

## ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Зубіашвілі Ірина Костянтинівна<sup>1</sup>, Мельничук Тетяна Іванівна<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> Кандидатка психологічних наук, провідна наукова співробітниця Інституту психології імені Г.С.Костюка Національної академії педагогічних наук України, м. Кієв (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3642-8159>

<sup>2</sup> Кандидатка психологічних наук, провідна наукова співробітниця Інституту психології імені Г.С.Костюка Національної академії педагогічних наук України, м. Київ (Україна)  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5205-9958>

UDC: 159.922.7:005.8-057.875

### ABSTRACT

У статті представлено результати емпіричного дослідження особливості ставлення студентської молоді до підприємницької діяльності, підкреслюється роль молоді та її участі у виборі професії, мотивах підприємницької діяльності. Розглянуто теоретичні основи дослідження цінностей та професійно-ціннісних орієнтацій студентської молоді на заняття підприємницькою діяльністю. Вивчено чинники, що впливають на оцінку роботи у структурах малого бізнесу. Проаналізовано роль та місце підприємницької діяльності у життєвих планах молодих людей. Особливу увагу приділено мотивації підприємницької діяльності, її привабливості для молоді. Вивчено чинники, які, на думку студентів, стримують розвиток малого підприємництва в Україні, а також бажані форми підтримки підприємців з боку держави. Виявлено соціально-психологічні чинники, що впливають на вибір підприємницької діяльності як способу професійного самовизначення студентської молоді. Результати дослідження можуть бути використані як рекомендації щодо проведення роботи з професійної орієнтації учнів, молодих робітників, а також для вдосконалення форм державної підтримки малого підприємництва в Україні.

**Ключові слова :** підприємницька діяльність, чинники, молодь, опитування, ціннісні орієнтації, мотивація.

**Постановка проблеми.** Становлення ринкових відносин та глибокі перетворення в українському суспільстві, поява вільного підприємництва гостро ставлять питання про роль молоді та її участь у реформах, вибір професії та занять, мотиви підприємницької діяльності. Особливу увагу нині, враховуючи проблему відновлення економіки України після війни, приділено малому бізнесу, його ролі та місцю в економіці країни.

Актуальність досліджуваної теми обумовлена значимістю малого підприємництва для економічного життя нашого суспільства та величезної роллю молоді у його розвитку.

Молодь – це особлива соціально-демографічна група, що має значний потенціал, найбільш гостро та динамічно реагує на зміни в державі та суспільстві. Отже, молодь має більший потенціал і здатність до підприємницької діяльності, ніж інші категорії населення. Залучення молоді до підприємницької діяльності є важливим чинником соціалізації підростаючого покоління, забезпечення трудової зайнятості. Отже, формування умов розвитку молодіжного підприємництва – найважливіший аспект підтримки економіки, у тому числі в умовах соціально-економічної кризи.

**Аналіз останніх досліджень і публі-**

Address for correspondence, e-mail: [editpsychas@gmail.com](mailto:editpsychas@gmail.com)  
Copyright: © Iryna Zubiashvili, Tetiana Melnychuk

This is an Open Access journal, all articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-NC-SA 4.0) License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>), allowing third parties to copy and redistribute the material in any medium or format and to remix, transform, and build upon the material, provided the original work is properly cited and states its license.

**кацій.** Істотний внесок у розвиток уявлень про психологію підприємництва зробили німецькі соціологи Вебер (2013) та Sombart (2001), що дали розгорнуті соціально-психологічні портрети типів підприємців. Сучасне розуміння підприємництва як економічного явища та його ролі в економічному розвитку представлено у роботах Schumpeter (2007), Drucker (1992) та ін.

У зарубіжній літературі також розроблено різні аспекти підприємницької діяльності. Особливий інтерес для нас становлять роботи, який проаналізував швидкі інституційні зрушення та коеволюцію підприємницьких фірм у країнах із перехідною економікою. Audretsch (2012) розкрив особливості підприємницької економіки в умовах капіталізму та демократії у XXI столітті, а також трансфер технологій у глобальній економіці. Carree, Martin, Thurik (2010) вивчали вплив підприємництва на економічне зростання у суспільстві. Lin (2015) показав вплив міжфункціонального співробітництва на комерціалізацію технологій у високотехнологічних галузях, а Singer (2015) прагнув виявити тенденції підприємництва з допомогою глобального моніторингу.

