

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ БАР'ЄРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДІ В ПЕРІОД СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Мельничук Тетяна Іванівна¹

¹Кандидатка психологічних наук, старша дослідниця, провідна наукова співробітниця лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної академії педагогічних наук України, м.Київ (Україна)

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

UDC: 159.9:316.6:334.72-053.6

АНОТАЦІЯ

У статті здійснено комплексний соціально-психологічний аналіз бар'єрів підприємницької активності молоді в умовах суспільних трансформацій, що відбуваються в Україні під впливом воєнного стану та процесів економічного відновлення. Підприємницька активність розглядається як важливий механізм економічної самореалізації та формування суб'єктності молодого покоління. Теоретичною основою дослідження слугують положення Теорії запланованої поведінки І. Айзена, а також сучасні метааналітичні дослідження детермінант підприємницького наміру та зв'язку між наміром і реальною поведінкою. Уточнено зміст поняття «соціально-психологічні бар'єри підприємницької активності» як системи соціально детермінованих чинників (нормативних, мережевих, інституційних і рольових), що опосередковують формування підприємницького наміру через механізми соціального впливу, підтримки/осуду та сприйнятого контролю над дією. Виявлено найбільш виражені бар'єри серед молоді: суперечливі соціальні норми щодо підприємництва, низький рівень підтримки з боку референтних груп, дефіцит соціального капіталу, інституційну недовіру, страх помилки та стигматизацію невдачі. Проаналізовано зв'язок виявлених бар'єрів із показниками підприємницької самоефективності та готовності до ініціативної економічної поведінки; встановлено, що зростання вираженості бар'єрів супроводжується зниженням віри у власну здатність успішно реалізувати підприємницьку діяльність. Обґрунтовано, що в період суспільних трансформацій зв'язок між наміром і реальною підприємницькою дією послаблюється під впливом середовищної невизначеності та безпекових ризиків. Окреслено напрями мінімізації впливу бар'єрів у межах соціально-психологічного підходу: розвиток підтримувальних соціальних мереж, формування позитивних нормативних уявлень про підприємництво, підвищення підприємницької самоефективності та створення безпечного освітньо-підприємницького середовища.

Ключові слова: підприємницький намір, інституційна недовіра, соціальний капітал, соціальні норми, страх помилки, економічна невизначеність, ініціативна поведінка, рання дорослість, психологічні детермінанти.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку українського суспільства характеризується соціально-економічними трансформаціями, зумовленими воєнним станом та процесами повоєнного відновлення (United Nations Development Programme, 2024; 2025). У цих умовах особливої актуальності набуває проблема активізації внутрішніх ресурсів суспільства, зокрема підприємницького потенціалу молоді як соціально мобільної та інноваційно орієнтованої групи (Achkasova, 2024; Diia.Osvita, 2024). Підприємницька активність молодого покоління розглядається не лише як економічний феномен, а й як соціально-психологічний механізм

Address for correspondence, e-mail: editpsychas@gmail.com
Copyright: © Tetiana Melnychuk

This is an Open Access journal. This work is licensed under a **Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0)**.
Link: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

формування економічної суб'єктності та здатності до ініціативної поведінки в умовах невизначеності (Ajzen, 1991; Bandura, 1993; Schlaegel & Koenig, 2014).

Водночас дослідження показують суттєвий розрив між декларованими підприємницькими намірами молоді та їх реальною поведінкою (Tsou, Steel, & Osiyevskyy, 2023; Crowley & Barlow, 2022). Навіть за наявності інтересу до започаткування власної справи значна частина молодих людей не переходить до практичної реалізації підприємницьких планів. Така ситуація актуалізує необхідність дослідження чинників, що стримують підприємницьку активність, зокрема тих, які мають соціально-психологічну природу (Barrero, Delgado-García, & Pérez-Fernández, 2024).

У науковій літературі підприємницький намір пояснюється через індивідуально-психологічні характеристики, установки та сприйнятий поведінковий контроль (Ajzen, 1991; Maheshwari, Kha, & Arokiasamy, 2022). Теорія Бандури щодо сприйнятої ефективності підкреслює, що віра в здатність реалізувати підприємницькі дії є ключовим чинником переходу від наміру до практичної поведінки (Bandura, 1993). В умовах суспільних трансформацій суттєво зростає роль соціального контексту: вплив референтних груп, суперечливі нормативні очікування, рівень довіри до інституцій, доступність підтримувальних соціальних мереж, культурні уявлення про допустимість ризику та ставлення до невдачі (Schlaegel & Koenig, 2014; Tsou et al., 2023). Соціальні норми можуть як легітимізувати

підприємництво, так і створювати приховані механізми стримування через очікування стабільності, страх осуду або стигматизацію помилок (Barrero et al., 2024; Achkasova, 2024). За умов воєнної та економічної нестабільності посилюються відчуття невизначеності, безпекових ризиків і фінансової тривоги, що може знижувати підприємницьку самоефективність та готовність до ініціативної економічної поведінки (Bandura, 1993; United Nations Development Programme, 2024; Dembytska, 2019).

Отже, метою цього дослідження є виявлення та аналіз ключових соціально-психологічних бар'єрів підприємницької активності молоді в умовах суспільних трансформацій, а також дослідження їхнього впливу на підприємницьку самоефективність і готовність до ініціативної економічної поведінки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематику підприємницького наміру та поведінки в соціально-психологічному вимірі традиційно висвітлюють у рамках Теорії запланованої поведінки І. Айзена, яка пояснює намір як функцію трьох компонентів: ставлення до поведінки, суб'єктивних норм і сприйнятого контролю над дією (Ajzen, 1991). Метааналітичні узагальнення підтверджують, що ТРВ стабільно пояснює варіативність підприємницьких намірів, а суб'єктивні норми виступають важливим соціальним регулятором, хоча їхній ефект часто залежить від контексту (Maheshwari, Kha, &

Arokiasamy, 2022; Schlaegel & Koenig, 2014).

