивний аналітичний тип. Властиве поєднання рефлексивної і професійної ідентичності. Відрізняється прагненням до самоповаги, автономії, особистісного зростання. Проявляє активний інтерес до ділової культури, традицій, моральних цінностей суспільства. Цьому типу характерне розуміння значущості соціальних проєктів; сприйняття своєї унікальності і відповідальності. Підприємець є незалежним у постановці цілей. Аналізує, планує, при виборі спирається на логіку. Проявляє терплячість і наполегливість в реалізації планів;

4) рефлексивний ціннісний тип. Тип самовизначення підприємця характеризується поєднанням рефлексивної і статусно-рольової ідентичності. У своїй діяльності прагне до автономії та незалежності. Впевнений у своїх діях, схильний до ризику. Відрізняється бажанням бути відомим, реалізовувати суспільно значущі проєкти. Визнає цінності і традиції на регіональному та ширшому рівні. Притаманне цілісне сприйняття ситуації, незалежність у постановці цілей. Оптимістичний, проявляє гнучкість у реалізації планів;

5) базисний логічний тип. Поєднуються професійна та сімейна ідентичність. Підприємець цього типу самовизначення прагне до комфорту та захищеності. Раціонально ставиться до грошей, відрізняється компетентністю у часі й оцінці власних ресурсів. Переважає цінність свого здоров'я, безпеки, сімейного та матеріального благополуччя. Прагне побудувати статусну і матеріальну кар'єру. У виникненні проблеми проявляє логічність у пошуку оптимальних рішень, використовує раціональний підхід в оцінці проєктів і результатів;

6) базисний емоційний тип. Властиве поєднання сімейної, рефлексивної і професійної ідентичності. Підприємець цінує власне здоров'я, безпеку, сімейне благополуччя. Сприймає власну індивідуальність, проявляє тривожне ставлення до змін (в роботі, житті). Відрізняється прагненням до стабільних

відносин, стабільністю в роботі та місці проживання. Застосовує ситуаційний підхід в оцінці проектів і результатів.

Основна функція самовизначення полягає у підготовці та прийнятті оптимального рішення людиною про себе і своє майбутнє в тих контекстах, в яких розвивається проблемна ситуація [32]. По відношенню до бізнесу можна сказати, що самовизначення пов'язано з прийняттям рішень про себе та напрямку розвитку свого бізнесу.

Механізмом самовизначення виступає необхідність пошуку нових властивостей особистості, яка опинилась в проблемній ситуації, прийняття рішення про саму себе або своєму місці в навколишньому середовищі, коли старі уявлення виявляються неадекватними ситуації. Це передбачає аналіз зовнішніх умов життєдіяльності індивіда, а також його професійних і соціальних якостей. Як правило, джерело проблем – соціальна чи професійна середа, яка “запускає” відповідні види самовизначення: соціальне та професійне [14].

1. Соціальне самовизначення. Соціальна ідентичність у класичному визначенні А. Тешфела розглядається як та частина індивідуальної “Я-концепції”, яка походить від знань індивіда про свою приналежність до соціальної групи або групам разом з ціннісними та емоційними проявами цієї приналежності, тобто ідентичність являє собою когнітивно-мотиваційний аспект “Я-концепції”. Знання про своє місце в соціальному середовищі супроводжується і деяким прийняттям її цінностей [34].

2. Професійне самовизначення. Процес професійного самовизначення супроводжується зміною ідентифікаційних характеристик і в той же час базується на уявленнях людини про себе. Професійна ідентичність виділяється як основний критерій професійного розвитку особистості і провідна характеристика суб'єкта праці. Професіонал як суб'єкт праці, на відміну від виконавця, сам ставить цілі діяльності, визначає шляхи і засоби їх досягнення, несе відповідальність за наслідки її реалізації. Він володіє діяльністю в цілому,

утримує її наочність в багатообразних практичних ситуаціях, здібний до побудови діяльності, її зміни та розвитку [84].

Проблеми самовизначення особистості в бізнесі пов'язані із складністю самої діяльності, яка включає в себе як творчість, інтуїцію, так і точний розрахунок, і різноманітні комунікації. Крім того, ці проблеми пов'язані з наявністю багаточисельних ролевих позицій суб'єктів бізнесу, які по-різному впливають на поведінку людини, впливають на успішність реалізації генеральних цілей, розвиток бізнесу, його конкурентоспроможність.

Процес самовизначення носить нерівномірний характер і може супроводжуватися кризисними періодами. Поняття “криза” відноситься до однієї з найважливіших змістовних характеристик стану ідентичності і є етапом в її трансформації.

Будь-яка криза з психологічної точки зору є віддзеркаленням невідповідності потреб особистості і можливостей їх задоволення. У цьому сенсі криза самовизначення може бути описана як ситуація або період, коли індивідові відкриваються нові цілі, проблеми, перспективи, але при цьому він не володіє достатніми психічними ресурсами (інтелектуальними, мотиваційними), необхідних для вирішення нових проблем і досягнення цілей. Криза виникає в той момент, коли людина вже дозріла для переходу на новий виток розвитку (соціального або професійного), але поки що не знайшла адекватного способу самовираження і використання можливостей, що їй відкриваються. Ця ситуація може супроводжуватися відчуттям втрати ідентичності, незадоволенням собою тощо.

Криза соціальної ідентичності, перш за все, виступає як втрата індивідом позитивної визначеності групового членства. Але це також є особливою ситуацією свідомості, коли більшість соціальних категорій, за допомогою яких людина визначає себе і своє місце в суспільстві, здаються такими, що втратили свої кордони і свою цінність, а також втратою позитивних уявлень про свою групу і ціннісних орієнтирів. В той же час, Н.М. Лебедева описує кризу соціальної ідентичності як відчуття втрати смислової насиченості колишніх

форм соціальної ідентифікації і пошук нових, таких, що відповідають базальній потребі людини в сенсі і сприяючих найбільш адекватній адаптації в соціальній реальності, що змінюється.

Криза соціальної ідентичності може розглядатися як віддзеркалення в свідомості індивіда невідповідності уявлень, що склалися, про себе вимогам реальності (зовнішнім або внутрішнім), яке актуалізує необхідність свідомого вибору нової ідентичності, вміння слідувати цьому вибору. Людина втрачає сталі уявлення про себе і намагається знайти нові орієнтири і критерії отримання гармонійного стану. Тому криза соціальної ідентичності – явище суто індивідуальне, пов'язане з суб'єктивним досвідом людини, його вмінням розпізнавати і вирішувати проблеми.

Таким чином, самовизначення особистості в бізнесі супроводжується збагненням норм, правил, цінностей і інших аспектів бізнесу, а також формуванням уявлень про свої професійно-важливі якості, здібності та інші характеристики, що забезпечують її професіоналізацію [30]. Відбувається вибір спрямованості і цілей діяльності, формується власна стратегія економічної діяльності – її принципи і способи взаємодії зі світом бізнесу.

Соціальне і професійне становлення особистості в бізнесі супроводжується розумінням зовнішнього середовища і розвитком уявлень про себе як про суб'єкта діяльності. В процесі самовизначення людина виявляється перед необхідністю пошуку оптимального співвідношення між вимогами ситуації і способами індивідуальної поведінки.

Процес самовизначення особистості в бізнесі носить нелінійний характер, супроводжується етапами переосмислення і перевизначення, які визначаються кризами професійного становлення, вигоранням особистості, змінами зовнішніх умов і т.д.

## РОЗДІЛ 2

### ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ В СФЕРІ БІЗНЕСУ

#### 2.1. Поняття потенціалу особистості в бізнесі

У сучасних умовах, коли суспільство вийшло на новий рівень розуміння і рішення соціально-культурних, економічних, політичних і інших проблем свого розвитку, виникає потреба в економічно активних індивідах, здатних приймати самостійні рішення і брати відповідальність за їх здійснення. Формування нових уявлень про активність людини вимагає вивчення особистісного потенціалу суб'єкта діяльності, розшифровки внутрішньої логіки її розвитку.

Розуміння сутнісних характеристик потенціалу тісно пов'язане із загальнонауковим тлумаченням цього явища. Так, під потенціалом (від лат. *potentia* – сила) розуміються джерела, засоби, запаси, які можуть бути використані для вирішення певного завдання і досягнення мети; можливості окремої особистості [10].

Особистісний потенціал, згідно Д.О. Леонтьєву, це узагальнена системна характеристика індивідуально-психологічних особливостей людини, що лежить в основі здатності особистості виходити зі стійких внутрішніх критеріїв і орієнтирів у своїй життєдіяльності і зберігати стабільність діяльності й смислових орієнтацій при зовнішньому тиску і в змінних умовах. Особистісний потенціал розглядається як самокерована система внутрішніх відновлюваних ресурсів особистості, яка проявляється в її діяльності, спрямованій на отримання соціально-значущих результатів [41].

У психологічному контексті проблема потенційного розглядається у співвідношенні з актуальним, які знаходяться в діалектичній єдності, динамічно взаємодіючи і змінюючись, тобто процес розвитку здійснюється з переходом



від потенційного до актуального і від актуального до потенційного на наступному діалектичному витку. Сфера потенційного виконує найважливіші детермінуючі функції в даному розвитку, відноситься до початкових умов розвитку, служить джерелом сенсоутворення і тимчасової перспективи. До сфери потенційного відносяться природні особливості індивіда, здібності і завдатки, спрямованість особистості, соціальні можливості суспільства, які можуть бути використані для розвитку. Розвиток потенційних можливостей здійснюється в умовах оптимального навантаження психічних властивостей, посиленої мотивації і операційних перетворень діяльності. А в якості принципів формування потенційних можливостей виділяють поєднання і реорганізацію природних особливостей і якостей людини під впливом умов життєдіяльності, індивідуалізацію становлення нових можливостей особистості і компенсаторний принцип. Відзначимо, що потенційне може перейти в стан актуального лише за наявності певних умов, найважливішою з яких є цілеспрямована активність самої особистості. До сфери актуального відноситься якісно нове, перетворене потенційне, тобто ті можливості, які в даний момент реально функціонують в діяльності, спілкуванні, стосунках і взаємодіях [3].

Розкриттю потенціалу, яке є важливою умовою розвитку особистості, перешкоджають деякі особистісні обмеження, а саме: сильна і неконтрольована акцентуація характеру, критичні вікові періоди, високий рівень тривожності і напруженості людини, а також низький рівень самоконтролю і нормативності поведінки [5].

Оскільки об'єктом нашого дослідження виступає підприємництво як соціально-психологічний феномен, то сутність і зміст потенціалу особистості розглядатимемо в контексті підприємницької діяльності.

Міра розвитку підприємництва залежить від формування і реалізації підприємницького потенціалу особистості. Дослідження підприємницького потенціалу співвідносяться, з одного боку, з базисними психологічними знаннями, що розкривають зміст особистісного потенціалу, спеціальними

здібностями, професійними вимогами і обмеженнями, а з іншого – з практикою підприємницької діяльності, яка дає величезну психологічну інформацію.

Підприємницький потенціал є різновидом трудового потенціалу, проте, володіє специфічними особливостями, визначуваними як характером певного виду підприємницької діяльності, так і специфічними особливостями тієї або іншої економічної системи. Підприємницький потенціал є об'єктивно існуючою даністю, одна частина якої вже виявлена і реалізується, а інша залишається впродовж певного періоду “річчю в собі”. Тому підприємницький потенціал є суперечливою єдністю реальної можливості і реалізованої дійсності [48].

Згідно П.В. Бершакову, підприємницькі якості інтегруються в три основні компоненти підприємницького потенціалу [8]:

1) психофізіологічний компонент підприємницького потенціалу. Включає психологічну схильність і фізіологічні можливості до підприємницької діяльності (працездатність, стан здоров'я, ведення здорового способу життя, працьовитість, родинне благополуччя, оптимізм, сила волі і завзятість, стресійкість і емоційна стійкість, організаторські здібності, особиста організованість, комунікабельність);

2) кваліфікаційний компонент підприємницького потенціалу. Включає такі елементи як професійна компетентність, досвід індивідуального підприємництва і керівництва в умовах різних форм власності, самостійність дій і уміння приймати рішення, стратегічне мислення, креативність, гнучкість, уміння втілювати ідеї на практиці;

3) ціннісно-мотиваційний компонент підприємницького потенціалу. Включає заповзятливість, прагнення до лідерства, ризикованість, здібність до інновацій, орієнтованість на результат, прагнення бути інформованим, прагнення до самореалізації і самоствердження, цілеспрямованість, прагнення до розвитку, наявність етичних якостей, етичність поведінки.

Підприємницький потенціал має тісні системні зв'язки з іншими видами потенціалів особистості, а саме: комунікативним, лідерським, адаптаційним, інноваційним (творчим) та ін. Розглянемо зміст основних з них.