У літературі з менеджменту – Werung (2006), Drucker (1992) виконання підприємницьких функцій пов'язане 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.

Серед вітчизняних досліджень велику увагу ролі психологічних чинників у підприємницької діяльності приділяли Карамушка і Худякова (2011), Креденцер (2019), Гой і Смелянська (2013). Характерною особливістю українських робіт, присвячених підприємству, є підвищена увага до соціально-психологічних аспектів цього феномену: проблем спілкування, взаємодії та взаємин між людьми та групами у господарській діяльності підприємства

**Виокремлення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Темі розвитку підприємництва присвячені різні дослідження, які розглядають інструменти формування підприємницьких компетенцій, структуру готовності до підприємницької діяльності, підприємство з погляду екосистеми і соціального спрямування цієї діяльності та ін.

Аналіз наукових джерел дозволив встановити, що для розвитку сучасної економіки потрібно підготувати фахівців з новими особистісно-діловими якостями, які дозволять випускникам закладів вищої освіти впевнено почуватися при вступі до підприємницьких відносин, грамотно та креативно вирішувати підприємницькі завдання, що виникають. Але, як показує аналіз досліджень, не виявлено соціальні уявлення молоді про підприємництво, настрої молоді (чи готові йти на ризик, як сприймається підприємництво. формується базис знань, поведінкові компетенції та конс-

трукти), рівень поінформованості молоді про організації, які здійснюють державну підтримку малого підприємництва та ін. На підставі вищевикладеного зроблено висновок про необхідність вивчення ставлення студентської молоді до підприємництва з метою формування підприємницької компетентності, що сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності на ринку праці та забезпеченню економіки країни потрібним кадровим базисом.

**Мета дослідження** – дослідити соціально-психологічні особливості ставлення студентів до підприємницької діяльності.

**Наукове обґрунтування методології проведеного дослідження.** Для досягнення мети статті використовувалися теоретичний аналіз проблеми ставлення студентів до підприємницької діяльності та її емпіричне дослідження (опитування). Вивчення літератури, різних документів дозволяє сформулювати як основний методологічний принцип діяльнісний підхід.

**Виклад основного матеріалу.** Історичний аналіз розвитку поняття «підприємець» (від фр. entrepreneur – підприємець) показує, що це поняття з'явилося в Західній Європі в середні віки і спочатку означав організаторів великих музичних уявлень та парадів, а також будівельних та виробничих проектів. Потім, починаючи з XVII сторіччя, так називали осіб, які уклали з державою контракт на виконання певних робіт або постачання продукції та 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 відмінними 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). У феномені підприємництва найбільш чітко проявляється взаємодія соціально-економічного та соціально-психологічного компонентів ділової активності суб'єкта.

Молодь через свій вік перебуває у процесі пошуку професійного роду діяльності і нерідко зупиняє свій вибір на підприємстві. Щодо мотивів створення малого підприємства пропонуються різні міркування. Так, наприклад, американський економіст, лауреат Нобелівської премії Пол Самуельсон стверджує, що люди завжди хочуть розпочати самостійну справу. Якщо навіть їм ніколи не вдасться заробити більше, ніж кілька тисяч доларів на рік, все ж таки є щось привабливе в можливості будувати власні плани та виконувати різноманітні завдання (Ahlstrom, 2010).

Малий бізнес є незамінною складовою ринкової економіки. У всіх країнах із ринковою економікою мале підприємництво посідає чільне місце у виробництві товарів та послуг. На малих підприємствах крім послуг виробляються не лише товари соціокультурного та побутового призначення, а й комплектуючі для великих промислових підприємств. Отже, вони є невід'ємною ланкою економічної системи країни.

Найважливішу роль у малому бізнесі грає молодь, яка з властивими їй енергією, ентузіазмом та творчою активністю орієнтована на пошук нових сфер застосування своїх сил, нові перспективні види професійної діяльності, що особливо велике значення має в умовах цифровізації економіки, масштабного розвитку та впровадження комп'ютерних технологій. Молодь має сучасні знання, велику гнучкість, здатність опановувати нові професії. Виробництво нових товарів та послуг, як правило, починається з ідеї, що реалізується за допомогою ділової енергії, креативності та мотивації молодих підприємців. Безперечно, студентська молодь перебуває на передньому краї розвитку підприємництва у суспільстві, оскільки вікова активність поєднується з набуттям професійних знань та вибором життєвого шляху (Карамушка, Худякова, 2011).

