

15. Zubiashvili I. K. Sotsializuiucha funktsiia hroshei / I. K. Zubiashvili // Kolominski chytannia : m-ly Druhoho mizhnar. nauk. forumu / [za red. M.F. Holovatoho, O. L. Turininoi]. – K. : DP «Personal», 2009. – S. 246–254.
16. Zhadan R. Ekonomichna osvita ditei starshoho doshkilnoho viku / R. Zhadan, H. Hryhorenko. – Zaporizhzhia : TOV «LIPS» LTD, 2006. – 116 s.
17. Fitsula M. M. Pedahohika: [navch. posib.] / Fitsula M.M. – Ternopil, 1997. – 192 s.

Melnychuk, T.I. Play as a socio-psychological factor in the economic socialization of families with children of preschool age. The article deals with the basics of preschool children's economic socialization in families. The author discusses economic socialization of preschool children by means of games in the family environment, the advantages of combining cognitive, theoretical and practical teaching with economic teaching in the family and the role of the parent's family in children's economic socialization and economic consciousness formation. The author analyzes the socio-psychological factors in children's early economic ideas and knowledge, the basic criteria for children's economic family socialization as well as the types of their economic socialization.

A child is surrounded by the economic life since the first years of his/her life full of complex economic concepts and processes. That is why the main objectives of children's economic socialization and education are familiarizing them with the basics of economics and socio-economic behaviors and the development of personal qualities necessary for successful economic activity. The play is one of the best practices of children's economic socialization that lays the foundations of their economic culture. Play promotes preschoolers' mental activities, deepens their knowledge of the basic economic concepts and improves their attention and thinking, which will allow them to act as economic agents in the future. The earlier economic education, the more conscious and rational are peoples' actions. Thus, children's assimilation of the foundations of economic culture and the acquisition of the experience of economic socialization in parental families contributes to the successful economic socialization of the younger generation.

Key words: economic education, socialization, family as a socialization agent, preschool children, game, development of economic culture in preschool children

Відомості про автора

Мельничук Тетяна Іванівна, кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Melnychuk, Tetiana Ivanivna, PhD, senior researcher, Laboratory of organizational and social psychology, G.S.Kostiuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: mti@ukr.net

УДК 159.922.27-316-87

Москаленко В.В., Сила Т.І.

ПІДПРИЄМЛИВІСТЬ ЯК ТВОРЧИСТЬ

Москаленко В.В., Сила Т.І. Підприємливість як творчість. У статті проаналізовано поняття та зміст феномену підприємливості. Показано співвідношення категорій «підприємництво», «підприємець» та «підприємливість». Підприємливість визначено як здатність підприємця виконувати функцію агента змін виробництва завдяки наявності у нього творчих здібностей до інноваційної економічної діяльності, яка спрямована на прогресивний розвиток суспільства. Проаналізовано зв'язок підприємливості з творчістю. Визначено ознаки, які характеризують спорідненість, а також відмінності підприємницької та творчої діяльності. Проаналізовано підприємливість як «особливу творчість». На основі аналізу різних моделей психологічних особливостей підприємливості показано особливості трансформації рис творчості підприємців в різних соціально-економічних ситуаціях.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, підприємливість, творчість, особлива творчість, інноваційна діяльність, ризик.

Москаленко В.В., Сила Т.І. Предпринимчивость как творчество. В статье проанализировано понятие и содержание феномена предпринимчивости. Показано соотношение категорий «предпринимательство», «предприниматель» и «предпринимчивость». Предпринимчивость определяется как способность предпринимателя выполнять функцию агента изменений производства благодаря наличию у него творческих способностей к инновационной экономической деятельности, направленной на прогрессивное развитие общества. Проанализирована связь предпринимчивости и творчества. Определены признаки, которые характеризуют сходство, а также различия предпринимательской и творческой деятельности. Проанализирована предпринимчивость как «особенное творчество». На основе анализа различных моделей психологических особенностей предпринимчивости показаны особенности трансформации черт творчества предпринимателей в различных социально-экономических ситуациях.

Ключевые слова: предпринимательство, предприниматель, предпринимчивость, творчество, особенное творчество, инновационная деятельность, риск.

Постановка проблеми. Підприємництво є одним із різновидів творчої, пошукової, ризикової соціальної діяльності, пов'язаної з ринковою економікою, яка потребує підприємців, основна функція яких полягає у забезпеченні суспільного прогресу. Це, власне, й робить підприємця центральною постаттю ринкової економіки. Саме ініціатива, самостійність, творчість та динамізм дозволяють енергійним людям,

якими і є підприємці, перетворювати цікаві ідеї в реальність. Успішних підприємців називають підприємливими особами. Успіх підприємницької діяльності багато у чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Сьогодні без творчих ділових людей, без розвитку їх підприємливості подальший розвиток економіки неможливий, бо творча підприємливість у сучасних умовах є основою суспільного прогресу. Саме тому стає важливим аналіз підприємливості особи у взаємозв'язку з її творчістю, з'ясування особливостей творчості підприємця. Все це потребує осмислення сутності підприємливості як психологічного феномену, визначення його місця і ролі в системі підприємництва та суспільства в цілому.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз літератури показує, що підприємливість як творчість стала активно досліджуватись, починаючи з епохи капіталізму. Літературу з цього питання можна розділити на такі напрями: а) дослідження підприємливості як джерела та чинника зміни та розвитку економіки і суспільства в цілому; б) пошуки основної особистісної властивості, яка домінує в системі компонентів підприємництва, забезпечуючи тим самим його творчу природу.

