

**Тарас Юрійович Кулаковський,**

кандидат психологічних наук,

доцент кафедри соціальної та практичної психології,

**Ольга Григорівна Кулаковська,**

асистент кафедри соціальної та практичної психології,

Житомирський державний університет імені Івана Франка,

вул. Велика Бердичівська, 40, м. Житомир, Україна

## ПІДПРИЄМНИЦЬКІ НАМІРИ ЯК ПЕРЕДУМОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

*Розглянуто історію розвитку підприємництва в Україні як передумову формування підприємницьких намірів у населення сучасної незалежної країни. Розкрито вплив підприємницької ідеології та ідеології підприємництва на підприємницькі наміри населення. Наведено результати анкетування серед випускників вищих навчальних закладів щодо бажання займатися підприємницькою діяльністю. Дано визначення та доповнено класифікацію намірів, з точки зору намірів до підприємництва. Акцентовано увагу на когнітивній складовій підприємницьких намірів. Запропоновано модель формування та реалізації підприємницьких намірів. Визначено завдання освіти у вирішенні питань щодо актуалізації підприємницьких намірів населення. Зазначено провідну роль державної ініціативи та цілеспрямованої роботи у вирішенні проблеми щодо формування підприємницьких намірів у населення.*

**Ключові слова:** *намір; підприємницький намір; дія; діяльність; підприємницька діяльність; класифікація намірів; когнітивний стан; мотиваційний стан; пізнання.*

В умовах ринкової економіки вплив підприємництва та малих підприємств на економічне зростання країни є загальноновизнаним фактом. Сучасний економічний стан нашої країни характеризується спадом економіки, втратою робочих місць, і, відповідно, зниженням добробуту населення. Малі та середні підприємства відіграють роль своєрідного стабілізуючого фактора в економіці, а також, розвиваючись, стають потужним драйвером економічного зростання. Високоєфективне підприємництво та готовність до самозайнятості створюють можливість покращення результатів вітчизняної економіки. Відправною точкою у дослідженні даного питання є дослідження намірів населення до підприємництва та самозайнятості.

Проблеми розвитку підприємництва широко вивілюються в роботах вчених-економістів: А.Н. Асаула, І. Гоя та Т.П. Смелянської, М.П. Перверзева, А.М. Луньова та інших, а також в роботах представників психологічної науки: Л.М. Карамушки, С.Д. Максименка, О.К. Зав'ялової, С.Т. Посохової, Ю.Ф. Пачковського, Ю.В. Щербатих та інших. На велику роль підприємництва у суспільстві також вказують російські автори посібників з психології підприємництва: І.Г. Акперов, Ж.В. Маслікова [2]. О.К. Зав'ялова і С.Т. Посохова [5]. Вони розглядають підприємництво як відродження сфери соціально-економічної діяльності всіх верств російського суспільства, як конструктивний спосіб адаптації людини в сучасних ринкових умовах. Розрізненість знань економічної і психологічної науки не дає бажаного результату щодо активізації підприємницького потенціалу, поза увагою залишається питання підприємницьких намірів, що є відправною точкою такої діяльності.

Мета статті: визначення ролі намірів у створенні підприємницьких структур і здійсненні підприємницької діяльності та розробка механізму формування та реалізації підприємницьких намірів.

Аналіз практики підприємництва, літературних джерел та статистики вказує, що рівень заохочення суспільством підприємництва, на противагу заохочення громадян до кар'єри найманого працівника, відрізняється залежно від країни та соціальних груп, що складають населення країни. Причинами такої ситуації виступають: культурні особливості народу, особливості бізнес-оточення (пануюча ідеологія в суспільстві, законодавство, фінансування тощо), психологічні особливості нації та окремих її представників, пануюча ідеологія. С.К. Рощин виокремив ідеологію підприємництва і підприємницьку ідеологію [12]. Ідеологія підприємництва відображає відношення до підприємництва і оцінку його ролі з боку держави і суспільства. Підприємницька ідеологія – це розуміння і визначення свого місця в суспільстві самими підприємцями.