Окрема лінія досліджень підкреслює значущість соціальних чинників, таких як соціальний капітал та підтримка референтних груп. Наприклад, у роботах Crowley і Barlow (2022) показано, що підприємницька активність значною мірою пов'язана зі структурою мережевих зв'язків та рівнем соціальних ресурсів. Barrero та співавт. (2024) у крос-культурному дослідженні виявили, що соціальні норми можуть як посилювати, так і послаблювати підприємницькі наміри залежно від культурних вимірів і контексту.

Метааналіз Tsou, Steel і Osiyevskyy (2023) показав, що зв'язок між підприємницьким наміром і реальною поведінкою істотно змінюється в залежності від середовищних обмежень і невизначеності, що безпосередньо обґрунтовує необхідність дослідження бар'єрів як соціально зумовлених «стоп-факторів» переходу до дії. Зокрема, в умовах економічної та безпекової нестабільності молодь може мати високий намір, але низьку реалізацію підприємницьких планів.

Соціальний контекст українських реалій підсилює ці тенденції. Звіти Програми розвитку ООН в Україні (UNDP, 2024; 2025) фіксують високий тиск фінансових та безпекових чинників на молодь, зміну життєвих планів і намірів, що важливо враховувати як соціальний фон формування бар'єрів. Практичні дослідження українських авторів (Dembytska, 2019; Achkasova, 2024; Diia.Osvita, 2024) також вказують на типові перешкоди старту підприємницької діяльності: брак ресурсів, досвіду та доступу

до фінансування, що в соціально-психологічному вимірі проявляється у зниженій самоефективності, страху помилки та очікуваному осуду.

Методологія дослідження.

Збір даних та опис вибірки. Дослідження було спрямоване на молодь раннього дорослого віку, яка перебуває на етапі професійного самовизначення та первинної економічної реалізації в умовах суспільних трансформацій в Україні. До вибірки включалися особи віком від 18 до 30 років, які проживають на території України або тимчасово перебувають за її межами у зв'язку з воєнними подіями, володіють українською мовою та мають досвід роздумів щодо започаткування власної справи або участі в підприємницькій діяльності. Критеріями виключення були наявність завершеного успішного підприємницького бізнесу з тривалістю функціонування понад три роки, що могло свідчити про стабілізовану професійну ідентичність, а також відсутність інформованої згоди на участь у дослідженні.

Набір учасників здійснювався протягом трьох місяців через університетські мережі, молодіжні центри, програми підтримки підприємництва, професійні спільноти у соціальних мережах та освітні платформи. Усі респонденти брали участь добровільно та не отримували матеріальної винагороди. Опитування проводилося анонімно за допомогою онлайн-платформи з дотриманням принципів конфіденційності та етичних стандартів психологічних досліджень. Перед початком участі всі респонденти надавали електронну інформовану згоду.

Після перевірки повноти відповідей та відповідності критеріям включення було сформовано фінальну вибірку з 312 учасників. Соціально-демографічні характеристики подано в Таблиці 1.

Дизайн та процедура дослідження.

Для подальшого структурного аналізу було сформовано інтегральний індекс соціально-психологічних бар'єрів. На першому етапі здійснено підтверджувальний факторний аналіз, який засвідчив наявність узагальненого латентного фактора другого порядку, що об'єднує показники негативних соціальних норм, низької підтримки, дефіциту

Таблиця 1.
Соціально-демографічні характеристики вибірки (N = 312)

Показник	Категорія	n	%
Стать	Жінки	198	63,5
	Чоловіки	114	36,5
Вік	18–22	124	39,7
	23–26	108	34,6
	27–30	80	25,7
Статус зайнятості	Студенти	136	43,6
	Працюють	82	26,3
	Поєднують навчання і роботу	74	23,7
	Тимчасово не працюють	20	6,4
Досвід підприємництва	Відсутній	214	68,6
	Спроби започаткування	72	23,1
	Діючий мікробізнес	26	8,3
Місце перебування	В Україні	258	82,7
	За кордоном	54	17,3

Дизайн дослідження мав крос-секційний кореляційний характер із застосуванням структурного моделювання. Теоретичною основою слугували положення теорії запланованої поведінки та концепція самоефективності. Соціально-психологічні бар'єри розглядалися як предиктори підприємницької самоефективності, яка, у свою чергу, виступала медіатором впливу бар'єрів на підприємницький намір. Операціоналізація змінних подана у Таблиці 2.

соціального капіталу, інституційної недовіри та страху помилки. Після перевірки факторної структури було обчислено стандартизований факторний бал, який використано у структурному моделюванні як інтегральний предиктор підприємницької самоефективності. Внутрішня узгодженість інтегрального індексу була високою (α Кронбаха = 0,87), що свідчить про його психометричну надійність.

Таблиця 2.