Перший напрям найбільше представлено роботами М. Вебера, який один із перших побачив сутність підприємництва як соціального інституту капіталістичного суспільства у появі особливої групи (класу) осіб – підприємців, які прагнуть до інноваційних змін. Аналізуючи особливості підприємництва, М. Вебер зауважує, що прагнення до збагачення властиве багатьом людям, само по собі воно не є ознакою підприємництва [2, с. 47- 52]. Він характеризує підприємництво набагато ширше загальноприйнятого визначення його попередниками. Якщо для Адама Сміта основою підприємництва є приватна власність [17], то М. Вебер виділяє таку головну його особливість як наявність особливої групи людей – підприємців. Досліджуючи витоки капіталізму, М. Вебер доводить, що умовою його виникнення є поява одночасно нового типу підприємців і нового типу працівників, які вирізняються специфічною ментальністю, або «етосом», «духом капіталізму» як унікального сполучення мотивацій і цінностей. Поняття «етос» означає у М. Вебера набір ідеальних ознак (взірців), еталонів поведінки, що відповідають цінностям відповідної групи. В «етосі», як системному сполученні багатьох чеснот, М. Вебер виділяє прагнення до інновацій [2, с. 61-344].

Перегукується з концепцією Вебера про генетичні джерела творчої підприємливості відома в науці теорія мотивації досягнень Мак-Клеланда [10]. Згідно з нею, джерело нового у суспільстві знаходиться поза особистістю, воно – у соціально-психологічному феномені «мотивації досягнень», який виникає у різні історичні епохи як певний психологічний стан спільноти, який характеризується поширенням соціальних настановлень – прагненням до успіху. Історичні періоди відрізняються рівнями досягнень суспільства, що мають вияв у різних особистісних синдромах. Існують синдроми «приєднання» (конформізму), а також «влади». Розповсюдженість першого перешкоджає конкуренції, творчості, оригінальності, новим ідеям, гальмуючи економічний розвиток. У сполученні з синдромом «влади» вони сприяють розповсюдженню тоталітарних тенденцій. Для здійснення якісних змін суспільства потрібні умови для інтеріоризації індивідами існуючої системи соціальних цінностей «мотивації досягнень», яка здійснюється в процесі соціалізації. «Мотивація досягнень» об'єктивується в поведінці окремих особистостей через риси, що стимулюють соціальну творчість.

Найбільш цілісну концепцію підприємництва створив австрійський економіст Йозеф А. Шумпетер. У 1912 р. вийшла його книга «Теорія економічного розвитку» [21], в якій вперше було запропоновано сучасне розуміння підприємця як новатора. З цієї праці починає поширюватись серія робіт, в яких представлено другий напрям дослідження підприємливості як творчості, що детермінується домінуючою особистісною властивістю підприємця. На думку Й. Шумпетера, сутність підприємництва визначається його особливою роллю – створенням нових комбінацій факторів виробництва. Функція підприємництва полягає в реалізації нововведень, тобто запровадженні і виробництві нових комбінацій, що відіграє головну роль в забезпеченні економічного росту. Ідеї Й. Шумпетера знайшли своє відображення у працях В.А. фон-Хайєка, погляди якого багато в чому співпадають з поглядами Й. Шумпетера. Сутність підприємництва він вбачає у пошуку і вивченні нових економічних можливостей, характеристики поведінки, а не видів діяльності [18, 21].

У більшості визначень підприємця і підприємництва йдеться про поведінку, яка включає такі компоненти: 1) елементи ініціативи; 2) організація або реорганізація соціально-економічних механізмів з тим, щоб зуміти з вигодою використати наявні ресурси і конкретну ситуацію; 3) можливість взяти на себе відповідальність за можливу невдачу, тобто готовність ризикувати.

Різні дослідники, аналізуючи систему психологічних рис в моделях особистості підприємця, виділяють різні домінуючі якості. Найбільше робіт, в яких виділяється така домінуюча риса як ризик. Зокрема, англійський економіст ХУІІІ ст. Р. Кантільйон головною рисою підприємця вважав готовність до ризику [13]. Саме він увів у науковий обіг поняття «підприємець». До підприємців він зараховував людей з нефіксованими доходами – ремісників, селян, тобто тих, хто вів економічну діяльність в умовах нестабільності та непередбачуваності цін. Представник німецької економічної школи Фон Тюнен основною рисою підприємця також вважав готовність до ризику, підкреслюючи окрім того значення інноваційної діяльності [13, с. 21-23]. Інший представник цієї ж школи Фон Мангольдт, вивчаючи види виробництва, вважав, що вид виробництва на ринок має ризик, який полягає в тім, що від початку виробництва до реалізації готової продукції проходить довгий проміжок часу, протягом якого може змінитись ціна,

виробник може збанкрутувати. Про ризик як головну особливість підприємницької діяльності пишуть багато інших дослідників [12, 13, 14]. Російський науковець Б. Райзберг вважає, що в період початкового накопичення капіталу ситуація завжди є нестабільною, а тому ризик існує завжди. Задача підприємця не уникати ризику, а зводити його до мінімуму [14].

