## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Міністерство освіти і науки України

Львівський національний університет імені Івана Франка

На правах рукопису

## Пачковський Юрій Франкович

 УДК 316.334.23

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ПРЕДМЕТ СОЦІОПСИХОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

(діяльнісно-поведінковий аспект)

 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора

соціологічних наук

Науковий консультант

Суїменко Євген Іванович

доктор філософських наук,

професор

Львів – 2003

**ЗМІСТ**

# Вступ...................................................................................................................4

Розділ 1. Теоретико-методологічні основи соціопсихологічного дослідження підприємництва ........................................................................15

* 1. Підприємництво: аналіз сутності...........................................................15
	2. Концептуальні засади дослідження підприємництва

з позиції ризику......................................................................................30

* 1. Інноваційність підприємництва.............................................................45

1.4. Підприємництво як прояв людської активності....................................63

1.5. Соціокультурний підхід до аналізу підприємництва............................96

Висновки до першого розділу......................................................................129

**Розділ 2. Система факторів, задіяних у соціопсихологічне**

**регулювання підприємництва......................................................................131**

2.1. Фактор масової свідомості і підприємництво.....................................131

2.2. Груповий фактор у підприємництві.....................................................152

2.3. Особистісний фактор у підприємництві..............................................186

Висновки до другого розділу.......................................................................211

Розділ 3. Підприємництво у діяльнісних проявах......................................215

3.1. Мотиваційне поле підприємницької діяльності..................................215

3.2. Організація трудового процесу в підприємництві..............................225

3.3. Індивідуально-психологічні передумови успішності

підприємницької діяльності.................................................................247

3.4. Підприємницька організація у контексті діяльності..........................269

Висновки до третього розділу......................................................................284

Розділ 4. Поведінковий аспект підприємництва........................................287

4.1. Підприємницька поведінка як соціопсихологічна проблема.............287

4.2. Моделювання підприємницької поведінки.........................................309

**4.3. Підприємницька поведінка у ситуації “Започаткування власної справи”...................................................................................................324**

4.4. Характер підприємницької поведінки у ситуації “Реального підприємницького функціонування”...................................................339

Висновки до четвертого розділу..................................................................347

Висновки........................................................................................................350

Список використаних джерел......................................................................357

Додаток А. Результати експертного опитування підприємців

щодо їх ставлення до проблеми благочинності та спонсорства..............389

Додаток Б. Результати експертного опитування підприємців з

 актуальних питань економічної безпеки приватних підприємств...........396

Додаток В. Результати моніторингового дослідження реалізації

 проекту „Ділова активність: Україна” у школах м. Львова та

Львівської області..........................................................................................402

Додаток Д. Поведінкові характеристики виділених типів

**підприємців…........................................................................……………....415**

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі підприємництво розглядається як необхідна умова економічного зростання, як дієвий засіб впливу на суспільні процеси, діяльність і поведінку людини. Підприємництво як соціально-економічне явище охоплює практично усі сфери життя суспільства, торкаючись його ідеології, культури, відносин, поглядів на шляхи подальшого розвитку соціальної системи. Значення підприємництва для суспільства є вагомим за умов трансформації взаємовідносин на принципах ринкової економіки, що обумовлює кардинальні зміни у світоглядних орієнтаціях, цінностях і психології людей.

Як показує досвід України, перехід до ринку, позбавлення залежності від тоталітарності, принципів командно-адміністративного управління – це тривалий процес, який пронизує усе суспільство. Не обминув цей процес і ставлення до розвитку підприємництва, з яким у масовій свідомості дуже часто пов’язуються різного роду упередження, недовіра, стереотипність мислення, осуд його окремих проявів. Окрім того, не дивлячись на значний прогрес у розумінні місця і призначення підприємництва у сучасній науковій літературі саме поняття “підприємництво” не є чітко визначеним. Основні причини у змістовній невизначеності даного поняття вбачаються у наступному: підприємництво – це динамічне явище, що підлягає змінам, виявляючи свою специфіку на різних етапах розвитку соціальної та економічної систем; у підприємництві тісно переплітаються різнорідні економічні, соціологічні, психологічні, соціокультурні чинники (багатоаспектність підприємництва), що зумовлює певні труднощі у розробці єдиного методологічного підходу у його трактуванні та дослідженні; підприємництво є одночасно науковим і загальновживаним поняттям (наприклад, у буденній практиці більш вживаними поняттями є “бізнес” або “справа”). Тим не менше, підприємництво несе в собі великі потенційні можливості, які, насамперед, пов’язані з творчою природою людини, розкриття якої залежить від створення для її розвитку суспільством усіх належних політико-ідеологічних, соціально-економічних, соціокультурних і соціально-психологічних умов.

Підприємництво в сучасних умовах вимагає особливих шляхів до свого дослідження та аналізу. Чим це зумовлено? По-перше, необхідністю врахування дії чинників різної природи та сили впливу при дослідженні конкретних проявів діяльності та поведінки підприємців. По-друге, багато нерозв’язаних проблем, пов’язаних із підприємництвом, передбачають залучення досягнень різних галузей наукового знання (економічного, соціологічного, психологічного тощо). Особливо це стосується дослідження розвитку підприємництва в ретроспективі і перспективі, механізмів регулювання підприємницької поведінки, стилю життя і праці підприємців, організаційних основ діяльності та управління. По-третє, лише на шляху поєднання і взаємодії різних науково-методологічних підходів можлива поява нового знання, здатного неупереджено і різнобічно підійти до розв’язання нагальних науково-практичних проблем підприємництва.

Актуальність теми дослідження визначається також і тим, що, не дивлячись на багатовікову історію формування поглядів на феномен підприємництва, надалі відкритими залишаються питання побудови єдиної теорії підприємництва, концептуальне визначення місця і ролі даного явища в економічних системах із розвинутою ринковою інфраструктурою і в країнах, що лише стали на шлях ринкових перетворень. Розгляд цих питань є важливим для пошуку ефективної моделі підприємництва, формування і становлення підприємництва як невід’ємної структури суспільства, як повноцінного соціального інституту.