Адаптаційний потенціал в соціальній психології визначається як рівень пристосування латентних і явних можливостей особистості до нових або змінних умов соціальної взаємодії [77]. Психологічні особливості особистості, що визначають можливість успішної соціальної адаптації, взаємопов'язані між собою і складають інтегральну характеристику психічного розвитку – особистісний адаптаційний потенціал. Показники особистісного адаптаційного потенціалу містять інформацію про відповідність або невідповідність психологічних характеристик особистості загальноприйнятим нормам. Особистісний адаптаційний потенціал – не природжена якість, вона формується в учбовій, а потім трудовій діяльності людини за наявності позитивної мотивації.

В контексті підприємницької діяльності, адаптаційний потенціал розкривається в активності особистості, її саморегуляції, самоактуалізації та адаптаційної готовності.

Під реалізацією лідерського потенціалу розуміється прояв лідерських здібностей в підприємницькій діяльності і самоствердження у позиції лідера на основі зовнішньої оцінки. Лідерський потенціал – це сукупність завдатків і здібностей особистості (комунікативних, організаторських, інтелектуальних, креативних), що виявляються в ситуаціях взаємодії в групі і що дозволяють індивідові самореалізуватися як лідерові. Лідерський потенціал особистості дозволяє зберігати стабільність в здійсненні підприємницької діяльності на тлі тиску та зовнішніх умов, які змінюються.

Лідерський потенціал складають наступні характеристики особистості:

- особистісно-професійні якості: самокерованість, надійність, наполегливість, самостійність;
- лідерські здібності: спроможність впливати на людей, бажання виділитися, вміння знімати міжособистісне напруження, позитивна мотивація;
- інтелектуальні якості: високий рівень інтелекту, гнучкість розуму, розсудливість, оптимістичне мислення;

- соціально-орієнтовані якості: комунікабельність, емпатія, спроможність адаптуватися до різних ситуацій, схильність до кооперації з іншими людьми, моральність, ініціативність в соціальних ситуаціях;

- вольові якості: рішучість, сміливість, впевненість, стійкість до фрустрації;

- творчі якості: творча активність, потреба в новаторській діяльності, творча уява, відсутність консерватизму, оригінальність мислення,

- емоційна зрілість: емоційна стійкість, стресостійкість, уміння керувати власними емоційними станами.

Зміст комунікативного потенціалу підприємця базується на психологічній (намагання реалізувати індивідуальні властивості у процесі спілкування) та соціальній (враховується система суспільних відносин, соціокультурний та етнопсихологічний контексти спілкування) основах. До складу компонентів комунікативного потенціалу підприємця відноситься [51]:

- комунікативні здібності;

- психологічні властивості, набуті у взаємодії з іншими людьми;

- комунікативні можливості професійного розвитку в підприємстві, а також саморозвитку особистості підприємця;

- динамічність комунікативного потенціалу, що сприяє розвитку комунікативних властивостей.

Отже, розвиток особистості підприємця пов'язаний з розкриттям комунікативного потенціалу, формуванням стійких, комунікативних зв'язків, які забезпечують його ефективну підприємницьку діяльність.

Інноваційний (творчий) потенціал особистості можна розглядати як сукупність особистісних властивостей та якостей, які сприяють створенню, сприйманню, реалізації нового продукту, а також уміння вчасно відмовлятися від застарілих недоцільних способів діяльності [48].

З позиції інтеграційного підходу творчий потенціал визначається як інтеграційна особистісна характеристика людини, яка є системним динамічним утворенням. Так, з точки зору Ю.Н. Кулюткіна творчий потенціал особистості,

що визначає ефективність її діяльності в світі, що змінюється, характеризується не лише ціннісно-смысловими структурами, що склалися у людини, понятійним апаратом мислення або методами вирішення завдань, але і деякою загальною психологічною базою, що детермінує їх. Така база, потенціал розвитку є системним утворенням особистості, яке характеризується мотиваційними, інтелектуальними і психофізіологічними резервами розвитку, а саме [39]:

а) багатством потреб і інтересів особистості, її спрямованістю на все повнішу самореалізацію в різних сферах праці, пізнання і спілкування;

б) рівнем розвитку інтелектуальних здібностей, що дозволяють людині ефективно вирішувати нові для нього життєві і професійні проблеми, особливо глобального характеру. Людина має бути відкритою по відношенню до нового; реалістично підходити до виникаючих проблем, бачити їх у всій складності, суперечності і різноманітті. Така людина повинна також володіти широким і гнучким мисленням, бачити альтернативні шляхи рішення і долати стереотипи, що склалися; критично аналізувати досвід, уміти витягувати уроки з минулого; володіти високою працездатністю, фізичною силою і енергією, високим рівнем розвитку психофізіологічних можливостей.

Головною характеристикою суб'єкта інновації, згідно А.І. Пригожини, є його діяльна самосвідомість, тобто розуміння своєї особистої ініціативи, як суб'єктивно можливої основи власного існування, що суспільно приймається [45]. До основних компонентів інноваційного потенціалу відносяться креативність, інноваційність і творчість, які з точки зору психології особистості можуть бути розглянуті як різні форми активності. Так, під креативністю мається на увазі здатність виробляти нові ідеї, знання, уявлення у вигляді суспільно корисних благ. Творчий процес пов'язаний з переведенням загального потоку інформації в нові знання, їх освоєнням і засвоєнням. Винахідник (автор) часто виступає саме як творча особистість, а не як суб'єкт технічного або господарського процесу. Не уміючи капіталізувати свій винахід (ноу-хау), він продає його іншим господарюючим суб'єктам, які, власне, і є підприємці [48].

Виходячи з вищезазначеного, можна говорити про системну структурну організацію підприємницького потенціалу, яка включає наступні взаємозв'язані між собою підструктури [46]:

а) природно обумовлену підструктуру (сила особистості, активність, екстравертированість, гнучкість, стійкість);

б) підструктуру психічного потенціалу (спеціальні здібності, високий рівень психічних функцій, вольовий потенціал, креативність);

в) особистісно-характерологічну підструктуру (цілеспрямованість, упевненість, схильність до ризику і ін.);

г) підструктуру досвіду (загальний інтелектуальний потенціал, професійна компетентність, самоконтроль; уміння і навички);

д) підструктуру спрямованості (мотивація досягнень, прагнення до незалежності, спрямованість на конкуренцію тощо).

Таким чином, потенційне, або можливе, закладено в прогнозах особистості, в її тимчасовій перспективі, чеканнях і життєвих планах, які можуть при активності особистості і сприятливо складаючих зовнішніх обставинах стати актуальними, тобто дійсними. Підприємницький потенціал представляється як системоутворюючий і інтегруючий в собі декілька видів потенціалу: комунікативний, лідерський, адаптаційний, інноваційний (творчий).

## **2.2. Особистісні якості особистості, необхідні для створення власного бізнесу**

Аналізуючи підприємницьку діяльність, варто відзначити, що створення і розвиток підприємницької справи залежить не тільки від соціальних та економічних умов, але й від самої особистості. Так, найбільш точне визначення підприємця було запропоноване М.М. Глушач: “підприємець – це особа, наділена індивідуально-психологічними характеристиками, які дають їй змогу виступати суб'єктивним фактором відтворення, здатна на ініціативній та

інноваційній основі, не боячись повної відповідальності, йти на ризик та особливим чином поєднати інші чинники виробництва так, щоб в перспективі з'явився додатковий прибуток” [38].

Однією з детермінант, що мають істотний вплив на успішність особистості в підприємницькій діяльності, виступають її особистісні якості, які виробляються в процесі підприємницької діяльності і визначаються її домаганнями, підприємницьким середовищем.

М. Вудкок і Д. Френсіс вважаються одними з перших в менеджменті, хто узагальнив та систематизував якості особистості, які сприяють успіху в управлінні власним бізнесом [13]. Отже, до таких особливостей особистості відносяться:

1) вперте твердження своєї особистості. Ця психологічна особливість виявляється дуже рано і виражається в прагненні йти до власної мети, не пасуючи перед перешкодами;

2) здатність контактувати з оточуючими, тобто вміння зрозуміти психологічні особливості співробітників і суперників, при цьому правильно використовувати цю козирну карту в сфері бізнесу;

3) фізична витривалість. Психічна гармонія забезпечує відмінне здоров'я, яке теж є важливим елементом успіху;

4) здатність точно передбачити, як будуть розвиватися події;

5) особлива гнучкість. Підприємець точно розуміє, коли треба визнати свою поразку або піти на розумний компроміс. Йому притаманна наполегливість, але не робить особистої трагедії і з відступу, оскільки впевнений у кінцевому успіху;

6) здатність переконувати інших;

7) творча активність – є з найважливіших якостей особистості, що демонструють високу успішність в бізнесі. Серед окремих якостей особистості, які визначають творчу активність, можна виділити наступні групи, що характеризуються певними показниками, а саме:

а) прагнення до нового:

- здатність до фантазії; творча уява;
- здатність створювати нові образи (у тому числі неправдоподібні, фантастичні, нестандартні);
- здатність виявляти нові зв'язки між елементами творчого завдання за подібністю, суміжності і контрасту;

б) критичність мислення:

- незалежність суджень;
- здатність користуватися об'єктивними критеріями;
- вміння знаходити причини своїх помилок і невдач;
- самооцінка творчої діяльності;
- здатність формулювати свої оціночні судження.

в) здатність до перетворень:

- вміння аналізувати, порівнювати, виділяти головне і другорядне;
- вміння описувати і давати визначення, пояснювати, доводити, обґрунтовувати;
- вміння систематизувати і класифікувати;
- здатність генерувати ідеї, висувати гіпотези, бачити протиріччя;
- здатність здійснювати перенесення знань і умінь.

г) прагнення до творчості:

- інтерес до професійної творчості;
- почуття обов'язку;
- прагнення до лідерства;
- прагнення до отримання високої оцінки з боку колег.

Дослідники Р. Хізрич і М. Пітерс, аналізуючи систему психологічних рис в моделях особистості підприємця, вважають, що людей, які мають особливі вроджені задатки, можна навчити необхідних для бізнесу вмінь. На їхню думку, найважливішими такими вміннями й знаннями є чітке розуміння підприємництва; відокремлення фактів від міфів; уміння поводитись і приймати рішення в умовах невизначеності; уміння давати виважені оцінки; уміння виробляти нові комерційні ідеї; уміння знаходити нестандартні рішення;



уміння оцінювати перспективність нових ідей; знання, необхідні для створення нової справи; уміння оцінювати зовнішню ситуацію; уміння укласти угоди, встановлювати контакти, вести переговори; уміння отримувати належне уміння оцінювати дії з точки зору етики і моралі [55].

Доктор психологічних наук В. Русал доповнює особистісний портрет підприємця такими якостями як виражена прага діяльності; постійне прагнення до напруженої праці; надлишок сил; висока працездатність; широке коло контактів; висока товарицькість; легкість у встановленні нових соціальних зв'язків; вираженість швидкості руху; емоційна стабільність; впевненість у собі; менша вразливість у разі невдачі в роботі і спілкуванні [61].

Згідно А. Чирикової, при прийнятті рішень, в більшості випадків, підприємці більшою мірою орієнтуються на інтуїцію, ніж на раціональний розрахунок [83]. За результатами спостережень дослідниці, до числа [особистісних](#) рис, що забезпечують ефективну діяльність, належать: адекватність самооцінки; [спокійне](#) ставлення до недоліків; здатність швидко приймати несподівані рішення; вміння ризикувати; комунікативні переваги; агресивність характеру; інтуїтивні здібності; вміння працювати з людьми; пристрасність; [стійкість](#) поведінкових та ціннісних стратегій в різних [ситуаціях](#); амбіційність; егоїзм.