Операціоналізація основних змінних дослідження

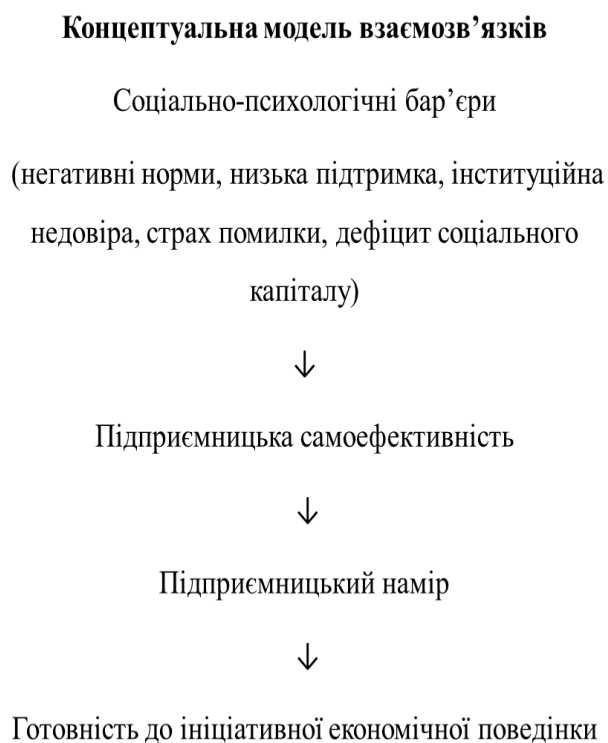
Конструкт	Показники	Інструмент	α Кронбаха
Підприємницький намір	Готовність започаткувати бізнес, намір у найближчі 2 роки	Entrepreneurial Intention Questionnaire (адапт.)	0,84
Підприємницька самоефективність	Віра у здатність знаходити ресурси, управляти ризиком, приймати рішення	Entrepreneurial Self-Efficacy Scale	0,87
Негативні соціальні норми	Очікуваний осуд, сумнів з боку значущих інших	Шкала суб'єктивних норм (адапт.)	0,79
Низька соціальна підтримка	Брак підтримки родини та друзів	Multidimensional Scale of Perceived Social Support (адапт.)	0,82
Інституційна недовіра	Недовіра до державних та фінансових інституцій	Авторська шкала	0,76
Страх помилки	Побоювання невдачі, уникання ризику	Performance Failure Appraisal Inventory (фрагм.)	0,81
Дефіцит соціального капіталу	Обмеженість мережевих контактів	Авторський індекс	0,74

Для врахування трансформаційного контексту додатково вимірювалося суб'єктивне сприйняття економічної невизначеності та безпекової тривоги за допомогою окремих шкал, що дозволило включити їх як контрольні змінні в регресійні моделі. Концептуальна модель дослідження представлена на Схемі 1.

Сприйняття економічної невизначеності та безпекової тривоги виступає модератором зв'язку між наміром і готовністю до дії.

Статистичний аналіз передбачав перевірку нормальності розподілу, обчислення коефіцієнтів кореляції Пірсона, множинний регресійний аналіз для оцінки внеску бар'єрів у варіативність самоефективності та наміру, а також побудову моделі структурних рівнянь із

Схема 1.



оцінкою показників відповідності моделі (CFI, TLI, RMSEA). Додатково здійснювався аналіз середніх значень для визначення найбільш виражених бар'єрів у структурі досліджуваної вибірки.

Матеріали та методи. Для оцінювання підприємницького наміру використовувалася адаптована українська версія шкали Entrepreneurial Intention Questionnaire, розробленої на основі підходу Айзена. Підприємницька самоефективність вимірювалася за допомогою шкали Entrepreneurial Self-Efficacy, що широко застосовується в дослідженнях підприємницької поведінки та валідована у різних культурних контекстах. Процедура перекладу здійснювалася методом прямого і зворотного перекладу з експертним узгодженням. Соціально-психологічні бар'єри операціоналізувалися як багатовимірний конструкт, що включав такі підшкали: сприйняті негативні соціальні норми щодо підприємництва, низька підтримка з боку референтних груп, інституційна недовіра, страх помилки та стигматизація невдачі, дефіцит соціального капіталу. Частина шкал була сформована на основі існуючих інструментів вимірювання суб'єктивних норм і соціальної підтримки, інша частина – як авторський опитувальник, розроблений відповідно до сучасних емпіричних досліджень соціальних норм і підприємницького наміру, зокрема робіт Schlaegel і Koenig та Tsou, Steel і Osiyevskyy. Внутрішня узгодженість підшкал (α Кронбаха) варіювалася від 0,74 до 0,86, що свідчить про прийнятний рівень надійності.

Готовність до ініціативної економічної поведінки вимірювалася за допомогою авторської шкали з 6 тверджень, що оцінювали частоту та інтенсивність дій, спрямованих на практичну реалізацію підприємницьких ідей (пошук партнерів, аналіз ринку, підготовка бізнес-плану, участь у грантових програмах тощо). Відповіді фіксувалися за п'ятибальною шкалою Лайкерта. Показник внутрішньої узгодженості становив $\alpha = 0,81$. Конвергентна валідність підтверджена значущими кореляціями з підприємницьким наміром ($r = 0,52, p < 0,001$).

Для діагностики психологічної готовності до підприємницької діяльності та чинників її розвитку використовувалися підходи, запропоновані в сучасних українських дослідженнях психологічної готовності до соціального підприємництва (Карамушка & Нагорна, 2025).

Статистичний аналіз. Попередньо перевірялися припущення щодо нормальності розподілу та відсутності мультиколінеарності. Для аналізу зв'язків між змінними використовувалися коефіцієнти кореляції Пірсона. Для перевірки внеску соціально-психологічних бар'єрів у пояснення варіативності підприємницької самоефективності та наміру застосовувався множинний лінійний регресійний аналіз. Додатково було побудовано модель структурних рівнянь, у якій бар'єри розглядалися як предиктори підприємницької самоефективності, а самоефективність — як медіатор зв'язку між бар'єрами та наміром. Якість моделі оцінювалася за показниками

CFI, TLI та RMSEA відповідно до загальноприйнятих критеріїв.

Результати. Первинний порівняльний аналіз між віковими групами молоді дозволив виявити специфіку прояву соціально-психологічних бар'єрів підприємницької активності в умовах суспільних трансформацій. У межах дослідження було виділено три вікові підгрупи: 18–22 роки, 23–26 років та 27–30 років. Дисперсійний аналіз показав наявність статистично значущих відмінностей за окремими бар'єрами та показниками підприємницької самоефективності.

Зокрема, молодша група (18–22 роки) продемонструвала вищі показники страху помилки та негативних соціальних норм порівняно зі старшою групою ($p < .01$), що може свідчити про більшу залежність від соціального схвалення та вищу чутливість до ризику на етапі раннього професійного самовизначення. Водночас старша група (27–30 років) характеризувалася більш вираженою інституційною недовірою ($p = .018$), що може

бути пов'язано з ширшим досвідом взаємодії з державними та фінансовими структурами в період соціально-економічної нестабільності. Група 23–26 років продемонструвала найвищі середні показники підприємницької самоефективності ($p = .021$ у порівнянні з молодшою групою). Для уточнення структури взаємозв'язків між основними змінними проведено кореляційний аналіз Пірсона, результати якого подано у Таблиці 3.

