

ний ее параметров на протяжении эмоционально-нейтрального и эмоционально-окрашенного периодов. В первом случае наиболее переменными являлись такие показатели, как общая эмоциональность и радость. Во втором – общая эмоциональность, радость, хорошее состояние, усталость, вдохновение. В отличие от эмоционально-нейтрального периода, основные причины изменения эмоциональных состояний в эмоционально-окрашенный период связаны с особенностями учебной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Волженцева И.В. Генезис полифункциональной регуляции психических состояний личности эмоциогенными способами: дис. ... д-ра психол. наук : спец. 19.00.01 "Общая психология, история психологии" / Волженцева Ирина Викторовна ; Одес. нац. ун-т им. И.И. Мечникова. – Одесса, 2013. – 535 с.

2. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии / Б. Ф. Ломов. – М. : Наука, 1984. – 445 с.

УДК 159.923

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ГЕНЕРАЦІЇ ІДЕЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Добренко І.А.

У статті проаналізовано наукові досягнення, присвячені соціально-психологічному стану детермінант генерації ідей в підприємницькій діяльності. Виявлено сутність та значення інноваційного підприємництва як особливого новаторського процесу, в основі якого лежить пошук нових можливостей, орієнтації на інновації. Обґрунтовано та визначено теоретичні можливості щодо формування і розвитку характерних детермінант генерації ідей, які б сприяли ефективності реалізації підприємницької діяльності.

Ключові слова: генерація ідей, підприємництво, підприємницька ідея, інноваційне підприємництво, підприємницька діяльність. Анотація.

В статье проанализированы научные достижения, посвященные социально-психологическому состоянию детерминант генерации идей в предпринимательской деятельности. Выявлены сущность и значение инновационного предпринимательства как особого новаторского процесса, в основе которого лежит поиск новых возможностей, ориентированных на инновации. Обоснованы и определены теоретические возможности по формированию и развитию характерных детерминант генерации идей, способствующих эффективности осуществления предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: *генерація ідей, підприємцтво, підприємська ідея, інноваційне підприємцтво, підприємська діяльність.*

In the article the scientific achievements focusing on social and psychological determinants of generating ideas in business. The essence and value of innovative entrepreneurship as a special innovative process, which is based on the search for new opportunities, focused on innovation. Motivated and determined the theoretical possibility of the formation and development of the characteristic determinant of the generation of ideas that contribute to the efficiency of doing business.

Key words: *idea generation, entrepreneurship, entrepreneurial idea, innovative entrepreneurship, entrepreneurial activity.*

Постановка проблеми. Підприємство або підприємська діяльність як соціально-психологічні явища викликають активний інтерес багатьох зарубіжних і вітчизняних дослідників, тому що однією з їх найважливіших соціальних функцій є підвищення добробуту суспільства.

Після багатьох років експериментування з державно-бюрократичної економікою наше суспільство приходять до усвідомлення давно вже визнаного у світі положення про те, що основним двигуном розвитку та оновлення економічного життя є ініціатива і творчість приватного підприємця.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній вітчизняній економічній, психологічній, соціологічній і політологічній літературі вивчення й аналіз підприємництва як особливого суспільного явища пов'язане з іменами З. Варналія, А. Гальчинського, А. Кредісова, М. Лапусти, І. Лукінова, М. Михальченка, С. Мочерного, Ю. Павленка, Ю. Пачковського, Ю. Пахомова, В. Пилипенка, В. Сизоненка, Є. Суїменка, А. Філіпенка та ін.

Чимало досліджень присвячено висвітленню психологічних чинників успішності підприємницької діяльності (праці А. Гібб, Т. В. Корнілова, І. В. Ромазан та ін.), проблему підвищення ефективності підприємницької діяльності досліджують С. Д. Максименко, Л. М. Карамушка, О. В. Креденцер, О. А. Філь.

Значний внесок у розвиток теорії підприємництва, особливо з соціологічної точки зору, внесли Г. Зіммель, В. Зомбарт, Е. Дюркгейм, М. Вебер, Лукашевич М. П., І. Е. Мусаелян, Ю. О. Словінський та ін.