М. Мелія, на основі спостереження та узагальнення індивідуальних біографій найбільш успішних представників бізнесу, виділила наступні особистісні якості, серед яких [47]:

- “могутність бажань”, що означає масштаб бажань, своєрідна одержимість великою метою. Успішні підприємці мають масштабні бажання і ясні цілі, які підкріплені абсолютною вірою в успіх;

- потужний внутрішній імпульс. Підприємці керуються власними принципами і мотивами, ставлять цілі без зовнішніх стимулів. Їхня модель життя: захотів – зробив;

- “невиправданий оптимізм”. Представники бізнесу розцінюють свої шанси вище, ніж шанси інших. Відрізняються вірою у власні сили та високою

стійкістю до невдач. Невдачі ж спонукають їх до мобілізації всіх життєвих ресурсів;

- відкритість суворій правді і реальним фактам, що поєднується з вірою в перемогу. Труднощі викликають у підприємців лише азарт, в результаті – вони виходять з боротьби сильнішими;

- компетентність в часі. Підприємці є реалістами в оцінці перспектив, володіють вмінням пов'язувати поточні завдання зі стратегічними планами. Живуть теперішнім часом, а не майбутнім чи минулим;

- цілеспрямованість, уміння все підпорядковувати досягненню мети, сортувати всі життєві ситуації за принципом “потрібно – не потрібно”. Сприйняття світу при цьому спрощується, стає в якійсь мірі чорно-білим (або засоби для досягнення цілей, або перешкоди);

- харизма, сильна енергетика, лідерство. Мається на увазі вміння зачаровувати і захоплювати за собою, володіючи привабливою силою;

- схильність до ризику та змін. Підприємці отримують задоволення від прийняття ризикованих, небезпечних та авантюрних рішень, не відчуваючи при цьому страху. Вони беруть на себе відповідальність за справу і за людей. Ключовими словами їх бізнес-діяльності є створення, побудова та розвиток;

- відповідальність і моральні межі. Бізнесменам властиво загострене почуття відповідальності за свої слова, справи, за людей, які їм довіряють. У них є власний звід правил, певні етичні принципи, внутрішні норми, моральні межі, за які не можна переступати;

- ясність мислення і безальтернативність рішень, тобто здатність сприйняти максимум інформації “на вході” і багатоваріантність “на виході”. До прийняття рішення успішні бізнесмени відкриті до обговорення, діалогу, відверті і уважні, але як тільки рішення дозріло – воно більше не обговорюється, вся увага зосереджується на реалізації рішення та досягненні поставленої мети;

- раціональне ставлення до грошей. Згідно переконання успішних підприємців, гроші повинні постійно працювати згідно стратегічним орієнтирам;

- ставлення до бізнесу – це спосіб самореалізації, можливість проявити себе в чомусь новому і значимому для себе;

- демократичність і скромність, тобто почуття реальності, вміння брати на себе більше відповідальності без зайвого галасу навколо власної персони. Такі люди міцно стоять на землі на відміну від тих, хто отримав бізнес у спадок. Вони відкриті і демократичні у спілкуванні з людьми;

- унікальність. Характеризуються незалежністю і нетрадиційністю в поглядах, звичках. Бізнесмени дозволяють собі бути впертими, дратівливими, холодними, безсердечними і безжальними. Вони зосереджені на собі і своїх планах, можуть пригнічувати і дивувати інших своєю екстравагантною поведінкою;

- екзистенціальна тривога. Бізнесменам властиве постійне прагнення до більшого.

Отже, на основі виділення основних особистісних якостей, необхідних для створення та успішного здійснення підприємницької діяльності, ми маємо можливість виокремити декілька психологічних типів підприємців [74]:

1) технологічні підприємці – є переважно екстравертами, які орієнтовані на повну самореалізацію своїх аналітичних і інтуїтивних здібностей. Помірно схильні до владарювання, уникають підпорядкування. Заклопотані лише успіхами справи, а не особистою фінансовою винагородою;

2) дрібний підприємець – оптиміст, відрізняється здатністю витримувати дуже високе трудове навантаження в порівнянні з особами найманої праці. Є орієнтованим тільки на економічну вигоду;

3) масовий підприємець – людина, схильна до ідеї, поширеної в суспільній свідомості, що підприємництво – це спосіб самореалізації кожної людини з потребою в успіху, що бажає перевірити свої здібності в

конкурентній боротьбі. Гроші для них є лише показником успіху, а не як самоціль або засіб завоювання влади;

4) стратегічний підприємець – віддає перевагу вирішенням великомасштабного характеру, що стосуються реорганізації, купівлі-продажу компаній, їх переорієнтації тощо. Для них характерно діяти своєчасно, обдуманно і швидко;

5) підприємець-чемпіон – розглядає конкурентну боротьбу і бізнес як подібність захоплюючому виду спорту;

6) підприємець-інноватор – вважається винахідником, здатним здолати опір своїм ідеям і йти до кінця. Неконформіст, схильний до довіри виконавцям і партнерам, з переважанням неекономічної мотивації (статусної, суспільного визнання і так далі);

7) підприємець-посередник – діє на зовнішньому кордоні організації. Для нього характерне прагнення до відчуття успіху, прихильність до зобов'язань, відчуття власної значущості, економічна мотивація та орієнтація на комерційний результат.

Поряд з якостями, які сприяють успіху в підприємницькій діяльності, варто розглянути і ті особистісні риси підприємця, які, навпаки, перешкоджають досягненню цього успіху [82]. Серед них відзначають пасивність, лінивість, навіюваність, надмірну старанність, емоційну невірноваженість, авторитарність. Також до небажаних якостей в здійсненні бізнес-діяльності можна віднести надмірну раціоналістичність (прагнення все прорахувати, передбачити і врахувати), недовірливість (сприйняття світу як ненадійного, часто ворожого, що приводить до прагнення підсилити контроль за всім; підозрілість по відношенню до своїх працівників і партнерів по бізнесу), агресивність (схильність до вирішення проблем силовими методами замість пошуку компромісів, а також схильність до афектних спалахів у взаємовідносинах з оточуючими), забобонно-містична налаштованість (віра в прикмети, ворожіння, астрологічні прогнози та ін., яка пояснюється

неможливістю повного інтелектуального контролю над соціальною, діловою і життєвою ситуацією).

Узагальнюючи вищесказане, в цілому, особистісні якості підприємця можна віднести до 3 груп (блоків): інтелектуальної, комунікативної та мотиваційно-вольової. До інтелектуального блоку якостей підприємця відносяться компетентність, розвинена уява, фантазія, розвинена інтуїція, креативність і перспективне мислення. Комунікативний блок якостей характеризується здатністю підприємця до координації власних зусиль, його здатністю та готовністю до соціально лояльного спілкування і в той же час готовністю йти проти течії. У мотиваційно-вольовому блоці виділяються такі важливі якості особистості підприємця як схильність до ризику, внутрішній локус контролю, прагнення боротися і перемагати, потреба в самоактуалізації і суспільному визнанні, переважання мотиву досягнення над мотивом уникнення невдачі.

Проведений аналіз психологічних особливостей особистості, необхідних для успішного здійснення підприємницької діяльності, дозволяє скласти особистісний профіль підприємця. По-перше, успішний підприємець повинен володіти природним інтелектом, який би доповнювався високим рівнем професіоналізму. По-друге, важливою особистісною рисою успішного підприємця вважається його творчий [характер](#) та вміле використання конструктивних ідей, що дозволяє уникати [стереотипних](#) рішень і знаходити [вихід](#) із ситуації невизначеності. По-третє, підприємець повинен відрізняється високою і тверезою [самооцінкою](#), що дозволяє йому реалістично зважувати свої можливості, продуктивно оцінювати власний досвід і заповнювати прогалини в знаннях. В-четвертих, для успішного ведення бізнесу підприємцю бажано володіти такими особистісними якостями як відкритість до нових перспектив, подолання старих обмежень; ініціативність, енергійність, пристосованість до нових умов [існування](#), здатність передбачати, вміти складати план; вміння забезпечити вигоду, [перевага](#), особиста зацікавленість, висока мотивація; вміння діяти по інтуїції і передбачення, відділяти істотне від несуттєвого.

### **2.3. Психологічні складові успішності особистості в здійсненні підприємницької діяльності**

Одним з основних природних бажань людини є прагнення бути удачливим, через що змістом всіх видів людської активності, у тому числі і підприємницької, є прагнення досягти успіху. У підприємництві успіх сприймається по-різному: одні підприємці бачать великий успіх в практичній реалізації своєї ідеї, інші підприємці зацікавлені в отриманні прибутку або уникненні краху створеного бізнесу. Для деяких підприємців важливим досягненням вважається можливість розширення власного виробництва. Загальним для всіх підприємців є прийняття на себе відповідальності за почату справу, яка виражається в свідомій згоді на ненормований робочий день і нефіксований дохід, готовності до ризику втрати капіталу, а також готовністю пристосовуватися до існуючих умов і набувати нових знань.

При досягненні успіху в підприємницькій діяльності, перш за все, порівнюється кінцевий результат з її початковою метою. Іншими словами, найважливішою умовою успішного здійснення підприємництва є прогресивна та обґрунтована підприємницька ідея.

На етапі започаткування власного бізнесу, наявність капіталу та інших ресурсів ще не є достатнім, якщо відсутня правильно обрана ідея, яка визначає успішну діяльність підприємця на тривалий термін. Пошук привабливої ідеї бізнесу є досить важким і відповідальним завданням, де особистість має віднайти в цій ідеї можливість реалізувати свої знання та здібності.

Підприємницька ідея має свої особливості: по-перше, без її наявності підприємницька діяльність взагалі не можлива; по-друге, підприємець у своїй діяльності не може уникнути процесу накопичення, відбору та порівняльного аналізу підприємницьких ідей. З цього виходить, що ведення підприємницької діяльності при відсутності оновлення ідеї є неможливим. Тому, відбираючи найбільш прийнятні на даний момент ідеї, підприємець повинен не відмовлятися від інших варіантів, а накопичувати їх, залишаючи в резерві,

постійно працюючи над їх розвитком, оскільки вони можуть зумовити його успіхи в майбутньому. При цьому ідеї не обов'язково повинні бути абсолютно новими.

Джерелами накопичення підприємницьких ідей можуть виступати:

- товарний ринок;
- знання закономірностей попиту;
- аналіз структурного чи географічного розриву в процесі суспільного виробництва;
- аналіз вже виробленого продукту;
- знання, отримані при вивченні економічних дисциплін;
- досягнення науки і техніки;
- ідеї потенційних конкурентів;
- презентації, зустрічі.

Вдало генерована ідея повинна містити родзинку. В даному випадку особистість може піти двома шляхами: або підприємець є професіоналом і добре володіє технологією виробництва якого-небудь продукту, а тому вирішує виробляти його самостійно, або ж підприємець визначає потребу в певному товарі на ринку, який він може запропонувати потенційним споживачам.

Оскільки підприємницька діяльність визначається як особливий вид діяльності, спрямований на отримання прибутку, яка заснована на самостійній ініціативі, відповідальності й інноваційній підприємницькій ідеї, то, таким чином, наявність ідеї, реальної для початку підприємницької діяльності – це основний фактор, умова виробництва. Отже, підприємницька ідея представляє собою чітко сформульоване підприємцем уявлення про те, за допомогою якого саме товару (послуги) або шляхом яких конкретних дій він зможе отримати найбільший прибуток, щоб потреба потенційного покупця була задоволена [16].

Підприємництво є одним з пріоритетних сфер, що надає суб'єктові можливість повної реалізації особистісного потенціалу, здібностей і ініціативи. Персоналізуючись в діяльності, підприємець формує кар'єрні орієнтації, що відображають пріоритетні потреби в структурі його особистості. Усвідомлення

пріоритетів запускає відповідальність підприємця, що дозволяє виробити особистісно-оптимальний спосіб вирішення протиріч на основі значимих цінностей [1]. Система цінностей формує життєву позицію особистості, представлену у всіх сферах її життєдіяльності. Отже, відповідальність, цінності і кар'єрні орієнтації дозволяють підприємцеві вибудувувати свою професійну кар'єру, відповідно до його особистісного типу.

Як раніше наголошувалося, на успішність здійснюваної діяльності впливає наявність у підприємця відповідних особистісних якостей. Поряд із цим, основоположне значення для підприємницького успіху мають мотиваційні межі особистості, до яких можна віднести мотивацію досягнення, локус контролю, активність і самостійність; когнітивні навички, що включають націленість на вирішення проблем, толерантність до невизначеності і схильність до ризику; соціальні навички, що мають на увазі міжособистісну реактивність і упевненість в собі.

У описі особистісних детермінант успішності підприємницької діяльності приділимо особливу увагу мотивації досягнення, локусу контролю, схильності до ризику, ціннісним орієнтаціям особистості підприємця.

Мотивація досягнення розглядається як невід'ємна властивість (атрибут) підприємця, де сконцентровані властивості особистості підприємця як цілого. Передбачається, що характеристика даної утворення і міра його вираженості відображають рівень підприємницької спрямованості особистості в цілому.

Стосовно аналізу особистості підприємця виділяються два напрями дослідження мотивації досягнення [12]:

1) психоаналітична теорія мотивації підприємницької діяльності. Представником даного напрямку вважається Кетс-де-Вріз, який запропонував "реактивну модель" підприємництва. Згідно з нею, підприємець розглядається як девіантний психологічний тип, прагнучий до негайного виграшу і задоволення. Такий психотип підприємця характеризує імпульсивний, невротичний стиль поведінки, що виявляється в раптовості, короткочасному, оперативному плануванні для задоволення миттєвої мети, а також



безпосередності переживання і вираження імпульсу. Дослідження і опрацювання проблеми (завдання) стають не можливими внаслідок того, що когнітивні процеси не виконують інтеграційну функцію, оскільки в мисленні відсутні логіка, концентрація, аналіз, самокритична рефлексія, активні дослідницькі процеси тощо.