Існує також чисельна література, в якій підкреслюється провідна роль здатності до інновацій у підприємницькій діяльності. Зокрема, Й. Шумпетер у своїй теорії підприємництва на перший план висуває інноваційну діяльність. Так само А. Агеев вважає, що головне в підприємстві – це інноваційна діяльність. Досліджуючи види підприємництва, він доводить, що творчий вид, на відміну від традиційного виробництва, пов'язаний з реалізацією нових ідей [1, с. 10].

Слід зазначити, що підприємливість у соціально-психологічному аспекті розглядається переважно зарубіжними дослідниками. В Україні ця проблема досліджується здебільшого з позицій економічного підходу. З українських цікавих психологічних досліджень підприємництва слід зазначити роботи О. Креденцер і М. Винницького, які можуть скласти добротні засадничі передумови поглибленого вивчення підприємливості як творчості [3, 8].

Мета статті: визначити поняття «підприємливість» та проаналізувати особливості підприємницької творчості.

Виклад основного матеріалу та результатів дослідження. Категорії «підприємство», «підприємець» та «підприємливість» співвідносяться так: підприємство є соціально-економічним інститутом, який визначається наявністю особливого класу діячів – підприємців; підприємці – це група людей, які складають основний структурний компонент підприємства як соціального інституту; підприємливість – це властивість підприємців, яка визначає сутність підприємства як соціального інституту.

У порядку співвідношення цих понять у визначеному нами ланцюжку побудуємо структуру основного змісту статті.

Підприємство як соціальний інститут. У реальному житті люди, групи людей, які займають різне становище у суспільстві й беруть неоднакову участь в економічній, політичній, духовній сферах життєдіяльності, вступають між собою у різноманітні стосунки. Щоб забезпечити сталість соціальних відносин, суспільство виробило своєрідну систему, яка узгоджує взаємодію його елементів – соціальні інститути – досить стійкі форми організації та регулювання спільної діяльності людей. Цим самим соціальні інститути виконують функцію механізму, що забезпечує соціальний порядок, інтеграцію, стійкість і стабільність суспільства, його відтворення. Отже, соціальні інститути – це форми спільної діяльності людей, форми соціальної практики, що історично виникають для організації суспільного життя, забезпечення стійкості зв'язків і відносин в різних сферах суспільства. На важливості функціональної ролі соціальних інститутів у контексті цілісності суспільства наголошував Е. Дюркгейм. А ще до нього Г. Спенсер зазначав, що соціальні інститути є «каркасом суспільства» і виникають внаслідок процесу його диференціації.

«Підприємство» – це соціальний інститут, який виник з потреб суспільства епохи капіталізму як краща форма організації процесу праці. Такі властивості підприємства як відділення від домашнього господарства, орієнтація на товарний ринок, раціональна бухгалтерська звітність, юридично оформлений розподіл капіталу підприємства найкращим чином забезпечують процес виробництва, регулюють соціальні зв'язки в господарській сфері, виконують нормативно-розподільну функцію, формують економічний потенціал суспільства, підтримують стійкість його соціальної структури.

Відмічені характеристики підприємства закріплено та регламентовано законом як чітка організаційна та правова структура, що характеризується особливим стилем діяльності, стилем життя, особливою субкультурою зі всіма характерними ознаками.

Економічною основою підприємницької діяльності є приватна власність. Основою відносин власності є відносини привласнення засобів та результатів виробництва, складовими яких є відносини володіння, розпорядження та користування. Історія не знає прикладів переходу до ринкової економіки без опори на приватну власність. Відомо, що такі форми власності, як групова, колективна, кооперативна, акціонерна, пайова, історично виникли як результат розвитку приватної власності. Приватна власність об'єктивно сприяє збереженню ресурсів. Право володіння власністю змушує працювати людину більше і продуктивніше, що, у свою чергу, веде до економічного зростання.

Отже, приватна власність виступає економічною основою підприємства і розкриває простір для його функціонування і розвитку. Не дивно, що Адам Сміт вважав власність основою підприємства. У сучасних умовах підприємство виступає основним напрямом удосконалення господарської діяльності. Світовий досвід переконливо доводить, що сьогодні без розвитку різних форм підприємницької діяльності подальший розвиток економіки неможливий.

Виникає питання: що є визначальною особливістю підприємства як соціально-економічного інституту?

На це питання дали відповідь класики економічної психології (М. Вебер, Й. Шумпетер, В. Зомбарт), виділивши в структурі підприємства такий **особливий компонент як клас підприємців**, які наділені особливою творчістю – підприємливістю. Підприємець – це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, що спрямована на виробництво товарів та надання послуг з

метою одержання прибутку або особистого доходу і передбачає здійснення нововведень. Підприємець – це суб'єкт, котрий поєднує в собі комерційні, організаторські та новаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів і методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

Прагнення підприємця отримати високий прибуток спонукає його творчо застосовувати свої здібності, йти на ризик, сумлінно працювати. Він прагне проявити себе як особистість, реалізувати свої ідеї, зробити їх надбанням суспільства. Усе це робить підприємницьку діяльність локомотивом економічного, соціального і культурного розвитку суспільства. Прогрес суспільства може забезпечуватись тільки завдяки реалізації такої функції підприємців як надання динаміки економічній системі, яка за своєю природою тяжіє до стагнації (рівноваги). Сутність класичної теорії цінової рівноваги попиту/пропозиції докладно описана Й. Шумпетером. Він вважав, що всі економічні процеси мають тенденцію до рівноваги, яка виявляється в тому, що з часом у кожній галузі в результаті конкуренції відбувається врівноваження цін. З часом це врівноваження досягає такого рівня цін, за якого підприємство може стати неприбутковим і, відповідно, економіка загалом може припинити зростати. Тому потрібен чинник змін, який «творчо зруйнує» тенденцію до рівноваги (стагнації). Саме цим чинником змін виявляється «підприємець-інноватор», що знаходить новий спосіб виробництва, у результаті якого з'являється новий товар з новою ціною, яка буде поступово падати, поки не досягне рівноваги, і яку теж потрібно буде зруйнувати новими чинниками змін і т.д. Так відбуваються прогресивні зміни, так рухається виробництво, а з ним – і суспільство.