В основі сучасної концепції підприємництва, яка була розроблена та удосконалена І. Ансоффом, П. Друккером, М. Портером та іншими теоретиками, лежить ідея Й. Шумпетера, відповідно до якої економічний розвиток реалізується через креативну деструкцію, що спричиняється інноваціями.

Інше трактування підприємницької діяльності одержала в межах інституціональної економічної теорії в роботах Р. Коуза, О. Уільямсона, відповід-

но до якої підприємець – це суб'єкт, який робить вибір між контрактними відносинами вільного ринку й організацією фірми з метою економії транзакційних витрат. Підприємництво таким чином виконує функцію особливого регулюючого механізму, відмінного від цінового механізму та механізму державного регулювання, а де в чому -альтернативного їм обом.

Однак ґрунтовних досліджень, присвячених соціально-психологічному аналізу детермінант генерації ідей в підприємницькій діяльності, вкрай мало. Це пов'язано, насамперед, з тим, що підприємницька діяльність є складним і важкодоступним об'єктом для психологічного дослідження. Це пов'язано зі специфікою історичного розвитку країни, регіональних та гендерних особливостей, сучасного стану економіки нашого суспільства.

Мета: проаналізувати наукові дослідження, присвячені соціально-психологічному аналізу детермінант генерації ідей в підприємницькій діяльності; виявити сутність інноваційного підприємництва як особливого новаторського процесу, в основі якого лежить пошук нових можливостей, орієнтації на інновації; обґрунтувати теоретичні можливості щодо формування і розвитку характерних детермінант генерації ідей.

Виклад основного матеріалу. У вітчизняній економічній науці найповніше підприємництво окреслив З.С. Варналій: "Підприємництво як економічна категорія – це особливий тип господарювання, де головним суб'єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу" [1].

Головна цінність цього визначення полягає в тому, що в ньому називаються дві головні ознаки підприємництва: по-перше, це особливий тип господарника за своїми новаторськими здібностями; по-друге, успіх побудовано на інноваційній діяльності.

У підручнику російського видання 2000 року із серії "Вища освіта" групи авторів під ред. М. Г. Лапусти "Підприємництво" сказано: "Підприємництво – вільне економічне господарювання в різних сферах діяльності (крім заборонених законодавчими актами), здійснюване суб'єктами ринкових відносин з метою задоволення потреб конкретних споживачів і суспільства в товарах (роботах і послугах) та одержання прибутку (доходу), необхідних для саморозвитку власної справи (підприємства) і забезпечення фінансових обов'язків перед бюджетами й іншими господарюючими суб'єктами" [5].

І далі: "Підприємництво – це принципово новий тип господарювання, який базується на інноваційному поведженні власників підприємства, на умінні знаходити і використовувати ідеї, утілювати їх у конкретні підприємницькі проекти..." [5].

Підприємницька діяльність пов'язана з дією багатьох інших факторів. Зокрема, невдало вибраний час для початку діяльності, викликаний сезонними коливаннями або іншими особливостями ринкової ситуації, здатний суттєво знизити ефективність розпочатого бізнесу.

Нерівномірність може спостерігатися і в галузевому, і в територіальному аспектах. Відповідно слід реагувати і початкувачу бізнесу: точно вивірити динаміку майбутньої діяльності, визначити поведінку вже функціонуючих в обраній сфері підприємців. На цій основі стає можливим аналітична оцінка відповідності цілей і ресурсів майбутнього підприємства новим продуктам і новим ринкам. При цьому підприємець звертає особливу увагу на стратегію майбутнього підприємства, його потенційні конкурентні переваги.

Підприємницьку діяльність можна розглядати як безперервну низку процесів розв'язання задач. Це дає підставу стверджувати про певну універсальність задач, які постають перед підприємцями і від рішення яких залежить результат його діяльності.

