

<https://doi.org/10.31108/2.2025.2.35.6>
УДК 316.6

Ірина Зубіашвілі
Ольга Лавренко
Тетяна Мельничук
Наталія Дембицька

ПСИХОЛОГІЧНА СПЕЦИФІКА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Зубіашвілі Ірина, Лавренко Ольга, Мельничук Тетяна, Дембицька Наталія. Психологічна специфіка підприємницької діяльності.

Вступ. Психологія підприємництва має наразі незначну кількість загально визнаних, теоретично та емпірично обґрунтованих концепцій, що пояснюють специфіку підприємницької діяльності. Професійна підприємницька діяльність є особливим способом вибудовування життєвого шляху, що висуває особливі вимоги до розвитку суб'єктних характеристик людини, пов'язаних з ризиком, інноваціями та постійною самотворчістю.

Мета: проаналізувати психологічну специфіку підприємницької діяльності та встановити її сутність.

Методи: теоретичний аналіз проблеми психологічної сутності підприємницької діяльності та її інтерпретація в психологічній науці.

Результати. Здійснено аналіз психологічної специфіки підприємницької діяльності, сутність підприємницької діяльності, поняття «підприємець» проаналізовано з погляду його професійних знань, умінь та навичок. Доведено, що успішність підприємницької діяльності визначається безліччю чинників, які роблять парціальний внесок у результат підприємницької діяльності.

Висновки. Проведене дослідження дозволило виявити сутність підприємницької діяльності як особливого способу вибудовування життєвого шляху, що пред'являє особливі вимоги до розвитку суб'єктних характеристик людини, пов'язаних з ризиком, інноваціями і постійною самотворчістю.

Ключові слова: підприємець, діяльність, особистість, ситуація, поведінка, характер, проблема, специфіка

Zubiashvili, Iryna, Lavrenko, Olha, Melnychuk, Tetyana, Dembytska, Nataliia. Psychological features of entrepreneurial activity.

Introduction. The psychology of entrepreneurship has a small number of generally recognized, theoretically and empirically substantiated concepts that explain the distinctive features of entrepreneurial activity. Entrepreneurial activity is a special way of building a life path that places special demands on the development of personal characteristics related to risk-taking, innovation and self-creation.

Aim: to analyze the psychological features and essence of entrepreneurial activity.

Methods: theoretical analysis of the problem of the psychological essence of entrepreneurial activity and its interpretation in psychological science.

Results. The psychological features of entrepreneurial activity and the essence of entrepreneurial activity were analyzed. The concept of entrepreneur was analyzed in terms of professional knowledge, skills and abilities. It was shown that successful entrepreneurial activity was affected by many factors.

Conclusions. The essence of entrepreneurial activity is a special way of building a life path, which places special demands on the development of personal characteristics related to risk-taking, innovation and self-creation.

Key words: entrepreneur, activity, personality, situation, behavior, character, problem, features

Вступ. Дослідження в галузі психології підприємництва стали одним із пріоритетних напрямів економічної психології. Нині йде швидке накопичення даних, що висвітлюють різні сторони психології підприємництва. Водночас психологія

підприємництва має поки незначну кількість загальновизнаних, теоретично та емпірично обґрунтованих концепцій, що пояснюють специфіку підприємницької діяльності.

У сучасних економічних умовах малий бізнес є двигуном розвитку високорозвинених країн. Перспективи розвитку економіки залежать від розв'язання проблем малого бізнесу та його розвитку. Мале підприємництво належить до потенційно найважливіших чинників прискорення ринкових перетворень та забезпечення соціально-економічного розвитку сучасного українського суспільства.

Підприємництво можна охарактеризувати як бажання та здатність розвивати, керувати та організовувати бізнес-підприємства разом з будь-якими передбачуваними та несподіваними ризиками, які можуть виникнути для отримання прибутку в кінцевому підсумку. Розвиток підприємництва нині став досить значним: це один з ключових чинників стабільного економічного розвитку.

Хоча вчені розглядають підприємництво зі свого погляду, їхні висновки можуть відрізнятися один від одного, однак результати таких досліджень мають дещо спільне. Основними характеристиками підприємництва, які впливають із багатьох досліджень і з якими погоджується більшість вчених, є такі: економічна та динамічна активність, інновації, несення ризику та прибутковість тощо.

Підприємництво – економічна діяльність, тому що створення та управління компанією відбувається з метою створення вартості та багатства за рахунок більш ефективного використання обмежених ресурсів. Оскільки така діяльність зі створення вартості постійно відбувається у невизначеному діловому середовищі, підприємництво можна розглядати як динамічну силу.