Отже, необхідно розрізнити поняття «підприємництво» і «підприємливість». *Підприємництво – це соціальний інститут, складовою якого є особливий клас людей – підприємці, що наділені підприємливістю* як вмінням шукати, вимагати, знаходити і комбінувати найрізноманітніші можливості досягнення мети.

Розглянемо більш детально **особливості підприємливості**. Науковці єдині щодо думки, що успішні економічні інновації впроваджуються людьми, які крім того, що є творчими, ще й «підприємливі». Щоб окреслити зв'язок між творчістю й підприємливістю як успішно впровадженою інновацією, слід спочатку визначити, що саме робить людину «підприємливою». Першим науковцем, що замислився над цим, був французький економіст Жан-Батіст Сей, який ще на початку 19-го століття визначив «підприємця» як особу, що переміщує економічні ресурси з низькоприбуткових галузей до тих, у яких віддача від капіталу вища [16]. Для Ж.-Б. Сея і Й. Шумпетера «підприємець» – це інакшодумець, тобто, він бачить нові можливості там, де інші їх не бачать; це творча людина (інноваційна), тому що продукує новизну, якої в економіці на даний момент немає (товар, послугу, метод збуту, технологію виробництва і т.д.). Найбільший внесок у дослідження підприємливості як соціально-психологічного феномену, притаманного особливій групі людей – підприємцям, зробив М. Вебер, який наголошував, що особа називається підприємцем, якщо тільки вона здійснює «нову комбінацію» у способі досягнення мети (одержання прибутку, реалізації проекту, створення нової послуги чи вдосконалення існуючої). Підприємливість – це завжди імпровізація, в результаті якої з'являється щось нове. Отже, підприємливість як здійснення прибуткової діяльності потребує творчості. Без наявності ініціативи, творчості і новаторства підприємницька діяльність просто позбавляється смислу.

Розглянемо **споріднені властивості підприємницької та творчої діяльності**. Перша і головна ознака творчості – це наявність свободи. У цьому відношенні підприємницька діяльність споріднена з творчістю, так як підприємництво – це процес, який неможливий без приватної ініціативи. Підприємницька діяльність – це перш за все вільна діяльність, в ній немає місця примушуванню, вона неможлива без свободи. Свобода – це те, що впливає із самої суті людської діяльності як творчості. Свобода в підприємницькій діяльності виявляється в тому, що індивіди вільно вибирають значущі для них ситуації і ролі. Це дає можливість їм краще реалізувати свої можливості, визначити своє місце серед інших учасників процесу. Тому свобода вибору в підприємницькій діяльності здійснюється найбільш повно.

Свобода вибору діяльності передбачає демократичність стосунків між членами суспільства. Ось чому підприємницька діяльність може розгортатись лише в демократичному суспільстві, в якому кожен несе відповідальність за самого себе. Свобода вибору є важливим моментом в діяльності підприємця, що відповідає природному прагненню звільнитися від опіки, керівництва, контролю, тобто – потреби людини в свободі. Ось чому ринкова економіка може функціонувати лише на основі демократії.

Ринкові комунікації, котрі є продовженням відкритих інформаційних комунікацій, потребують свободи для виконання пошукової функції. Конкуренція, як правило, відсіває найменш ефективні засоби виробництва так само, як відкрита наукова або політична полеміка відкидає найбільш слабкі аргументи. У цьому виявляється породжуючий ефект ринкових комунікацій, їх механізм процесу творчості. Ринкові комунікації породжують нове знання, отримання якого не обов'язково залежить від здібностей індивідуума, а швидше від способів, якими люди взаємодіють. Джерелом творчості є дії людей, що схиляють інших людей ненасильницькими засобами у бік тих або інших суспільних результатів. У цьому зв'язку М. Винницький, посилаючись на зарубіжні джерела, пропонує для аналізу ринкових комунікацій як механізму творчості в підприємницькій діяльності запровадити поняття «малої демократії» [3]. Спираючись на дослідження американського економіста Д. Лавой, він визначає феномен «малої демократії» як тип поведінки учасників діалогу, який характеризується орієнтацією на такі цінності як: взаєморозуміння, відкритість, незавершеність, автономія, публічність. Поширюючи цінності «малої демократії» на економіку, Л. фон Мізес і Ф. А. фон Хайек створили концепцію системи вільного ринку в контексті демократії, або «економічну демократію», яка, запозичивши фундаментальні цінності «малої демократії» і застосувавши їх

на практиці, довела, що умови, в яких діє система вільного ринку, є найбільш ефективними для розвитку економіки [9,18]. Концепція системи вільного ринку базується на таких принципах: принцип відкритості в мовному діалозі, який відповідає в царині економіки принципу вільного виходу на ринок; принцип незавершеності будь-якого діалогу, якому відповідає відносна незавершеність будь-якої економічної діяльності; принцип права недоторканності приватної власності, який спрямовано на захист автономії суб'єктів ринкового процесу; принцип публічності, який є необхідним для виконання ринком комунікативної функції.