Економічна наука немислима без постановки та розв'язання різнопланових задач. Однак, економісти, розглядаючи алгоритми рішення задач, не враховують психологічний аспект, від якого, на нашу думку, в першу чергу залежить постановка проблеми і умови задачі, що чітко постає у виборі підприємницької ідеї. Таким чином, генерування підприємницької ідеї – складний процес, управління яким повинно враховувати зміст цілей та завдань, що виникають на кожному етапі.

Отже, якщо з'явилася ідея створення власного бізнесу та її практичного втілення, потрібно ще до початку активних дій ретельно зважити всі можливості підприємства, врахувати перепони і ризики розпочатої справи.

Підприємницька ідея є першочерговою задачею, фундаментом для розв'язку наступних задач підприємницької діяльності. І саме в постановці цієї задачі багато людей, що вирішили займатися підприємництвом, відчують брак знань та вмінь. Тому, як результат, велика частина таких підприємств закінчують своє існування ще в перші роки їх створення.

Саме економіка, яка ставить підприємництво в основі забезпечення розвитку країни і добробуту населення в силу обмеження предметної області досліджень, не може озброїти підприємців цими знаннями. Тому психологія є тією наукою, яка дає вичерпну інформацію про процеси розгортання та функціонування мисленневих процесів, які супроводжують розв'язання будь-якої задачі.

Саме психологія є базою для виникнення основних категорій, що дають можливість для подальших розробок, основних підходів та методів

дослідження в області підприємництва, де основною фігурою виступає особа підприємця, з його характерними властивостями та здібностями.

Від вдалого вибору підприємницької ідеї залежить майбутнє новоствореного підприємства.

Для більш детального підходу до постановки і розв'язання задачі щодо формування підприємницької ідеї визначимося із поняттями "ідея" і "підприємницька ідея".

Слово "ідея" походить із грецької мови і має дослівне тлумачення як початок, основа, праобраз. У філософському енциклопедичному словнику подано наступне визначення терміна ідея – "це форма осягнення дійсності в думці, яка включає усвідомлення мети і способи подальшого пізнання й перетворення світу. За своєю логічною структурою термін "ідея" є видом поняття. Однак відмінність "ідеї" від звичайного поняття полягає в тому, що вона поєднує в собі об'єктивне знання про дійсність і суб'єктивну мету, спрямовану на зміну дійсності" [7, с. 236].

Таке визначення заслуговує на увагу, проте з твердженням щодо об'єктивного знання про дійсність важко погодитись, адже знання, що були осмислені, вже пропущені через призму суб'єктивного сприйняття індивіда, а отже, не можуть бути об'єктивними, оскільки наділені суб'єктивними оцінками та судженнями індивіда.

Аналіз літератури з економіки та підприємництва, зокрема, показав, що питанню підприємницької ідеї не приділяється належна увага. Однією з небагатьох спроб тлумачення поняття "підприємницька ідея" є визначення, дане колективом авторів (С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І Чоботар). За даним визначенням, підприємницька ідея – це конкретне, цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення [6, с. 31].

Таке визначення, на нашу думку, є некоректним. Адже володіння конкретним та цілісним знанням в системі ринкової економіки неможливе. Ринок характеризується високим рівнем невизначеності, ситуацією, коли ні один з учасників ринку не володіє повною, абсолютною та об'єктивною інформацією, а тому не має можливості досконало прорахувати наслідки впровадження у діяльність рішень. В іншому випадку підприємницька діяльність звелася б до простих математичних розрахунків, а на практиці ми спостерігаємо складну проблемну ситуацію.

Виходячи з наведеного вище, ми спробуємо дати і об'рунтувати визначення підприємницької ідеї. Підприємницька ідея – це форма мисленнєвого осягнення дійсності щодо можливих об'єктів підприємництва, яка включає усвідомлення способів подальшого пізнання цих об'єктів і їх застосування з метою отримання прибутку.

Аналізуючи діяльність успішних підприємців, ми прийшли до висновку, що підприємницька ідея обов'язково має два елементи: інноваційну складову та потребу суспільства в продуктах виробництва.