Аналіз відмінностей за рівнем матеріального становища також виявив статистично значущі ефекти. Учасники з високим рівнем суб'єктивно оціненого доходу демонстрували нижчі показники страху помилки ($p = .012$) та дефіциту соціального капіталу ($p = .019$), а також вищий рівень підприємницької самоефективності ($p = .004$) порівняно з групою низького доходу. Отримані результати свідчать про те, що вищий соціально-економічний статус може виступати ресурсним чинником, який знижує сприйняття підприємницької діяльності як

Таблиця 3.

Міжгрупові вікові відмінності у показниках соціально-психологічних бар'єрів та самоефективності

Показник	F (df1, df2)	p
Негативні соціальні норми	5.84 (2, 309)	.003
Низька соціальна підтримка	2.17 (2, 309)	.116
Інституційна недовіра	4.02 (2, 309)	.018
Страх помилки	7.11 (2, 309)	.001
Дефіцит соціального капіталу	3.26 (2, 309)	.040
Підприємницька самоефективність	3.92 (2, 309)	.021
Підприємницький намір	2.48 (2, 309)	.085

надмірно ризикованої та психологічно загрозової. Наявність фінансової стабільності, імовірно, формує відчуття «подушки безпеки», що послаблює страх невдачі та зменшує суб'єктивну ціну помилки. Підвищений рівень підприємницької самоефективності серед респондентів із вищим доходом може бути зумовлений не лише кращими об'єктивними можливостями старту, але й інтеріоризацією досвіду контролю над життєвими обставинами, що підсилює впевненість у здатності реалізувати власні ініціативи. Таким чином, матеріальне становище виступає не лише економічним, а й психологічним ресурсом, який опосередковано впливає на формування підприємницького наміру через механізми самоефективності.

Отримані дані узгоджуються з результатами досліджень, які демонструють вплив соціально-економічного статусу на сприйняття ризику, толерантність до невизначеності та готовність до підприємницької поведінки. Водночас значущих відмінностей між фінансовими групами щодо негативних соціальних норм не виявлено, що може свідчити про відносну універсальність нормативного контексту підприємництва незалежно від рівня доходу. Іншими словами, суспільні уявлення про підприємницьку діяльність можуть бути спільними для різних соціально-економічних груп, тоді як ресурсні та психологічні аспекти її реалізації суттєво варіюють. Результати кількісного аналізу наведено в Таблиці 4.

Таблиця 4.

Відмінності у показниках бар'єрів залежно від рівня доходу

Показник	F	p
Страх помилки	4.56	.012
Дефіцит соціального капіталу	3.98	.019
Підприємницька самоефективність	5.87	.004
Підприємницький намір	3.11	.047

Кореляційний аналіз показав, що всі соціально-психологічні бар'єри мають статистично значущий негативний зв'язок із підприємницькою самоефективністю (r від $-.29$ до $-.48$, $p < .001$) та підприємницьким наміром (r від $-.22$ до $-.41$, $p < .01$). Найсильніший зв'язок виявлено між страхом помилки та підприємницькою самоефективністю ($r = -.48$), а також між дефіцитом соціального капіталу та підприємницьким наміром ($r = -.41$).

Модель структурних рівнянь підтвердила медіаційну роль підприємницької самоефективності. Прямий вплив сукупного індексу бар'єрів на підприємницький намір зменшувався після включення самоефективності до моделі (β з $-.52$ до $-.21$, $p < .01$), що свідчить про часткову медіацію. Показники відповідності моделі були задовільними: CFI = .93, TLI = .91, RMSEA = .052. Графічне представлення емпірично перевіреної моделі наведено на Схемі 2.

Додатковий аналіз показав, що сприйняття економічної невизначеності

модерує зв'язок між підприємницьким наміром і готовністю до економічної дії: за високого рівня невизначеності цей зв'язок послаблюється ($\beta = -0.18$, $p = .031$), що підтверджує значущість трансформаційного контексту.

Дискусія. Метою дослідження було емпірично перевірити модель впливу соціально-психологічних бар'єрів на підприємницьку активність молоді в умовах суспільних трансформацій та з'ясувати роль підприємницької самоефективності як психологічного механізму цього впливу. Отримані результати підтвердили наявність системного зв'язку між бар'єрами, самоефективністю та підприємницьким наміром, а також виявили вікові та соціально-економічні відмінності у структурі цих взаємозв'язків.

Регресійний аналіз показав, що сукупний індекс соціально-психологічних бар'єрів статистично значуще передбачає зниження підприємницької самоефективності ($\beta = -0.52$, $p < .001$), пояснюючи 27% її варіативності ($R^2 = .27$). Найсильнішими предикторами виступили страх помилки ($\beta = -0.34$, $p < .001$) та дефіцит соціального капіталу ($\beta = -0.29$, $p = .002$). У свою чергу, підприємницька самоефективність позитивно прогнозувала підприємницький намір ($\beta = 0.61$, $p < .001$), пояснюючи 37% його варіативності ($R^2 = .37$). Після включення самоефективності до моделі прямий вплив бар'єрів на намір зменшувався з $\beta = -0.48$ ($p < .001$) до $\beta = -0.19$ ($p = .014$), що свідчить про часткову медіацію. У Таблиці 5

подано узагальнені результати множинного регресійного аналізу.

Схема 2.