І на ідеологію підприємництва, і на підприємницьку ідеологію в Україні великий відбиток наклав історичний розвиток та становлення цієї діяльності. Так, розвиток підприємництва в Україні безпосередньо пов'язаний з Царською Росією, частиною якої була наша країна. Починаючи з 1861 року до другої половини 80 років минулого століття, умов для розвитку ефективного підприємництва Україна не мала. А період з 20 до другої половини 80 років був найбільш драматичним: панування адміністративно-командної системи управління, витіснення підприємництва із легального сектору економіки в нелегальний сектор

та тіньову економіку. Навіть той невеликий досвід, який був у суспільстві, підприємці України не могли передати нащадкам, бо крім негативного досвіду розвитку підприємництва в складі Царської Росії та Радянського Союзу, Україна зазнала ще впливу сталінських репресій, за яких було знищено основний клас, який мав підприємницькі здібності. Адже сталінська колективізація передбачала ліквідацію цілого класу хазяйновитих господарів – називали куркулями. Сталін особисто проголосив політику «ліквідації куркульства як класу». Формальною підставою для початку даних репресій стала постанова Політбюро ЦК ВКП(б) від 30 січня 1930 року «Про заходи щодо ліквідації куркульських господарств у районах суцільної колективізації». Із зникненням цього класу зникли і напрацьовані методи і прийоми підприємницької діяльності. До цього часу активність населення до заняття підприємницькою діяльністю досить низька. Серед опитаних нами випускників вищих навчальних закладів м. Житомира лише 17,3% мають бажання відкрити власну справу, а бажання працювати найманими працівниками – 61.6%, із них 40.4% – мають бажання знайти хорошу роботу незалежно від фаху, і лише 21.2% – мають бажання знайти роботу за обраним фахом (дослідження проведено у лютому 2016 р.).

Такі результати анкетування налаштовують на роздуми: чи не проглядається кореляція між бажанням молодих людей щодо заняття відповідною трудовою діяльністю зі станом економіки країни? Якщо це так, то яку ролі в цій ситуації обіймає освіта в цілому і психологічна наука зокрема? З цього приводу варто пригадати слова академіка С.Д. Максименка про те, що від того, яке місце відводиться психології в системі наук, багато в чому залежить і розуміння можливостей використання психологічних знань в інших галузях суспільного виробництва [6].

Існує думка, що люди не займаються підприємництвом через брак коштів та необхідних ресурсів. Проте цю позицію спростовують непоодинокі факти, коли приватизовані, дуже необхідні в регіоні підприємства, знищувалися, а приміщення здавалися в оренду, або продавалися. Так, на Поліссі були знищені цукрові заводи, а за ними зникли площі цукрових буряків, бо немає потужностей для їх переробки. У цих людей від початку був відсутній намір щодо підприємницької діяльності. Постає питання: чому? Яке місце намір займає у діяльності? Як взагалі він з'являється?

Розглядаючи поняття «намір» дослідники посиляються не на діяльність, а на дію, як одиницю аналізу діяльності, спрямовану на досягнення усвідомленої мети. На місце наміру в діяльності вказує Джон Р. Серль, коли вказує, що суттєвим є те, що будь-яка дія людини бере початок в її свідомості – в її намірах, бажаннях, покладаннях тощо [3]. Академічний тлумачний словник дає таке визначення: намір – задум, бажання зробити що-небудь [1].

Більш широко дає тлумачення поняття наміру А. Кондратьєв: намір – свідоме прагнення завершити

дію відповідно до наміченої програми, що спрямована на досягнення передбачуваного результату. Особливе функціональне утворення психіки виникає в результаті формування мети та має передумовою вибір відповідних засобів, якими людина збирається досягти поставленої мети. В умовах очікування здійснення складових, тривалих, незначних або важких дій, намір виступає як момент внутрішньої підготовки до їх виконання [11].

Підприємницький намір – це задум, бажання створити підприємницьку структуру з відповідною метою: мати незалежну роботу, отримати прибуток, реалізувати свої амбітні плани, проявити творчість тощо. За дослідженнями Л.М. Карамушки та Г.В. Гнускіної, змістом підприємницької діяльності серед опитуваних є: один із способів виживання (29,1%), самостійна незалежна робота (22.5%), власна самореалізація та прояв творчості (22.0%), отримання прибутку – 18,5% [8].

Розглядаючи наміри щодо підприємницької діяльності, варто було б до існуючої класифікації додати: наміри, що підтверджені ресурсами, і наміри, які на даний момент не підтверджені ресурсами. Якщо розглядати наміри молодих людей в нашій країні, то часто їхні наміри, які не мають підтвердження ресурсами, залишаються мріями, які через деякий час забуваються, або вважаються цими особами нездійсненими.