Інноваційною складовою підприємницької ідеї, за визначенням Й. Шумпетера, є підприємець. "Підприємець – той, хто по-новому поєднує, використовує ресурси. Підприємець – це новатор, котрий руйнує економічну рівновагу, що склалася, стимулюючи розвиток" [9].

Термін інновація застосував Й. Шумпетер для означення факторів, які руйнують економічну рівновагу з середини. Й. Шумпетер згрупував інновації за такими групами: створення нового продукту; впровадження нової технології; використання нової організації виробництва; відкриття нових ринків збуту і джерел сировини [9].

Винаходи та інші інновації самі по собі, як слушно підмітив Й. Шумпетер, це – "мертві" можливості, а підприємець, відкриваючи нові шляхи до отримання прибутку, виступає силою, що "оживляє" їх, долаючи технологічні, фінансові та інші труднощі. На думку Й. Шумпетера, підприємець виступає партнером винахідника, розпізнаючи цінність інновації, освоюючи її і представляючи її ринку, він відіграє провідну роль у процесі економічного росту [9].

Завданням підприємця є не розробка, а введення інновацій у дію – реалізація теорії на практиці. Що ж до джерела інновацій, то підприємець може вирішувати цю проблему багатьма способами – від ситуацій, де підприємець сам виступає винахідником або використовує чужі перспективні напрацювання, до ситуацій, де підприємець виступає силою, що стимулює інших до креативного пошуку нових можливостей. Прикладом останнього є практика японських автобудівних корпорацій, де передбачена винагорода за будь-які раціоналізаторські пропозиції співробітників, в тому числі й ті, що в кінцевому випадку були визнані недоцільними.

У ситуації економічної стабільності саме впровадження інновацій надає конкурентну перевагу підприємцю-новатору та призводить до порушення рівноваги системи, знищення застарілих форм організації ринку та появи більш сучасних та економічно вигідніших форм організації ринку.

Другою складовою підприємницької ідеї стає потреба суспільства в продуктах підприємництва. Досліджуючи питання інновації як способу отримання прибутку, маємо пам'ятати, що дохід підприємця з соціально-психологічної точки зору є плата за задоволення явних та неявних потреб суспільства. Саме інноваційна діяльність, направлена на покращення задоволення потреб суспільства та віднаходження нових, раніше не помічених потреб, несе в собі максимальну вигоду. При цьому інновації, що не спрямовані на задоволення існуючих потреб, приречені на економічну невдачу.

Ілюстрацією необхідності врахування при прийнятті підприємницької ідеї максимального задоволення потреби суспільства є слова успішного підприємця Г. Форда: "Якщо я не можу почати бізнес, організований за принципом служіння людям, то краще зовсім не починати" [8].

Отже, при виборі підприємницької ідеї підприємцю необхідно визначити у зовнішньому середовищі інновації, які б він міг застосувати, та визначитися, чи потрібні вони суспільству, чи готове суспільство прийняти їх. Тобто перед підприємцем постає проблемна ситуація з двома невідомими та з невизначеністю та мінливістю ринку.

При формуванні підприємницької ідеї підприємець стикається з проблемною ситуацією, яка з часом переростає в задачу, тобто в модель вирішення проблемної ситуації. Дана характеристика проблемної ситуації – об'єктивна відсутність на момент прийняття підприємницької ідеї засобів досягнення цілей, що поставлені у даній ситуації. Саме в такій ситуації знаходиться потенційний підприємець на початку своєї підприємницької діяльності.

Для розв'язання проблеми потрібно визначитися, чим займатися та яка потреба в цій роботі в суспільстві, виробити знання про те, чого він не знає, і знайти відсутні засоби. Труднощі потенційного підприємця у виборі підприємницької ідеї, усвідомлення наявності перешкод в ринковому середовищі при здійсненні діяльності – головні фактори проблемної ситуації. Проте в даній ситуації не можна стверджувати, що підприємець абсолютно не знає умов ринку. В даному випадку доречно навести слова Г.С. Костюка, який зауважує: "Проблемна ситуація характеризується не просто незнанням, а усвідомленням людиною того, що у відомому є дещо невідоме, суттєво важливе для неї (людини) і в той же час таке, що неможливо відразу з'ясувати" [4, с. 279]. Це визначення передбачає наявність в особи якоїсь певної кількості інформації про об'єкт, що її цікавить, тобто для розв'язування проблемної ситуації вона обов'язково буде використовувати елементи репродуктивного мислення, а поява нового знання неможлива без використання вже наявного.