Емпірично підтверджена модель впливу соціально-психологічних бар'єрів на підприємницький намір молоді

Соціально-психологічні бар'єри $\beta = -0.52^{***}$



Підприємницька самоефективність $\beta = 0.61^{***}$



Підприємницький намір $\beta = 0.47^{***}$



Готовність до ініціативної економічної поведінки $^{***} p < .001$

Модель структурних рівнянь продемонструвала задовільні показники відповідності: CFI = .93, TLI = .91, RMSEA = .052, що підтверджує емпіричну узгодженість запропонованої теоретичної конструкції. Додатковий аналіз модерації показав, що високий рівень сприйнятої економічної невизначеності послаблює зв'язок між підприємницьким наміром і готовністю до економічної поведінки ($\beta = -0.18$, $p = .031$), що підкреслює значущість трансформаційного контексту.

Отримані результати узгоджуються з теоретичними положеннями теорії запланованої поведінки Ісека Айзена Ісек Ajzen, відповідно до якої сприйнятий поведінковий контроль є ключовим детермінантом наміру, а також із концепцією самоефективності Альберта Бандури Albert

Таблиця 5.
Множинний регресійний аналіз предикторів підприємницької самоефективності та наміру

Залежна змінна	Предиктор	β	SE	p
Підприємницька самоефективність	Страх помилки	-0.34	0.07	< .001
	Дефіцит соціального капіталу	-0.29	0.09	.002
	Негативні соціальні норми	-0.21	0.08	.011
	Інституційна недовіра	-0.18	0.07	.019
Підприємницький намір	Підприємницька самоефективність	0.61	0.06	< .001
	Сукупний індекс бар'єрів	-0.19	0.08	.014

Bandura, що підкреслює роль когнітивної оцінки власних можливостей у формуванні ініціативності та стійкості до ризику.

Вікові результати показали, що молодша група (18–22 роки) демонструє вищий рівень страху помилки та негативних соціальних норм, тоді як старша група (27–30 років) характеризується більш вираженою інституційною недовірою. Це може свідчити про різні механізми обмеження підприємницької активності залежно від етапу ранньої дорослості. Фінансовий статус також виявився значущим фактором: учасники з вищим доходом демонстрували вищу самоефективність та нижчий рівень бар'єрів, що підтверджує роль соціально-економічних ресурсів у підтримці підприємницької активності.

Отримані результати узгоджуються з положеннями теорії запланованої поведінки Ісека Айзена Icek Ajzen, згідно з якою навіть за наявності сформованого наміру реалізація поведінки може блокуватися зовнішніми контекстуальними факторами. В умовах

суспільних трансформацій таким фактором виступає підвищена середовищна невизначеність, яка знижує конверсію наміру в дію. Водночас центральна роль самоефективності відповідає концепції Альберта Бандури Albert Bandura, що підкреслює значущість когнітивної оцінки власних можливостей у подоланні бар'єрів.

Отримані результати узгоджуються з емпіричними даними щодо ставлення студентів до підприємництва, які вказують на значущість суб'єктивних норм та сприйнятих можливостей реалізації підприємницьких намірів (Zubiashvili & Melnychuk, 2025).

Таким чином, результати дослідження засвідчують, що соціально-психологічні бар'єри виступають вагомими предикторами зниження підприємницької активності молоді, а ключовим психологічним механізмом цього впливу є підприємницька самоефективність. У контексті суспільних трансформацій особливої ваги набуває суб'єктивне сприйняття невизначеності, яке може блокувати реалізацію навіть сформованих

намірів. Це підтверджує висновки українських дослідників щодо комплексної структури психологічної готовності до соціального підприємництва та її детермінант (Карамушка & Нагорна, 2025). Практичні імплікації полягають у необхідності розроблення програм психологічної підтримки молоді, спрямованих на зниження страху помилки, розвиток соціального капіталу та підвищення рівня самоефективності як внутрішнього ресурсу підприємницької активності.

Висновки. У результаті проведеного емпіричного дослідження було підтверджено, що соціально-психологічні бар'єри є системним чинником зниження підприємницької активності молоді в період суспільних трансформацій. Встановлено, що такі бар'єри, як страх помилки, негативні соціальні норми, дефіцит соціального капіталу та інституційна недовіра, мають статистично значущий негативний зв'язок із підприємницькою самоефективністю та наміром започаткування власної справи. Найбільш вираженим предиктором зниження самоефективності виявився страх помилки, що свідчить про домінування психологічних механізмів уникнення ризику в структурі підприємницької пасивності молоді.

Підприємницька самоефективність виступає ключовим медіатором впливу бар'єрів на підприємницький намір, що підтверджує центральну роль суб'єктивного відчуття контролю над власною діяльністю у формуванні економічної ініціативності. Зниження прямого впливу бар'єрів на намір після включення самоефективності до моделі

засвідчує, що саме когнітивна оцінка власних можливостей трансформує соціальні та психологічні обмеження у поведінкову інертність.

Виявлено вікові відмінності у структурі бар'єрів: молодша група характеризується більш вираженим страхом помилки та залежністю від соціального схвалення, тоді як старша група демонструє вищий рівень інституційної недовіри. Це свідчить про різну природу обмежень підприємницької активності залежно від етапу ранньої дорослості. Соціально-економічний статус також пов'язаний із рівнем бар'єрів та самоефективності: молодь із вищим рівнем доходу має більше психологічних ресурсів для реалізації підприємницьких намірів.

Доведено, що в умовах підвищеної економічної невизначеності зв'язок між підприємницьким наміром і готовністю до економічної дії послаблюється, що підкреслює значущість трансформаційного соціального контексту як чинника, який може гальмувати реалізацію навіть сформованих намірів.

Теоретична значущість дослідження полягає у розширенні розуміння соціально-психологічних механізмів підприємницької активності молоді в умовах нестабільності та інтеграції індивідуально-психологічних і соціальних чинників у єдину пояснювальну модель. Практична цінність результатів полягає в обґрунтуванні необхідності програм підтримки молодіжного підприємництва, спрямованих не лише на фінансові інструменти, а й на формування культури толерантності до невдачі, розвиток соціального капіталу та підвищення

підприємницької самоєфективності як внутрішнього ресурсу економічної ініціативності.