Дослідження підприємництва мають велике значення для розвитку економічної психології як порівняно молодій галузі психологічної науки, до структури якої психологія підприємництва входить у вигляді розділу. З одного боку, вивчення соціально-психологічних особливостей людей, які обрали цей вид економічної діяльності, досягли в ній успіху і таким чином реалізувалися, дає змогу простежити вплив соціально-психологічних чинників на економічну поведінку суб'єкта, його ділову активність. З іншого боку, вивчення соціально-психологічних характеристик українських підприємців та їх типів, що формуються та змінюються під впливом специфічних соціально-економічних умов підприємницької діяльності, дає змогу вивчити вплив цих умов на соціально-психологічні характеристики підприємців, особливості їхнього психологічного ставлення до роботи, різних категорій людей і самих себе.

Література з підприємництва, присвячена в основному підприємцям чоловічої статі, виникла у 1930-ті роки. Але наприкінці 1970-х стали з'являтися публікації, переважно в західних країнах, що стосуються і жіночого підприємництва.

Важливість нашого дослідження визначається потребою, з одного боку, розвивати нову галузь науки «психологія підприємницької діяльності» і, з іншого боку, виявляти загальні закономірності психічних явищ, що детермінують діяльність підприємця.

Отже, актуальність теми дослідження та її недостатня наукова розробка зумовили **мету нашого дослідження**: проаналізувати психологічну специфіку підприємницької діяльності та пояснити її сутність.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати існуючі підходи до розуміння явища підприємницької діяльності та визначити зміст цього поняття.

2. Виявити специфічні риси у прояві підприємницької діяльності.

Методи дослідження: теоретичний аналіз та систематизація психологічних знань.

Результати дослідження та їх обговорення. Щодо *першого завдання* нашого дослідження зазначимо, що історичний аналіз розвитку поняття «підприємець» (від фр. entrepreneur – підприємець) показує, що це поняття з'явилося в Західній Європі в середні віки і спочатку стосувалось організаторів великих музичних уявлень та парадів, а також будівельних та виробничих проєктів. Потім, починаючи з XVII сторіччя, так називали осіб, які укладали з державою контракт на виконання певних робіт або постачання продукції й виступали посередниками між замовником та виконавцями. Оскільки вартість

виконання робіт обумовлювалася заздалегідь, підприємець розпоряджався прибутком та ніс відповідальність за збитки від реалізації контракту. З цього часу поряд із функціями організації та керівництва здійсненням підприємства характерними рисами підприємництва стають діяльність в умовах ризику та відповідальність за результати підприємства.

Іншим важливим етапом розвитку уявлень про підприємництво стало розмежування функцій надання капіталу для ризикованого підприємства (венчурний капіталіст) та реалізації самого підприємства (власне підприємець).

Істотний внесок у розвиток уявлень про психологію підприємництва зробили німецькі соціологи М. Вебер (2013) та W. Sombart (2001), котрі дали розгорнуті соціально-психологічні портрети типів підприємців. Сучасне розуміння підприємництва як економічного явища та його ролі в економічному розвитку представлено у роботах J. Schumpeter (1912), F. Hayek (1939), J. Keynes (1936), P. Drucker (1992) та ін.

Так, J. Schumpeter (1950) на початку XX ст. розробив фундаментальні принципи і методологію підприємництва, а також акцентував увагу на інноваційному компоненті підприємницької діяльності та значенні особистісного чинника у виробництві. F. Hayek (1939) пов'язував підприємництво передусім з особистісною свободою, яка дає можливість людині раціонально використовувати свої здібності, знання, інформацію і доходи. Підприємець насамперед намагається оптимально узгодити ці компоненти з ситуацією на ринку (перспективні чи неперспективні щодо інвестування, попиту і пропозиції певної галузі економіки, рівень цін тощо), знайти найкращі засоби для задоволення власних потреб і потреб суспільства.

Останнім часом дедалі більше вітчизняних науковців зосереджують увагу на психологічному підґрунті підприємництва. Серед вітчизняних досліджень велику увагу ролі психологічних чинників у підприємницькій діяльності приділяли Л. Карамушка та Н. Худякова (2011), Г. Гнускіна та Л. Карамушка (2012), О. Креденцер (2019), І. Гой та Т. Смелянська (2013), В. Москаленко та Т. Сила (2018), Ю. Пачковський (2006), С. Яновська (2013) та ін.

На думку В. Резнікової та І. Кравець (2018), слід розрізняти поняття підприємництва та бізнесу. Підприємництво – це особливий вид бізнесу. Його метою є отримання не прибутку загалом, а надприбутку, тобто підприємницького доходу, що отримується внаслідок самостійної ризикованої інноваційної діяльності, яка ґрунтується на повній економічній відповідальності, на персоніфікованому гнучкому управлінні та організації процесу відтворення. Це окремий випадок бізнесу, що більшою мірою орієнтований на особистість людини, яка здійснює бізнес, якій притаманний певний стиль і тип господарської поведінки, її психологічні якості (Резнікова & Кравець, 2018).