Обмеження свободи ринку, як і свободи слова, заважає процесу адекватного навчання і самонавчання суспільства. Тому в умовах обмеження свободи слова і ринку люди отримують неадекватну інформацію, яка призводить їх до неадекватних дій. Підприємницька діяльність споріднена з творчою, бо обидві вони базуються на можливостях індивідуального вибору відповідно до свого характеру, уподобань, цілей. Розглянута з цих позицій підприємницька діяльність, виявляючись вільно обраною, є спробою утвердити себе, виразити себе, свою індивідуальність, виявити свої творчі здібності.

Отже, включення до складової підприємницької діяльності прагнення до новаторства, реалізації власної ідеї, виявлення своєї індивідуальності, можливість самовираження, саморозвитку особистості дозволяє оцінювати її як творчу. Ціллю підприємницької діяльності є прагнення до досягнення успіху, прагнення перевершити себе або іншого в кмітливості, витримці. Досягнення цієї цілі надає великого задоволення, створює позитивний емоційний настрій. Таке трактування підприємницького етосу дозволяє представити підприємництво як істинно людську діяльність, яка може бути захоплюючою, азартною грою. Для підприємницької і ігрової діяльності спільним є те, що ці діяльності є надзвичайно привабливими для їх суб'єктів. Грають «на інтерес». У цьому виражається якомога лаконічно сутність гри. Як стверджує Й. Хейзинга, у здатності гри доводити гравців до нестями криється сутність гри, її споконвічна якість [19]. Таке ж саме захоплення діяльністю відбувається у прагненні до успіху як до перемоги над суперниками у конкуренції. Прагнення змагатись, перевершити інших, і на правах першого удостоїтись почесні, тобто те, що називають агональністю, закладено в самій природі людини, в її інстинктах. Змагальність, агональність – важлива ознака творчої діяльності. Прагнення бути першим виражає себе у такій кількості форм, в якій кількості суспільством надається можливостей. У всіх проявах змагання підприємливість як творча діяльність є для її суб'єктів захоплюючою. Підприємництво – це азарт, в основі якого лежить готовність до ризику, енергія напруги як невід'ємний елемент змагання, конкуренції. Слід відмітити, що одержання цього афективного суб'єктивного стану набуває для особистості статусу внутрішньої спонукальної функції, бо емоційність є однією із основних структур мотивації поведінки, яка накладає вирішальний відбиток на все духовне обличчя індивіда, величезною мірою визначаючи його соціальну поведінку (Б.І. Додонов).

Отже, більшість дослідників вважають підприємливість творчою стороною особистості підприємця, яка виявляється в його інноваційній діяльності. У зв'язку з цим виникає питання: чи існують якісь *відмінності (особливості) творчості підприємця*, що відображені в самому терміні «підприємливість» порівняно з творчістю у інших професіях, і якщо так, то які?

Розглянемо питання **підприємливість як особлива творчість**. У літературі з цієї проблеми традиційно особливості підприємливості пояснюються домінуванням в творчості, як системі особистісних якостей одного із структурних її компонентів, певної індивідуально-психологічної риси (найбільше звертається увага на раціональність, інноваційність, ризик, відповідальність тощо). Існують моделі, в яких подано дуже детальний перелік особистісних рис підприємливої людини. Наприклад, В.В. Рибалко поклав в основу структури своєї моделі три виміри: соціально-психолого-індивідуальний, діяльнісний та генетичний. Модель складається із п'яти етапів і до неї входять 307 якостей особистості [15].

Незважаючи на цікавість таких психологічних досліджень, ми погоджуємось з думкою українського економічного психолога М. Винницького, що «пошук особливих психологічних рис серед підприємців є марною справою і взагалі неправильним з точки зору науки. Справа в тому, що гіпотеза про особливість психіки підприємців походить від помилкового ототожнення їхньої інноваційності з проривними «проблесками геніальності» [3]. Під «проблесками геніальності» автори цього терміну розуміють особливі здібності, які розвиваються на основі вроджених анатомо-фізіологічних задатків. Зокрема, американські дослідники Пітер Друкер, Р. Ричард і Д. Кінней, вивчаючи здібності до підприємництва, виділяють вроджену «творчу потенцію» як основу формування успішної підприємницької діяльності [4, 7]. Не заперечуючи цього припущення щодо біологічної сторони підприємливої творчості, хочемо звернути увагу на те, що в розглянутих вище моделях підприємця йдеться про творчість взагалі, без співвіднесення цієї діяльності з історичною ситуацією, в якій вона здійснюється. Творчість підприємця – це не тільки інноваційна, але й предметна діяльність, яка є умовою і способом організації універсального соціального зв'язку між людьми (йдеться про творчість на соціальному рівні). Наприклад, автоматичний пристрій, як результат творчості генія у стародавньому Римі, не набув характеру універсального соціального зв'язку між людьми, не був затребуваним суспільством, не став у той час основою суспільного розвитку. Це винахідництво випередило «свій час», тому воно може вважатись результатом творчості взагалі, а не підприємливості як «особливої творчості», бо, як ми вже зазначали, функцією підприємців є бути агентами економічних змін у суспільстві.