Базовою несвідомою мотиваційною тенденцією підприємця є прагнення до дозволу і компенсації фрустрації і труднощів, перенесених в дитинстві і пов'язаних з типом психологічної структури сім'ї. На думку Кетс-де-Вріза, майбутня структура особистості підприємця, в значній мірі, залежить від способу і міри контролю і прийняття дитини батьками. Так, в сім'ях потенційних підприємців батько сприймається як строго контролюючий, зазвичай психологічно віддалений від дитини або довго відсутній, що в дитячих фантазіях часто є синонімом відкидання. Мати сприймається як високо контролююча, але приймаюча. Образи батьків поступово інтегруються і “у випадку потенційного підприємця, сприйняття високого контролю і відкидання зазвичай стає переважаючим патерном” [22]. Відповіддю на відкидання і високий контроль є агресивні реакції, які можуть бути перенесені або на себе, знижуючи самооцінку і формуючи відчуття провини, або на інших, викликаючи мляву покірливість авторитетам, постійну готовність до “бунту” проти них. Потенційний підприємець в умовах загрозливого і контролюючого родинного середовища виробляє компенсаторні характерологічні пристосування: гіперактивність та імпульсивність протистоять внутрішній пасивності і покірливості, оптимізм і здатність швидко відновлювати сили протистоять депресії і тривожності, нонконформістський опір протистоїть страху перед авторитетами, честолюбство протистоїть відчуттю неповноцінності і безпорадності. Таким чином, підприємницькі дії є результатом функціонування механізму компенсації, який приводить до того, що базові відчуття неповноцінності, тривожності обертаються в зовнішній діяльності прагненням до абсолютного контролю, влади, автономії. Тому в своїй діяльності підприємець прагне створити таку організаційну структуру, де

може мати змогу маніпулювати, контролювати, бути лідером. Подібний стиль поведінки підприємця позначається як “ідентифікація з патерном агресора”, а його дії розглядаються як захисна реакція проти авторитетів. Створена організаційна структура, фірма сприймається як символ успіху, оскільки “підприємство – це щось набагато більше, ніж засіб здобуття прибутку; це демонстрація здатності підприємця створювати нову реальність” [38];

2) когнітивна теорія потреби досягнення Дж. Мак-Клелланда. У цьому напрямі підприємництво розглядається як певний спосіб мислення, який задає цілі і завдання, що викликають ті або інші домагання і чекання. Основна увага приділяється вивченню змінних, які визначають міру складності завдань, що мотивують особистість.

У мотиваційно-когнітивній моделі особистості підприємця прийнята раціоналістична модель людини, згідно якої він насправді виконує лише ті дії, які хоче реалізувати на основі своїх чекань і спонукальних цінностей.

Використовуючи в якості відправної точки роботу М. Вебера “Протестантська етика і дух капіталізму”, Дж. Мак-Клелланд розглядає потребу досягнення як опосередуючий чинник між релігійною етикою і економічними зусиллями особистості. На думку автора, підприємець як особистість володіє свідомо високою мотивацією досягнення, оскільки вважає себе відповідальним за результат діяльності при вирішенні проблем, постановці цілей і досягненні їх; відрізняється сильним бажанням знати, наскільки добре він справляється із завданням; віддає перевагу рішенням, що включають середній рівень ризику; не любить рутинну монотонну роботу; контроль власності для підприємця не є вирішальним і прибуток в грошовому вираженні важливий лише як міра успіху, але не сама по собі [52].

Успішності в здійсненні підприємницької діяльності також сприяє локус контролю, який є одним з важливих психологічних механізмів активності особистості. Поява поняття “локус контролю” в психологічній літературі пов’язана з роботою Дж. Роттера, який запропонував розрізнити між собою людей відповідно до того, як вони локалізують контроль над значущими для

себе повідомленнями. Локус контролю називають й локалізацією контролю вольового зусилля.

Існують два крайні типи такої локалізації (локусу контролю) [59]:

- інтернальний локус контролю – це тип локалізації, при якому підприємець вважає, що події, що відбуваються з ним, залежать, перш за все, від його особистісних якостей, а саме: компетентності, цілеспрямованості, рівня здібностей;

- екстернальний локус контролю – тип локалізації, при якому підприємець переконаний, що його успіхи або невдачі є результатом таких зовнішніх сил як везіння, випадковість, тиск оточення, інші люди і тому подібне.

Інтернальність і екстернальність локусу контролю виступають стійкими властивостями особистості, сформованими в процесі її соціалізації. Будь-який індивід, на думку Дж. Роттера, займає певну позицію на континуумі, що задається цими полярними типами локусу контролю.

Дж. Роттер вважав, що висока мотивація досягнення пов'язана з інтернальним локусом контролю. Виходячи з досліджень підприємництва Дж. Мак-Клелланда, він вважав, що підприємці з високим рівнем мотивації досягнення мають тенденцію бути упевненими в своїй здатності контролювати результати своїх зусиль і, з іншого боку, підприємці з інтернальним локусом контролю з більшою вірогідністю боротимуться за досягнення, чим люди з екстернальним локусом контролю. Підприємці-інтерналі проявляють велику соціальну активність, послідовність в своїй поведінці, проявляють велику когнітивну активність. Вони є продуктивнішими, ніж екстернали, в ситуаціях ухвалення рішення і ситуаціях, пов'язаних з ризиком, проявляють велику готовність відстрочити миттєве, досягне задоволення заради досягнення віддаленого, але коштовнішого блага. Екстернальним підприємцям частіше властиві підозрілість, тривожність, депресивність, агресивність, комформність, догматизм, авторитарність, безпринципність, цинізм, схильність до обману.

Однією з характерних особливостей особистості, що сприяє успішному звершенню підприємницької діяльності, є її особистісна готовність до ризику. У загальному сенсі, ризик в підприємницькій діяльності розглядається не лише як вірогідність нездобуття запланованого або очікуваного позитивного результату, але також можливість втрати чого-небудь коштовного для підприємця. Під особистісною готовністю до ризику підприємця розуміється його стійка якість, в основі якої лежить здатність індивіда оцінювати ситуацію, що суб'єктивно є для нього ризикованою, але вирішуваною; прогнозувати позитивні і негативні наслідки цієї ситуації і раціонально використовувати результат прогнозування для ухвалення рішень в ході підприємницької діяльності [40].

Т.В. Корнілова, Е.П. Ільїн говорять про розумність ризику як про одну з головних складових цього феномену. Поза сумнівом, розумний ризик часто приводить до позитивних результатів і є продуктивним в будь-якій діяльності, у тому числі і підприємницькій. Розумність ризику передбачає раціональну оцінку “ризикової” ситуації, що склалася, і прогнозує високу вірогідність її позитивного дозволу. Під ситуацією ризику розуміється ситуація, що має два полярні результати: негативний результат – несе небезпеку або збиток для особистості або діяльності суб'єкта (збитки, матеріальна, кримінальна або адміністративна відповідальність, втрата доходу і так далі); позитивний результат – є сприятливим для суб'єкта підприємницької діяльності, в результаті якого особистість має яку-небудь вигоду (прибуток, підвищення доходів, придбання вищого статусу і так далі). В даному випадку, важливим є поєднання розумної долі ризику із розумною долею раціональності, що забезпечує людині стабільність, наявний комфорт [35].

Критеріями розумності ризику в підприємницькій діяльності виступають:

- 1) критерій виправданості. Ризик вважається оправданим у разі, коли дія відповідає сучасним науковим знанням і досвіду; поставлена мета не могла бути досягнута, не пов'язаними з ризиком, діями; підприємець зробив всі

можливі заходи для запобігання шкоди; ризик не має бути свідомо пов'язаний із загрозою перерахованих в законі тяжких наслідків.

Будь-яка діяльність, що піддається ризику, має певну мету. Значущість цієї мети для суб'єкта діяльності визначає оцінку і прогнозування результату діяльності в конкретній ситуації і є домінуючим критерієм в ухваленні рішення індивідом. Доцільність розумного ризику передбачає високу значущість і необхідність досягнення поставленої мети, яка, навіть в разі несприятливого прогнозу результату діяльності в ризиковій ситуації, не втрачає своєї значущості для суб'єкта. Відповідно, підприємець приймає рішення про доцільність ризику в даній ситуації, не дивлячись на її сприятливий або несприятливий результат. Таким чином, критерій виправданості передбачає наступне: значущість мети, що досягається, оцінюється суб'єктом вище передбачуваних втрат в разі несприятливого результату ризикової ситуації;

2) критерій допустимості – регламентує дотримання юридичних, соціальних, етичних норм в підприємницькій діяльності, що також визначає її успішність.

Кожен суб'єкт має певну кількість інформації про ту ситуацію, яка склалася в даний момент. Для ухвалення рішення про подальші дії, суб'єктом діяльності оцінюється і прогнозується її результат, спираючись на свій минулий досвід (можливо в схожих обставинах), охоплюючи максимальну кількість доступної інформації в конкретній ситуації, що склалася, і передбачаючи можливі події, які послідуватимуть за ухваленням рішення і здійсненням певних дій. Раціоналізувавши всю отриману інформацію, в ході оцінки ризикової ситуації, підприємець визначає можливий прибуток або збитки і приймає рішення;

3) критерій раціональності. Критерій раціональності має на увазі володіння максимальною кількістю інформації про ризикову ситуацію підприємцем, яке в результаті розумових процесів, аналізу ситуації, її оцінки, порівняння з попередніми, схожими ситуаціями, узагальнення всіх отриманих даних, приводить до прийняття суб'єктом того або іншого рішення.

Кожним індивідом ризикова ситуація сприймається суб'єктивно. У підприємницькій діяльності такі ситуації, більшою мірою, впливають на діяльність і ситуацію в цілому. Ризик розглядається в даному випадку з різних сторін: як ризик для особистості, ризик для суб'єкта діяльності, ризик для навколишніх, близьких для підприємця людей, ризик для діяльності, матеріальний ризик тощо. Підприємець прогнозує, яка сторона його діяльності, в разі невдалого результату ризикової ситуації, постраждає більшою мірою, а на яку ризик вплине позитивно. Іншими словами, на ситуацію ризику впливає суб'єктивне сприйняття і оцінка підприємцем всіх видів ризиків і ризикової ситуації в цілому з різних сторін, мінімізуючи, таким чином, свої втрати в разі невдачі;

4) критерій перспективності (критерій оборотності). Критерій перспективності має на увазі оцінку ситуації в майбутньому в разі несприятливого результату. Підприємець прогнозує, наскільки значним буде збиток в цьому випадку, чи можлива зміна ситуації надалі в кращу сторону, чи вигідні будуть збитки в даному випадку, чи можуть вони у далекому майбутньому принести великий прибуток. Прогнозування, в даному випадку, визначає впровадження яких-небудь інновацій в підприємницькій діяльності, зміну засобів або предметів діяльності і оцінку їх розвитку і впливу на діяльність в цілому;

5) критерій доступності (посильності). Критерій передбачає, що підприємець володіє достатньою кількістю знань про ситуацію ризику за наявності певних особових властивостей, сприяючих розумній поведінці в даній ситуації; оцінку матеріального стану суб'єкта діяльності в даний момент часу, необхідного для сприятливого дозволу ризиковій ситуації, і його можливості в майбутньому підтримувати такий стан; наявність відповідних ділових зв'язків, які будуть сприяти сприятливому вирішенню ситуації. Переоцінка можливостей в ризиковій ситуації може завдати вагомого матеріального збитку для підприємця або привести до дезорганізації всієї підприємницької діяльності.

Таким чином, виділені критерії розумності ризику, на наш погляд, достатньою мірою відображають мотиваційні, поведінкові, когнітивні сторони підприємницької діяльності, необхідні для усвідомлення і оцінки підприємцем ситуації ризику, обліку всіх її особливостей, прогнозування можливих результатів і її сприятливого вирішення.

Готовність підприємця до ризику як особистісної риси визначається набором і ієрархією його цінностей. М. Рокич розглядав цінності як різновид стійкого переконання, що якась мета або спосіб існування переважніше, чим інший. Підприємці володіють специфічним набором цінностей, які є основними видами цінностей людей, що отримали конкретні втілення в рамках підприємницької діяльності.

Виходячи з прийнятого поділу цінностей на матеріальні, соціальні і духовні, можна виділити наступні специфічні цінності підприємницької діяльності [87]:

1) матеріальні цінності підприємця:

- об'єкт діяльності. Під об'єктом підприємницької діяльності розуміється вироблюваний товар, представлений у вигляді фізичного об'єкту, послуги, комерційної інформації;

- засоби виробництва – сукупність засобів і предметів праці, використовуваних в процесі виробництва матеріальних і духовних благ;

- грошові кошти – виражаються в банківських рахунках, позиках, кредитах, заставі і т.п.;

2) соціальні цінності підприємця:

- ділові зв'язки. Підприємці, як активна соціальна група, тісно взаємодіють з трьома прошарками суспільства: з клієнтами (споживачами їх товарів або послуг), найнятими робітниками і представниками держструктур;

- ділова репутація. Створення ділової репутації є одним з ключових завдань в підприємницькій діяльності. Вона може полегшувати або ускладнювати діяльність в залежності від позитивного або негативного сприйняття фірми [86];

- особиста свобода – мається на увазі відповідальність, яку підприємець несе перед державою і суспільством;

- особливе положення в суспільстві. Відомо, що підприємець має особливе положення в суспільстві, що визначає його статус. Останнім часом в сучасному суспільстві спостерігається тенденція до підвищення престижу “професії” індивідуального підприємця, тому набуваючи цього статусу, підприємець стає певною ланкою суспільства, якою в його свідомості має високе положення в порівнянні з останніми членами суспільства. Усвідомлюючи значущість свого соціального статусу і своєї діяльності, підприємець як особистість усвідомлює своє місце в суспільстві, свій авторитет в сім’ї, серед друзів і родичів, роль в суспільному житті;

3) духовні цінності підприємця включають в себе етичні цінності, естетичні цінності і знання. Духовні цінності не піддаються ризику, але присутні в підприємницькій діяльності в тій або іншій мірі і їх значущість індивідуально визначається у кожному конкретному випадку.