Характерною особливістю українських робіт, присвячених підприємництву, є підвищена увага до соціально-психологічних аспектів цього феномену: проблем спілкування, взаємодії та взаємин між людьми й групами у господарській діяльності підприємства.

У літературі з менеджменту – D. Werung (2006), P. Drucker (1992) – виконання підприємницьких функцій пов'язується з розвитком управління, проведенням організаційних нововведень, створенням нових видів товарів та послуг і розглядається як відмінна риса ефективного, інноваційного управління, і у зв'язку з цим використовуються терміни «підприємницького управління» та «корпоративного чи внутрішнього підприємництва». Володіння власністю та персональна відповідальність за ризики не розглядаються як необхідні ознаки підприємництва. При такому підході формально-статусні відмінності між менеджерами та підприємцями фактично стираються.

У феномені підприємництва найбільш чітко проявляється взаємодія соціально-економічного та соціально-психологічного компонентів ділової активності суб'єкта.

Проаналізуємо саме визначення поняття підприємництва. Така необхідність пов'язана з тим, що у сучасній науці досі відсутня єдність у розумінні сутності цього явища, його відмінних ознак і навіть чітке та загальноприйняте визначення самого поняття «підприємець». Одним із труднощів визначення підприємництва є те, що це слово

одночасно є і загальновживаним терміном, і науковим поняттям. У першому випадку його зміст може бути розкрито, виходячи з тлумачення у словниках та енциклопедіях. Тут воно розкривається як діяльність, пов'язана із створенням, підтримкою та розвитком підприємства, справи, виробництвом товарів та послуг.

У сучасних уявленнях про підприємництво умовно можна виокремити функціонально-рольовий та структурний підходи. У рамках функціонально-рольового підходу підприємництво може (або навіть має) розглядатися як сукупність функцій, що реалізуються спільною діяльністю групи індивідів. До того ж може йтися як про дослідження різноманітних підприємницьких спільностей, так і про реалізацію підприємницьких функцій та підприємницької культури у відносно стабільних організаціях.

У рамках структурного підходу, навпаки, робляться спроби більш-менш чіткої соціальної ідентифікації підприємців як особливої соціальної групи, що абсолютно необхідно для включення цього феномена до розряду об'єктів емпіричних соціальних та психологічних досліджень.

Соціальний статус підприємця ідентифікується з престижем та успіхом. Водночас цей статус має бути суб'єктивно підтверджений на рівні конкретного підприємця. Отже, соціальний статус підприємця має збігатися з його особистісним статусом, що визначається рівнем його професійної компетентності та здатністю позитивно впливати на навколишні події. В іншому випадку підприємець може відчувати кризу самоефективності, що актуалізує деструктивну поведінку, психологічні захисти, фіксацію на атрибутивних моментах соціальної ролі (Карамушка & Худякова, 2011). Підприємництво є ініціативною діяльністю людини, що здійснюється від свого імені, на свій ризик, під свою майнову відповідальність, і спрямоване на отримання особистого доходу. Предмет підприємницької діяльності досить широкий і різноманітний, залежить від виду підприємницької діяльності. Підприємницька діяльність є не лише професією, а й специфічним способом життя. У зв'язку з цим аналіз підприємця з погляду його професійних знань, умінь і навичок повинен бути доповнений рефлексією підприємця як суб'єкта індивідуального життєвого шляху, носія певних мотиваційно-сміслових утворень та ціннісних орієнтацій, що відповідають суб'єктивній моделі економічного успіху.

Друге завдання нашого дослідження – це виявлення специфічних рис у прояві підприємницької діяльності. Професійна підприємницька діяльність є особливим способом вибудовування життєвого шляху, що висуває особливі вимоги до розвитку суб'єктних характеристик людини, пов'язаних з ризиком, інноваціями та постійним самотворчістю. До загальних моментів, що характеризують підприємницьку діяльність, належать: інноваційний характер цієї діяльності, складність її стандартизації та алгоритмізації. Розрізняють також економічні, пов'язані з отриманням прибутку, та психологічні особливості, пов'язані з розвитком особистості, цілі підприємницької діяльності.

Підприємницька діяльність, яка потребує високої міри суб'єктної включеності, актуалізує та мобілізує внутрішні резерви особистості, підвищує зацікавленість у вдосконаленні системи професійної діяльності, підвищує відповідальність за результати реалізації професійних планів. Досягнувши індивідуального акме, підприємець має бажання отримати ідеальну представленість у бутті інших. Ця соціогенна потреба стимулює підприємця активно включатися в систему соціальних зв'язків (меценатство, благодійність, колекціонування унікальних предметів тощо).