3. Фройд стверджував, що намір – це імпульс до дії, яка вже була схвалена, але виконання якої відсутнє до відомого моменту. Він також вважає, що протягом утвореного таким чином проміжку часу може статися такого роду зміна в мотивах, що намір не буде виконано, але в такому випадку він не забувається, а переглядається і скасовується [14].

Із самого визначення наміру та діяльності, їхнього взаємозв'язку чітко прослідковується, що без наміру немає свідомої діяльності. Тому, аби стимулювати розвиток підприємницької діяльності в країні, необхідно, щоб у людей з'явився відповідний намір. Опитування серед студентів показало, що бажання займатися підприємництвом у частини опитуваних є. Але бажання і намір – не одне й те саме.

Відповідно до Е. Анськомбе, намір є класичним джерелом думки, яка виникає у момент переходу від переконання та бажання. При цьому переконання вона вважає когнітивним станом, а бажання – мотиваційним [13].

Для того, аби впливати на наміри членів суспільства щодо зайняття підприємництвом, варто зрозуміти саму пізнавальну сферу особистості. Мислення і уява є основою людського пізнання, перетворювальної функції людського інтелекту, продуктивності і творчої діяльності особистості [13], без яких неможливо навіть уявити постановку цілі особистості щодо започаткування підприємницької діяльності. Когнітивність (лат. *cognitio*, «пізнання, вивчення, усвідомлення») – термін, який використовується в декількох, що досить сильно один від одного відрізняються, кон-

текстах, і означає здатність до розумового сприйняття і переробки зовнішньої інформації. В психології це поняття посиляється на психічні процеси особистості і особливо на вивчення і розуміння психічних станів (переконань, бажань і намірів). Особливо часто цей термін вживається в контексті вивчення так званого «контекстного знання» (тобто абстрактивізації і конкретизації), а також у тих областях, де розглядаються такі поняття, як знання, уміння та навички. Отож, для того аби виникло бажання (мотиваційний аспект наміру) щодо заняття підприємницькою діяльністю, особа має сформувати в результаті розумової діяльності усвідомлення самої діяльності у всіх її аспектах та усвідомлення власної спроможності щодо діяльності.

Оцінивши отримані результати розумової діяльності (когнітивний аспект) щодо потреб у підприємстві і власної спроможності, особа впевнюється у тому, що дана діяльність для неї є потрібною і у неї виникає бажання здійснити цю діяльність (мотиваційний аспект). Під мотивацією в психології розуміють сукупність психологічних процесів, які спрямовують поведінку людини. Мотиваційні процеси лежать в основі активності людини та її психічного функціонування, вони визначають той чи інший напрям людської поведінки, її траєкторію.

Звідси, намір до підприємництва зводиться, в першу чергу, до «пізнання, вивчення та усвідомлення». Пізнання – це процес цілеспрямованого, активного відображення дійсності в свідомості людини, зумовлений суспільно-історичною практикою людства. Отож, пізнанням підприємницької діяльності є цілеспрямоване, активне відображення дійсності щодо такої діяльності у свідомості особи. Пізнання має три основні змістові акценти, які є властивими і для намірів щодо підприємництва:

- інформативний аспект пізнання (процес здобування знань, створення образів),
- вольовий аспект пізнання (прагнення оволодіти реальністю),
- смисловий аспект пізнання (бажання досягнути найважливішого для людини стану досконалості).

Об'єкт пізнання, таким чином, – це частина об'єктивної і частина суб'єктивної реальності, на яку спрямована пізнавальна діяльність суб'єкта. Об'єктом у нашому випадку виступає підприємницька діяльність і частина суб'єктивної реальності, або те, як людина бачить цю діяльність через призму своєї суб'єктивності. Разом з тим, підприємницька діяльність як об'єкт не є чимось раз і назавжди сталим. Даний об'єкт постійно змінюється під впливом практики та пізнання, оскільки змінюється, розширюючись та поглиблюючись, та частина матеріального і духовного світу, яка включається в сферу діяльності суспільства і тим самим стає об'єктом інтересів суб'єкта.

Пізнання дійсності є процесом постійної взаємодії суб'єкта і об'єкта, процесом, що перебуває в постійному розвитку і опосередковується активною діяльністю суб'єкта.