References :

- Авраменко, В. (2021). Педагогічні умови формування підприємницької компетенції дітей та учнівської молоді в закладах неформальної (позашкільної) освіти: уроки європейського досвіду. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*, (10), 211–224. https://library.sspu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/pedagogichni-nauky_10_2021.pdf#page=211
- Карамушка, Л. М., & Нагорна, Н. С. (2025). Комплекс методик для дослідження психологічної готовності здобувачів освіти до соціального підприємництва та чинників її розвитку. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.13>
- Креденцер, О. В. (2019). *Психологія розвитку підприємницької активності персоналу освітніх організацій*. Логос.
- Achkasova, O. (2024). The role of social entrepreneurship in solving the problem of youth unemployment. *Visnyk (Kharkiv National University)*.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., & Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The entrepreneurship competence framework*. Publication Office of the European Union. <https://doi.org/10.2791/593884>
- Bandura, A. (1993). Perceived self-efficacy in cognitive development and functioning. *Educational Psychologist*, 28(2), 117–148. https://doi.org/10.1207/s15326985ep2802_3
- Barrero, J. P., Delgado-García, J. B., & Pérez-Fernández, H. (2024). Training entrepreneurs in culturally diverse countries: Influence of social norms on entrepreneurial intention. *The International Journal of Management Education*, 22, 101059.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review*, 34(3), 511–532. <https://doi.org/10.5465/amr.2009.40633190>
- Crowley, F., & Barlow, P. (2022). Entrepreneurship and social capital: A multi-level analysis. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Davies, T. (2002). Developing enterprise skills in the young: Towards a model for evaluating emerging practice. *Education + Training*, 44(4/5), 201–208. <https://doi.org/10.1108/00400910210432003>
- Dembyska, N. (2019). Модифікація тесту загальної схильності до підприємництва для школярів. *Психологічний часопис*, 5(11), 133–148. http://nbuv.gov.ua/UJRN/psch_2019_5_11_11
- Donnellon, A., Ollila, S., & Middleton, K. W. (2014). Constructing entrepreneurial identity in entrepreneurship education. *The International Journal of Management Education*, 12(3), 490–499.
- Drahomirov, O., & Loboda, V. (2023). Factors in the development of entrepreneurial competence of the individual in the educational environment. *Psychological Journal*, 9(1), 122–130.
- Drucker, P. F. (2007). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Routledge.
- Draycott, M., & Rae, D. (2011). Enterprise education in schools and the role of competency frameworks. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 17(2), 127–145. <https://doi.org/10.1108/13552551111114905>
- Dwerryhouse, R. (2001). Real work in the 16–19 curriculum: AVCE business and Young Enterprise. *Education + Training*, 43(2), 69–76. <https://doi.org/10.1108/EUM000000005457>
- Frese, M., Kring, W., Soose, A., & Zempel, J. (1996). Personal initiative at work: Differences between East and West Germany. *Academy of Management Journal*, 39(1), 37–63. <https://doi.org/10.2307/256630>
- Gibb, A. A. (1993). Enterprise culture and education: Understanding enterprise education and its links with small business, entrepreneurship and wider educational goals. *International Small Business Journal*, 11(3), 11–34. <https://doi.org/10.1177/026624269301100301>
- Gibb, A. A. (1994). Do we really teach (approach) small business the way we should? *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 11(2), 11–27. <https://doi.org/10.1080/08276331.1994.10600412>
- Gibb, A. A. (2008). Entrepreneurship and enterprise education in schools and colleges: Insights from UK practice. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 6(2), 48–77.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kuratko, D. F., Morris, M. H., & Schindehutte, M. (2021). *Understanding the dynamics of entrepreneurship*. Emerald Group Publishing.
- Lackeus, M., & Williams Middleton, K. (2011). Venture creation programs: Entrepreneurial education through real-life content. *Babson College Entrepreneurship Research Conference*.
- Lackeus, M., & Williams Middleton, K. (2015). Venture creation programs: Bridging entrepreneurship education and technology transfer. *Education + Training*, 57(1), 48–73.
- Maheshwari, G., Kha, K. L., & Arokiasamy, A. R. A. (2022). Factors affecting students' entrepreneurial intentions: A systematic review (2005–2022) for future directions in theory and practice. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Van Nostrand.
- Mitchell, R. K., Busenitz, L., Lant, T., McDougall, P. P., Morse, E. A., & Smith, J. B. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research 2007. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(1), 1–27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00161.x>
- Rae, D. (2000). Understanding entrepreneurial learning: A question of how? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 6(3), 145–159. <https://doi.org/10.1108/13552550010346497>
- Revans, R. W. (1991). Action learning and the third dimension. *Management Decision*, 29(6), 15–17. <https://doi.org/10.1108/00251749110139191>
- Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R., & Venkataraman, S. (2010). Three views of entrepreneurial opportunity. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 77–

- 96). Springer.
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332.
- Tsou, E., Steel, P., & Osiyevskyy, O. (2023). The relationship between entrepreneurial intention and behavior: A meta-analytic review. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*.
- United Nations Development Programme. (2024). *Impact of war on youth in Ukraine: 2024 research*.
- United Nations Development Programme. (2025). *Unlocking the potential of youth in Ukraine*.
- Zubiashvili, I., & Melnychuk, T. (2025). Empirical research of students' attitude towards entrepreneurship. *Psychological Journal*, 11(3). <https://doi.org/10.31108/1.2025.11.3.1>

Мельничук Тетяна Іванівна

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

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ БАР'ЄРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДІ В ПЕРІОД СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено комплексному соціально-психологічному аналізу бар'єрів підприємницької активності молоді в умовах суспільних трансформацій, що відбуваються в Україні під впливом воєнного стану, економічної нестабільності та процесів післявоєнного відновлення. У центрі дослідження перебуває проблема суперечності між декларованою готовністю молоді до підприємницької діяльності та реальною активністю у сфері створення власної справи. Підприємницька активність розглядається як важливий механізм економічної самореалізації, соціальної мобільності та формування суб'єктності молодого покоління, а також як стратегічний ресурс відновлення держави в умовах кризових викликів. Водночас сучасний соціальний контекст характеризується високим рівнем невизначеності, безпекових ризиків і нестабільності, що може посилювати дію соціально-психологічних бар'єрів та ускладнювати реалізацію підприємницьких намірів.