Широке коло формування проблем із загальної теорії підприємництва в силу його багатоаспектного характеру базується на різних теоретичних підходах. Зокрема, економічний підхід до аналізу функціональних проявів підприємництва знаходимо у працях Р.Кантильйона, А.Сміта, А.Маршалла, Ж.-Б.Сея, Дж.Кейнса, Ф.Найта, Л.Вікері, П.Друкера, Р.Кілстрома, Дж.Лаффонта, Дж.Тіммонса, Дж.Тропмана та інших. Соціолого-психологічному і соціокультурному аналізу підприємництва в реальних умовах розвинутої ринкової економіки присвячують свої наукові праці Дж. Годселл, Т.Кохран, Д.Мак-Клелланд, А.Мартінеллі, С.Ліпсет, Б.Хозелітц та ін.

Вагомий внесок в емпіричне дослідження впливу посткомуністичних соціальних змін на становлення і розвиток підприємництва зробили такі українські соціологи, як А.Арсеєнко, В.Ворона, О.Злобіна, І.Кононов, М.Міщенко, В. Небоженко, Т.Нельга, В.Оссовський, Н.Паніна, В.Піддубний, В.Пилипенко, Ю.Саєнко, Є.Суїменко, В.Тихонович, М.Чурилов та інші. Серед досліджень, спрямованих на вивчення підприємництва за умов трансформації різних аспектів життя суспільства, соціальних груп та особистості, особливий інтерес викликають праці Р.Апресяна, В.Верховіна, В.Врублевського, Н.Краєвої, О.Перепьолкіна, Ю.Пахомова, І.Прибиткової, В.Смолькова, А.Чепуренко, М.Шульги та ін.

Поряд із тим, увага вчених звернена на дослідження структурних проблем формування бізнес-класу (Т.Заславська, С.Макеєв, В.Хмелько, Я.Рощіна), ціннісно-нормативне регулювання підприємництва у різних соціальних системах (А.Агеєв, Б.Гаврилишин, І.Старовойт, В.Танчер, А.Ручка), пошуки гендерних збігів і відмінностей у реалізації підприємницьких дій (О.Іващенко, Н.Ісакова, В.Суковата, Л.Ржаніцина), особливості функціонування підприємницьких організацій (В.Радаєв, Л.Хижняк, Ю.Чернецький), пошуки критеріїв ефективного менеджменту та управління в підприємництві (М.Грачьов, Д.Данишевська, А.Журавльов, М.Лукашевич, С.Малахов, Б. Нагорний, В.Позняков, О.Скідін, В.Судаков та ін.).

Проте, незважаючи на науково-практичні досягнення в галузі пізнання підприємництва, окремі проблеми є нерозв’язаними, мають дискусійний характер. Передусім недостатньо досліджено систему факторів, задіяних у мікро- і макросоціальне регулювання підприємництва в умовах формування ринкових відносин, глибоко не проаналізовані особливості мотивації та організації трудового процесу в підприємництві, його індивідуально-психологічні передумови, соціально-демографічні і функціонально-рольові (поведінково-типологічні) прояви, не знайдено належних теоретико-практичних підходів щодо аналізу реальної специфіки підприємницької поведінки. Актуальними залишаються проблеми диференційованого підходу до джерел і проявів підприємницької активності, пошуки ефективних моделей підприємництва і підприємницького стилю діяльності. Ці обставини, а також розуміння значимості досліджуваної проблеми для розв’язання питань соціально-ринкових перетворень, спонукали автора до роботи над даною темою дисертації.

Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрям дослідження пов’язаний із держбюджетними дослідженнями кафедри соціології і економічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка “Регіональна економічна соціологія” (№ ДР 0197U017011), “Оцінка і вдосконалення економічних механізмів розвитку малого підприємництва” (Ем-273Б), в яких автор є виконавцем.

Мета і завдання дослідження. Метою даної дисертаційної роботи є розробка концепції соціопсихологічного дослідження підприємництва в соціології, емпіричній апробації її елементів і окремих концептуальних положень на шляху розв’язання як теоретичних, так і прикладних проблем.

Поставлена мета передбачає вирішення таких головних завдань:

* дослідити традиції аналізу та інтерпретації підприємництва на різних етапах суспільного розвитку, а також в специфічних умовах сучасного суспільства, що трансформується;
* визначити актуальні теоретико-методологічні підходи, що мають вплив на розуміння суті і призначення підприємництва у суспільстві з погляду інтеграції соціологічного та психологічного знання;
* виявити комплекс значимих факторів та їх складових, задіяних у регулювання підприємництва за умов трансформаційного процесу, на основі аналізу взаємозв’язків у системі “суспільство-група-особистість”;
* з’ясувати характер сучасної підприємницької діяльності за мірою її легітимності, ступенем сформованості та соціальним діапазоном застосування;
* виявити особливості і структурні складові організації трудового процесу в українському підприємництві;
* з’ясувати специфіку мотиваційних спонукань до підприємництва;
* дослідити індивідуально-психологічні передумови успішності підприємницької діяльності;
* розглянути і систематизувати функціонально-рольові (типологічні) і соціально-демографічні характеристики підприємців, задіяних у процес ринкових перетворень;
* розкрити характер підприємницької поведінки, її структурно-компонентну будову та дослідити її прояви у представників різних соціальних груп, включно з підприємцями, у різних ситуаціях підприємництва;
* з’ясувати евристичні можливості імітаційного моделювання у дослідженні діяльнісно-поведінкових проявів вітчизняного підприємництва.

Об’єктом дослідження обрано підприємництво в умовах суспільної трансформації.

Предметом дослідження виступили діяльнісно-поведінкові аспекти підприємництва, фактори, задіяні у соціопсихологічне регулювання підприємницького феномену в сучасному українському суспільстві.

 Теоретичну і методологічну основу дисертаційної роботи становлять наукові роботи соціологів, економістів, психологів, які присв’ячені теоретико-практичним аспектам прояву підприємницької функції за конкретних умов її реалізації. Зокрема, в основу дисертаційного дослідження підприємництва покладені культурологічний (М.Вебер) та історико-соціологічний (В.Зомбарт) підходи, соціолого-психологічні ідеї теорії ризику (А.Альгін, Р.Брокхауз, Ю.Козелецький, Н.Луман, Т.Корнілова та інші) та інноваційного підходу (Й.Шумпетер, Л.Мізес, І.Кірцнер, Ф.Хайєк та інші), ключові поняття теорії соціального обміну Дж.Хоманса, діяльнісний (А.Лєонтьєв, Б.Ломов, В.Шадріков та інші) і вчинковий (С.Рубінштейн, А.Роменець та інші) підходи, наукові принципи, закладені в імітаційне моделювання поведінки людей (А.Зігель, Дж.Вольф, М.Обозов, А.Черноволенко та інші). Для розуміння і обгрунтування соціопсихологічного дослідження підприємництва відправними моментами стали сучасні українські концептуальні розробки феноменології соціальних явищ Є.Головахи та соцієтальної психіки О.Донченко.