Аналіз пізнання саме через призму активної практичної і пізнавальної діяльності дає змогу зрозуміти суб'єктивну активність людини не як перепону, а як необхідну умову досягнення істинного знання про дійсність. Особа має пізнати, що таке підприємницька діяльність, вивчити усі її нюанси та усвідомити себе в ролі підприємця. Лише тоді може виникнути бажання до підприємницької діяльності та формуватися намір до підприємництва. Дослідження, проведені нами серед дітей віком 9 та 11 років (період формування мотивації досягнення) показали, що у дітей підприємців мотивація досягнення (один із чинників розвитку здібностей до підприємництва) значно вища, ніж у їхніх однолітків, де батьки не є підприємцями. Аналогічну картину спостерігаємо щодо намірів до підприємництва серед випускників вищих навчальних закладів.

Яким же чином можуть пізнати підприємницьку діяльність у всіх її аспектах молоді люди? Бо без пізнання не може бути наміру, а без наміру немає дії і немає діяльності, у тому числі і підприємницької. З наведеного вище можна зробити такий висновок: підприємницьку діяльність як об'єкт пізнання вони можуть пізнати через бачення праці своїх батьків та близьких, бо, зазвичай, чужі люди їм не дадуть такої можливості у силу дії конкуренції. А так як на сьогодні підприємство у нашій країні не на високому рівні, а кількість малих працюючих підприємств досить незначна, то об'єктів пізнання є досить мало.

У цьому випадку на перше місце має виступати освіта, спрямована державою на заохочення громадян до підприємництва. Таке заохочення має починатися з дитячих дошкільних установ, продовжуватися у школах, а в технічних училищах уже потрібно вчити не тільки робітничим спеціальностям, а й тому, як маючи відповідну спеціальність, отримати прибуток шляхом самозайнятості. Вищі навчальні заклади незалежно від майбутнього фаху студентів повинні у всіх аспектах надавати знання підприємницької діяльності та, використовуючи новітні технології, озброювати вмінням щодо методів ведення підприємництва в реальних умовах країни.

Без такого пізнання не варто сподіватися на появу намірів займатися підприємницькою діяльністю, а без останньої в ринкових умовах економіка країни не може розвиватися.

Метод пізнання – це сукупність процедур, за допомогою яких людина отримує істинне знання, сукупність прийомів та операцій теоретичного (отримані шляхом абстрактного мислення) та емпіричного (отримані безпосередньо з досвіду з деякою раціональною обробкою) пізнання, а також практичного освоєння дійсності.

При застосуванні методів пізнання підприємницької діяльності молодь зіштовхується з деякими проблемами:

- 1) теоретичне пізнання можливе шляхом самостійного вивчення відповідної вітчизняної та зарубіж-

ної літератури з питань підприємництва. Проте має виникнути намір щодо такої дії, прагнення оволодіти реальністю, та смисловий аспект пізнання.

Економіка країни зацікавлена у підвищенні ВВП, у створенні робочих місць, у підвищенні добробуту населення. Без підприємництва такі проблеми не вирішити. Разом з тим, практично не ведеться робота щодо заохочення суспільством населення, особливо молоді, до підприємницької діяльності. Майбутні фахівці у вищих навчальних закладах не отримують знань, а особливо вмінь, щодо застосування обраного ними фаху для ведення підприємницької діяльності.

2) емпіричне пізнання підприємництва для більшості молодих людей є недоступним через відсут-

ність доступу до такої діяльності. Підприємці працюють в умовах жорсткої конкуренції, тому ділитися своїми знаннями вони не будуть і не допустять до інформації стосовно підприємництва нікого стороннього. Складність застосування емпіричного методу пізнання можна спробувати подолати шляхом створення та застосування віртуальних підприємств. Проте для цього належна увага має бути приділена актуалізації знань з підприємництва у вищих навчальних закладах, про що неодноразово наголошувалося у наших публікаціях.

Механізм формування і реалізації наміру до підприємництва може бути подано наступним чином (рис.1).