## РОЗДІЛ 3

# ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОЇ СПРЯМОВАНОСТІ ОСОБИСТОСТІ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 3.1. Програма експериментального дослідження

В ході теоретичного аналізу проблеми дослідження підприємництва як соціально-психологічного феномену зазначалось, що мотиваційна сфера особистості характеризується певною сталістю. Стійке домінування потреб чи інтересів, що виступає в ролі довгострокових мотиваційних установок, формує стрижньову лінію життя особистості. Під установкою підприємницької дії (мотив) розуміється стан готовності, схильності підприємця діяти тим або іншим чином. Схильність є внутрішньою позицією підприємця по відношенню до різних об'єктів і ситуацій, включаючи інших людей, що стосується його ділової сфери. Установки (мотиви) додають ситуації особовий підприємницький сенс.

Мотиви до підприємницької поведінки формуються за наявності потреби бути заповзятливими. Усвідомлена, осмислена, вивчена потреба стає поведінковим мотивом. Тому заповзятливі дії людей і вибір ними підприємницькій професії спираються не лише на їх покликання, але й на їх бажання.

Мета нашого експериментального дослідження полягає у виявленні соціально-психологічної спрямованості до підприємницької діяльності як психологічної особливості особистості, необхідної для створення власного бізнесу.

Завдання дослідження полягають у наступному:

- 1) виявити схильність особистості до створення власного діла;

2) визначити міру вираженості соціально-психологічних установок особистості в здійсненні підприємницької діяльності.

Методи емпіричного дослідження: анкета, складена на основі методики діагностики ціннісних орієнтацій в кар'єрі Е. Шейна (“Якорі кар'єри”) [60] та методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в мотиваційно-потребнісній сфері О.Ф. Потьомкіної [66].

Для досягнення поставленої мети експериментального дослідження нами опитано 37 чоловік (з них 6 жінок та 31 чоловік), які у найближчий час своєю метою мають відкриття власного бізнесу. Опитування проводилось протягом трьох тижнів серед користувачів соціальних мереж віком від 28 до 35 років, де всі бажаючі могли відповісти на запропоновані питання.

За допомогою анкети, складеної на основі методики Е. Шейна “Якорі кар'єри” виявлена схильність потенційних підприємців до здійснення бізнес-діяльності. Анкета складається з п'яти тверджень, міра своєї згоди з кожним з яких досліджуваним оцінюється за 10-бальною шкалою. Так, перші 2 пункти включно від “абсолютно неважливо” до “виключно важливо” визначають, наскільки кожне з тверджень є важливим для досліджуваного. Якщо твердження є абсолютно неважливим, то в бланку для відповідей, відповідно порядковому номеру твердження, відмічається цифра 1; якщо є виключно важливим для досліджуваного, то – цифра 10. Тобто, чим важливішим є твердження, тим більша відмічається цифра. Пункти з 3 по 5 від “абсолютно не згоден” до “повністю згоден” передбачають, відповідно, згоду або незгоду досліджуваного з наведеними твердженнями. Вираженість орієнтації можна відстежити за такими показниками: від 1 до 6 – не яскраво виражена схильність до підприємництва, від 7 до 10 – орієнтація до створення бізнес-діяльності яскраво виражена. Обробка результатів здійснюється за допомогою спеціального “ключа”.

Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в мотиваційно-потребнісній сфері представлена 80 питаннями, спрямованими на виявлення міри вираженості соціально-психологічних установок в здійсненні

бізнес-діяльності. Опитувальник складається з двох субтестів: перший субтест показує, чим, в першу чергу, мотивований досліджуваний в створенні і подальшому здійсненні підприємницької діяльності: альтруїзм або егоїзм, процес або результат. Другий субтест спрямований на оцінку значущості потенційним підприємцем свободи або влади, змісту роботи або грошей.

Процедура проведення діагностики виглядає таким чином: до протоколу дослідження вносяться відповіді на запропоновані питання. Відповіді можуть бути представлені двома способами: ствердно “Так” або негативно “Ні”.

Підрахунок результатів здійснюється шляхом підсумовування плюсів (відповідей “Так”) в кожному рядку протоколу. Обчислюється сума значень по кожній з восьми установок особистості: орієнтації на процес, результат, альтруїзм, егоїзм, працю, гроші, свободу, владу. Максимальне значення дорівнює 10 балам.

Детальніше, обробка даних по субтесту на виявлення установок “альтруїзм – егоїзм”, “процес – результат” здійснюється по горизонтальних рядках протоколу: сума плюсів першого рядка “орієнтація на процес”, сума плюсів другого рядка “орієнтації на результат”, сума плюсів третього рядка “орієнтація на альтруїзм”, сума плюсів четвертого рядка “орієнтація на егоїзм”:

- “орієнтація на процес”: 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37;
- “орієнтації на результат”: 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38;
- “орієнтація на альтруїзм”: 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39;
- “орієнтація на егоїзм”: 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40.

Підрахунок даних для субтесту на виявлення установок “свобода – влада”, “праця – гроші” здійснюється за попередньою схемою: сума плюсів першого рядка “орієнтація на працю”, сума плюсів другого рядка “орієнтація на свободу”, сума плюсів третього рядка “орієнтація на владу”, сума плюсів четвертого рядка “орієнтація на гроші”:

- “орієнтація на працю”: 1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37;
- “орієнтація на свободу”: 2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38;
- “орієнтація на владу”: 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39;

- “орієнтація на гроші”: 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40.

В загальному вигляді, інтерпретацію двох субтестів можна представити у вигляді таблиці 3.1.

**Таблиця 3.1**

**Значення за шкалами субтестів методики діагностики соціально-психологічних установок особистості в мотиваційно-потребнісній сфері**

Шкали субтесту (1)	Шкали субтесту (2)	Питання
Процес	Праця	1, 5, 9, 13, 17, 21, 25, 29, 33, 37
Результат	Свобода	2, 6, 10, 14, 18, 22, 26, 30, 34, 38
Альтруїзм	Влада	3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39
Егоїзм	Гроші	4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40

**3.2. Аналіз результатів, отриманих в ході експериментального дослідження**

Здійснивши експериментальне дослідження, спрямоване на виявлення схильності особистості до створення власного діла, а також вираженості її соціально-психологічних установок в здійсненні підприємницької діяльності, ми маємо змогу оцінити соціально-психологічну спрямованість до підприємницької діяльності як психологічної особливості потенційного підприємця, необхідної для бізнес-діяльності.

Як зазначалось у програмі експериментального дослідження, власне процедура проводилась у 2 етапи: на першому етапі, на основі анкети виявлена схильність особистості до створення власного діла; на другому – оцінена міра вираженості соціально-психологічних установок особистості в мотиваційно-потребнісній сфері (в рамках здійснення підприємницької діяльності).

Отже, на першому етапі дослідження схильності особистості до створення власного діла нами були отримані наступні результати.

Орієнтація на здійснення підприємницької діяльності спостерігається у 100 % опитуваних (37 чоловік), причому дуже яскраво. Такі результати свідчать про високе прагнення досліджуваних створити комерційне підприємство, яке б стало центральною частиною їхньої кар'єри. Вони завжди знаходяться у пошуку нових ідей, кожен раз удосконалюючи їх, які б дали змогу розпочати та побудувати власне діло. Ідея для створення бізнесу (товар або послуга) необов'язково може бути абсолютно новою; головне – додати їй новий сенс, збільшити цінність, витративши на це необхідні сили і засоби та отримавши навзаєм прибуток. Отже, творчий характер, прагнення до інновацій, уміле використання конструктивних ідей дозволяють уникати стандартних рішень і знаходити вихід з ситуацій невизначеності.

Для успішного старту у створенні власного діла велике значення має присутність у потенційного підприємця такої особистісної риси як заповзятливість, під якою розуміється ділова активність, ініціативність, здібність до розпочинання і здійснення справи, що приносить успіх. У співвідношенні із здійсненням підприємництва як особливого виду економічної діяльності, заповзятість розглядається як сукупність психологічних особливостей особистості, до яких відносять, перш за все, особливості мотиваційної сфери, а саме: переважання мотивації досягнення успіху над мотивацією уникнення невдач, чітка постановка позитивних цілей діяльності і активне послідовне прагнення до їх досягнення, упевненість в своїх можливостях досягнення успіху (самоефективність), позитивне відношення до ситуації досягнення і змагання з іншими людьми, адекватна самооцінка і рівень домагань.

Ще однією особистісною передумовою заняття підприємницькою діяльністю є готовність опитаних до ризику, який буде постійно їх супроводжувати. Важливим при цьому вважається націленість потенційного підприємця на звернення ринкової нестабільності і невизначеності в свою користь у формі певної винагороди. Підприємницький ризик відрізняється ще і тим, що він базується на тверезому розрахунку і обліку можливих негативних

наслідків. В першу чергу, мається на увазі готовність до прагматичного ризику, оскільки придбання і втрати мають “модальність” в грошовому й психологічному вимірах. Також відмічається готовність і до “інтелектуального” ризику, де уміння приймати рішення і діяти в умовах невизначеності інформації (якими б процесами воно не опосередкувало) є необхідною умовою успішності діяльності кожного починаючого підприємця.

Потенційні підприємці з такою вираженою орієнтацією відрізняються також схильністю до подолання перешкод, з якими неодмінно будуть стикатися на всіх етапах ведення підприємницької діяльності, оскільки вони є невід’ємною частиною бізнесу. Але перешкоди ніяким чином не лякають потенційних підприємців, а, навпаки, мотивують їх добиватися більшого в житті, ставлячи перед собою нові цілі. Перешкоди для них – це, насамперед, невідомість, вихід із зони комфорту заради зміни звичного способу життя, свобода, розвиток. Головне в бізнесі для особистості – не самі перешкоди, а власне ставлення до них.

Таким чином, можливо передбачити, що ведучими психологічними мотивами особистості в створенні власного бізнесу є бажання опитаних добитися чогось в житті, прагнення зробити щось нове, змога самостверджуватися, можливість стати незалежним і т.д. А отримані в ході дослідження емпіричні дані дозволяють підтвердити той факт, що підприємництво є процесом реалізації особистого задуму, ідеї, примноження прибутку, пов’язаний з визначеним, інколи значним, ризиком, повним присвяченням себе створенню власної справи, пошуком шляхів пропозиції своїм потенційним клієнтам нового товару або послуги.

Таблиця 3.2

## Показники схильності досліджуваних до створення власного бізнесу

№ п/п	Стать	Вираженість схильності до підприємницької діяльності (в балах)									
		Не яскраво виражена						Яскраво виражена			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	ж	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
2	ж	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
3	ж	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
4	ж	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
5	ж	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
6	ж	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
7	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
8	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
9	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
10	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
11	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
12	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
13	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
14	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
15	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
16	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
17	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
18	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
19	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
20	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
21	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
22	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
23	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
24	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
25	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
26	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
27	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
28	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
29	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
30	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
31	ч	-	-	-	-	-	-	✓	-	-	-
32	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
33	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
34	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	✓	-
35	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-
36	ч	-	-	-	-	-	-	-	-	-	✓
37	ч	-	-	-	-	-	-	-	✓	-	-

Другий етап дослідження вираженості соціально-психологічних установок особистості в здійсненні підприємницької діяльності дозволив нам отримати такі результати.