Зазначена тенденція свідчить про те, що, здійснюючи підприємницьку діяльність, підприємець прагне реалізувати потребу бути особистістю. Відсутність соціогенних потреб може призвести до псевдоперсоналізації, якій характерна підкреслена орієнтація на зовнішні атрибути матеріального благополуччя і влади, «насильницьке» висування себе на місце значущого іншого.

Підприємці – це особи, які володіють та розпоряджаються власністю (капіталом, ресурсами, засобами виробництва), яку вони вкладають у те чи інше підприємство, та використовують найману працю з метою отримання прибутку. Підприємець бере на себе

функції ризику та прогресу в економічній сфері життя суспільства, створюючи в умовах невизначеності та відсутності гарантій нові форми задоволення суспільних потреб (Гой & Смелянська, 2013).

Підприємницька діяльність, що здійснюється у просторі, який надає людині широкі можливості самопрезентації, персоналізації та самоактуалізації, відноситься до професій, які істотно розширюють можливості суб'єкта. Суб'єкт підприємницької діяльності ставиться перед необхідністю розвитку комплексів професійно значущих показників.

Деякі дослідники – Р. Drucker (1992), J. Schumpeter (1954) – асоціюють підприємницьку діяльність із новаторськими, інноваційними діями. Інші (D. McClelland, D. Winter, 1989) поєднують підприємницьку функцію з функцією управління.

В аналізі діяльності підприємця виокремлюються два її аспекти: власне підприємницька діяльність та менеджмент. Перший передбачає створення нової структури та забезпечення її зростання й розвитку. Інший пов'язаний із необхідністю підтримки стабільності та порядку всередині вже створеної структури. Сучасний український підприємець інтегрує два зазначені аспекти у своїй діяльності. Це зумовлює необхідність розгляду специфіки підприємницької діяльності в Україні з позиції створення як нового, так і підтримки його функціонування, управління ним (Креденцер, 2019).

Успішність підприємницької діяльності залежить від індивідуально-психологічних особливостей її суб'єкта, від рівня розвитку його афективно-вольової сфери, пізнавальних здібностей, самосвідомості, від ставлення до «Я», від міри довіри до світу та до себе, від характеру системи оцінок та самооцінок, рівня домагань і характеру мотивації, локусу контролю, системи ціннісних орієнтацій, комунікативних навичок тощо. Отже, успішність визначається безліччю чинників, що роблять парціальний внесок у результат підприємницької діяльності.

Діяльність підприємця передбачає часте зіткнення з невизначеними ситуаціями, що неминуче потребують швидкого вибору чи швидкого ухвалення рішень. У цих умовах підприємець повинен добре орієнтуватися у складній системі смислоутворюючих мотивів і особистісних смислів. Водночас ситуації вільного вибору дають особистості змогу максимально маніфестувати свою індивідуальність.

Підприємець постійно перебуває в маргінальних ситуаціях, які долає, протидіючи іншим суб'єктам господарювання, що претендують на його успіх і ресурси. Важливою особливістю поведінки підприємця є функціонування в умовах ситуаційних лімітів, що обмежують його життєвий простір, а це зводить нанівець раціональні калькуляції майбутнього, яке він намагається планувати (Креденцер, 2019).

З психологічної точки зору діяльність підприємця характеризується когнітивною складністю та емоційною насиченістю. У зв'язку з цим вона потрапляє до теми аналізу під час розгляду проблеми психологічного вигорання. Психологічне вигорання – це стан фізичного та емоційного виснаження, викликане, зазвичай, тривалим перебуванням у перевантажених ситуаціях спілкування. Емоційне виснаження проявляється у зниженому емоційному стані, в байдужості чи емоційному перенасиченні.

Спрямованість підприємницької діяльності на отримання особистого доходу визначає пильний інтерес дослідників до психологічного аналізу фінансової поведінки та ставлення до грошей. Настанови щодо грошей включають три компоненти: афективний (гроші асоціюються з добром чи злом), когнітивний (характер зв'язку між грошима та досягненнями, повагою, свободою); поведінковий (Furnham, 1987).

Гроші, які є об'єктивним показником успішності підприємницької діяльності та часто основною її метою, можуть стати причиною специфічних особистісних проблем та криз. Порівняно з представниками інших груп населення, підприємці більшою мірою усвідомлюють гроші як чинник впливу на людей, як форму влади. До того ж вони мають велику залежність від грошей. Підприємці здійснюють постійний контроль за своїми грошима, рідше використовують гроші як чинник терапії і насилу розлучаються з ними. Гроші для підприємця є самостійною соціальною цінністю та предметом гордості (Furnham, 1987).