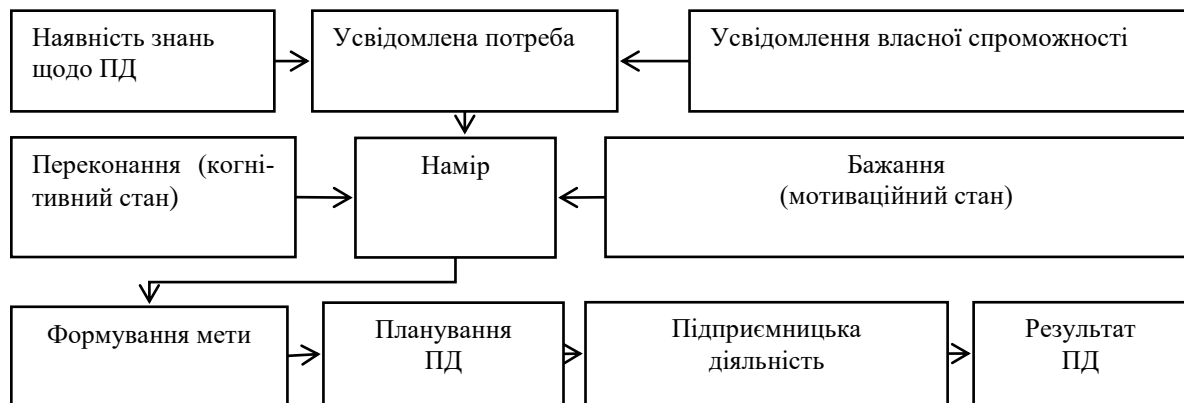


Рис. 1 Модель формування та реалізації підприємницького наміру

Аби з'явився намір, має бути потреба, і не просто потреба, а усвідомлена потреба. У нашому випадку потреба може бути виражена як у необхідності отримати гроші, прибуток, надприбуток, так і в необхідності реалізувати певні амбітні плани.

Усвідомлення реальної потреби у будь-чому активізує у людини динамічний стан напруження, що сприяє виникненню наміру. Намір певною мірою може являти собою відчуття готовності до дії, готовності до заняття підприємницькою діяльністю з метою отримання окресленого результату (доходу, прибутку, реалізації власних амбіцій тощо) за певних умов. Але слід зважати на те, що це відчуття готовності до дії передбачає високий рівень впевненості в тому, що результат буде обов'язково досягнуто. Так, усвідомлена потреба динамічно переходить у намір, який через підприємницьку діяльність дасть бажаний результат.

Історія розвитку підприємництва в Україні свідчить про особливі передумови цієї діяльності в період становлення незалежності країни. В першу чергу, це відсутність надбаних методів ведення цієї діяльності через знищення підприємницьких верств населення, а як так, знищення підприємницької ініціативи та внесення в суспільство негативного ставлення до підприємництва, заміну підприємливості в характерах людей на користь виконавчої діяльності. Це стало основною причиною низької результативності підприємництва в

Україні. Окрім вирішення цієї проблеми, потребує зміни на краще підприємницька ідеологія та ідеологія підприємництва в Україні.

Підприємництво починається з наміру до цієї діяльності. Результат опитування випускників вищих навчальних закладів вказує на низьку частку опитуваних, які мають бажання (це ще не намір, а лише мотиваційний стан) займатися підприємницькою діяльністю.

У понятті "намір" значне місце займає когнітивна складова, яка включає пізнання об'єкта підприємницької діяльності. Для пізнання підприємницької діяльності, як об'єкта такої діяльності, суб'єкт пізнання, в силу існуючої конкурентності, має обмежений доступ до методів ведення цієї діяльності.

Незважаючи на загальне розуміння місця підприємництва у розвитку економіки, в країні не ведеться робота щодо заохочення суспільством населення, особливо молоді, до підприємницької діяльності. Майбутні фахівці у вищих навчальних закладах не отримують знань, а особливо вмінь, щодо застосування обраного ними фаху у підприємстві.

Усунути наявні труднощі, на нашу думку, можна через актуалізацію освіти щодо виховання у населення підприємливості: починаючи з дитячих дошкільних закладів (через гру), у шкільному віці – через уроки трудового навчання, у технічних училищах – при здобуванні відповідного фаху через надання

знань і умінь самозайнятості з використання надбаної спеціальності, у вищих навчальних закладах – через вивчення методів організації структур та ведення підприємницької діяльності. Проте, кожен окремий заклад освіти не може самостійно реалізувати ці завдання. Тут потрібна державна ініціатива та цілеспрямована робота.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Академічний тлумачний словник (1970-1980). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua/> (дата звернення 20.02.2016) – Назва з екрана
2. Акперов И.Г. Психология предпринимательства: учеб. пособ. / И.Г. Акперов, Ж.В. Масликова. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 544 с.
3. Блинов А. К. Аналитическая философия : учебник / А. К. Блинов, В. А. Ладов, М. В. Лебедев и др. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://yanko.lib.ru/books/philosoph/blinov-ladov-lebedev=analytic\\_philosophy.pdf](http://yanko.lib.ru/books/philosoph/blinov-ladov-lebedev=analytic_philosophy.pdf) (дата звернення 20.02.2016) – Назва з екрана
4. Гамезо М.В. Атлас по психологии: Информ.-метод. пособие курсу «Психология человека» / М.В. Гамезо, И.А. Домашенко – М.: Педагогическое общество России, 2004. – 276 с.
5. Зав'ялова Е.К. Психология предпринимательства: учеб. пособ. / Е.К. Зав'ялова, С.Т. Посохова. СПб: Изд-во С. – Петерб. Ун-та, 2004.- 296 с.
6. 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.
7. Канівець Т.М. Особливості формування психологічної готовності студентів вищих навчальних закладів до здійснення майбутньої професійної кар'єри / Т.М. Канівець, Л.М. Карамушка. //Організаційна психологія. Економічна психологія. Інститут психології ім. Г.С. Костюка – 2015. – №1. – С. 69-77.