Прийнятним щодо підприємницької ідеї є і твердження К. Дункера "У проблемній ситуації обов'язково чого-небудь не вистачає (інакше вона була б не проблемною, а простою ситуацією), і ця невідома ланка повинна бути знайдена за допомогою мисленнєвого процесу" [2, с. 79]. При цьому, як зазначає автор, мислення є провідним процесом у переході від наявного стану предмета у бажаний, а дії, які його супроводжують, – лише допоміжна ланка. Такий підхід дещо суб'єктивує проблемну ситуацію, оскільки не враховує основних джерел мислення, які завжди знаходяться у зовнішньому світі та перебувають у постійній взаємодії із внутрішнім світом особистості.

Розглядаючи підходи щодо формування підприємницької ідеї, варто скористатися твердженнями таких науковців, як С.Л. Рубінштейн, В. Оконь, Т.В. Кудрявцев та ін. Вони згодні, що поняття "задача" та "проблемна ситуація" відрізняються рівнем складності, а саме тим, наскільки ясно суб'єкт їх усвідомлює. У такому разі проблемна ситуація описується через цільові характеристики і визначається як ситуація, коли з'являються нові цілі, а наявні засоби і способи діяльності недостатні (хоча і є вирішальними) для її досягнення. Тут особа підприємця наштовхується на ситуацію, у якій недостатньо чітко окреслений шлях досягнення потрібного результату та відсутні засоби і способи досягнення мети. Отже, з проблемної ситуації народжується задача. Аналіз невизначеності і вибір шуканого шляху перетворює проблему у відкриту задачу, тип якої необхідно визначити.

При розв'язанні задачі щодо вибору підприємницької ідеї можна скористатися класичним підходом до проблеми розв'язання задач, який ґрунтується на дослідженнях трьох відомих шкіл – С.Л. Рубінштейна, О.М. Леонтьєва і Г.С. Костюка. Провідна концепція С.Л. Рубінштейна про розподіл проблемної ситуації на два основних структурних елементи – відоме і невідоме – підтримує концепцію про лінійність мисленнєвого процесу, тобто непорушність наступності компонентів "проблемна ситуація – задача – процес розв'язування – результат". Саме за таким алгоритмом повинна будуватися задача вибору підприємницької ідеї: вибір напряму підприємницької діяльності; визначення свого місця на ринку товарів та послуг; визначення необхідних ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних, природних тощо), вибір технології поєднання цих ресурсів з метою досягнення поставленої мети, прогнозний результат.

Враховуючи інноваційну складову підприємницької ідеї, креативний підхід щодо її вибору, цю задачу необхідно віднести до типу творчих задач. Творчі задачі характеризуються як такі, що повно чи частково містять елементи новизни для суб'єкта (інноваційна складова), незнайомі йому та зумовлюють докладання значних розумових зусиль, вимагають спеціальної організації пошуку та знаходження нового способу дій. Особливістю застосування творчої задачі щодо визначення підприємницької ідеї є те, що при її розв'язанні, поряд із залученням таких психічних процесів, як сприймання та мислення, потрібно активізувати ще й уяву, яка є провідним чинником, що сприяє знаходженню правильного рішення. У цьому випадку результати такої діяльності завжди виходять за межі поняття задачі як ситуації, що вимагає від суб'єкта деякої дії, спрямованої на знаходження невідомого на основі використання його зв'язків з відомим за умов, коли суб'єкт (підприємець) не володіє способом (алгоритмом) цієї дії.