Підприємницький ризик – це небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів або недоотримання доходів у порівнянні з варіантом, розрахованим на раціональне їх використання. Підприємницький ризик може бути зрозумілий як втрати: матеріальні, трудові (робочий час, фінанси), шкода здоров'ю та життю, престижу, а також морально-психологічний збиток. Рисами підприємницького ризику, на думку деяких авторів, є суперечливість, альтернативність та невизначеність. Отже, заняття підприємництвом завжди пов'язане з ризиком чи небезпекою.

Прагнення економічної діяльності в умовах невизначеності та ризику є відмінною особливістю підприємницької діяльності, тому вивченню ставлення підприємців до ризику присвячено значну кількість психологічних досліджень. Для дослідження ставлення підприємців до ризику R. Brockhaus (1982) використав методику Когана-Уоллача. Досліджуванам пропонувалась низка ситуацій, у яких вони мали зробити вибір між більш безпечними (менш ризикованими), але й менш привабливими у разі успіху, і більш ризикованими, але й привабливішими альтернативами. Наприклад, пропонувалося визначити, за якої ймовірності збереження фінансової стійкості компанії (шкала ймовірності варіювалася від 1 з 10 до 9 з 10) досліджуваний рекомендував би особі найматися на роботу. З отриманих даних R. Brockhaus (1982) дійшов висновку, що успішні підприємці характеризуються перевагою помірного ризику. У порівняльному дослідженні менеджерів та підприємців (керівників – власників фірм) він виявив відсутність суттєвих відмінностей між ними по відношенню до ризику. Аналізуючи результати цього та інших досліджень ставлення підприємців до ризику, D. Werung (2006) зазначив, що, ґрунтуючись на таких дослідженнях, не можна обмежуватися об'єктивно заданими характеристиками ризикованості ситуації (імовірність успіху чи програшу), потрібно враховувати особливості сприйняття й оцінки міри ризику самими суб'єктами, тобто підприємцями. Ця суб'єктивна оцінка багато в чому залежить від сприйняття умов майбутньої підприємницької діяльності, що склалися, і погляду на власні можливості досягнення успіху.

Будь-яка людська діяльність, у тому числі підприємницька, має певну структуру. Вона містить цілі – майбутні результати, на досягнення яких спрямована діяльність, потреби, мотиви, що спонукають до діяльності, предмет, видозміна якого можлива для досягнення мети, знання про цей предмет, способи та засоби досягнення мети, а також умови діяльності.

Відмінні риси підприємництва, спрямовані на отримання прибутку як головну мету, це: самостійність, відповідальність, невизначеність, ризикованість, творчість, новаторство, ініціативність тощо. У цих рисах виражається сукупна властивість особистості, що претендує на успіх в ринковій економіці – її підприємливість. В. Москаленко та Т. Сила (Москаленко & Сила, 2018) в опис цієї властивості додають диспозиції наполегливості, цілеспрямованості, управлінських здібностей, незалежності, самовпевненості, прагнення до самореалізації, поінформованості. На основі цього створено диспозиційну модель підприємницького типу особистості. Індикатори виявлення диспозицій, що визначають підприємливість, їх наповнення, дозволяють говорити про рівень економічної культури особистості, але не обов'язково детермінують її підприємницьку діяльність.

Підприємливість як система особистісних якостей, що забезпечують адаптацію до ринкових умов життя, не обов'язково призводить до творчої, пошукової, ризикової підприємницької діяльності. Тим не менш вона означає здатність до підприємництва і становить зміст актуальної економічної культури особистості в ринковій економіці, а також виражає суб'єкту сторону її економічної соціалізації (Дембицька, 2020).

Підприємництво – новаторська діяльність людей, які належать до особливої соціальної групи, званої підприємцями, які мають не лише рідкісні здібності, що дозволяють нести тягар відмітних рис цієї діяльності, а й розвивають економіку функцій з метою одержання прибутку.

Предмет підприємницької діяльності різноманітний і залежить від виду підприємницької діяльності (виробництво, торгівля, кредит). До загальних характеристик

підприємницької діяльності відносять її інноваційний характер, що визначається специфічними особистісними якостями підприємців, ринковим середовищем та підприємницькою культурою. Можливість інноваційної діяльності підприємця забезпечують такі особистісні параметри, як: ініціатива, гострота сприйняття, авторитет, інтуїція, здатність впливати на оточуючих.

Значна кількість дослідників дотримується думки, що навчити підприємництву не можна. Для цього роду діяльності потрібні спеціальні здібності. Природною передумовою розвитку здібностей є наявність задатків – деяких вроджених анатомо-фізіологічних особливостей мозку та нервової системи. До задатків належать типологічні властивості нервової системи, природні властивості аналізаторів, індивідуальні варіанти функціонування кори головного мозку.