#### REFERENCES

1. *Akademichnyi tлумachnyi slovnyk [Academic Dictionary]*. (n.d.). Retrieved from: <http://sum.in.ua/s/namir> [in Ukrainian].
2. Akperov, Y. H. (2003). *Psykhologhiya predprynimatelstva [Psychology of Entrepreneurship]*. Moscow: Finansy i statistika [in Ukrainian].
3. Blinov, A. K., Lebedev, M. V. (2005). *Analiticheskaya filosofiya [Analytical Philosophy]* (n.d.) Retrieved from: [http://yanko.lib.ru/books/philosoph/blinov-ladov-lebedev=analytic\\_philosophy.pdf](http://yanko.lib.ru/books/philosoph/blinov-ladov-lebedev=analytic_philosophy.pdf) [in Russian].
4. Gamezo, M. V., Domashenko, I. A. (2004). *Atlas po psikhologii [Psychological Atlas]*. Moscow: Pedagogicheskoe obshchestvo Rossii [in Russian].

Наявність наміру щодо підприємницької діяльності – це перший, і досить важливий, крок до успіху у підприємстві. Чим більше населення матиме такі наміри, тим більше буде створено підприємських структур, які дозволять успішно функціонувати підприємцям малого і середнього бізнесу, що в цілому підвищить рівень економіки країни.

8. Карамушка Л. М. Психологічні особливості підприємницької діяльності: оцінка підприємцями змісту, основних мотивів, позитивних та негативних сторін підприємницької діяльності / Л. М. Карамушка, Г. В. Гнускіна [Електронний ресурс] // Актуальні проблеми психології. – 2012. – Т. 1, Вип. 35. – С. 107-111. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsuh-2012\\_1\\_35\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsuh-2012_1_35_24) (дата звернення 20.02.2016) – Назва з екрана.
9. Карамушка Л.М. Мотивація підприємницької діяльності: монографія / Л.М. Карамушка, Н.Ю. Худякова. – К.- Львів: Сполом, 2011. – 208 с.
10. Карамушка Л.М. Психологічна готовність підприємців до професійної діяльності як чинник розвитку підприємницьких організацій / Л.М. Карамушка, О.В. Кренцер // Соціальна психологія. Національний педагогічний університет ім. М. Драгоманова. – 2010. – №1. – С.63-76.
11. Кондратьев А. Свідомість, інтелект, намір, мета / А. Кондратьев. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://waking-up.org/psychologiya-i-psyhoterapiya/svidomist-intelekt-namir-meta/?lang=uk> (дата звернення 20.02.2016) – Назва з екрана.
12. Рошин С.К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология / С.К. Рошин // Психологический журнал. – 1995. – №1. – С. 31-42. – Т.16.
13. Anscombe, G. E. M. *Intention* / G. E. M. Anscombe. – Ithaca : Cornell University Press, 1957. – P. 32, 48.
5. Zavyalova, E. K. (2004). *Psikhologiya predprinatelstva [Psychology of Entrepreneurship]*. St. Petersburg: St. Petersburg University [in Russian].
6. Maksymenko, S. D., Zaichuk, V. O., Klymenko, V. V. (2006). *Zahalna psikhologhiia [General Psychology]*. Vinnitsa: Nova Knyha [in Ukrainian].
7. Kanivets, T. M., Karamushka, L. M. (2015). *Osoblyvosti formuvannia psykholohichnoi hotovnosti studentiv vyshchychkh navchalnykh zakladiv do zdiisnennia maibutnoi profesiinoi kariery [Features of formation of psychological readiness of students of higher educational institutions for the implementation of future professional career]*. *Orhanizatsiina psykholohiia. Ekonomichna psykholohiia. Instytut psykholohii im. H.S. Kostiuca – Organisational Psychology. Economic Psychology. Institute of Psychology, 1*, 69-77 [in Ukrainian].