При обробці результатів першої частини опитувальника (субтест 1) з'ясувалося, що соціально-психологічна установка “на результат” в створенні власного бізнесу переважає у більшій частини досліджуваних – 13 чоловік (35% опитаних). “Орієнтація на результат” передбачає в опитаних наявність наступних важливих якостей:

- узяття на себе ризику. Відомо, що підприємницька діяльність нерозривно пов'язана з ризиком. Опитані обізнані про це й готові до того, що їм доведеться приймати пов'язані із значним ризиком рішення, якщо такі рішення обіцяють значний успіх або істотну перевагу в конкурентному середовищі. Вони відкриті новому досвіду, не бояться неосвоєних ситуацій, не шукають спокійних, знайомих і уторованих шляхів у справі. Тому мотивом діяльності майбутнього підприємця стає постійно змінні правила, пов'язані з невизначеністю ситуацій, що передбачають ухвалення нестандартних рішень;

- рішучість. Є важливою рисою в здійсненні підприємництва, під якою розуміється готовність потенційного підприємця приймати рішення, давати рекомендації і брати на себе зобов'язання в умовах дефіциту достовірної інформації або її сумнівності;

- чуття в бізнесі – здатність опитаних знаходити такі варіанти дій, які підвищать об'єми продажів і прибутку. Для них властиве уміння зосереджуватися на тих діях, які напевно принесуть велику віддачу;

- енергія. Опитані чоловіки та жінки відрізняються жвавістю і енергійністю, що виражається у ритмічності та швидкості виконання поставлених цілей;

- орієнтир на ідеальну якість. Для особистості, що планує відкрити власний бізнес, є характерним постановою здійснених завдань, розрахунок на високі стандарти та якість роботи;



- завзятість. Опитані відрізняються непохитним прагненням до досягнення цілей та рішучим усуванням невдач і перешкод, які будуть ставати на шляху до успішного ведення бізнесу;

- ініціативність – здатність ініціювати дії і прагнення власними позитивними зусиллями плідно впливати на події. Потенційні підприємці постійно знаходяться у пошуку і завжди готові узяти на себе нові обов’язки або додаткову роботу.

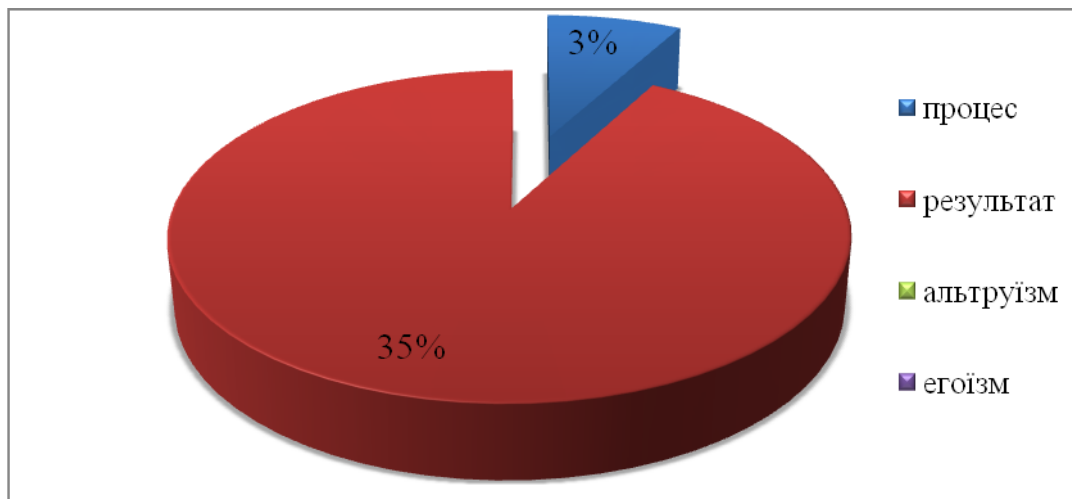
Таким чином, особистість з “орієнтацією на результат” відрізняється звичкою планувати свою діяльність, формувати образ бажаного майбутнього й доводити справу до кінця. Також у людини мається чітке уявлення того, якої мети необхідно досягти, тобто фактично “бачити” результати роботи. Ніякі невдачі, життєві ситуації, перешкоди не можуть вплинути на досягнення тієї самої мети – успішному створенню та здійсненню бізнес-діяльності на усіх її етапах.

“Орієнтація на процес” притамана лише 1 людині, що складає всього 3% від загальної кількості опитаних. Спонукальний мотив створення власного бізнесу ґрунтується, скоріше, на інтересі до справи, але, як відомо, для досягнення результату потрібно докласти багато зусиль та пройти шлях через безліч рутинної роботи, негативне відношення до якої не долаються. Для цієї категорії майбутніх бізнесменів є важливим сам процес, від якого отримується задоволення. В даному випадку людина особливо не замислюється над кінцевим результатом, тому її процесуальна спрямованість, певна річ, перешкоджає результативності.

Варто відзначити, що опитані не мають своїми провідними орієнтирами в створенні власного діла “альтруїзм” (альтруїстичні дії особистості, тобто безкорислива допомога іншим, допомога без винагороди не вписуються в їх формат економічних відносин; для них не є властивим жертвувати собою і своїми інтересами заради інтересів інших людей, конкурентів тощо) та “егоїзм” (опитані зазвичай віддають перевагу у виборі лінії поведінки власним

інтересам, але й, в одночас, здатні прислухатися до думки оточуючих та мати її на увазі).

Отже, результати першого субтесту щодо вираженості соціально-психологічних установок особистості на “процес – результат”, “альтруїзм – егоїзм” в створенні та здійсненні підприємницької діяльності представимо у вигляді малюнка (рис. 3.1.).



**Рис. 3.1. Показники вираженості соціально-психологічних установок особистості на “процес – результат”, “альтруїзм – егоїзм” (%)**

Інтерпретація результатів другого субтесту показала, що 8 чоловік (22% опитаних) соціально-психологічною установкою до здійснення підприємницької діяльності бачать в отриманні матеріальної вигоди (“орієнтир на гроші”). З одного боку, здобуття доходу й отримання прибутку є основним мотивом; гроші для них мають цінність самі по собі, тому у випадку успішного старту в створенні власного бізнесу вони будуть мати своєю метою примноження прибутку. Проте, в той же момент, матеріальний дохід не є для підприємця самоціллю і не є кінцевим, оскільки підприємництво за своєю суттю не лише стратегічна, але творча діяльність з високою мірою автономності в ухваленні рішень. Іншими словами, підприємця захоплює сам процес прагнення до незалежності і самореалізації. І, гроші (як дохід) є для опитаних критерієм успіху, який демонструє, наскільки добре реалізований спочатку задуманий підприємницький проект. Також гроші виступають

засобом забезпечення соціального визнання з боку суспільства і підвищення ділової репутації підприємця.

З цього виходить, що виражений в доході матеріальний інтерес є спонукальним мотивом підприємницької діяльності. Прибуток є джерелом доходу підприємця і розвитку бізнесу, служить показником ефективності використання ресурсів і оцінки інвестиційних можливостей, психологічною стимул-реакцією, а також оцінкою його успіху. Це свідчить про те, що, не виявляючись зовні, прибуток, все ж, займає очолююче місце в ієрархії цілей підприємця.

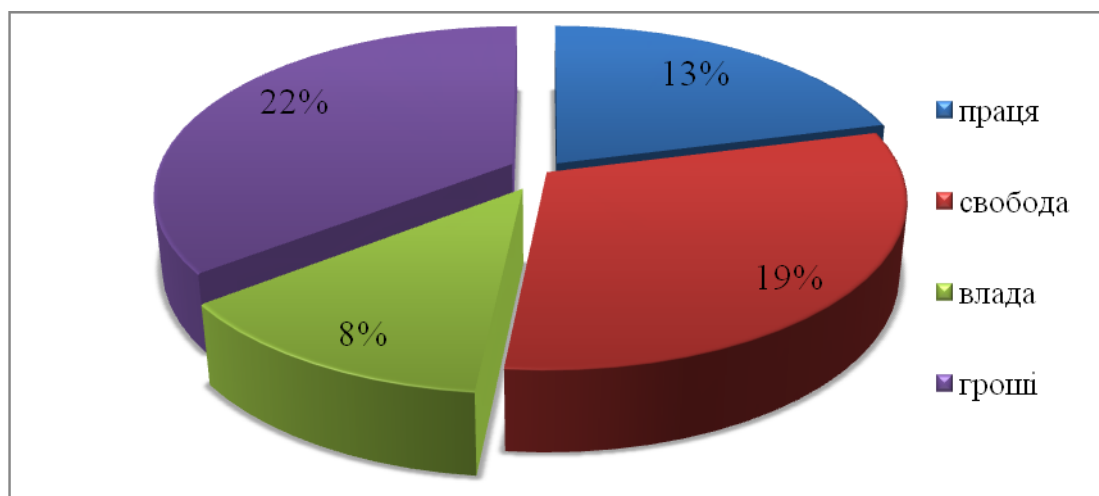
“Орієнтир на свободу” притаманний 19% опитаних (7 чоловік). Досліджувані майбутні підприємці з “орієнтиром на свободу” відрізняються від інших тим, що намагаються якимось чином змінити умови, за якими живе суспільство. І саме підприємницька діяльність дозволяє розкрити їм свою унікальність, знайти свободу. Найсильнішим стимулом для опитаних, який дозволить долати високі стресові навантаження і добитися успіху, є прагнення робити щось інакше, думати, впливати і формувати свій світ. Основним мотивом у здійсненні бізнес-діяльності для них є свобода самовираження, що дозволить їм розвинути певні якості (наприклад, лідерські), підвищити самооцінку, розкрити власний потенціал тощо. Вони відрізняються прагненням до найбільш повного використання своїх знань і умінь, здійснення власних задумів, реалізації індивідуальних талантів і здібностей, досягнення всього бажаного, бути кращим і відчувати задоволеність своїм положенням в даний час безперечно і визнається всіма.

Люди з таким орієнтиром характеризуються нетерплячістю до будь-яких обмежень, владні до самостійного прийняття рішень. Їх характеризує уміння швидко знаходити відповідну для даної ситуації дію і визначити її темп, реалізувати гнучку модель поведінки в досягненні мети, відшукати плідні ідеї і потрібну інформацію. На їх думку, саме нестандартний підхід буде приносити результат.

13% опитаних (5 чоловік з 37) орієнтовані на “працю”. Незрідка діяльність підприємця виникає зі справи, якій присвячує своє життя. Під певними обставинами інші люди стають зацікавленими в послугах або продуктах діяльності цієї людини, і поступово улюблена справа перетворюється в підприємницьку діяльність. Мотивом підприємницької діяльності для особистості стає інтерес до улюбленої справи, з якою вона ділиться з іншими людьми. Можна передбачити, що заняття бізнесом принесе їм більше задоволення, ніж відпочинок. Тому весь свій час вони готові використовувати для того, щоб щось зробити, не жаліючи вихідних днів, відпустки і т.д.

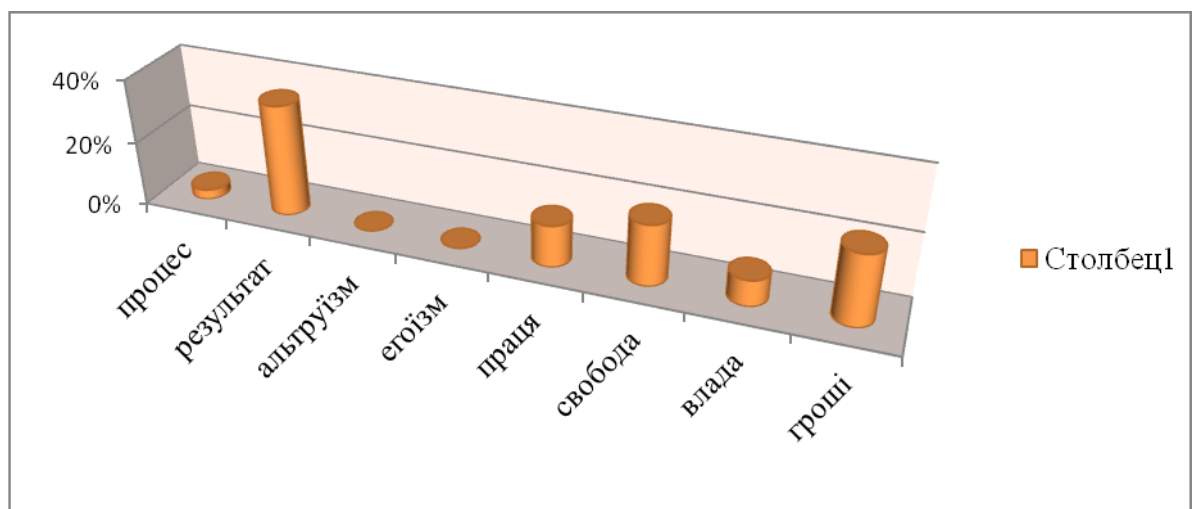
Мотив “влади” в здійсненні підприємницької діяльності є переважним для 3 чоловік з 37 (тобто 8% опитаних). Даний орієнтир характеризується високим прагненням потенційного підприємця до контролю над іншими людьми, суспільством тощо. У разі невиконання вимог їх починає долати почуття обурення. В такій лінії поведінки вони реалізують свою потребу в боротьбі, своє прагнення до перемоги, своє бажання довести самим собі свою перевагу над іншими.

Вираженість соціально-психологічних установок особистості на “свободу – владу”, “працю – гроші”, в контексті створення бізнесу, ми надамо у ниженаведеному малюнку (рис. 3.2.).