Люди мають вроджені індивідуальні відмінності в задатках. Тому в деякого з них є переваги в оволодінні певною діяльністю. Задатки визначаються генетичною програмою і виявляються у вигляді здібностей – прижиттєвих утворень, що формують соціальний досвід людини, умови її життя, навчання та виховання.

Серед сучасних досліджень, що поглиблюють розуміння психологічних передумов підприємницької активності, заслуговує на увагу праця групи науковців під керівництвом S. Farradinna & N. Syaftri (2023). Автори розробили інструмент для вимірювання психологічної готовності до підприємництва — Entrepreneurship Psychological Readiness (EPR). В основу методики покладено результати дослідницького факторного аналізу (EFA) та оцінювання її надійності.

Розроблений інструмент дозволяє не лише емпірично оцінити рівень психологічної готовності індивіда до підприємницької діяльності, а й виявити її ключові складові, які впливають на вибір кар'єри підприємця. Зокрема, результати EFA показали, що саме психологічний компонент відіграє визначальну роль в інтенції особистості до започаткування власної справи. Отже, інструмент EPR може бути ефективним засобом підтримки освітніх і фінансових програм, орієнтованих на потенційних підприємців, з урахуванням не лише зовнішніх, а й внутрішньоособистісних ресурсів (Farradinna, Syaftri, 2023).

P. Albou (2014) визначає підприємництво як здатність до творчості, підкреслюючи, що створення ситуацій, котрі максимально розвивають творчу активність, – ключова проблема підприємництва та інноваційних процесів, так само як і досягнення вершин у мистецтві. Аналогічне розуміння ми зустрічаємо у K. Hughes & C. Brush (2012), які вважають, що підприємницькі здібності – це особливого роду людський талант. Здатність розуміється тут як одна з якостей особистості, що виявляється у швидкості, глибині та міцності оволодіння знаннями, вміннями та навичками, що застосовуються у конкретній діяльності.

За твердженням J. Schumpeter (1954), першою основною якістю підприємця є розвинена інтуїція, яка заповнює нестачу інформації. Ґрунтовна підготовка, спеціальні знання, здатність до логічного аналізу можуть стати лише джерелом невдач. Друга основна якість – сильна воля, що допомагає долати не тільки інерцію власного та суспільного мислення, а й опір середовища – традицій, правових та моральних норм. Нарешті третьою якістю є розвинена уява, що допомагає замислювати нові комбінації та знижувати міру невизначеності, що є у свідомості кожного підприємця.

Підприємці, за твердженням B. Karloff (Karloff, 1989), – творчі, винахідливі, енергійні люди. Часто це непересічні особистості, які важко вписуються в адміністративно-корпоративну культуру. Вони можуть будувати кораблі, вчитися грати на фортепіано, створювати компанії тощо. Загалом, значення їх для створення і процвітання фірми неможливо переоцінити. Водночас підприємництво означає необов'язково тільки винахід чого-небудь нового. Це і пошук нового ринку для звичного продукту. Підприємець виступає в ролі посередника між ідеями інвестора і прибутком, збираючи воедино ресурси, матеріали, працю і комбінуючи їх так, як ніхто не робив раніше, забезпечуючи при цьому успішне виробництво і маркетинг.

Узагальнюючи погляди науковців та практику підприємницької діяльності, зазначимо, що специфічними рисами підприємницької діяльності є:

Ініціативність та самостійність (підприємець сам приймає рішення і несе відповідальність за їх наслідки).

Новаторство і креативність – підприємницька діяльність часто передбачає впровадження нових ідей, технологій, продуктів або методів роботи.

Спрямованість на отримання прибутку – основна мета підприємництва полягає у створенні нової вартості та отримання доходу.

Ризикованість – підприємець діє в умовах невизначеності і приймає на себе різного роду фінансові, майнові та інші ризики.

Гнучкість і адаптивність – підприємці повинні швидко реагувати на зміни в ринковому середовищі, шукати нові можливості.

Ефективне використання ресурсів – раціональне управління часом, фінансами, персоналом та іншими ресурсами для досягнення максимального результату.

Взаємодія з ринком – підприємницька діяльність нерозривно пов'язана з аналізом попиту, пропозиції та конкурентного середовища.

Правова регульованість – діяльність підприємця повинна відповідати чинному законодавству щодо реєстрації, ліцензування, сплати податків тощо.

Провідна роль у психологічних чинниках підприємницької діяльності належить мотивації самореалізації особистості, практично поряд з мотивами комерційного успіху та свободи і незалежності. Основними мотивами підприємницької діяльності є мотиви ініціативи і активності, мотиви поваги та самоповаги, самореалізації, мотиви ризику.

Нині у жодній країні світу немає професії «підприємець», незважаючи на те, що підприємництво як заняття, існує.