Підприємництво через свої широкі можливості посідає особливе місце у утвердженні економічної свободи та ідеалів громадянського суспільства, є невід'ємним атрибутом розвиненої демократичної держави. Особливе значення має мале підприємництво для сталого зростання добробуту громадян і процвітання суспільства, його економічного та розвитку. Особливе значення має мале підприємництво для сталого зростання добробуту громадян і процвітання суспільства, його економічного та соціального розвитку. Мале підприємництво є важливим джерелом та чинником становлення середнього класу – основи економічної та політичної стабільності у суспільстві та сталого розвитку країни.

Підприємницька діяльність – це вид трудової діяльності, спрямований насамперед на

систематичне отримання прибутку від будь-якого виду робіт, що характеризується наявністю ризику та загрозами зазнати певних матеріальних та інших (статусних, репутаційних) втрат. Підприємництво передбачає і соціальну відповідальність, що проявляється в участі у вирішенні соціальних питань, у справах місцевого співтовариства, у благодійній діяльності. Підприємництво відрізняється від звичайного виробництва та реалізації товарів і послуг тим, що у цій діяльності, як правило, присутні елементи інновації, застосування нових технологій, освоєння чи створення нового ринку, що яскраво проявляється у роботизації, розробці комп'ютерної техніки та програмного забезпечення, засобів мобільного зв'язку та ін. (Ahlstrom, 2010).

Дослідження підприємництва має велике значення для розвитку економічної психології як порівняно молодої 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 (Креденцер, 2019).

Для вивчення мотивації та ставлення до підприємницької діяльності було проведено опитування студентів за авторською анкетною, яке дало змогу відповісти на низку поставлених питань. Усього було опитано 120 студентів Європейського університету (м. Київ) очної та заочної форми навчання. Середній вік студентів – 17-20 років. Цей віковий етап психологи називають періодом юності. Однією з характерних рис цього періоду є серйозні зміни, що відбуваються у сфері самосвідомості людини, уявлення про себе як суб'єкта праці, спілкування і пізнання.

Підприємницька діяльність в Україні набула свого поширення після 1990-х років, коли було знято численні обмеження на приватну підприємницьку діяльність і торгівлю всередині країни та з'явилися сприятливі умови для взаємодії із закордонними партнерами. Нині підприємницька діяльність активно розвивається в нашій країні, все більше людей знаходять у ній джерело свого заробітку та спосіб самовираження, а приклади успішних підприємців звертають до цієї сфери увагу ініціативної студентської молоді. З боку держави зміцнення малого бізнесу стає на сучасному етапі одним із пріоритетних напрямків розвитку української економіки, що переживає процес незавершених ринкових реформ та соціальної трансформації суспільства. Малий бізнес є дуже гнучким і здатний підлаштовуватися під динаміку внутрішнього та зовнішнього економічного та політичного середовища, які у сучасному світі постійно змінюються. Підприємництво також здатне розвивати інноваційний потенціал економіки, впроваджувати

нові технології ( Гой, Смелянська, 2013).

У зв'язку з цим нагальним завданням стає виховання підприємницької компетентності у молоді. Здійснити це покликані навчальні заклади, насамперед університети. Тут зосереджена молодь, зайнята пошуком професійного самовизначення. Молодь – активна частина суспільства, здатна приймати та створювати нове, готове до ризиків підприємницької діяльності.

Мале підприємництво в Україні стикається із проблемами, що стримує його розвиток. Одна з них – стан економіки у зв'язку з повномасштабним вторгненням росії в Україну. Але питання, чи готові майбутні випускники вишів використати свою ініціативу та енергію у підприємницькій діяльності, часто залишається для них відкритим аж до закінчення навчання.

Чи достатньо у молодих людей впевненості у своїх силах, наявності потрібних знань, особистої мотивації, а також впевненості у тому, що у скрутну хвилину можна буде покласти на допомогу держави? Іншими словами, чи створені в країні умови для молодих та енергійних підприємців, готових реалізувати свої задуми та ідеї, чи інститут підприємництва в нашій країні потребує розвитку та вдосконалення? Яке ставлення студентської молоді до підприємництва?

Насамперед ми спробували з'ясувати, що приваблює молоду людину у підприємницькій діяльності. Питання непросте, оскільки широко поширене спотворене уявлення про потенціал підприємницької діяльності, про свободу поведінки та інші привабливі можливості, що рекламуються ЗМІ на прикладах небагатьох

успішних підприємців, які зуміли розбагатіти та закріпитися на ринку. Такі настанови можуть призвести молоду людину до розчарування та кризи ідеалів.