Методи дослідження. Основними методами є міждисциплінарний підхід до досліджуваної проблеми з позицій системного і порівняльного аналізу, моделювання тощо, які у своєму поєднанні та синтезі дозволяють розкрити концептуальні основи і принципи дослідження підприємництва з позиції інтеграції соціологічного та психологічного знання. Головними методами одержання первинної емпіричної інформації обрано анкетне та експертне опитування, методики з індивідуально-психологічного тестування, методи спостереження та імітаційного моделювання. Для вивчення емпіричної інформації застосовували факторний, кореляційний, інтеркореляційний та інші види соціологічного аналізу.

Емпіричну базу дисертації складають дослідження, які проведені дисертантом у 1992-2002 роках за власними програмами і методиками на кафедрі соціології і економічному факультеті Львівського національного університету імені Івана Франка, а також за міжнародними проектами, що фінансувалися Демократичною програмою PHARE-TACIS (Проект “Бізнес і благодійність” – NO.57/UKR/96) і Британським фондом DFID (Програма “Ділова активність: Україна” – CNTR № 997766A). При роботі над дисертацією використані результати Всеукраїнського моніторингу Інституту соціології НАН України, що стосуються розвитку приватного підприємництва (бізнесу) в Україні.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в тому, що в роботі на підставі комплексного соціолого-психологічного аналізу особливостей функціонування підприємництва у перехідний період розвитку суспільства розроблено власний концептуальний підхід до дослідження його сутності, характерних ознак і діяльнісно-поведінкових проявів. В основі запропонованого підходу органічна цілісність соціологічного, орієнтованого на зовнішні детермінуючі фактори і психологічного, базованого на внутрішніх самодетермінуючих джерелах людської активності.

Результати дисертаційного дослідження, що становлять наукову новизну і винесені автором на захист, можуть бути сформульовані у такому вигляді:

* вперше у вітчизняній соціологічній науці обгрунтовано необхідність інтеграційного підходу щодо аналізу підприємництва, який у роботі був визначений як соціопсихологічний;
* в результаті проведеного теоретико-методологічного аналізу обгрунтовано соціопсихологічне дослідження підприємництва під кутом зору концептуальних засад, базованих на функціональному значенні ризику, інноваційної діяльності, людської активності і соціокультурних впливах;
* вперше розроблено соціопсихологічну модель аналізу підприємництва за умов трансформаційного процесу, що включає такі структурні блоки регулюючих факторів, як “Суспільні передумови підприємництва”, “Фактор масової свідомості”, “Груповий фактор”, “Особистісний фактор”. Це уможливлює подальші теоретизування з побудови як загальних, так і специфічних моделей підприємництва, що відповідали б реаліям і перспективам формування ринкової економіки;
* вперше концептуально обгрунтовано доцільність розгляду підприємницької активності на психічному, особистісному, поведінковому і соціальному рівнях; відповідно підприємницьку активність розглянуто на основі взаємовідносин факторів середовища і особистісних факторів, що знаходить своє відображення у розширенні та урізноманітненні діяльнісно-поведінкових проявів підприємництва відповідно до умов конкретних ситуацій діяльності;
* вперше введено у науковий обіг поняття “мотиваційне поле підприємницької діяльності”, яке дає змогу розглянути мотиваційну сферу підприємця у контексті простору, в якому розгортається економічна діяльність суб’єкта. Дане поняття акцентує увагу на більш широкому переліку мотивуючих ситуацій, не обмежуючи їх лише сферою первинних мотиваційних спонукань до підприємництва, а залучаючи до аналізу ситуації, пов’язані з обранням напряму підприємницької діяльності, її організацією та взаємодією підприємця із зовнішнім середовищем;
* вперше розкрито характерні особливості організації трудового процесу в підприємництві; обгрунтовано вихідні параметри його аналізу, до яких, окрім мотивації, віднесено характер планування і різновиди робочих дій підприємця, функціональну структуру і умови праці, особливості міжособової взаємодії у процесі діяльності; на підставі емпіричних досліджень доведено, що основним компонентом в організації діяльності вітчизняного підприємця є комунікативний;
* обгрунтовано доцільність застосування структурно-компонентного підходу до аналізу підприємницької діяльності відповідно до вимог, які пред’являються до організаціїї індивідуально-психологічних характеристик її суб’єкта. На цій основі побудовано психологічний профіль успішного підприємця, діяльність якого передбачає тісні комунікативні взаємодії, здійснення підприємницьких функцій управлінського спрямування;
* знайшов подальший розвиток погляд на підприємницьку організацію, яка, щоб забезпечити власну життєдіяльність та конкурентноспроможність, повинна володіти такими базовими властивостями, як структурованість, відкритість, гнучкість та інноваційність;
* розроблено теоретичну схему аналізу підприємницької поведінки, що дозволило розглянути її під кутом трьох регулюючих контурів: “об’єктивно-ситуативного”, “діяльнісно-поведінкового” і контуру “взаємодії”. При цьому підприємницьку поведінку визначено з погляду цілеспрямованих реагувань суб’єкта на конкретну підприємницьку ситуацію, втілених у відповідних діях (поведінкових стратегіях, ролях, функціях), керованих певним економічним інтересом і спрямованих на задоволення актуалізованих потреб (потреби);

- концептуально обгрунтовано застосування у соціологічній практиці методу імітаційного моделювання у дослідженні діяльнісно-поведінкових аспектів підприємництва; показано на прикладі проведених емпіричних досліджень пізнавальні і технологічні можливості даного методу за умов моделювання конкретних ситуацій підприємництва. У запропонованому варіанті метод моделювання передбачає виділення сукупності характерних для підприємництва реальних типових ситуацій, їх аналіз та опис, який завершується розробкою поведінкової моделі, що містить систему послідовних цілеспрямованих дій суб’єкта за умов розв’язку конкретного підприємницького завдання.