Висновки. Незважаючи на суттєве вивчення окремих аспектів підприємництва, єдиної теорії, що дозволяє відповісти на питання, які психологічні особливості зумовлюють вибір підприємницької діяльності та успішність її здійснення, поки що не створено.

Важливою характеристикою підприємницької діяльності є її інноваційний характер, що визначається специфічними особистісними якостями підприємців, ринковим середовищем та підприємницькою культурою.

Дослідження підприємництва мають значення для розвитку економічної психології як порівняно молодій галузі психологічної науки, до структури якої психологія підприємництва входить у вигляді розділу.

Специфічними рисами підприємницької діяльності є: ініціативність та самостійність, новаторство і креативність, спрямованість на отримання прибутку, ризикованість, гнучкість і адаптивність, ефективне використання ресурсів, взаємодія з ринком, правова регульованість. Провідна роль у психологічних чинниках підприємницької діяльності належить мотивації самореалізації особистості.

Перспективами подальшого дослідження є аналіз гендерних відмінностей у підприємницькій діяльності, вивчення регіональних особливостей психології українських підприємців, виявлення ролі особистісних якостей в розвитку ділової активності, розробка соціально-психологічної типології українських підприємців.

Література

1. Вебер, М. (2013). *Господарство і суспільство*. Всесвіт.
2. Гой, І. В., & Смелянська, Т. П. (2013). *Підприємництво*. Центр учб. літ.
3. Гнускіна, Г. В. (2012). Психологічні особливості підприємницької діяльності: оцінка підприємцями змісту, основних мотивів, позитивних та негативних сторін підприємницької діяльності. *Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*: зб. наук. праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка, 1(35), 107-111.
4. Дембицька, Н. М. (2020). *Психологія економічної соціалізації школярів*. Видавець Позднішев.
5. Карамушка, Л. М., & Худякова, Н. Ю. (2011). *Мотивація підприємницької діяльності*.
6. Креденцер, О. В. (2019). *Психологія розвитку підприємницької активності персоналу освітніх організацій*. Логос.

7. Москаленко, В. В., & Сила, Т. І. (2018). Підприємливість як творчість. *Актуальні проблеми психології. Том 1: Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія: зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*, (48), 38-45.
8. Пачковський, Ю. Ф. (2006). *Психологія підприємництва*. Каравела.
9. Резнікова, В. В., & Кравець, І. М. (2018). Поняття бізнесу, його економіко-правова природа та співвідношення із суміжними категоріями. *Адміністративне право і процес*. 3(22), 30-53. <http://applaw.knu.ua/index.php/arkhiv-nomeriv/3-22-2018>
10. Яновська, С. (2013). Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології»*, (21), 799-809. <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2013-21.%p>.
11. Albou, P. (2014). *La Psychologie Economique*.
12. Brockhaus, R. H. (1982). The psychology of entrepreneur. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall, P. 39-57.
13. Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*.
14. Farradinna, S., & Syafrti, N. (2023). An exploratory factor analysis of entrepreneurship psychological readiness (EPR) instrument. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12:66.
15. Furnham, A. (1967). Economic locus of control. *Human Relations*. (39), 29-43.
16. Hayek, Friedrich (1939). Profits, Interest and Investment: And other essays on the theory of industrial fluctuations. <https://mises.org/library/profits-interest-and-investment-1>
17. Hughes, K. D., & Brush, C. G. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, (36), 431.
18. Karloff, B. (1989). *Business Strategy. Guide to Concepts and Models*. Macmillan Reference books.
19. Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. https://www.files.ethz.ch/isn/125515/1366_KeynesTheoryofEmployment.pdf.
20. McClelland, D. C., & Winter, D. G. (1989). *Motivating Economic Achievement*. Free Press.
21. Schumpeter, J. (1950). *Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy*.
22. Sombart, Werner (2001). *Noo-Soziologie*. Duncker & Humblot.
23. Werung, D. A. (2006). *Taking Risks: The Management of Un- certainty*. Free Press.