Наше опитування показало, що розраховують на можливість швидко розбагатіти 30% опитаних, можливість мати вільний графік роботи – 22% опитаних студентів. Але варто

тійно чи тимчасово працювала у структурах малого бізнесу. Третина опитаних студентів більш реалістично та критично оцінюють свої знання для організації власного бізнесу, і лише 16% опитаних важко відповісти. Опитані студенти більш адекватно оцінили структуру знань, потрібних підприємцю-початківцю (мал. 2).

Таблиця 1

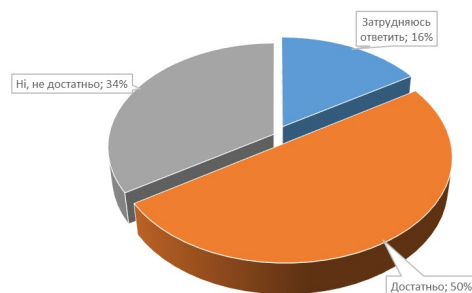
**Привабливість підприємницької діяльності для студентів**

Привабливість підприємницької діяльності	Кількість тих, хто відповів, % від числа опитуваних
Високий зарібок	30
Гнучкий графік роботи	22
Свобода самореалізації	18
Можливість незалежності	12
Корисність суспільству	9
Кар'єрне зростання	6

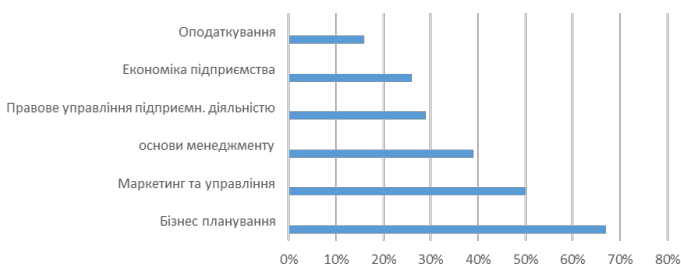
виокремити і тих молодих людей, які дивляться на цей вид діяльності не з прагматичного погляду, а як на можливість реалізувати себе – таких виявилось 18%. Є також студенти, які сприймають підприємництво як можливість набути незалежності (12% опитаних), принести користь суспільству (9%), піднятися у кар'єрному плані (6%) (табл. 1).

Для ведення підприємницької діяльності потрібні спеціальні знання, причому у різних напрямках, насамперед – економічних, управлінських, правових, професійних. Чи достатньо студент володіє цими знаннями? Результати опитування представлені на мал. 1.

Об'єктивно можна констатувати, що з урахуванням вікової категорії та ентузіазму опитуваних нами студентів, половина з них все ж таки вважають, що мають достатньо знань для відкриття власного бізнесу. Ймовірно, студенти завищують рівень своїх знань або спрощують стан справ навіть з урахуванням того, що частина опитаних студентів пос-



**Мал. 1. Результати відповіді на запитання «Чи достатньо у Вас знань для відкриття власного бізнесу?»**



**Мал.2. Бажані студентами форми підтримки підприємців з боку держави**

Справді, економікою та податками мають займатися фахівці, а для підприємця насамперед важливі планування, маркетинг та

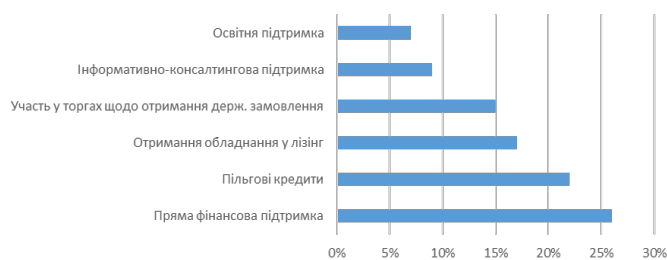
управління продажами. Зрозуміло, у розподілі пріоритетів знань багато залежить від виду діяльності, розмірів підприємства, товарообігу та інших чинників. Розвиток бізнесу залежить від стратегії держави, наприклад, – наскільки сприятливі умови у для розвитку підприємницької активності воно створює. Держава впливає на підприємництво різними засобами, насамперед через законодавство, податкову політику, може надавати підтримку консультаціями, різними пільгами, кредитами, орендою приміщень, створенням інфраструктури обслуговування підприємницької діяльності, наприклад, логістичних центрів.