Отож, перед підприємцем постає не просто творча задача, а вона ще й має всі ознаки проблемної задачі. На користь даного твердження наведемо позицію українських психологів Г.С. Костюка, В.О. Моляко, Г.О. Балла, А.В. Фурмана та ін. Вони зробили спробу пояснити феномен культурного життя людини та довели такі незаперечні факти: а) задача існує завжди, коли наявні дві основні складові – мета та умови, за яких вона має бути реалізована. (В нашому випадку мета – одержання прибутку в умовах ринку з його невизначеністю та мінливістю.); б) будь-яка цілеспрямована діяльність може трактуватися як безперервна низка процесів розв'язування задач. Проте, сама діяльність, забезпечуючи такі результати, все ж спрямовується вказаною задачею, точніше ієрархічною системою розв'язуваних суб'єктом задач. Чим повніше дослідник здатний описати цю систему, тим глибше може розкрити механізми діяльності суб'єкта й розвитку його особистості. Знання таких механізмів посідає чільне місце у психологічному забезпеченні ефективності керування такими процесами.

Невдало обрана підприємницька ідея, як показує вітчизняна практика підприємництва, призводить до того, що велика кількість підприємств припиняють свою діяльність, так і не досягнувши поставленої мети: одержання прибутку.

Центральною ідеєю будь-якої діяльності, а особливо підприємницької, є пізнавальна активність суб'єкта. Відповідно, головним завданням підприємця є його включення в активну пізнавальну діяльність, яка має привести його "до відкриття" тих чи інших фактів, шляхів реалізації своїх задумів.

Рішення задачі щодо вибору підприємницької ідеї є природним завершенням мисленнєвого процесу. Перед підприємцем стоїть проблема – створити або удосконалити механізм одержання прибутків в ринковому середовищі. За твердженням Г.С. Костюка, така задача належить до типу мисленнєвих задач. Мислення – це процес руху думки від невідомого до відомого. За визначенням колективу авторів під керівництвом С.Д. Максименка, мислення починається там, де перед людиною постає щось нове, невідоме, коли вона починає аналізувати, порівнювати, узагальнювати. Мислячи, людина пізнає загальні властиві опосередковано, тобто через опосередкування інших, раніше відомих знань, а також шляхом узагальнення пізнання оточуючого світу [3, с. 306].

Мислення завжди формується у діяльності, у взаємодії суб'єкта з навколишнім світом; мислення актуалізується під впливом мети; мислення актуалізується в умовах виникнення проблеми; мета формує мислення як діяльність; мислення має особистісний аспект – це ще раз підтверджує необхідність розгляду задачі щодо формування і вибору

підприємницької ідеї як мисленнєвої. Розглянемо послідовність мисленнєвого процесу формування і вибору підприємницької ідеї.

По-перше, становлення проблемної ситуації, яка виникає за умови, коли суб'єктивного досвіду для досягнення мети не вистачає: вибір напряму підприємницької діяльності з урахуванням інноваційної складової та потреб суспільства.

По-друге, усвідомлення і формулювання завдання, що саме підприємець збирається робити?

По-третє, розуміння того, що відоме і що потрібно шукати. На цьому етапі відбувається означення відомого і невідомого. Внаслідок цього проблемна ситуація перетворюється на задачу. Тут варто нагадати, що мислення – це процес опосередкованого та узагальненого пізнання оточуючого світу. Укraj важливою стороною мислення є узагальнення пізнання дійсності. Не завжди досвід людини може дати достатній матеріал для узагальнення. Люди в своїй діяльності постійно спираються на загальний досвід. Особа зіставляє відоме (що вона хоче одержати, які ресурси для цього має тощо) і невідоме (яким чином досягти поставленої мети). При пошуку невідомого, особа узагальнює власний досвід та вивчає, узагальнює досвід інших людей. Разом із тим, багато підприємців запозичували ідеї інших людей, тобто узагальнюють їх досвід.