References

1. Veber, Maks (2013). *Gospodarstvo i suspilstvo [Economy and society]*. Vsesvit [In Ukrainian]
2. Goi, I. V., & Smelyanska, T. P. (2013). *Pidpryyemnytstvo [Entrepreneurship]*. Tsentr uchb. lit. [In Ukrainian]
3. Gnuskina, G.V., & Karamushka, L.M. (2012). Psykhologichni osoblyvosti pidpryyemnytskoi diialnosti: otsinka pidpryyemnytsyamy zmistu, osnovnykh motyviv, pozytyvnykh ta negatyvnykh storin pidpryyemnytskoi diialnosti [Psychological features of entrepreneurial activity: entrepreneurs' assessment of the content, main motives, positive and negative aspects of entrepreneurial activity]. *Organizatsiina psykhologia. Ekonomichna psykhologia. Sotsialna psykhologia*, 1(35), 107-111. [In Ukrainian]
4. Dembytska, N.M. (2020). *Psykhologia ekonomichnoi sotsializatsii shkolyariv [Psychology of economic socialization of schoolchildren]*. Vydavets Pozdnyshhev. [In Ukrainian]
5. Karamushka, L. M., & Khudyakova, N. Yu. (2011). *Motyvatsia pidpryyemnytskoi diialnosti [Motivation of entrepreneurial activity]*. [In Ukrainian]
6. Kredentser, O.V. (2019). *Psykhologia rozvytku pidpryyemnytskoi aktyvnosti personalu osvitykh organizatsii [Psychology of development of entrepreneurial activity of personnel of educational organizations]*. Logos. [In Ukrainian]
7. Moskalenko, V.V., & Sylva, T.I. (2018). Pidpryyemlyvist yak tvorchist [Entrepreneurship as creativity]. *Aktualni problemy psykhologii. Vol 1: Ekonomichna psykhologia. Organizatsiina psykhologia. Sotsialna psykhologia: zb. naukovykh prats Instytutu psykhologii im. G. S. Kostyuka APN Ukrainy*, 48, 38-45. [In Ukrainian]
8. Pachkovskiy, Yu.F. (2006). *Psykhologia pidpryyemnytstva [Psychology of entrepreneurship]*. Karavela. [In Ukrainian]
9. Ryznikova, V.V., & Kravets, I.M. (2018). Ponyattya biznesu, iogo ekonomiko-pravova pryroda ta spivvidnoshennya iz sumizhnymy kategoriay [The concept of business, its economic and legal nature and relationship with related categories]. *Administratyvne pravo i protses*. 3(22), 30-53. <http://applaw.knu.ua/index.php/arkhiv-nomeriv/3-22-2018> [In Ukrainian]
10. Yanovska, S. (2013). Sotsialno-ekonomichni ta psykhologichni oznaky pidpryyemnytstva [Socio-economic and psychological features of entrepreneurship]. *Problemy suchasnoi psykhologii*, 21, 799-809. <https://doi.org/10.32626/2227-6246.2013-21.%p>.
11. Albou, P. (2014). *La Psychologie Economique*. Paris.
12. Brockhaus, R.H. (1982). The psychology of entrepreneur. *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall, P. 39-57.
13. Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*.
14. Farradinna, S., Syafrti, N. (2023). An exploratory factor analysis of entrepreneurship psychological readiness (EPR) instrument. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(66).
15. Furnham, A. (1967). Economic locus of control. *Human Relations*. 39, 29-43.
16. Hayek, Friedrich (1939). Profits, Interest and Investment: And other essays on the theory of industrial fluctuations. <https://mises.org/library/profits-interest-and-investment-1>

17. Hughes, K.D., & Brush, C.G. (2012). Extending women's entrepreneurship research in new directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36, 431.
18. Karloff, B. (1989). *Business Strategy. Guide to Concepts and Models*. Macmillan Reference books.
19. Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. https://www.files.ethz.ch/isn/125515/1366_KeynesTheoryofEmployment.pdf.
20. McClelland, D. C., & Winter, D. G. (1989). *Motivating Economic Achievement*. Free Press.
21. Schumpeter, J. (1950). *Theory of Economic Development. Capitalism, Socialism and Democracy*.
22. Sombart, Werner (2001). *Noo-Soziologie*. Duncker & Humblot.
23. Werung, D. A. (2006). *Taking Risks: The Management of Uncertainty*. Free Press.

Відомості про авторів

Зубіашвілі Ірина Костянтинівна, кандидатка психологічних наук, старша наукова співробітниця, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Zubiashvili, Iryna, PhD, Senior Researcher, Leading Researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3642-8159>

E-mail: mrs_ira@i.ua

Лавренко Ольга Василівна, кандидатка філософських наук, доцентка, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Lavrenko, Olha, PhD, Associate Professor, Leading Researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-9943-9536>

E-mail: olavr47@ukr.net

Мельничук Тетяна Іванівна, кандидатка психологічних наук, старша дослідниця, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Melnychuk, Tetyana, Candidate of Psychological Sciences, Senior Researcher, Leading Researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-5205-9958>

E-mail: mti_kiev@ukr.net

Дембицька Наталія Миколаївна, докторка психологічних наук, старша наукова співробітниця, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Dembytska, Nataliia, Dr. Sc. (Psychology), Senior Research Fellow, Leading Researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6978-7655>

E-mail: dembytska@knu.ua

Отримано 28 березня 2025 р.

Рецензовано 16 квітня 2025 р.

Прийнято 21 квітня 2025 р.