Практичне значення одержаних результатів. Основні положення та висновки дисертаційного дослідження можуть бути використані в аналізі широкого спектру соціально-економічних явищ, тісно пов’язаних із підприємництвом. Концептуальні підходи і практичні розробки з використанням принципів соціопсихологічного аналізу підприємництва, імітаційного моделювання можуть бути перенесені на реально-економічні ситуації, пов’язаних, наприклад, з банкрутством виробничих і підприємницьких організацій, конкурентними відносинами, споживанням тощо. Запропоновані в роботі підходи до побудови і аналізу професійного профілю підприємця, моделей підприємницької поведінки, доцільними будуть за умови підвищення ефективності бізнес-консультування, профорієнтаційної роботи з молоддю, навчання та професійної перепідготовки підприємницьких кадрів. Результати дослідження знайшли впровадження при розробці та читанні курсів лекцій з “Економічної соціології”, “Соціології праці”, “Соціології менеджменту”, “Соціології бізнесу та маркетингу”, “Психології підприємництва” у Львівському національному університеті імені Івана Франка. Результати дисертаційного дослідження використовувалися автором при написанні навчального посібника “Психологія підприємництва”, який рішенням Міністерства освіти і науки України рекомендований для студентів вищих навчальних закладів (лист заступника міністра від 01.02.2001 р. за №14/18.2-72).

Особистий внесок здобувача. В дисертації не використані ідеї або розробки, що належать співавторам друкованих праць. У виконаних у співавторстві наукових роботах авторові належить: у публікації “Соціопсихологічні основи розвитку приватного підприємництва” (Крупка М., Береський Я., Пачковський Ю.) - ідея соціопсихологічного аналізу розвитку приватного підприємництва; у публікації “Підприємницька діяльність в умовах формування національної економічної системи” (Пачковський Ю., Дацків Р., Тимчишин А.) особисто автором проаналізовано особливості реалізації підприємницької діяльності за умов формування ринкових умов; у публікаціії “Регіональні аспекти зайнятості та безробіття в соціологічному вимірі” (Пачковський Ю., Коваліско Н.) – ідея теоретичного обгрунтування результатів емпіричних досліджень; у публікаціях “До розуміння суті підприємництва” (Пачковський Ю., Стасишин А.) “Формування і розвиток підприємливості у школярів” (Корнієнко І., Пачковський Ю., Шиян О., Гнус П.) – обгрунтування сутності досліджуваних явищ.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Основні положення дисертації були викладені на міжнародних наукових конференціях “Національна еліта та інтелектуальний потенціал України” (Львів, 1996), “Харківські соціологічні читання” (Харків, 2001, 2002, 2003), “Економічна освіта і перспективи” (Черкаси, 2001), Республіканській науково-методичній конференції “Ринок і проблеми гуманітарної підготовки економічних кадрів у вищій школі” (Київ, 1992), Всеукраїнській науковій конференції “Становлення національної економіки України” (Львів, 1995), Першій і Третій Всеукраїнських соціологічних конференціях “Проблеми розвитку соціологічної теорії” (Київ, 2000) та “Трансформація соціальних інститутів та інституціональної структури суспільства” (Київ, 2003), соціологічній комісії шостої сесії (Львів, 1995) та економічній комісії восьмої сесії (Львів, 1997) Наукового товариства ім. Т.Шевченка, Міжнародному літньому економічному семестрі “Теорія і практика підприємництва: проблеми вивчення та економічної просвіти в Україні” (Трускавець, 1996), навчально-практичному і міжнародному семінарах “Розвиток малого підприємництва у Західному регіоні” (Львів, 1996), “Розвиток мережі програм ділової освіти в Центральній і Східній Європі” (Київ, 2001), на методологічному семінарі Інституту соціології НАН України (Київ, 2002).

Основні результати дисертаційного дослідження викладені в одноосібній монографії та розділі колективної монографії, в 20 статтях у наукових фахових виданнях, 10 публікаціях в інших виданнях, а також у 8 опублікованих доповідях та тезах виступів на наукових семінарах і конференціях.

ВИСНОВКИ

Розглянуті у дисертаційному дослідженні соціолого-психологічні проблеми підприємництва дозволяють зробити наступні узагальнення та висновки.

1. Підприємництво – це соціальний феномен кумулятивного характеру, що вимагає у своєму вивченні міждисциплінарних підходів. Одним із шляхів продуктивного дослідження феномена підприємництва є його розгляд з позицій інтеграції соціологічного і психологічного знання. Такий соціопсихологічний напрям дослідження обумовлює розширення сфери аналізу підприємництва, передбачає відстеження дії суспільних, групових, особистісних факторів, задіяних у його регулювання.

2. Підприємництво сьогодні вимагає особливих підходів до дослідження і аналізу проявів. У межах соціолого-психологічного аналізу підприємництва, на наш погляд, перспективними теоретико-методологічними підходами у його дослідженні є концептуальні підходи з огляду на ризик та інноваційність, розгляд підприємництва у контексті джерел і проявів людської активності та соціокультурних впливів. Кожний із зазначених підходів охоплює певний сегмент феноменології підприємництва, а у своєму поєднанні дають змогу розглянути підприємництво як скдадне динамічне соціально-економічне і соціокультурне явище, що має власну специфіку діяльнісно-поведінкових проявів у конкретних умовах свого функціонування, зазнає ціннісно-нормативного і національно-ментального впливу та регулювання.

3. У роботі для нас важливим було зазначити, що підприємництво невіддільне від творчої природи людини. Підприємництво – це одна із основних форм соціальної діяльності, що змінює не лише умови існування, але й саму людину: її поведінку, погляди, світогляд, спосіб життя, місце в суспільстві. Підприємництво – це особливий творчий (інноваційний) різновид економічної діяльності і поведінки людини, керованої у своїй діловій активності не лише особистими вигодами, але й реальними потребами суспільства. Підприємництво – це створення нової вартості, погляд у майбутнє і реалізація усіх потенцій (творчих, інтелектуальних, організаційно-управлінських) людини в межах виконуваної економічної діяльності.

4. Активність у дисертаційній роботі розглядається як одна із центральних категорій, що складає соціопсихологічну основу підприємництва. Крізь призму активності підприємництво досліджується у системі взаємовідносин особистісних факторів і факторів середовища, що знаходить своє відображення у специфічних проявах організації діяльності та поведінки. Важливим методологічним висновком при розгляді діалектики взаємовідносин діяльності і поведінки є положення, згідно з яким діяльність і поведінка – не відособлені акти, а дві взаємопов’язані сторони людської активності, у тому числі підприємницької. Окрім того, на наш погляд, при аналізі психосоціальних властивостей соціумів у реалізації підприємницької функції поряд з такими рисами, як прагматичність, екстравертність, індивідуалізм, інтенціональність, доцільно брати до уваги рису активності. Активність як риса соціуму вказує на його життєздатність у доланні труднощів і несприятливих для його розвитку чинників, сприяє адаптивності до мінливих умов, породжує конкурентність і, як наслідок, “дух” змагання в ідеях, творчості, діяльності.