**Рис. 3.2. Показники вираженості соціально-психологічних установок особистості на “свободу – владу”, “працю – гроші” (%)**

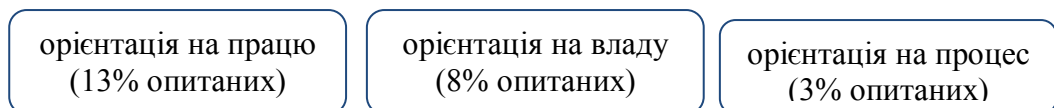
Результати отриманих емпіричних даних за двома субтестами представимо у вигляді діаграми, яка в цілому відображатиме структуру установок опитаних у мотиваційно-потребнісній сфері в створенні власного бізнесу (рис. 3.3). Як ми бачимо, найбільший відсоток опитаних майбутніх бізнесменів мають “орієнтацію на результат” (35%). Наступною соціально-психологічною установкою для частини опитаних (22%) в створенні бізнесу є “орієнтир на гроші”. Для 19% опитаних важливим мотивом для здійснення підприємницької діяльності стає прагнення до “свободи”. 13% досліджуваних провідною установкою в започаткуванні власного бізнесу для себе вважають заняття улюбленою справою, тобто мають “орієнтацію на працю”. Установка на “владу” переважає у 8% опитаних потенційних підприємців. І, нарешті, усього 3% опитаних людей віддають перевагу захопленню власне “процесом” бізнес-діяльності.



**Рис. 3.3. Узагальнена структура установок опитаних в мотиваційно-потребнісній сфері в створенні власного діла**

Узагальнюючи результати по проведених методиках (анкети, що дозволяє виявити схильність опитаних до підприємницької діяльності та методики виявлення соціально-психологічних установок майбутніх бізнесменів в створенні власного діла), соціально-психологічну спрямованість особистості до підприємницької діяльності можна представити у вигляді малюнка (рис. 3.4.).

Високий рівень схильності до підприємницької діяльності  
(100 % опитаних)



**Рис. 3.4. Соціально-психологічна спрямованість особистості до підприємницької діяльності**

Таким чином, з малюнка наглядно продемонстровано, що при високому рівні схильності до підприємницької діяльності опитані в створенні власного бізнесу мають наступні мотиви: досягнення певного результату (“орієнтир на результат”), здобуття прибутку (“орієнтир на гроші”); відсутність обмежень і незалежність в здійсненні діяльності (“орієнтир на свободу”); праця як спосіб задоволення потреби (“орієнтир на працю”); можливість впливу на інших людей (“орієнтир на владу”); підвищений інтерес до здійснення власне підприємницької діяльності (“орієнтир на процес”).

## ВИСНОВКИ

На сьогоднішній день підприємницька діяльність розглядається як необхідна умова економічного зростання, суттєвий спосіб впливу на суспільні процеси, поведінку і діяльність людини. Концептуально проблематика підприємництва досить багатогранна, оскільки є складним, динамічним явищем, яке вимагає в своєму вивченні розгляду позицій дослідників різних підходів.

Проведений теоретичний аналіз підходів до розуміння підприємницької діяльності дає нам змогу виділити такі напрями у її вивченні, в яких розкривається сутність цього феномену: особистісний, поведінковий, когнітивний, психофізіологічний підходи. На нашу думку, найбільш підходящим до предмету та мети дослідження є наступне визначення підприємництва: підприємницька діяльність – це діяльність індивіда, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в діяльності та отримання економічної вигоди.

Оскільки предметом нашого дослідження є психологічні особливості особистості, необхідні для створення власного бізнесу, то зупинимося на більш детальному їх розгляді.

Так, успіх в створенні підприємницької діяльності значною мірою залежить від особистості самого підприємця, який є її ініціатором, організатором або виконавцем робіт. В цілому, загальновизнаними якостями та рисами характеру особистості при цьому прийнято вважати бажання досягти успіху, прояв ініціативності та самостійності в новій справі, схильність до ризику, здатність бачити і оцінювати можливості бізнесу, формувати та одержувати вигоду від використання матеріальних й трудових ресурсів, ефективно керувати людськими ресурсами і тому подібне. На основі виділення основних особистісних якостей стало можливим виділення декількох

психологічних типів підприємців, а саме: технологічний, дрібний, масовий, стратегічний підприємці; підприємець-чемпіон, підприємець-інноватор, підприємець-посередник.

Окрім вираженості у людини певних особистісних рис, необхідних для успішного старту в здійсненні підприємництва, важливим психологічним чинником в створенні власного бізнесу є й наявність відповідної мотивації, тобто тих установок, що спонукають особистість до провадження підприємницької діяльності. Зауважимо, що на прийняття рішення при цьому впливає низка внутрішніх та зовнішніх чинників, які визначають напрямок мотивації підприємницької діяльності: позитивної (вибір відбувається на основі усвідомленого внутрішнього прагнення особистості до професійної і соціальної самореалізації; до самостійної діяльності і реалізації лідерського потенціалу; до втілення в життя ідей і планів; до економічної незалежності і самостійного підвищення матеріального добробуту; до реалізації переконань) або негативної (базується на протиріччях, конфліктах, негативних подіях зовнішнього середовища, що спонукають вибір заняття підприємницькою діяльністю).

Також суттєву роль у створенні власної справи відіграє ступінь розкриття особистісного потенціалу майбутнього підприємця, під яким розуміються внутрішні можливості (ресурси) особистості, що проявляються в діяльності, спрямованій на вирішення певних завдань та отримання соціально-значущих результатів. Міра розвитку підприємництва залежить й від формування і реалізації підприємницького потенціалу особистості, дослідження якого співвідносяться, з одного боку, з базисними психологічними знаннями, що розкривають зміст особистісного потенціалу, спеціальними здібностями, професійними вимогами і обмеженнями, а з іншого – з практикою підприємницької діяльності, яка дає величезну психологічну інформацію.

Мета експериментального дослідження полягає у виявленні соціально-психологічної спрямованості до підприємницької діяльності як психологічної особливості особистості, необхідної для створення власного бізнесу. Для досягнення мети нами були використані наступні методи: анкета, складена на



основі методики діагностики ціннісних орієнтацій в кар'єрі Е. Шейна, що дозволила виявити схильність особистості до створення власного діла; методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в мотиваційно-потребнісній сфері О.Ф. Потьомкіної, за допомогою якої визначена міра вираженості соціально-психологічних установок опитаних в здійсненні підприємницької діяльності.

Опитування проводилось протягом трьох тижнів серед користувачів соціальних мереж віком від 28 до 35 років, де всі бажаючі могли відповісти на запропоновані питання.

Результати експериментального дослідження дозволяють зробити наступні висновки. Орієнтація на здійснення підприємницької діяльності спостерігається у 100% опитуваних (37 чоловік), причому дуже яскраво. При високому рівні схильності до підприємницької діяльності опитані в створенні власного бізнесу мають наступні мотиви: досягнення певного результату ("орієнтир на результат" – 35% опитаних), здобуття прибутку ("орієнтир на гроші – 22% опитаних"); відсутність обмежень і незалежність в здійсненні діяльності ("орієнтир на свободу" – 19% опитаних); праця як спосіб задоволення потреби ("орієнтир на працю – 13% опитаних"); можливість впливу на інших людей ("орієнтир на владу" – 8% опитаних); підвищений інтерес до здійснення власне підприємницької діяльності ("орієнтир на процес" – 3% опитаних).

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абульханова-Славская К.А. Психология и сознание личности (проблемы методологии, теории и исследования реальной личности): избранные психологические труды. – Воронеж: МОДЭК, 1999. – 224 с.
2. Акперов И.Г., Масликова Ж.В. Психология предпринимательства: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 544 с.
3. Анцыферова Л.И. К психологии личности как развивающейся системы // Психология формирования и развития личности. – М.: Наука, 1981. – С. 3-18.
4. Аронсон Э., Уилсон Т., Эйкерт Р. Социальная психология. Психологические законы поведения человека в социуме. – Спб.: Прайм – ЕВРОЗНАК, 2004. – 560 с.
5. Артемьева Т. И. Взаимосвязь потенциального и актуального в развитии личности // Психология формирования и развития личности. – М.: Наука, 1981. С. 67–86.
6. Асаул А.Н., Войнаренко М.П., П.Ю. Ерофеев [Организация предпринимательской деятельности](#): Учебник. / Под ред. А.Н. Асаула. – Спб.: «Гуманистика», 2004. – 448с.
7. Бардиер Г.Л. Бизнес-психология. – М.: Генезис, 2002. – 412 с.
8. Бершаков П.В. Управление потенциалом персонала. Предпринимательский подход: Учеб. пособие. – М.: ТК Велби, 2004. – 144 с.
9. Бодров В.А., Ложкин Г.В., Плющ А.Н. Нелинейная модель мотивационной сферы личности // Психологический журнал. – 2001. – Т. 22. – № 2. – С.90-100.
10. Большой толковый словарь русского языка / Под ред. С.А. Кузнецова. – Спб.: Норинт, 2000. – 1534 с.
11. Булычкина Г.Е. Мотивация трудовой деятельности предпринимателей // Становление нового российского предпринимательства. –

М.: Институт экономики РАН, 1993. – С. 119-124.

12. Варналій З.С. Основи підприємницької діяльності: Навчальний посібник. – К.: Знання України, 2004. – 404 с.

13. Вудкок М., Френсіс Д. Розкутий менеджер. – М.: Прогресс, 1991. – 195 с.

14. Гинзбург М.Р. Личностное самоопределение как психологическая проблема // Вопросы психологии. – 1988. – № 2. – С. 38-41.

15. Гинзбург М.Р. Психологическое содержание личностного самоопределения // Вопросы психологии. – 1994. – № 3. – С. 43-52.

16. Гой І.В. Підприємництво: Навч. посіб. – К.: “Центр учбової літератури”, 2013. – 368 с.

17. Дарвиш О.Б. Возрастная психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2003. – 264 с.

18. Джидарьян И.А. Категория активности и её место в системе психологического знания // Категории материалистической диалектики в психологии. – М.: Наука, 1988. – 562 с.

19. Дзюбик С.Д. Основи економічної теорії: Навч. посіб. – К.: Знання, 2014. – 423 с.

20. Емельянов Е.Н., Поварицина С.Е. Психология бизнеса. – М.: Армада, 1998. – 511 с.

21. Еникеев М.И. Психологический энциклопедический словарь. – М.: Проспект, 2007. – 558 с.

22. Ермолаева Е.П. Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. – М.: Эксмо, 1996. – 75 с.

23. Журавлев А.Л. Социально-психологическая динамика в изменяющихся экономических условиях // Психологический журнал. – Т. 19. – № 3. – 1998. – С. 3-17.

24. Завьялова Е.К., Посохова С.Т. Психология предпринимательства: Учеб. пособие. – СПб.: СПбГУ, 2004. – 264 с.

25. Занюк С.С. Психология мотивации: Навч. посібник. – К.: Либідь, 2002. – 304 с.
26. Зараковский Г.М. Психологический потенциал индивида и популяции // Человек. – 1998. – №3. – С. 50-59.
27. Зеер Э.Ф. Психологическая оценка профессионально-личностного потенциала субъекта предпринимательской деятельности: научно-методическая разработка. – Екатеринбург: РГППУ, 2009. – 24 с.
28. Иванова Н.Л. Проблема психологического анализа социальной идентичности // Психология: Журнал Высшей школы экономики. – 2006. – Т. 3. – № 4. – С. 18-36.
29. [Иванова Н.Л. Психология: Теория и практика: Альманах.](#) – 2012. – № 1. – С. 34-42.
30. Иванова Н.Л. Самоопределение личности в бизнесе: проблемы и модели исследования // Психология. Журнал высшей школы экономики. – 2011. – Т. 8. – № 2. – С. 28-40.
31. Иванова Н.Л. Структура социальной идентичности личности: проблема анализа // Психологический журнал. – 2004. – Т. 2. – № 1. – С. 52-60.
32. Иванова Н.Л. Типологические особенности самоопределения представителей менеджмента бизнес-организаций // Психология обучения. – 2009. – № 6. – С. 77-90.
33. Иванова Н.Л., Михайлова Е.В., Штроо В.А. Введение в психологию бизнеса. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – 471 с.
34. Иванова Н.Л., Румянцева Т.В. Социальная идентичность: теория и практика. – М.: СГУ, 2008. – 453 с.
35. Ильин Е.П. Психология риска. – СПб.: Питер, 2012. – 288 с.
36. Карелин А.М. Большая энциклопедия психологических тестов. – М: Эксмо, 2007. – 416 с.
37. Климов Е.А. Психологія професійного самовизначення. – Ростов н /Д: Фенікс, 1996. – 512 с.

38. Красилова Ю.В. Досвід психологічного забезпечення діяльності малого підприємництва // Проблеми загальної та педагогічної психології Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України. – 2002. – Т. 4. – № 3. – С. 43-56.

39. Кулюткин Ю.Н. Изменяющийся мир и проблема развития творческого потенциала личности: ценностно-смысловой анализ. – СПб. : СПбГУПМ, 2001. – 84 с.