8. Karamushka, L. M., Hnuskina, H. V. (2010). Psykholohichni osoblyvosti pidpriemnytskoi diialnosti: otsinka pidpriemtsiamy zmistu, osnovnykh motyviv, pozytyvnykh ta nehatyvnykh storin pidpriemnytskoi diialnosti [Psychological characteristics of entrepreneurship: assessment by entrepreneurs of content, basic motivation, positive and negative aspects of entrepreneurship]. *Aktualni Problemy Psykholohii – Topical Problems of Psychology*, 35 (1), 107-111. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsubh\\_2012\\_1\\_35\\_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsubh_2012_1_35_24), [in Ukrainian].

9. Karamushka, L. M., Khudiakova, N. Yu. (2011). *Motyvatsiia pidpriemnytskoi diialnosti [Entrepreneurship motivation]*. Lviv: Spolom [in Ukrainian].

10. Karamushka, L. M., Krentser, O. V. (2010). Psykholohichna hotovnist pidpriemtsiv do profesiinoi

diialnosti yak chynnyk rozvytku pidpriemnytskykh orhanizatsii [Psychological readiness of entrepreneurs to the professional activity as a factor of business organisations development]. *Sotsialna psykholohiia – Social psychology*, 1, 63-76 [in Ukrainian].

11. Kondratiev, A. I. (2016). Svidomist, intelekt, namir, meta [Consciousness, intelligence, intent, purpose]. *Probudzhennia – Awakening*. Retrieved from: <http://waking-up.org/psykholohiia-i-psyhoterapiia/svidomist-intelekt-namir-meta/?lang=uk> [in Ukrainian].

12. Roshchyn, S. K. (1995). Predprinimatelskaya deyatelnost: psykholohiia i ideologiia [Entrepreneurship: psychology and ideology]. *Psikhologicheskii zhurnal – Psychological journal*, 1(16), 31-42 [in Russian].

13. Anscombe, G. E. M. (1957). *Intention [Intention]*. Ithaca: Cornell University Press [in English].

**Тарас Юрьевич Кулаковский,**

кандидат психологических наук, доцент,  
доцент кафедры социальной и практической психологии,

**Ольга Григорьевна Кулаковская,**

ассистент кафедры социальной и практической психологии,  
Житомирский государственный университет имени Ивана Франко,  
ул. Большая Бердичевская, 40, г. Житомир, Украина

#### ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Определена роль намерений в развитии предпринимательства как основного источника рабочих мест и причины повышения благосостояния населения. Рассмотрена история развития предпринимательства в Украине как предпосылка формирования предпринимательских намерений у населения современной независимой страны. Доказано, что история предпринимательства в Украине свидетельствует об особых возможностях развития этого вида деятельности. Отмечено отсутствие сформированных эффективных методов ведения предпринимательской деятельности (как результат работы репрессивных механизмов развития планово-административной системы), что привело к формированию в обществе склонности к исполнительской деятельности. Уничтожение слоев населения с развитыми способностями к предпринимательству и подавление предпринимательской инициативы привело к формированию негативного отношения к предпринимательству как виду хозяйственной деятельности, что, соответственно, стало основной причиной низкой результативности предпринимательства в Украине. Для решения этой проблемы необходимы изменения предпринимательской идеологии и идеологии предпринимательства в Украине. Указано на намерение как на обязательное условие предпринимательской деятельности. Отмечено, что результаты проведенного опроса выпускников высших учебных заведений Житомирской области свидетельствуют о низком уровне предпочтения предпринимательства и самозанятости как вида будущей хозяйственной деятельности. Установлены причины низкой активности населения в контексте самозанятости и предпринимательства. Сопоставление результатов исследования развития мотивации достижения среди детей 9-11 лет с возможностью познания элементов предпринимательской деятельности через их родителей указывает на важность доступа к объекту познания при формировании предпринимательских намерений. Дано определение и дополнена классификация намерений с точки зрения намерений к предпринимательству. Акцентировано внимание на когнитивной составляющей предпринимательских намерений. Рассмотрено познание объекта предпринимательских намерений, проблемы, с которыми сталкивается субъект относительно познания методов предпринимательской деятельности в условиях конкурентной борьбы предпринимательских структур, предложена модель формирования и реализации предпринимательских целей. Показано, что несмотря на общее понимание важности предпринимательства в развитии экономики, в стране не ведется работа, направленная на поощрение населения, особенно молодежи, к предпринимательской деятельности. Определены задачи образования (дошкольного, школьного, технического, профессионального и высшего) в решении вопросов актуализации предпринимательских намерений населения. Отмечена неготовность системы высшего образования к развитию необходимых предпринимательских компетенций будущих специалистов. Показана ведущая роль государственной инициативы и целенаправленной работы в решении проблемы формирования предпринимательских намерений у населения.