5. Значний вплив на інституалізацію підприємництва у суспільстві мають соціокультурні чинники. Їх роль є особливо вагомою за умов формування нового типу економічних відносин, що грунтуються на ринкових засадах. У цьому процесі слід зважувати на ряд характерних особливостей, пов’язаних із функціонуванням і становленням підприємницької культури, формуванням підприємницької ідеології (адже підприємці є не лише носіями певних культурних традицій, але й самі активно творять свою ідеологію та цінності, економічну етику відносин у сфері бізнесу) на основі психосоціальних властивостей соціуму, менталітету нації.

6. Формування і розвиток інституту підприємництва у пострадянському суспільстві значною мірою залежить від конструктивних змін у масової свідомості. Процеси, що відбуваються у масовій свідомості, розглядаються сьогодні як один із найбільш вагомих факторів, задіяних у регулювання підприємництва у суспільстві, що трансформується. Системний аналіз фактору масової свідомості у контексті його впливу на підприємництво дозволив нам виокремити найбільш значущі його складові, до яких віднесено соціально-психологічну готовність суспільства до підприємництва; стан економічної свідомості населення, ціннісні системи суспільства і людини зокрема; громадську думку щодо підприємництва та його наслідків; моделі підприємця у масовій свідомості; престиж професії підприємця у суспільстві.

7. Реальна реалізація підприємницької функції передбачає врахування задіяності групового чинника, вагомість якого зростає при переході від індивідуальних до спільних форм підприємництва. Тим більше в силу зростання значення малих форм підприємництва актуалізуються дослідницькі проблеми мікросоціологічного та інтегративно-психологічного характеру, пов’язані з пошуком оптимальних (ефективних) композицій підприємницьких груп та організацій, формуванням відповідних систем їх професійної та психологічної підтримки. Груповий фактор, окрім реально-економічних проявів, сьогодні активно задіяний у процеси структурування суспільства, що, перш за все, пов’язано з формуванням і функціонуванням підприємців як окремої соціальної групи (бізнес-класу). Визначення критеріїв аналізу підприємницького прошарку є сьогодні найбільш актуальною проблемою у соціології, що значною мірою зумовлено пошуками класової ідентичності та необхідністю побудови єдиної методології вибіркового репрезентативного опитування досліджуваної соціальної групи.

8. Особистісний вимір у підприємництві – це не лише пошуки оптимальної комбінації професійно-необхідних рис та якостей, але й аналіз підприємницької функції крізь розподіл функціонально-рольових обов’язків, що зумовлено ситуативним характером підприємницької діяльності, яка вимагає від підприємця миттєвих реагувань на зміни у середовищі. Задіяність особистісного фактора в підприємництві визначається також актуальними проблемами побудови соціально-демографічного портрету вітчизняного підприємниця, пошуками гендерних збігів і відмінностей у підприємництві, необхідністю класифікації характерних типологічних дій у сфері підприємницької активності.

9. Аналіз індивідуально-психологічних передумов успішності підприємницької діяльності дозволив у роботі відійти від описового характеру індивідуально-особистісних рис, необхідних підприємцю для успішної реалізації цілей діяльності. На наш погляд, перспективним напрямком дослідження є компонентний (структурний, поелементний) аналіз реальної діяльності відповідно до вимог, які пред’являються до організації психологічних характеристик її суб’єкта. Важливим методологічним завданням, яке тут стоїть перед дослідником, - виявити найбільш суттєві структурні компоненти діяльності, що визначають її специфіку і за своїм призначенням утворюють системоутворюючу функцію. В якості таких суттєвих складових діяльності вітчизняного підприємця нами розглядаються: комунікативний компонент, особистісні параметри ділового спрямування, чинник ризику, емоційно-психологічний стан та нейродинамічні характеристики суб’єкта діяльності. Застосований компонентний підхід до визначення значущих особистісних структур діяльності засвідчив свою доцільність та інформаційну цінність і може бути використаний у системі професійного відбору осіб, підприємницька діяльність яких передбачає тісні комунікативні взаємодії, здійснення підприємницьких функцій управлінського спрямування.

10. Мотивація залишається однією з центральних дослідницьких проблем аналізу підприємницького феномена. Сьогодні значна увага дослідників звернена в основному на аналіз мотиваційної сфери осіб, які лише долучаються до підприємництва. На наш погляд, для більш глибшого розуміння спонукальних сил в системі діяльності доцільно, окрім поняття “мотиваційна сфера”, оперувати поняттям “мотиваційне поле підприємницької діяльності”. Дане поняття дає змогу розглянути мотиваційну сферу підприємця як багатовимірне явище, аналіз якого передбачає не лише дослідження безпосередньо спонукальних дій до підприємництва, але робить можливим фіксацію реальних процесів як у самій підприємницькій діяльності, так і за її межами. При розгляді підприємницької мотивації з позицій мотиваційного поля доцільно оперувати трьома групами мотивів у контексті виконуваної діяльності: перша група мотивів описує ситуацію залученості у підприємництво, друга – це ситуація вибору напрямку підприємницької діяльності, третя група мотивів визначається ситуацією безпосередньої реалізації підприємницького починання.

11. Проведений аналіз підприємницької діяльності дає змогу стверджувати, що вона є поліфункціональною, так як вимагає від підприємця реалізації спектра різнорідних функцій: від чисто економічних до виробничо-реалізаторських і управлінських. За результатами проведених емпіричних досліджень її важливою складовою і основним компонентом є комунікативний, як за часовими витратами, так ї за задіяністю стильових (соціально-психологічних) характеристик спілкування. У випадку аналізу організації трудового процесу в підприємництві доцільно виходити із тих її параметрів, що безпосередньо пов’язані із її суб’єктом. До таких параметрів організації трудового процесу віднесено і досліджено, окрім мотивації, характер планування і різновиди робочих дій підприємця, функціональну структуру і умови праці, особливості міжособової взаємодії у процесі діяльності.