У багатьох розвинених країнах з ринковою економікою створюються сприятливі умови для розвитку малих підприємств. На них зайнята значна частка економічно активних трудових ресурсів. Так, у США близько половини працездатного населення задіяно на підприємствах малого бізнесу.

Статистичні дані асоціації європейського бізнесу підтверджують, що мале підприємництво у країнах ЄС розвивається стрімко та становить 50–60% у структурі економіки, що вигідно відрізняється від рівня розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. За статистикою, малі підприємства у деяких європейських країнах становлять до половини загальної кількості всіх підприємств.

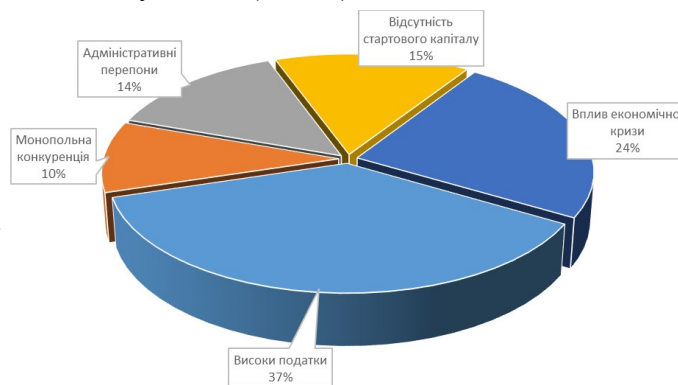
За статистикою, в Україні найбільш складним для становлення бізнесу є початковий етап. Проблеми на перших етапах розвитку зазнають і зарубіжні компанії, що добре видно на прикладі деяких розвинених європейських країн.

Які форми підтримки з боку держави хотіли б бачити студенти – майбутні підприємці? Наше опитування показало, що потенційні підприємці не мають чітких уявлень про ефективність різних заходів державної підтримки малого бізнесу (мал. 3).



Мал. 3. Бажані студентами форми підтримки підприємців з боку держави

Судячи з отриманих даних, опитані студенти явно недооцінюють значущість освітньої підтримки підприємців (зазначили лише 7% опитаних) та переоцінюють важливість фінансової – 26% опитаних, а інформаційно-консалтинговою підтримкою стурбовані лише 9% опитаних студентів. Розвитку підприємництва в Україні, на думку опитаних, заважають насамперед високі податки – так вважає третина студентів (мал. 4).



Мал.4. Чинники, що стримують розвиток

Проте 64% опитаних студентів готові зайнятися підприємництвом, п'ята частина опитаних не мають таких намірів, решта 15%

поки що не визначилися. Але майже половина (45%) опитаних студентів мають намір займатися послугами, а виробництво готові освоїти лише 16% студентів.

Хоча можна назвати безліч об'єктивних причин, які стримують мале підприємництво в Україні, безперечно, багато залежить і від самого підприємця, його особистих якостей та інтересів, готовності до ризику, знання та розуміння реальностей ринкової економіки.

«Що забезпечує успіх у підприємницькій діяльності у малому бізнесі?» Думки студентів щодо цього питання представлені на мал. 5.



**Мал. 5. Чинники успіху у підприємницької діяльності в малому бізнесі, на думку студентів**

Виникає питання: яку мету має людина, коли вирішує відкрити свою справу? Швидко розбагатіти? Увійти в конкурентну боротьбу на ринку і наразитися на ризик втратити все у разі невдачі? Що рухає вже сформованим підприємцем у прийнятті ним рішень? І чи впливають ціннісні орієнтації та мотиви підприємця на успішність його діяльності? Відповідь на ці питання ховається у ціннісних орієнтаціях та мотивах підприємницької діяльності.

Ціннісні орієнтації є підставою оцінки людиною дійсності, ранжирування об'єктів за

їхньою суб'єктивною пріоритетністю. Цінності в економічній поведінці підприємця – це загальні судження людини, що виражають порівняльну значущість різних аспектів його роботи або діяльності, включаючи її зміст та результати. Цінності впорядковуються за відносною важливістю, організуючи ієрархію особистих переваг людини, а також залежать від історичної доби, культури, національної ідентичності та багатьох інших чинників. Люди, для яких пріоритетом є соціальний порядок, справедливість та взаємодопомога, у своїй діяльності орієнтовані на їхнє досягнення. Аналіз цінностей підприємців дозволяє краще зрозуміти стимули їхньої економічної активності.