Метою дослідження стало виявлення специфіки соціально-психологічних бар'єрів підприємницької активності молоді, визначення їх зв'язку з показниками

підприємницької самоефективності та наміру до започаткування власної справи, а також аналіз ролі соціально-економічних чинників у формуванні відповідних установок і поведінкових тенденцій. Особливу увагу приділено дослідженню того, яким чином бар'єри опосередковують вплив соціального контексту на формування підприємницької готовності та наскільки вони послаблюють зв'язок між наміром і реальною дією в умовах суспільної турбулентності.

Теоретичною основою дослідження слугували положення теорії запланованої поведінки, згідно з якою намір виступає безпосереднім предиктором поведінки та формується під впливом ставлення до діяльності, суб'єктивних норм і сприйнятого поведінкового контролю. Додатково використано концепцію самоефективності як ключового психологічного механізму, що визначає віру особистості у власну здатність успішно реалізувати поставлені цілі. У межах запропонованої моделі соціально-психологічні бар'єри розглядаються як система соціально детермінованих чинників (нормативних, мережевих, інституційних, рольових), що впливають на підприємницьку самоефективність та намір через механізми соціального впливу, підтримки або осуду, доступу до ресурсів і сприйняття контролю над ситуацією.

Дизайн дослідження мав крос-секційний кореляційний характер із застосуванням методів структурного моделювання. У вибірку увійшли представники молоді різного віку та соціально-економічного статусу. Операціоналізація змінних передбачала вимірювання рівня вираженості соціально-психологічних бар'єрів (страх помилки, дефіцит соціального капіталу, інституційна недовіра, негативні соціальні норми щодо підприємництва), показників підприємницької самоефективності та сили підприємницького наміру. Додатково враховувалися соціально-демографічні характеристики респондентів, зокрема суб'єктивна оцінка матеріального становища.

Результати дослідження засвідчили наявність статистично значущих зв'язків між вираженістю соціально-психологічних бар'єрів і показниками підприємницької самоефективності. Зокрема, зростання рівня страху помилки, інституційної

недовіри та переживаного дефіциту соціального капіталу супроводжувалося зниженням віри у власну здатність успішно започаткувати та реалізувати підприємницьку діяльність. Підприємницька самоефективність, у свою чергу, виявилася значущим предиктором підприємницького наміру, підтверджуючи її роль як ключового психологічного ресурсу. Структурне моделювання продемонструвало, що самоефективність частково медіює вплив бар'єрів на намір, що свідчить про опосередкований характер їхнього впливу.

Аналіз відмінностей за рівнем матеріального становища виявив, що молодь із вищим рівнем суб'єктивно оціненого доходу характеризується нижчими показниками страху помилки та дефіциту соціального капіталу, а також вищою підприємницькою самоефективністю порівняно з групою низького доходу. Це дозволяє розглядати соціально-економічний статус як ресурсний чинник, що знижує сприйняття ризику та послаблює психологічні бар'єри підприємницької активності. Водночас значущих відмінностей між фінансовими групами щодо негативних соціальних норм не виявлено, що може свідчити про відносну універсальність нормативного контексту підприємництва в сучасному українському суспільстві.

Окрему увагу приділено аналізу співвідношення між підприємницьким наміром і реальною поведінкою в умовах соціальної невизначеності. Отримані результати свідчать про те, що в період суспільних трансформацій зв'язок між наміром і реальною дією може послаблюватися під впливом зовнішніх обмежень, нестабільності та безпекових ризиків. Це вказує на необхідність розширення класичних моделей підприємницької поведінки з урахуванням макросоціального контексту та специфіки кризових умов.

Практичне значення дослідження полягає у визначенні напрямів мінімізації впливу соціально-психологічних бар'єрів у межах соціально-психологічного підходу. До таких напрямів належать: розвиток підтримувальних соціальних мереж та менторських програм; формування позитивних нормативних уявлень про підприємництво через освітні

й інформаційні ініціативи; підвищення рівня підприємницької самоефективності шляхом тренінгових програм, орієнтованих на розвиток навичок саморегуляції, прийняття рішень і толерантності до невизначеності; створення безпечного освітньо-підприємницького середовища, що зменшує страх помилки та стигматизацію невдачі.

Загалом результати дослідження підтверджують, що підприємницька активність молоді є багатовимірним соціально-психологічним феноменом, формування якого залежить не лише від індивідуальних характеристик, а й від особливостей соціального середовища та економічного контексту. Соціально-психологічні бар'єри виступають значущими детермінантами зниження підприємницької самоефективності та послаблення наміру, особливо в умовах суспільної нестабільності. Водночас підвищення рівня психологічних ресурсів і соціальної підтримки може сприяти трансформації потенційної готовності до підприємництва в реальну економічну активність.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з використанням лонгітюдних дизайнів для аналізу динаміки підприємницьких намірів у часі, а також із розширенням вибірки за рахунок різних регіонів і соціальних груп. Додатково актуальним є вивчення впливу освітніх програм і державних ініціатив підтримки молодіжного підприємництва на зниження соціально-психологічних бар'єрів та зміцнення підприємницької самоефективності.

Таким чином, стаття робить внесок у розвиток соціально-психологічного підходу до аналізу підприємницької активності молоді, розкриваючи механізми впливу бар'єрів на формування наміру та обґрунтовуючи необхідність комплексних інтервенцій у сфері молодіжної політики, освіти та підтримки підприємництва в умовах суспільних трансформацій.