12. Важливою складовою аналізу підприємництва є врахування його поведінкових проявів. Підприємницька поведінка як найбільш ринкова, а також в силу актуальності процесів, що відбуваються в українському суспільстві, вимагає як теоретичного, так і практичного осмислення. Теоретичний рівень осмислення передбачає виокремлення структурних складових (компонентів), що визначають її специфіку у ринкових умовах. В якості таких структурних складових нами виділено “об’єктивно-ситуативний”, “діяльнісно-поведінковий” і “взаємодії” контури регулювання підприємницької поведінки. Детермінуючий вплив на підприємницьку поведінку мають не лише ситуативні чинники, але й усвідомлення діючим суб’єктом значущості ситуації підприємництва, що склалася на даний момент. У систему регулювання також залучені економічний інтерес (-си), актуалізована потреба (-би) суб’єкта (-ів), без яких вона не набула б цілеспрямованого і осмисленого характеру. Регулюючий контур “взаємодії” є тим інтегруючим чинником, який покликаний зреалізувати не лише корекцію економічних дій і поведінкових проявів (ролей, функцій, стратегій), але й забезпечити зворотній зв’язок у системі “ситуація-діяльність-поведінка” в напрямку її самоорганізації та адаптації до зовнішніх умов. Запропонована теоретична схема підприємницької поведінки може бути використана до аналізу більш загальних проявів економічної поведінки та її різновидів.

13. Практичний аспект осмислення реальних проявів підприємницької поведінки передбачає пошук найбільш адекватних методів їх дослідження. Виходячи із запропонованої схеми аналізу підприємницької поведінки, доцільним, на наш погляд, є використання наукових принципів, закладених в імітаційне моделювання. Переваги такої форми моделювання полягають, перш за все, у майже універсальній можливості внесення коректив у процеси на змінені умови поведінки чи діяльності. У запропонованому варіанті метод моделювання передбачає виділення сукупності характерних для підприємництва реальних типових ситуацій, їх аналіз та опис, який завершується розробкою поведінкової моделі, що включає систему послідовних цілеспрямованих дій за умов розв’язку конкретного підприємницького завдання. При цьому на емпіричному рівні фіксуються можливі дії (ролі, стратегії, функції), які обирає досліджуваний. Варіанти можливих дій (репрезентовані варіантами тверджень) можуть бути представлені у вигляді соціологічного опитувального листка-анкети, що вміщує опис змодельованої реальної, типової для підприємництва ситуації.