Історичних прикладів творчих геніїв, задуми яких ніколи не стали успішними інноваціями, безліч. І хоч ми можемо захоплюватися кмітливостю, економічної користі від їхньої творчої діяльності ані їм самим,

ані суспільству немає. Як найбільш яскравий приклад вияву передчасної геніальності М. Винницький наводить ідею гелікоптера, яка лише через декілька століть змогла реалізуватись завдяки творчій винахідливості І. Сікорського.

Приклади економічно невдалих проявів творчості геніїв свідчать про те, що не всяка творча ідея може стати економічно успішною, а відтак – не можна отожднювати творчість з підприємливістю. Звісно, що підприємлива людина повинна бути творчою. Звісно, що творчість у підприємстві потрібна, у першу чергу, для того, щоб шукати можливості для інновацій там, де інші їх не бачать, проте для успішної підприємливої діяльності потрібна не тільки геніальна ідея, але й *дія підприємця*, завдяки якій було б можливим, реалізувавши інновацію, змінити суспільство. У зв'язку з цим слід розрізняти творчість як створення нової ідеї і творчість як підприємливість, яка потребує дії підприємця. Саме тому новації, які випереджають історичний час, вважаються творчими ідеями взагалі, але не можуть вважатись творчими складовими підприємливості.

Отже, як свідчить багато прикладів, **підприємливість вимагає «особливої творчості»**. Ця особливість полягає, по перше, в тім, що творча ідея повинна бути затребуваною суспільством. Економічну користь мають такі нововведення, які потрібні споживачеві, а не ті, що здаються інноваційними винахіднику, бо інновація має шанс на впровадження в результаті реальних змін в уподобаннях, а не змін, які прогнозуються на майбутнє. По-друге, особливості творчості в підприємстві полягають також у тому, що творча ідея впроваджується в людське буття в конкретній соціально-економічній ситуації, яка не завжди є визначеною, проте особливості і закономірності якої потрібно враховувати у визначенні особливостей домінуючої складової підприємливої творчості. Зокрема, така властивість підприємливості як готовність до ризику в ситуації, яка потребує мінімізації невизначеності, буде змінюватись у напрямку збільшення обережності у застосуванні нововведень.

Щодо обережності як поміркованого ризику американський економічний психолог Пітер Друкер, аналізуючи джерела підприємливих комерційних інновацій, зауважує, що інноваційність, що асоціюється з останнім джерелом нововведень, застосовується підприємливими людьми вкрай рідко, оскільки часто вони не відповідають реальним потребам споживачів і потребують значних затрат праці та грошей для їх доведення до стану, в якому їх уже можна впроваджувати в формі прибуткового продукту чи послуги [4]. Так у підприємців буде виявлятися підприємливість як «особлива творчість».

Сутність дії успішного підприємця полягає не тільки у творчому задумі, але й у бажанні і вмінні впроваджувати інновацію. «Просто творчості» тут явно замало, потрібні рушійні сили підприємництва і дії, націлені на те, щоб з інновації у можливості «вродити» реальну інновацію, представити ідею у вигляді продукту чи послуги, які можна продавати. А це вимагає залучення ресурсів, потребує від підприємця організаторських здібностей, мати сміливість (ризик) «творчо зруйнувати» встановлені системи відповідних галузей чи ринків, прорахувати можливі невдачі від своєї справи і діяти так, щоб мінімізувати ризики. Хоча підприємці часом роблять помилки, але діють вони саме так, і в цьому виявляється їх підприємливість як «особлива творчість».

Висновки:

1. Категорії «підприємництво», «підприємець» та «підприємливість» співвідносяться так: підприємництво є соціально-економічним інститутом, який визначається наявністю особливого класу діячів – підприємців; підприємці – це група людей, які складають основний структурний компонент підприємництва як соціального інституту; підприємливість – це властивість підприємців, яка визначає сутність підприємництва як соціального інституту.

2. Підприємливість являє собою здатність підприємця виконувати функцію агента зміни виробництва завдяки наявності у нього творчих здібностей до інноваційної економічної діяльності, яка спрямована на прогресивний розвиток суспільства.

3. Підприємливість є творчою стороною особистості підприємця, яка виявляється в його інноваційній діяльності. Ознаки спорідненості підприємливості та творчості виявляються: у можливості індивідуального вибору діяльності відповідно до своїх уподобань; прагненні до новаторства; можливості самовираження; саморозвитку особистості.

4. Творчість у підприємницькій діяльності є «особливою творчістю». Ця особливість полягає в тім, що творча ідея повинна бути затребуваною суспільством і мати економічну користь. Економічну користь мають нововведення, які потрібні споживачеві у повсякденні, а не ті, що здаються інноваційними винахіднику. У зв'язку з цим слід розрізняти творчість як створення нової ідеї і творчість як підприємливість, яка потребує дії підприємця. Саме тому новації, які випереджають історичний час, вважаються творчими ідеями взагалі, але не можуть вважатись творчими складовими підприємливості.

5. Структурні складові системи творчості, які виділяються в моделях підприємливості різними авторами як домінуючі, трансформуються під впливом конкретної соціально-економічної ситуації, в якій здійснюється підприємлива діяльність. Оскільки ця ситуація не завжди є визначеною, то домінування складової підприємливої творчості може виявлятися помірно. Зокрема, така властивість підприємливості як готовність до ризику в ситуації, яка потребує мінімізації невизначеності, буде змінюватись відповідно з появою обережності у нововведеннях. Так виявляється підприємливість як «особлива творчість».