По-четверте, треба знайти спосіб розв'язання задачі. Сам підприємець знаходить спосіб, як ту чи іншу ідею впровадити в дійсність і отримати прибутки. На цьому етапі він мисленнєво проходить всі етапи механізму заробітку грошей – від визначення ресурсів, технології впровадження їх у виробництво до знаходження ринків збуту. Таким прикладом розв'язку мисленнєвої задачі, як "підприємницька ідея", може бути досвід Г. Форда, який зауважував: "Практично всі деталі були продумані мною заздалегідь. Я завжди працюю за цією схемою: складаю план і опрацьовую кожен пункт, перш ніж приступити до його реалізації" [8, с. 44].

Мисленнєвий процес обрання підприємницької ідеї, як і всякий мисленнєвий процес, залежить від індивідуальності особистості. Індивідуальні відмінності мислення людей зумовлені передусім особливостями їх життя, характером діяльності, навчанням і залежать від наступних якостей особистості: самостійність, критичність, гнучкість, глибина, широта, послідовність, швидкість мислення.

Г. Шмолер, Й. Шумпетер, П. Друкер вважали, що підприємницька діяльність – це здійснення організаційно-господарської інновації або "нових комбінацій факторів виробництва" з метою одержання прибутку. Іншими словами, підприємництво характеризується трьома необхідними елементами: організаційними діями, ініціюванням змін, гро-

шовим доходом як метою і критерієм успіху. На перший план виходить інноваційна функція, яка передбачає виробництво нового, ще невідомого споживачеві матеріального блага або старого, але з новими якостями; впровадження нових методів виробництва, які раніше не застосовувалися; освоєння нових економічних ринків збуту або більш широке використання існуючих; освоєння нових джерел і видів сировини; здійснення нової організації виробництва і збуту, а ризику особливого значення не надається.

До речі, на думку Й. Шумпетера, індивід лишається підприємцем тільки до того часу, поки його діяльність має новаторський характер, і одразу перестає ним бути, як тільки вона стає рутинною. Крім того, він припускав, що підприємцем може бути не лише власник, але і найманий працівник – менеджер, а визначальною ознакою тут є саме інноваційний характер діяльності. Разом з тим, прибуток не є першочерговою і єдиною метою підприємця (П. Друкер). Він лише виконує функцію суспільного обмеження для господарської діяльності, нижче якого вона (діяльність) втрачає сенс, не виступає максимізована величина і єдиний критерій ефективності. Насамперед підприємець повинен прагнути до максимізації сприятливих можливостей. Іншими словами, головне не те, як вести справи, а як знаходити найкращі з них і концентрувати на них свої ресурси і сили [9].

І.Е. Мусаєлян зі Ю.О. Словінським підкреслюють, що підприємництво – це процес соціальної інновації, спрямований на створення власної справи, професійних організацій, нових професій та робочих місць.

У сучасних умовах підвищується значення інноваційного підприємництва як процесу створення та комерційного використання техніко-технологічних нововведень. Як правило, основою підприємницької діяльності є нововведення в області продукції або послуг.

Отже, інноваційне підприємництво – це особливий новаторський процес створення чогось нового, механізм господарювання, в основі якого лежить пошук нових можливостей, орієнтація на інновації. Інноваційне підприємництво пов'язане з вкладом інвестицій у створення та використання нової науково-технічної продукції з метою отримання технічної продукції, з метою отримання прибутку та соціального забезпечення. Ця форма підприємництва має підвищений ризик, обумовлений новизною та можливістю отримання як позитивного, так і негативного результату.

Економічно грамотно стверджувати, що у чистому вигляді не існує традиційного чи інноваційного виробничого підприємництва, оскільки при створенні будь-якого продукту тією чи іншою мірою використовуються різні елементи інновацій.

Висновки. Підприємницьку діяльність можна розглядати як безперервну низку процесів розв'язання задач. Це дає підставу стверджувати про певну універсальність задач, які постають перед підприємцями та від рішення яких залежить результат його діяльності.

Підприємницька ідея є першочерговою задачею, фундаментом для рішення наступних задач підприємницької діяльності.