14. Як типові ситуації у роботі досліджується ситуація “Започаткування власної справи” і ситуація “Реального підприємницького функціонування”. Щодо першої ситуації, використання принципів імітаційного моделювання дало змогу порівняти поведінкові реагування представників різних соціальних груп і безпосередньо самих підприємців у найбільш характерній для підприємництва ситуації, спрогнозувати особливості їх підприємницької поведінки. Моделювання ситуації реального підприємницького функціонування у практичній реалізації дозволило побудувати поведінкову модель успішного підприємництва, що є дуже важливим у професіографічних і навчальних цілях підготовки до конкретних вимог підприємницької діяльності. Важливо підкреслити, що перелік досліджуваних ситуацій підприємництва може бути розширеним, а це відкриває нові можливості у вивченні поведінки підприємців за різних умов виконуваної діяльності (зокрема, потребують свого подальшого дослідження підприємницькі ситуації банкрутства, конкуренції, етики ділових відносин, поведінки в організації тощо).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абульханова-Славская К. А. Активность и сознание личности как субьекта деятельности // Психология личности в социалистическом обществе: Активность и развитие личности / Отв. ред. Ломов Б. Ф., Абульханова-Славская К. А. – М.: Наука, 1989. – С. 110-134.
2. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. – М.: Мысль, 1991. – 299 с.
3. Агеев А. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. – М.: Наука, 1991. – 112 с.
4. Агеев А., Грачев М., Кузин Д. Предпринимательство: стратегия нового поколения // Международная экономика и международные отношения. – 1991. – №3. – С.115-123.
5. Актуальні проблеми розвитку підприємництва в Україні / За ред. С.К.Реверчука. – Львів: Діалог, 1999. – 256 с.
6. Альгин А. Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989. – 187 с.
7. Анцыферова Л. И. Системный подход в психологии личности // Принцип системности в психологических исследованиях / Отв. ред. Завалишина Д.Н., Барабанщиков В.А. – М.: Наука, 1990. – С. 61-77.
8. Апресян Р. Ценностные контроверзы предпринимательства // Общественные науки и современность. – 1993. – №2. – С.19-28.
9. Аргентова Т. Е. Стиль общения как фактор эффективности совместной деятельности: Дис... канд. психол. наук: 19.00.05. – М., 1984. – С. 155-163.
10. Арсеенко А. Инновационный процес и инвестирование нововведений // Віче. – 1996. – №6. – С. 76-94.
11. Арсеєнко А. Підприємці в минулому і сьогодні: хто вони? Генеза західних концепцій // Філософська і соціологічна думка. – 1993. – №1. – С. 80-95.
12. Бажал Ю. М. Економічна теорія технологічних змін: Навч. посібник. – К.: Заповіт, 1996. – 238 с.
13. Бажин Е.Ф., Голынкина Е.А., Эткинд А.М. Тест-опросник уровня субьективного контроля // Практикум по психодиагностике. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – С. 135-139.
14. Балашевич М.И. Малый бизнес: отечественный и зарубежный опыт. – Мн.: НКФ «Экоперспектива», 1995. - 144 с.
15. Барсукова С.Ю. Солидарность участников неформальной экономики. На примере стратегий мигрантов и предпринимателей // Социологические исследования. – 2002. - №4. – С. 3-12.
16. Бедный Г. С. Психологические основы анализа и проектирования трудовых процесов. – Киев-Одесса: Вища школа, 1987. – 207 с.
17. Бесараб В., Вареник М., Гулевич Г. Ринкова інфраструктура та розвиток підприємництва в Україні // Україна: аспекти праці. – 1995. – №1-2. – С.56-59.
18. Білбін М. Чудова вісімка у вашій фірмі // Галицькі контракти. – 1994. – №11. – С. 40-41.
19. Білоус О., Рогач В. Стратегічний менеджмент (Введення до теорії) // Вісник Академії наук України. – 1992. – №6. – С. 41-48.
20. Богданов В. А. Системологическое моделирование личности в социальной психологии. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1987. – 143 с.
21. Богоявленская Д.Б. ”Субьект деятельности” в проблематике творчества // Вопросы психологии. – 1999. -№2. – С. 35-41.
22. Бунько В.А. Социально-экономические факторы типологии предпринимателей. – СПб.,1993. – 164 с.
23. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 608 с.
24. Бутовская М. Л., Файнберг Л. А. У истоков человеческого общества (Поведенческие аспекты эволюции человека). – М.: Наука, 1993. – 256 с.
25. Васильева И. И. К вопросу об “иррациональности” экономического человека // Психологический журнал. – 1991. – №6. – С. 168-169.
26. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранные произведения: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
27. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму: Пер. з нім. – К.: Основи, 1994. – 261 с.
28. Врублевський В.К., Мариніч І.В. Національна економічна система та ментальність України // Україна в ХХI столітті: концепції та моделі економічного розвитку. Матеріали доповідей V-го Міжнародного конгресу українських економістів. – Львів, 2000. – С.15-20.
29. Верховин В.И., Зубков В.И. Экономическая социология. – М.: Изд-во РУДН, 2002. –459 с.
30. Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті: Навч. посібник. – К.: Борисфен-М, 1996. – 336 с.
31. Визгин В. П. Ментальность // Современная западная философия: Словарь / Сост.: Малахов В. С., Филатов В. П. – М.: Политиздат, 1991. – С. 176-178.
32. Вилюнас В. К. Психологические механизмы мотивации человека. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1990. – 288 с.
33. Вихрущ В. П. Основи бізнесу: Підручник. – Тернопіль: Збруч, 1998. – 200 с.
34. Власюк О., Парахонський Б., Пирожков Б. Людський вимір: реалії і перспективи України // Політика і час. – 1995. – №2. – С. 34-45.
35. Ворона В. М., Суименко Е. И. Предприниматель как обьект социологического исследования // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. – К.: Ин-т социологии, 1995. – С. 23-37.
36. Гаврилишин Б. Дороговкази в майбутнє: До ефективніших суспільств: Пер. з англ. – К.: Основи, 1993. – 238 с.
37. Галкина Т.П. Социология управления: от группы к команде: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. - 224 с.
38. Герет Томас М., Клоноскі Річард Дж. Етика бізнесу: Пер. з англ. – К.: Основи, 1999. – 214 с.
39. Глущенко Е.В, Капцов А.И., Тихонравов Ю.В. Основы предприни-мательства: Учеб. пособие. – М.: Вестник, 1996. - 336 с.
40. Гнатенко П. І. Український національний характер. – К.: ДОК-К, 1997. –116 с.
41. Головаха Є. І., Паніна Н. В. Тенденції розвитку українського суспільства (1994-1997 рр.). Соціологічні показники (Таблиці, ілюстрації, коментар). – К.: Ін-т соціології, 1998. – 131 с.
42. Головаха Є. Суспільство, що трансформується. Досвід соціологічного моніторингу в Україні. – К.: Ін-т соціології, 1997. – 156 c.
43. Головаха Е.И. Исследование социальных феноменов эпохи постсоветизма: методология, теория, типология // Проблеми розвитку соціологічної теорії: Наукові доповіді і повідомлення першої Всеукраїнської соціологічної конференції. – К.: САУ, Ін-т соціології НАН України, 2001. – С.13-18.
44. Головаха Є. Ставлення до влади і політичний вибір молоді України // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. - №1. – С. 117-127.
45. Головатый Н.Ф. Социология молодежи. – К.: МАУП, 1999. – 224 с.
46. Головащенко С. “Класичний” протестантизм // Політика і час. – 1994. – №4. – 51-58.
47. Голубева Н. В. Численность группы как фактор групповой динамики // Психологический журнал. – 1982. – №4. – С. 78-83.
48. Горбов Ф. Д., Лебедев В. И. Психоневрологические аспекты труда операторов. – М.: Медицина, 1975. – 206 с.
49. Государство и малый бизнес (сборник обзоров). – М.: ИНИОН РАН, 1993. – 166 с.
50. Грабинський І. Еколого-економічна система України: порівняльний аналіз. – Львів: НТШ, 1997. – 240 с.