**Ключевые слова:** намерение; предпринимательские намерения; действие; деятельность; предпринимательская деятельность; классификация намерений; когнитивное состояние; мотивационное состояние; познание.

**Taras Kulakovskiy,**  
*PhD (Candidaty of Psychological Sciences), associate professor,*  
*Department of Social and Applied Psychology,*  
**Olha Kulakovska,**  
*assistant of the Department of Social and Applied Psychology,*  
*Zhytomyr State University named after Ivan Franko,*  
*40, Velyka Berdychivska Str., Zhytomyr, Ukraine*

### ENTREPRENEURIAL INTENTIONS AS A PRECONDITION FOR ENTREPRENEURIAL ACTIVITY

The article is aimed at defining the role of intentions in the creation of entrepreneurial structures and entrepreneurial activity as well as the development of the method of forming and implementing entrepreneurial intentions. According to the results of the questioning, among universities graduates (the city of Zhytomyr) only 17.3% have the desire to do business, 61.6% have the desire to be hired (among these people 40.4% want to find a job regardless of their profession, and only 21.2% are going to find a job according to their degree field. Besides, the research carried out among businessmen's children (aged from 9 to 11 – this age is considered as the period when the achievement motivation is being formed) has shown that their achievement motivation is higher compared to their peers, whose parents are not involved in business activities. The same results have been obtained in the sample of the university graduates. Entrepreneurial intention is the desire to create an entrepreneurial structure with the aim to have an independent job, have good income, manifest one's creativity, etc. The intention cannot exist without the conscious desire. The realisation of the real desire activates the dynamic state of intension which causes the intention. The intention is considered as a feeling of readiness for the action, in this case – for entrepreneurial activity. Despite the general understanding of the role of entrepreneurship in the development of economy, there are no activities promoting the entrepreneurship among youth in Ukraine. Future specialists do not get any knowledge or skills in the field of applying their profession in entrepreneurial activity. These difficulties can be solved by means of instilling the entrepreneurial spirit in Ukrainians, starting from kindergartens (with the help of games), schools (by means of arts and crafts), vocational schools, and higher educational institutions (by means of studying methods of organisation and doing business).

**Keywords:** intention, entrepreneurial intention, action, activities, entrepreneurship, classification of intentions, cognitive state, motivational state, cognition.

*Подано до редакції 28.03.2016*

УДК: 159.942

**Алла Іванівна Литвинчук,**  
*асистент кафедри соціальної та практичної психології,*  
*Житомирський державний університет імені Івана Франка,*  
*вул. Велика Бердичівська, 40, м. Житомир, Україна*

### РЕФЛЕКСІЯ ЕМПАТІЙНИХ ПЕРЕЖИВАНЬ В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ: ЕКОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

*У статті розглядається специфіка рефлексії емпатійних переживань в юнацькому віці. Здійснюється аналіз форм емпатії притаманних для юнацького віку. Пропонується класифікація емпатійних переживань з огляду на їх позитивну чи негативну конотацію для особистості. Визначаються подальші перспективи досліджень емпатійності особистості в залежності від спрямованості особистості на себе чи на зовнішній світ.*

**Ключові слова:** емпатія, екологізація відносин, рефлексія, самосвідомість, співчуття, співпереживання, юнацький вік.

Сьогодення характеризується динамічним перебігом життя, що детермінує нові форми відносин особистості з навколишньою дійсністю. Таким чином, формується новий, специфічний вид соціоприродних характеристик функціонування людини в суспільстві, це, в свою чергу, веде за собою структурні зміни суспільної самосвідомості, які призводять до неминучих трансформацій природно-соціальних відносин. З од-

ного боку, екологізація соціуму передбачає все більш self-центроване буття кожної особистості, з іншого ж, формується взаємозалежність кожного члена суспільства, для якого характерним є синтезований характер взаємодії з еколого-природним середовищем та інтеграція особистості у нього, як у системне ціле.

Нині предметом вивчення психологів все частіше постає екологічна самосвідомість, як зміна ставлення