Отже, при виборі підприємницької ідеї підприємцю необхідно визначити інновації, які він може застосувати та зрозуміти, чи потрібні вони суспільству.

Невдало обрана підприємницька ідея призводить до того, що велика кількість підприємств, припиняють свою діяльність, так і не досягнувши поставленої мети.

Інноваційне підприємництво – це особливий новаторський процес створення чогось нового, механізм господарювання, в основі якого лежить пошук нових можливостей, орієнтація на інновації. Рішення задач щодо вибору підприємницької ідеї є природним завершенням мисленнєвого процесу. Мислення завжди формується у діяльності, у взаємодії суб'єкта з навколишнім світом.

Таким чином, мисленнєвий процес обрання підприємницької ідеї практично завжди буде залежний від індивідуальності особистості, яка зумовлена особливостями життя, характером діяльності та навіть сенсом життя.

ЛІТЕРАТУРА

1. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – [4-те вид., стер]. – К. : Т-во Знання, КОО, 2008. – 302 с.
2. Дункер К. Качественное (экспериментальное и теоретическое) исследование продуктивного мышления / К. Дункер. – М. : Прогресс, 1965. – 367 с.
3. Загальна психологія : підручник / С.Д. Максименко, В.О. Зайчук, В.В. Клименко та ін. ; за заг. ред. С.Д. Максименка. – [3-є вид.]. – Вінниця : Нова Книга, 2006. – 688 с.
4. Костюк Г.С. Навчально-виховний процес і психічний розвиток особистості / Г.С. Костюк. – К. : Рад. школа, 1989. – 608 с.
5. Лапуста М.Г. Риски в предпринимательской деятельности : учеб. пособие / М.Г. Лапуста, Л.Г. Шаршукова. – М. : ИНФРА – М, 1998. – 224 с.
6. Мочерний С.В. Основи підприємницької діяльності : посібник / С.В. Мочерний, О.А. Устенко, С.І. Чеботар. – К. : Академія, 2001. – 280 с.
7. Філософський енциклопедичний словник. – К. : Абрис, 2002. – 744 с.

8. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд ; пер. с англ. Е.А. Бакушева. – Мн. : Попурри, 2007. – 352 с.

9. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Исследования предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры ; пер. с нем. / Й. Шумпетер. – М. : Прогресс, 1982. – 455 с.

УДК 159.9.015: 159.9.019.2

ПСИХОСЕМАНТИЧНА ТЕОРІЯ СВІДОМОСТІ У ВІТЧИЗНЯНІЙ ПСИХОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ПСИХОСЕМАНТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Дробот О.В.

У статті розглянуто теоретичні положення психосемантики свідомості як основи для визначення психосемантичного підходу в дослідженні свідомості та застосуванні відповідного інструментарію аналізу, що спрямовано на виявлення способу категоризації навколишнього світу.

Ключові слова: психосемантика, свідомість, психосемантичний підхід, наукові школи психосемантики, семантичний простір.

В статье рассмотрены теоретические положения психосемантики сознания как основания для выбора психосемантического подхода в исследованиях сознания и применения соответствующего инструментария для анализа, направленного на выявление способа категоризации окружающего мира.

Ключевые слова: психосемантика, сознание, психосемантический подход, научные школы психосемантики, семантическое пространство.

Theoretical positions of psychosemantics of consciousness are considered in the article, as foundation for the choice of psychosemantic approach in researches of consciousness and application of the proper tool for an analysis which is directed for the exposure of method of categorizing of outward things.

Keywords: psychosemantics, consciousness, psychosemantic approaches, scientific schools of psychosemantics, semantic space.

У розпочатому нами дослідженні психосемантики управлінської свідомості відоме положення про принципову невимірюваність свідомості стандартизованими психологічними методиками передбачає використання дослідницької парадигми, максимально спроможної фіксувати глибинні вияви людської суб'єктивності.

Можливість конструктивного розв'язання цієї проблеми ми вбачаємо в методологічних принципах та методичному апараті стосовно молодій дослідницькій галузі – психосемантики, психологічної галузі,