Ключові слова: підприємницький намір, інституційна недовіра, соціальний капітал, соціальні норми, страх помилки, економічна невизначеність, ініціативна поведінка, рання дорослість, психологічні детермінанти.

Tetiana Melnychuk

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

SOCIO-PSYCHOLOGICAL BARRIERS TO YOUTH ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN A PERIOD OF SOCIETAL TRANSFORMATIONS

ABSTRACT

The article presents a comprehensive socio-psychological analysis of the barriers to youth entrepreneurial activity under conditions of profound societal transformations taking place in Ukraine due to martial law, economic instability, and post-war recovery processes. The study focuses on the contradiction between young people's declared readiness to engage in entrepreneurial activity and their actual involvement in establishing and developing their own businesses. Entrepreneurial activity is conceptualized as a crucial mechanism of economic self-realization, social mobility, and the development of youth agency, as well as a strategic resource for national recovery in times of crisis. At the same time, the contemporary social context is characterized by high levels of uncertainty, security risks, and instability, which may intensify socio-psychological barriers and complicate the realization of entrepreneurial intentions.

The purpose of the study was to identify the specific socio-psychological barriers to youth entrepreneurial activity, determine their relationships with entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intention, and analyze the role of socio-economic factors in shaping relevant attitudes and behavioral tendencies. Particular attention was paid to examining how these barriers mediate the influence of the social context on the formation of entrepreneurial readiness and to what extent they weaken the relationship between intention and actual behavior in conditions of societal turbulence.

The theoretical framework of the research is grounded in the Theory of Planned Behavior, which conceptualizes intention as the immediate predictor of behavior formed under the influence of attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control. Additionally, the concept of self-efficacy is employed as a key psychological mechanism that determines an individual's belief in their capacity to successfully achieve desired goals. Within the proposed model, socio-psychological barriers are

understood as a system of socially determined factors (normative, network-based, institutional, and role-related) that influence entrepreneurial self-efficacy and intention through mechanisms of social support or disapproval, access to resources, and perceived control over circumstances.

The research design was cross-sectional and correlational, employing structural equation modeling techniques. The sample included young people of different ages and socio-economic backgrounds. The operationalization of variables involved measuring the intensity of socio-psychological barriers (fear of failure, deficit of social capital, institutional distrust, and negative social norms toward entrepreneurship), indicators of entrepreneurial self-efficacy, and the strength of entrepreneurial intention. Socio-demographic characteristics, including subjective assessment of material well-being, were also taken into account.

The findings revealed statistically significant relationships between socio-psychological barriers and entrepreneurial self-efficacy. In particular, higher levels of fear of failure, institutional distrust, and perceived deficit of social capital were associated with lower confidence in one's ability to initiate and successfully implement entrepreneurial activity. Entrepreneurial self-efficacy, in turn, emerged as a significant predictor of entrepreneurial intention, confirming its role as a key psychological resource. Structural modeling demonstrated that self-efficacy partially mediates the impact of socio-psychological barriers on entrepreneurial intention, indicating an indirect mechanism of influence.

The analysis of differences based on material well-being showed that youth with higher levels of subjectively assessed income reported lower fear of failure and a lower deficit of social capital, as well as higher entrepreneurial self-efficacy compared to those with lower income levels. This finding supports the interpretation of socio-economic status as a resource factor that reduces perceived risk and mitigates psychological barriers to entrepreneurial engagement. At the same time, no significant differences between financial groups were found with regard to negative social norms, suggesting the relative universality of the normative context of entrepreneurship in contemporary Ukrainian society.

Special attention was devoted to examining the relationship between entrepreneurial intention and actual behavior in conditions of social uncertainty. The results indicate that during periods of societal transformation, the link between intention and real action may weaken under the influence of external constraints, instability, and security-related risks. This highlights the need to expand classical models of entrepreneurial behavior by incorporating macro-social contextual factors and the specific characteristics of crisis conditions.

The practical implications of the study involve identifying directions for minimizing the impact of socio-psychological barriers within a socio-psychological framework. These directions include: developing supportive social networks and mentoring programs; fostering positive normative perceptions of entrepreneurship through educational and informational initiatives; enhancing entrepreneurial self-efficacy through training programs aimed at developing self-regulation skills, decision-making competence, and tolerance for uncertainty; and creating a safe educational and entrepreneurial environment that reduces fear of failure and the stigmatization of unsuccessful attempts.

Overall, the findings confirm that youth entrepreneurial activity is a multidimensional socio-psychological phenomenon shaped not only by individual characteristics but also by features of the social environment and economic context. Socio-psychological barriers act as significant determinants of reduced entrepreneurial self-efficacy and weakened intention, particularly in conditions of societal instability. At the same time, strengthening psychological resources and social support mechanisms can facilitate the transformation of potential readiness for entrepreneurship into actual economic engagement.

Future research perspectives include the use of longitudinal designs to examine the dynamics of entrepreneurial intentions over time, as well as the expansion of samples to include diverse regions and social groups. Further investigation is also needed into the impact of educational programs and state initiatives supporting youth entrepreneurship on reducing socio-psychological barriers and strengthening entrepreneurial self-efficacy.

Keywords: entrepreneurial intention, institutional distrust, social capital, social norms, fear of failure, economic uncertainty, proactive behavior, emerging adulthood, psychological determinants.

How to cite (як цитувати):

Melnychuk, T. SOCIO-PSYCHOLOGICAL BARRIERS TO YOUTH ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN A PERIOD OF SOCIETAL TRANSFORMATIONS. *PSYCHOLOGICAL JOURNAL*, 12(1), 93–108. <https://doi.org/10.31108/1.2026.12.1.7> [in Ukrainian]

Мельничук, Т. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ БАР'ЄРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДІ В ПЕРІОД СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ. *ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЧАСОПИС*, 12(1), 93–108. <https://doi.org/10.31108/1.2026.12.1.7>

Дата отримання статті: 16.11.2025

Дата рекомендації до друку: 23.12.2025

Дата оприлюднення: 30.01.2026