Можливість організувати свою власну справу, виходячи зі своїх уявлень про життєві цілі відповідно до власних цінностей, є дуже сильним стимулом підприємницької активності. Для аналізу підприємницької діяльності найважливішим є розподіл цінностей на матеріальні та соціальні. Матеріальні цінності, цілі досягнення високого прибутку у бізнесі, як правило, домінують. Але специфіка підприємницької діяльності полягає у тому, що ризик у бізнесі здатний викликати втрату деяких цінностей, що може негативно позначитися на результатах діяльності.

Безумовно, не менш важливими є й соціальні цінності підприємця. Успішна підприємницька діяльність залежить від партнерських зв'язків, що виникають протягом певного часу, а також їх кількості та надійності. Їхня відсутність або втрата можуть згубно вплинути на підприємницьку діяльність. Ділові зв'язки, ділова репутація формують статус підприємця, можуть сприяти зростанню доходів та прибутку

ку, стати «подушкою безпеки» та зменшити ризику. Звідси випливає, що дуже важливими є міцні ділові зв'язки та «чистота» ділової репутації. Їхня відсутність або втрата можуть згубно вплинути на підприємницьку діяльність. Ділові зв'язки, ділова репутація формують статус підприємця, можуть сприяти зростанню доходів та прибутку, стати «подушкою безпеки» та зменшити ризику. Звідси випливає, що дуже важливими є міцні ділові зв'язки та «чистота» ділової репутації.

Для характеристики особистості підприємця та стимулів його діяльності доцільно виокремити егоїстичні та альтруїстичні мотиви. Головним егоїстичним мотивом підприємницької діяльності завжди було підвищення особистого матеріального добробуту, альтруїстичним – робити добро іншим людям, бути корисним оточуючим, суспільству. Егоїстичні мотиви висловлюють приватні інтереси підприємця, альтруїстичні – пов'язані з інтересами оточуючих, сім'ї, трудового колективу. Поведінка людини визначається співвідношенням егоїстичних та альтруїстичних мотивів у структурі її мотивації. Це співвідношення не є раз і назавжди заданим, а може змінюватися залежно від конкретних обставин, зовнішнього середовища, ситуації, несподіваних поворотів долі (Креденцер, 2019).

Під час аналізу економічної діяльності часто перебільшують егоїстичні мотиви (наприклад, концепція «економічної людини»). Альтруїстичні мотиви закладені в природі людини, вони так само органічно притаманні людині, як і егоїстичні. Під час аналізу економічної діяльності часто перебільшують

егоїстичні мотиви (наприклад, концепція «економічної людини») (Москаленко, Шайгородський 2012). У процесі еволюції людського суспільства вижили і розвивалися ті групи людей, які дбали про оточуючих, про потомство, дітей і старих, хворих і слабких. Проблема егоїстичних мотивів полягає в тому, що, якщо підприємець прагнучим, припустимо, лише до максимізації прибутку й досягнення матеріального добробуту за будь-яку ціну, не звертаючи уваги на способи досягнення мети, зросте ризик негативних соціальних наслідків для розвитку суспільства (Карамушка, Худякова, 2011).

Альтруїстичні мотиви виражають готовність підприємця діяти на користь суспільству, задоволення суспільних потреб іноді на шкоду особистим інтересам. Полягають вони у виділенні коштів на розвиток культури, спорту, на благодійність. Але навіть при скоєнні суспільно корисного вчинку, спрямованого на благополуччя людей (соціальні проекти, меценатство), поведінка підприємця зберігає егоїстичну основу, зокрема, задовольняє егоїстичні мотиви у самореалізації, у суспільному визнанні основу, зокрема, задовольняє егоїстичні мотиви у самореалізації, у суспільному. Існує думка, що підприємцем рухає прагнення до самореалізації через розв'язання суспільних проблем. Вважається, що індивідуальний вибір визначається під впливом не лише особистого інтересу, але й моральних зобов'язань, які детермінують вибір як цілей, так і засобів їх досягнення.

**Висновки з цього дослідження.** Підприємництво дуже впливає на економіку, спри-

яє створенню таких економічних умов, які потрібні для досягнення високої ефективності ринкового господарства. Розвинений малий бізнес є одним із важливих чинників забезпечення гнучкості та сталого розвитку економіки країни.