Перспектива подальших досліджень поставленої проблеми нами вбачається у створенні теоретичної моделі підприємливої особистості як соціального типу особистості сучасного соціально-економічного, духовного і культурного середовища.

Список використаних джерел

1. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры /А.И.Агеев. – М.: Наука, 1991. – 180 с.
2. Вебер М. Избранные произведения / М. Вебер; [пер. с нем. Ю.Н. Давыдова] – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
3. Винницький М. Підприємливе суспільство: чи достатньо «простої» творчості? / М.Винницький // журнал «Києво-Могилянська Бізнес Студія». – 2007. - №17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/strategy/str144.html>
4. Drucker, Peter F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles NY : Harper&Row, 1985.
5. Доллан Дж., Линдсей Э. Рынок: макроэкономическая модель /Дж. Доллан, Э. Линдсей – СПб.: Питер, 1991. – 450 с.
6. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории развития современного экономического человека / В. Зомбарт; [пер.с нем.] – М.: Наука, 1994. – 443 с.
7. Katz, J. A. «Understanding the entrepreneur in the growth process: a review and theory» / Katz, J. A., Peters, S. // International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, vol. 1, No. 3/4, pp. 366#380, 2001.
8. Креденцер О.В. Розвиток внутрішньоорганізаційного підприємництва в умовах соціальної напруженості: психологічний аспект / О.В. Креденцер // Актуальні проблеми психології : Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України. – 2017. – Том I : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. – Випуск 46. – с. 39–45.
9. Мизес Л. Человеческая деятельность. / Л. Мизес – М.: Прогресс, 2001. – 380 с.
10. Макклелланд Д. Мотивация человека / Д. Макклелланд; [пер. А. Богачев, З. Замчук, Е. Трифонова, Е. Трофимов, Е. Ильин – СПб.: Питер, 2007. – 672 с.
11. Москаленко В.В. Підприємливість як міра економічної соціалізованості особистості ринкової економіки / В.В. Москаленко // Соціалізація особистості : монографія / В. Москаленко – К.: Фенікс, 2013. – с. 375-381.
12. Найт Ф. Риск, неопределенность и прибыль / Ф. Найт; [пер. с англ. М.Я. Каждана. – М.: Дело, 2003. – 543 с.
13. Предпринимательство в конце XX века. / А.А.Дипкин, А.Р.Стерлих, И.В. Тулин и др.. – М.: Наука, 1992. – 370 с.
14. Райзберг Б.А. Предпринимательство и риск. / Б.А. Райзберг. – М.: Знание. Серия экономика. – 2001. –№ 4. – с. 27-32.
15. Рибалко В.В. Психологія розвитку творчої особистості: навч. посіб. / В.В. Рибалко. – К.: ИЗМН, 1996. – 236 с.
16. Сей Ж.-Б. Трактат политической экономики. / Ж.Б. Сей – М.: Прогресс, 1986. – 81 с.
17. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. / А. Смит – М.: Прогресс, 1962. – 600 с.
18. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия. / Ф. Хайек // Мировая экономика и международные отношения. – 1989.– № 12 – с. 33-41.
19. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий. В тени завтрашнего дня. / Й. Хейзинга. – Пер с нидерл. / Общ.ред и послесл. Г.М.Тавризян. – М.: Прогресс. 1992. – 464 с.
20. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство или как завести собственное дело и добиться успеха. – Москва : Прогресс-Универс., 1991 – с.160.
21. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / Й. Шумпетер – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.
22. Юнг К. Г. Психологические типы / К. Г. Юнг; [пер. с нем. С. Лорие, В.В. Зеленского. – СПб.: Азбука, 2001. – 732 с.