40. Кутафьева Л.В. Сущность, содержание и понятие риска в предпринимательской деятельности // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 319-321.

41. Леонтьев Д.А. Личностное в личности: личностный потенциал как основа самодетерминации. – М.: Смысл, 2002. – 465 с.

42. Леонтьев Д.А. Личностный потенциал: структура и диагностика. – М.: Смысл, 2011. – 675 с.

43. Максименко С.Д. Психологія підприємницької діяльності // Філософська і соціологічна думка. – 1993. – № 5. – С. 15-21.

44. Максименко С.Д. Общая психология. – К.: Ваклер, 2001. – 528 с.

45. Маноха И.П. Человек и потенциал его бытия. – Киев: Стимул, 1995. – 256 с.

46. [Марков В.Н.](#) Потенциал личности // Мир психологии: научно-методический журнал. – 2000. – №1. – С. 250-262.

47. Мелия М. Бизнес – это психология: Психологические координаты жизни современного делового человек. – М.: Альпина Бизнес-Букс, 2006. – 352 с.

48. Михайлова О.Б. Методологические основы исследования инновационного потенциала личности // Вестн. университета (Гос. ун-т управления). – 2010. – № 21. – С. 71-75.

49. Модель И.М., Модель Б.С. Профессиональная культура предпринимателя // СОЦИС. – 1997. – № 10. – С. 10-15.

50. Надирашвили Ш.А. Установка и деятельность. – Тбилиси: Мецниереба, 1987. – 361 с.
51. Орбан-Лембрик Л.Е. Психологія управління: Посібник. – К.: Академвидав, 2003. – 568 с.
52. Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. А.С. Пелиха. – Ростов-н/Д: Март, 2003. – 841 с.
53. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навч. посіб. – Львів: Плай, 2001. – 276 с.
54. Пачковский Ю.Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності і поведінки. – Львів: Світ, 2000. – 272 с.
55. Перепелкин О. В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету // СОЦИС. – № 2. – 1995. – С. 35-40.
56. Підприємництво: Навч. посіб. / За ред. Подсолонко В.А., Процай А.Ф., Миронова Т.Л. – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 616 с.
57. Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность субъектов экономической деятельности в условиях разных форм собственности // Психологический журнал. – 2001. – Т.21. – № 6. – С. 38-50.
58. Подшивалкіна В. Соціальні умови та психологічні виміри тенденцій використання потенціалу особистості // Психологія і суспільство. – 2009. – №4. – С. 127-137.
59. Позняков В.П. Психология предпринимательства и бизнес-консультирование // Психология в бизнесе. – 1997. – №12. – С. 122-127.
60. Почебут Л. Г., Чикер В. А. Организационная социальная психология: Учебное пособие. – СПб.: “Речь”, 2002. – 298 с.
61. Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 475 с.
62. Пряжников Н.С. Теория и практика профессионального самоопределения: Учебное пособие. – М.: МГППИ, 1999. – 97 с.

63. Психология бизнеса. Теория и практика: Учебник для магистров / Под ред. Н.Л. Ивановой, В.А. Штроо, Н. В. Антоновой. – М.: Юрайт, 2014. – 509 с.
64. Психология: Словарь / Под ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
65. Радаев В.В. Экономическая социология. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2005. – 604 с.
66. Райгородский Д.Я. Практическая психодиагностика. Методики и тесты: Учебное пособие. – Самара: “БАХРАХ-М”, 2001. – 672 с.
67. Райзберг Б.А. Предпринимательство и риски. – М.: Знание, 1992. – 64 с.
68. Ринкова економіка: теоретико-практичні проблеми становлення в Україні / За ред. Г.І. Башнянина. – Київ: ІСДО, 1996. – 382 с.
69. Рогов М.Г. Мотивация учебной и коммерческой деятельности студентов // Высшее образование в России. – 1998. – № 4. – С. 89-95.
70. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. – Спб.: “Питер”, 2002. – 720 с.
71. Садова М.А. Психологічні складові потенціалу самореалізації особистості // Вісник Одеського національного університету. – 2010. – № 2. – С. 102-109.
72. Сергеевкова О. П. Загальна психологія: навч. посіб. – К.: ТОВ “Центр учбової літератури”. – 2012. – 296 с.
73. Скібіцький О.М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: Навч. посіб. – К.: Кондор, 2011. – 912 с.
74. Соболев С.Н. Предпринимательство: Начало бизнеса. – К.: Венчур, 2004. – 176с.
75. Солнцева Г. О психологическом содержании понятия риск // Вестник МГУ. – 1999. – Т. 2. – № 14. – С. 14-21.
76. Солнцева Г., Клищевская М. Профессионально-важные качества как необходимые и достаточные условия прогнозирования успешности деятельности // Вестник Московского университета. – 1999. – № 4 – С. 75-87.

77. Социальная психология: словарь / Под. ред. М.Ю. Кондратьева. – М.: ПЕР СЭ, 2006. – 176 с.
78. Сьомкіна Т.В. Теорія формування суб'єкта підприємницької діяльності: Навч. посіб. – Донецьк: БСГ, 2002. – 128 с.
79. Таланов В.Л., Малкина-Пых И.Г. Справочник практического психолога. – СПб.: Сова, 2003. – 924 с.
80. Узнадзе Д.Н. Общая психология. – М.: Смысл, 2004. – 413 с.
81. Федоренко В. Г. Основы менеджменту. – К.: Алерта, 2007. – 420 с.
82. Чиликин А.Н. Психология предпринимательства: Монография. – Липецк: ЛГТУ, 1999. – 185 с.
83. Чирикова А. Е. Психологические особенности личности российского предпринимателя // Психологический журнал. – 1998. – Т. 19. – № 1. – С. 62-74.
84. Шадриков В.Д. Введение в психологию: способности человека. – М: Логос, 2002. – 160 с.
85. Шакуров Р.Х. Барьер как категория и его роль в деятельности // Вопросы психологии. – 2001. – № 1. – С. 103-107.
86. Шевченко И.К. Организация предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. – Таганрог: ТРТУ, 2004. – 92 с.
87. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса. – СПб.: Питер, 2008. – 304 с.
88. Экономическая психология / Под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Питер, 2000. – 512 с.
89. Энциклопедия начинающего предпринимателя: практические рекомендации / Под ред. В.М. Емельянова. – М.: Бук-Пресс, 2006. – 816 с.





**“Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості в мотиваційно-потребнісній сфері” О.Ф.Потьомкіної**

Інструкція: “Прошу відповісти на кожне питання “Так”, якщо воно вірно описує вашу поведінку та “Ні”, якщо ваша поведінка не відповідає тому, про що говориться в питанні”.

Субтест 1. Виявлення міри вираженості соціально-психологічних установок, спрямованих на “альтруїзм – егоїзм”, “процес – результат”.

1. Сам процес виконуваної роботи захоплює Вас більше, ніж етап її завершення?

2. Для досягнення мети Ви зазвичай не жалієте сил?

3. Вам часто говорять, що Ви більше думаете про інших, ніж про себе?

4. Ви звичайно багато часу приділяєте своїй особі?

5. Ви зазвичай довго не наважуєтеся почати робити те, що Вам не цікаве, навіть якщо це необхідно?

6. Ви упевнені, що наполегливості у Вас більше, ніж здібностей?

7. Вам легко просити за інших, ніж за себе?

8. Ви вважаєте, що людина спочатку повинна думати про себе, а потім вже про інших?

9. Закінчуючи цікаву справу, Ви часто жалкуєте про те, що цікава робота вже завершена, а з нею шкода розлучатися?

10. Вам більше подобаються діяльні люди, здатні досягати результату, ніж просто добрі і чуйні?

11. Вам важко відмовити людям, коли вони Вас про що-небудь просять?

12. Для себе Ви робите що-небудь з великим задоволенням, ніж для інших?

13. Ви відчуваєте задоволення від гри, в якій не потрібно думати про виграш?

14. Ви вважаєте, що успіхів у Вашому житті більше, ніж невдач?
15. Ви часто прагнете надати людям послугу, якщо у них сталася біда або неприємності?
16. Ви переконані, що не потрібно для кого-небудь сильно напружуватися?
17. Ви понад усе поважаєте людей, здатних захопитися справою по-справжньому? 18. Ви часто завершуєте роботу всупереч несприятливій обстановці, браку часу, перешкодам з боку?
19. Для себе у Вас зазвичай не вистачає ні часу, ні сил?
20. Вам важко змусити себе зробити щось для інших?
21. Ви часто починаєте одночасно багато справ і не встигаєте закінчити їх до кінця? 22. Ви вважаєте, що маєте досить сил, щоб розраховувати на успіх в житті?
23. Ви прагнете якомога більше зробити для інших людей?
24. Ви переконані, що турбота про інших часто йде в збиток собі?
25. Чи можете Ви захопитися справою настільки, що забуваєте про час і про себе?
26. Вам часто вдається довести почату справу до кінця?
27. Ви переконані, що найбільша цінність в житті жити інтересами інших людей?
28. Ви можете назвати себе егоїстом?
29. Буває, що Ви, захоплюючись деталями, заглиблюючись в них, не можете закінчити почату справу?
30. Ви уникаєте зустрічей з людьми, що не володіють діловими якостями?
31. Ваша відмінна риса безкорисливість?
32. Вільний час Ви використовуєте для своїх захоплень?
33. Ви часто завантажуєте свою відпустку або вихідні дні роботою через те, що комусь обіцяли що-небудь зробити?
34. Ви засуджуєте людей, які не уміють поклопотатися про себе?

35. Вам важко зважитися використувати зусилля людини в своїх інтересах?

36. Ви часто просите людей зробити що-небудь з корисливих мотивів?

37. Погоджуючись на яку-небудь справу, Ви більше думаєте про те, наскільки вона Вам цікава?

38. Прагнення до результату в будь-якій справі Ваша відмінна риса?

39. Ваша відмінна риса уміння допомогти іншим людям?

40. Ви здатні зробити максимальні зусилля лише за хорошу винагороду?

Субтест 2. Виявлення міри вираженості соціально-психологічних установок, спрямованих на “свободу – владу”, “працю – гроші”.

1. Ви згодні, що найголовніше в житті бути майстром своєї справи?

2. Ви понад усе дорожите можливістю самостійного вибору рішення?

3. Ваші знайомі вважають Вас владною людиною?

4. Ви згодні, що люди, які не уміють заробити гроші, не варті пошани?

5. Творча праця для Вас є головною насолодою в житті?

6. Основне прагнення у Вашому житті свобода, а не влада і гроші?

7. Ви згодні, що мати владу над людьми найбільш важлива цінність?

8. Ваші друзі спроможні в матеріальному відношенні люди?

9. Ви прагнете, щоб всі довкола Вас були зайняті справою, що захоплює?

10. Вам завжди вдається слідувати своїм переконанням всупереч вимогам з боку?

11. Чи вважаєте Ви, що найважливіша якість для влади це її сила?

12. Ви упевнені, що все можна купити за гроші?

13. Ви вибираєте друзів за діловими якостями?

14. Ви прагнете не зв'язувати себе різними зобов'язаннями перед іншими людьми?

15. Ви відчуваєте почуття обурення, якщо хто-небудь не підкоряється Вашим вимогам?

16. Гроші куди надійніше, ніж влада і свобода?

17. Вам буває нестерпно нудно без улюбленої роботи?

18. Ви переконані, що кожен повинен володіти свободою в рамках закону?
19. Вам легко змусити людей робити те, що Ви хочете?
20. Ви згодні, що краще мати високу зарплату, ніж високий інтелект?
21. У житті Вас тішить лише відмінний результат роботи?
22. Найголовніше прагнення у Вашому житті бути вільним?
23. Ви вважаєте себе здатним керувати великим колективом?
24. Чи є для Вас заробіток головним прагненням в житті?
25. Улюблена справа для Вас коштовніша, ніж влада і гроші?
26. Вам зазвичай удається відвоювати своє право на свободу?
27. Чи відчуваєте Ви жадання влади, прагнення керувати?
28. Ви згодні, що гроші не пахнуть і неважливо, яким чином вони зароблені?
29. Навіть буваючи на відпочинку, Ви не можете не працювати?
30. Ви готові багатьом жертвувати, щоб бути вільним?
31. Ви відчуваєте себе господарем в своїй сім'ї?
32. Вам важко обмежити себе в грошових коштах?
33. Ваші друзі і знайомі цінують Вас як фахівця?
34. Люди, що ущемлюють Вашу свободу, викликають у Вас найбільше обурення?
35. Влада може замінити Вам багато інших цінностей?
36. Вам зазвичай удається накопити потрібну суму грошей?
37. Праця найбільша цінність для Вас?
38. Ви упевнено і невимушено відчуваєте себе серед незнайомих людей?
39. Ви згодні ущемити свободу, щоб володіти владою?
40. Найбільш сильне потрясіння для Вас відсутність грошей?