Центральне місце у успішності бізнесу належить особистості підприємця, його ціннісним орієнтаціям, чим зумовлені його поведінка, вчинки, рішення.

Виявлено, що більшість студентської молоді позитивно ставляться до підприємців, підприємницької діяльності, не менша кількість студентів хоче стати підприємцями.

Констатовано, що студентська молодь добре розуміє, що підприємництво – це завжди ризик. Стримуючими чинниками для підприємця-початківця є конкуренція і мінливість сучасного ринку. Нині велика кількість людей вже займаються підприємництвом і знайти свою нішу на ринку стає все важче. Тільки цілеспрямовані та працелюбні молоді люди можуть розраховувати на успіх у підприємстві.

**Перспективи подальших розвідок у цьому напрямі** полягають у розробці критеріїв оцінки рівня сформованості підприємницької компетентності студентів. Як оцінка сформованості підприємницької компетенції студентів може бути морально-ціннісний (визначає ставлення студента до дійсності, проявляється в цілях, ідеалах, переконаннях, інтересах, мотивах), когнітивно-афективний (якості студента, які становлять основу його поведінки, у тому числі усвідомлення та оцінку самого себе), діяльнісно-практичний (практичний прояв студентом отриманих знань у реальному жит-

ті) критерії та рівні їх сформованості (базовий, підвищений, високий).

#### References:

- Weber, M. (2013). *Hospodarstvo i suspil'stvo* (M. Kushnir, Trans.). Kyiv: Vsesvit.
- Hoi, I. V., & Smelianska, T. P. (2013). *Pidpriemnytstvo: Navchal'nyi posibnyk*. Kyiv: Tsentri uchbovoi literatury.
- Karamushka, L. M., & Khudiakova, N. Yu. (2011). *Motyvatyia pidpriemnyts'koi diial'nosti: Monohrafiia*. Kyiv-Lviv.
- Kreden'tser, O. V. (2019). *Psykhohihiia rozvytku pidpriemnyts'koi aktyvnosti personalu osvitynikh orhanizatsii: Monohrafiia*. Kyiv: Lohos.
- Moskalenko, V., & Shaigorods'kyi, Yu. (2012). *Ekonomichna kul'tura osobystosti: Sotsial'no-psykhologichnyi aspekt: Monohrafiia*. Kyiv: Tsentri sotsial'nykh komunikatsii.
- Ahlstrom, D. (2010). Rapid institutional shifts and the co-evolution of entrepreneurial firms in transition economies. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 34(3), 531–554.
- Carree, M., Martin, A., & Thurik, A. R. (2010). The impact of entrepreneurship on economic growth. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research* (pp. 557–594). Springer.
- Drucker, P. (1992). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. New York: HarperBusiness.
- Lin, Y. (2015). Influences of cross-functional collaboration and knowledge creation on technology commercialization: Evidence from high-tech industries. *Industrial Marketing Management*, 49, 128–138.
- Schumpeter, J. (2007). *Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy*. London: Routledge.
- Sombart, W. (2001). *Noo-Soziologie*. Berlin: Duncker & Humblot.
- Singer, S. (2019). *Global Entrepreneurship Monitor 2014 Global Report*. GERA.
- Werung, D. A. (2006). *Taking risks: The management of uncertainty*. New York: Free Press.

**Зубіашвілі Ірина Костянтинівна**

Кандидатка психологічних наук, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С.Костюка Національної академії педагогічних наук України, м. Київ (Україна)

**Мельничук Тетяна Іванівна**

Кандидатка психологічних наук, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С.Костюка Національної академії педагогічних наук України, м. Київ (Україна)

## ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

**АНОТАЦІЯ**

У статті представлено результати емпіричного дослідження особливості ставлення студентської молоді до підприємницької діяльності, підкреслюється роль молоді та її участі у виборі професії, мотивах підприємницької діяльності. Обґрунтовано, що молодь з властивими їй енергією, ентузіазмом та творчою активністю, орієнтована на пошук нових сфер застосування своїх сил, нових перспективних видів професійної діяльності, що особливо велике значення має в умовах цифровізації економіки, масштабного розвитку та впровадження комп'ютерних технологій. Зроблено історичний аналіз розвитку поняття «підприємець». Підприємництво через свої широкі можливості посідає особливе місце у утвердженні економічної свободи та ідеалів громадянського суспільства, є невід'ємним атрибутом розвинутої демократичної держави. Особливе значення має мале підприємництво для сталого зростання добробуту громадян і процвітання суспільства, його економічного та розвитку. Особливе значення має мале підприємництво для сталого зростання добробуту громадян і процвітання суспільства, його економічного та соціального розвитку. Розглянуто теоретичні основи дослідження цінностей та професійно-ціннісних орієнтацій студентської молоді на заняття підприємницькою діяльністю. Вивчено чинники, що впливають на оцінку роботи у структурах малого бізнесу. Проаналізовано роль та місце підприємницької діяльності у життєвих планах молодих людей. Особливу увагу приділено мотивації підприємницької діяльності, її привабливості для молоді. Вивчено чинники, які, на думку студентів, стримують розвиток малого підприємництва в Україні, а також бажані форми підтримки підприємців з боку держави. Виявлено соціально-психологічні чинники, що вплива-

ють на вибір підприємницької діяльності як способу професійного самовизначення студентської молоді. Виявлено, що більшість студентської молоді позитивно ставляться до підприємців, підприємницької діяльності, не менша кількість студентів хоче стати підприємцями, але студентська молодь добре розуміє, що підприємництво – це завжди ризик. Результати дослідження можуть бути використані як рекомендації щодо проведення роботи з професійної орієнтації учнів, молодих робітників, а також для вдосконалення форм державної підтримки малого підприємництва в Україні.

**Ключові слова :** підприємницька діяльність, чинники, молодь, опитування, ціннісні орієнтації, мотивація.

**Iryna Zubiashvili**

PhD in Psychology, Senior Research Fellow at the Laboratory of Organizational and Social Psychology, H.S. Kostyuk Institute of Psychology, National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv (Ukraine)

**Tetiana Melnychuk**

PhD in Psychology, Senior Research Fellow at the Laboratory of Organizational and Social Psychology, H.S. Kostyuk Institute of Psychology, National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv (Ukraine)

## EMPIRICAL RESEARCH OF STUDENTS' ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP

**ABSTRACT**

The article presents the results of an empirical study of the peculiarities of the attitude of young students to entrepreneurship, emphasizes the role of young people and their participation in choosing a profession, and the motives for entrepreneurial activity. It is substantiated that young people, with their inherent energy, enthusiasm and creative activity, are focused on finding new areas of application of their strengths, new promising types of professional activity, which is of particular importance in the context of digitalization of the economy, large-scale development and implementation of computer technologies. A historical analysis of the development of the concept of "entrepreneur" has been made. Entrepreneurship, due to its wide possibilities, occupies a special place in the establishment of economic freedom and the ideals of civil society, and is an integral attribute of a developed democratic state. Small entrepreneurship is of particular importance for the sustainable growth of citizens' well-being and the prosperity of society, its economic and social development. The

theoretical foundations of the study of values and professional and value orientations of student youth towards entrepreneurial activities are considered. The factors influencing the assessment of work in small business structures are studied. The role and place of entrepreneurship in the life plans of young people is analyzed. Particular attention is paid to the motivation of entrepreneurship and its attractiveness for young people. The factors that, according to students, hinder the development of small business in Ukraine, as well as the desired forms of support for entrepreneurs from the state, were studied. The socio-psychological factors that influence the choice of entrepreneurial activity as a way of professional self-determination of student youth were identified. It was found that the majority of young students have a positive attitude towards entrepreneurs and entrepreneurial activity, a significant number of students want to become entrepreneurs, but young students understand well that entrepreneurship is always a risk. The results of the study can be used as recommendations for conducting work on the professional orientation of students and young employees, as well as for improving forms of state support for small businesses in Ukraine.

**Keywords:** entrepreneurial activity, factors, youth, survey, value orientations, motivation.

***How to cite (як цитувати):***

Zubiashvili, I., & Melnychuk, T. EMPIRICAL RESEARCH OF STUDENTS' ATTITUDE TOWARDS ENTREPRENEURSHIP. *PSYCHOLOGICAL JOURNAL*, 11(3), 7–18. <https://doi.org/10.31108/1.2025.11.3.1>

Зубіашвілі, І., & Мельничук, Т. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ СТУДЕНТІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ. *ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧАСОПИС*, 11(3), 7–18. <https://doi.org/10.31108/1.2025.11.3.1>

Дата отримання статті: 12.01.2025

Дата рекомендації до друку: 24.02.2025

Дата оприлюднення: 31.03.2025