Spysok vykorystanykh dzherel

1. Ageev A.I. Predprinimatel'stvo: problemy sobstvennosti i kul'tury /A.I.Ageev. – М.: Наука, 1991. – 180 с.
2. Veber M. Izbrannye proizvedeniya / M. Veber; [per. s nem. Ju.N. Davydova] – М.: Progress, 1990. – 808 s.
3. Vynnytskyi M. Pidpriemlyve suspilstvo: chy dostatno «prostoi» tvorchosti? / M.Vynnytskyi // zhurnal «Kyievo-Mohylianska Biznes Studii». – 2007. - №17. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.management.com.ua/strategy/str144.html>
4. Drucker, Peter F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles NY : Harper&Row, 1985.
5. Dollan Dzh., Lindsej Je. Ryнок: makroekonomicheskaja model' /Dzh. Dollan, Je. Lindsej – SPb.: Piter, 1991. – 450 s.
6. Zombart V. Burzhua. Jetjudy po istorii razvitija sovremennogo jekonomicheskogo cheloveka / V. Zombart; [per.s nem.] – М.: Nauka, 1994. – 443 s.
7. Katz, J. A. «Understanding the entrepreneur in the growth process: a review and theory» / Katz, J. A., Peters, S. // International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, vol. 1, No. 3/4, pp. 366#380, 2001.
8. Kredentser O.V. Rozvytok vnutrishnoorhanizatsiinoho pidpriemnytstva v umovakh sotsialnoi napruzhenosti: psykholohichniy aspekt / O.V. Kredentser // Aktualni problemy psykholohii i Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H.S.Kostiuka NAPN Ukrainy. – 2017. – Том I : Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Sotsialna psykholohiia. – Vypusk 46. – s. 39–45.
9. Mizes L. Chelovecheskaja dejatel'nost'. / L. Mizes – М.: Progress, 2001. – 380 s.
10. Makklelland D. Motivacija cheloveka / D. Makklelland; [per. A. Bogachev, Z. Zamchuk, E. Trifonova, E. Trofimov, E. Il'in – SPb.: Piter, 2007. – 672 s.
11. Moskalenko V.V. Pidpriemlyvist yak mira ekonomichnoi sotsializovanosti osobystosti rynkovoї ekonomiky / V.V. Moskalenko // Sotsializatsiia osobystosti : monohrafiia / V. Moskalenko – К.: Feniks, 2013. – s. 375-381.
12. Najt F. Risk, neopredelennost' i pribyl' / F. Najt; [per. s angl. M.Ja. Kazhdana. – М.: Delo, 2003. – 543 s.
13. Predprinimatel'stvo v konce HH veka. / A.A.Dipkin, A.R.Sterlih, I.V. Tulin i dr.. – М.: Nauka, 1992. – 370 s.
14. Rajzberg B.A. Predprinimatel'stvo i risk. / B.A. Rajzberg. – М.: Znanie. Serija jekonomika. – 2001. –№ 4. – с. 27-32.
15. Rybalko V.V. Psykholohiia rozvytku tvorchoї osobystosti: navch. posib. / V.V. Rybalko. – К.: YZMN, 1996. – 236 с.
16. Sej Zh.-B. Traktat politicheskoy jekonomiki. / Zh.B. Sej – М.: Progress, 1986. – 81 s.
17. Smit A. Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov. / A. Smit – М.: Progress, 1962. – 600 s.

18. Hajek F. Konkurencija kak procedura otkrytija. / F. Hajek // Mirovaja jekonomika i mezhdunarodnye otnoshenija. – 1989.– № 12 – s. 33-41.
19. Hejzinga J. Homo Ludens.Chelovek igrajušhij. V teni zavtrashnego dnja. / J. Hejzinga. – Per s niderl. / Obshh.red i poslesl. G.M.Tavrizjan. – M.: Progress. 1992. – 464 s.
20. Hizrich R., Piters M. Predprinimatel'stvo ili kak zavesti sobstvennoe delo i dobit'sja uspeha. – Moskva : Progress-Univers., 1991 – s.160.
21. Shumpeter J. Teorija jekonomicheskogo razvitija. Kapitalizm, socializm i demokratija / J. Shumpeter – M. : JeKSMO, 2007. – 864 s.
22. Jung K. G. Psihologicheskie tipy / K. G. Jung; [per. s nem. S. Lorie, V.V. Zelenskogo. – SPb. : Azbuka, 2001. – 732 s.

Moskalenko, V.V., Sylva, T.I. Entrepreneurship as creative work. The article analyzes the concept and content of the phenomenon of entrepreneurship. The authors analyze the concepts of entrepreneurship, entrepreneur and enterprise. It is argued that the entrepreneurship is a socio-economic institution, which is determined by the presence of a special class of entrepreneurs; entrepreneurs are a group of people who make up the main structural component of entrepreneurship as a social institution; enterprise is an entrepreneurs' trait that characterizes the essence of entrepreneurship as a social institution. Enterprise is the entrepreneur's ability to act as an agent of change in production because of his abilities to perform innovative economic activities with the aim of social progress. The authors analyze the connections between enterprise and creativity. Enterprise and creativity are quite close in meaning because they imply the individuals' making a choice according to their preferences, their desire for innovation, self-expression and self-development. The authors conclude that creativity in entrepreneurship is special creativity, which means that a creative idea should be wanted by society and bring economic benefit. The economic benefit of the innovation is its real ability to meet consumers' everyday needs, rather than its hypothesized usefulness as viewed by the innovation's inventor. Given this, it is necessary to distinguish between creativity as the creation of new ideas and creativity as an enterprise that requires the entrepreneur's actions. That is why innovations that are ahead of their time are general creative ideas, but not creative components of enterprise. The components of the system of creativity, which are considered as dominant in different models of enterprise, are transformed under the influence of a specific socio - economic situation, in which entrepreneurial activity is carried out. Since this situation is not always definite, the dominance of the component of an entrepreneurial creativity may be moderate. In particular, such a feature of individuals' enterprise as readiness to take risks in ambiguous situations, change as the individuals become more cautious about making innovations. Thus, enterprise appears to be special creativity.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, enterprise, creativity, special creativity, innovation activity, risk.

Відомості про авторів

Москаленко Валентина Володимирівна, доктор філософських наук, професор, головний науковий співробітник лабораторії психології творчості Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Moskalenko, Valentina Volodymyrivna, Dr., Prof., chief researcher, Laboratory of psychology of creativity, G.S. Kostyuk Institute of Psychology, NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

E-mail: moskavv@ukr.net

Сила Тетяна Іванівна, кандидат психологічних наук, доцент, Декан факультету соціальних технологій, оздоровлення та реабілітації Чернігівського національного технологічного університету, м. Чернігів, Україна.

Sylva, Tetiana Ivanivna, PhD, Assoc. Prof., Dean, Faculty of social technologies, health and rehabilitation, Chernihiv National University of Technology, Chernihiv, Ukraine.

E-mail: ttartachnyk@yahoo.com