51. Грачeв М. В. Предприниматель в современной экономике // Общество и экономика. – 1993. – №4. – С. 28-40.
52. Гришина Н. В. Я и другие: общение в трудовом коллективе. – Л: Ленинздат, 1990. – 174 с.
53. Грищенко Ж. М., Новикова Л. Г., Лапша И. Н. Социальный портрет предпринимателя // Социологические исследования. – 1992. – №12. – С. 53-61.
54. Громов И. А., Мацкевич А. Ю., Семенов В. А. Западная теоретическая социология. – СПб: Ольга, 1996. – 286 с.
55. Давыдов В. В. Нерешенные проблемы теории деятельности // Психологический журнал. – 1992. – №2. – С. 3-13.
56. Данишевская Г. А. “Самостоятельные работники” в Великобритании // Социологические исследования. – 1992. – №9. – С. 124-133.
57. Дворцова Е. Б. Формирование концепции предпринимательского этоса // Харьковские социологические чтения – 95. – Харьков: КиПи-Принт, 1995. – С. 83-86.
58. Джидарьян И. А. Категория активности и ее место в системе психологического знания // Категории материалистической диалектики в психологии / Отв. pед. Анцыферова Л. И. – М.: Наука, 1988. – С. 56-88.
59. Дмитренко Г. А. Стратегічний менеджмент: цільове управління освітою на основі кваліметричного підходу. – К.: ІЗМН, 1996. – 176 с.
60. Донцов А. И. Психология коллектива. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 207 с.
61. Донченко Е. А. Социетальная психика. – К.: Наукова думка, 1994. – 207 с.
62. Донченко Е. А., Злобина Е. Г., Тихонович В. А. Наш деловой человек. – К.: Ин-т социологии, 1995. – 148 с.
63. Душков Б. А., Смирнов Б. А., Терехов В. А. Инженерно-психологические основы конструкторской деятельности (при проектировании систем “человек-машина”). – М: Высш. школа, 1990. – 271 с.
64. Дяків Р., Торгашин О. Підприємництво. Економіко-правові важелі підтримки та розвитку // Віче. – 2001. -№9. –С. 56-64.
65. Єфременко Т. Фінансова поведінка населення України // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2002. -№2. – С.165-175.
66. Евдокимова И.А. Основные подходы к риску в современной науке: к разработке социологической концепции риска // Вісник Харківського державного університету ім. В.Н.Каразіна. – 1999. - №499. – С. 79-82.
67. Елисеев О. П. Конструктивная типология и психодиагностика личности / Под ред. В. Н. Панферова. – Псков: Изд-во Псковского обл. ин-та усоверш. учителей, 1994. – С. 143-148.
68. Емельянов Е.Н, Поварницына С.Е. Психология бизнеса. – М.: Армада, 1998. – 511 с.
69. Ермошенко Н. Н., Борсученко Э. И. Формы предпринимательства за рубежом. – К.: УкрНИИНТИ, 1991. – 80 с.
70. Ермошенко Н. Н., Скворцов Н. Н., Назимова Н. К. Словарь предпринимателя. – К.: УкрИНТЭИ, 1992. – 143 с.
71. Ершов А. А. Взгляд психолога на активность человека. – М.: Луч, 1991. – 157 с.
72. Жизненный путь и профессиональная карьера специалиста / Под общ. ред. В. Ю. Иконникова, В. И. Подшивалкиной. – Кишенев: ИПФ “Центральная типография”, 1997. – 192 с.
73. Жизнин С. Как стать предпринимателем? – М.: Новости, 1990. – 152 с.
74. Журавлев А. Л. Роль взаимодействия в структуре совместной деятельности // Совместная деятельность: Методология, теория, практика /Отв. ред. А.Л.Журавлев, П.Н.Шихирев, Е.В.Шорохова. – М.: Наука, 1988. – С. 19-36.
75. Журавлев А. Л., Позняков В. П. Социально-психологические трудности становления малого бизнеса в России (анализ группового мнения предпринимателей) // Психологический журнал. – 1993. – №6. – С. 23-34.
76. Журавлев А. Л., Фролова Н. П. Управленческое взаимодействие в бригадах с разным типом совместной деятельности // Социально-психологические проблемы бригадной формы организации труда. – М.: Наука, 1987. – С. 145-151.
77. Завалишина Д. Н. Творческий аспект практического мышления // Психологический журнал. – 1991. – №2. – С. 16-26.
78. Загородній А., Громяк Л. Фактори, що визначають розвиток малого бізнесу в Україні // Економіка України. – 1996. – №5. – С. 65-70.
79. Завалова Н.Д., Ломов Б.Ф., Пономаренко А.В. Образ в системе психической регуляции деятельности. – М.: Наука, 1986. – 174 с.
80. Задорожнюк И. Е., Зозулюк А. В. Феномен риска и его современные экономико-психологические интерпретации // Психологический журнал. – 1994. – №2. – С. 26-37.
81. Заславская Т.И. О бизнес-слое российского общества// Социетальная трансформация российского общества: Деятельностно-структурная концепция. – М.:Дело, 2003. – С.334-358.
82. Здравомыслов А. Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986. – 223 с.
83. Зигель А., Вольф Дж. Модели группового поведения в системе человек-машина: Пер. с англ. – М.: Мир, 1973. – 261с.
84. Зинченко В.П., Мунипов В.М. Основы эргономики. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1979. – 344 с.
85. Злупко С.М., Стефанишин О.В., Швайка Л.А. Підприємництво: основи, особливості, механізми. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2000. – 369 с.
86. Зомбарт В. Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Наука, 1994. – 442 с.
87. Зубов О.В. Ціннісні орієнтації підприємця в сучасних умовах // Грані (Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах). – Дніпропетровськ, 2000. - №4. – С. 29-34.
88. Иванова Е. М. Основы психологического изучения профессиональной деятельности. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1987. – 208 с.
89. История социологии в Западной Европе и США / Oтв. pед. Г. В. Осипов. – М.: Наука, 1993. – 424 с.
90. Іванов Ю. Б., Кравченко Ю. І., Хоменко М. М. Вступ до бізнесу. – К.: Лібра, 1995. – 251с.
91. Іващенко О. В. Про розвиток жіночого підприємництва в Україні // Філософська і соціологічна думка. – 1994. – №1-2. – С. 250-253.
92. Іващенко О. Робота й практики трудової занятості в суспільстві, що трансформується // Соціологія: теорія, мотоди, маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 160-164.
93. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. – СПб: Питер, 2000. – 512 с.
94. Ісакова Н. Гендерні збіги та відмінності в діяльності й оцінках українських підприємців // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. -№ 2. – С. 144-153.
95. Казмиренко В. П. Социальная психология организаций. – К.: МЗУУП, 1993. – 384 с.
96. Канигін Ю. Душа та менталітет // Вісник НАН України. – 1994. – №5. – С. 44-53.
97. Капитонов Э.И. История и теория социологии. – М.: Изд-во ПРИОР, 2000. – 368 с.
98. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломандина Т.О. Поведение в организации: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 220 с.
99. Квинн В. Прикладная психология. – СПб: Питер, 2000. – 560 с.
100. Квитко В. Я. Социальная психология бригадного труда. – Кишенев: Картя Молдовеняскэ, 1988. – 260 с.
101. Кессон Г. Н. Аксиомы бизнеса (Деловой бестселлер). – Минск: Парадокс, 1995. – 434 с.
102. Киселев А. П. Теория и практика современного бизнеса. – К.: Либра, 1995. – 248 с.
103. Китов А. И. Экономическая психология. – М.: Экономика, 1987. – 303 с.
104. Клайн П. Справочное руководство по конструированию тестов. – К.: “ПАН Лтд.”, 1994. – 283 с.
105. Климов Е.А. Как выбирать профессию. – М.:Просвещение, 1990. – 159 с.
106. Климова С. Т., Дунаевский Л. В. Новые предприниматели и старая культура // Социологические исследования. – 1993. – №5. – С. 64-69.
107. Ковалев В. И. Мотивы поведения и деятельности. – М.: Наука, 1988. – 192 с.
108. Козелецкий Ю. Психологическая теория решений: Пер. с польск. – М.: Прогресс, 1979. – 504 с.
109. Козелецкий Ю. Человек многомерный (психологическое эссе): Пер. с польск. – К.: Лыбидь, 1992. – 288 с.
110. Колесов Д. В., Соколов Е. Н. О психофизиологии творчества // Психологический журнал. – 1992. – №6. – С. 43-53.
111. Кононов И. Ф., Адаменко Е. В., Ваховский Л. Ф., Панченко Л. Ф. Предпринимательство Луганщины: становление в условиях общественного кризиса. – Луганск: Изд-во Восточноукраинского ун-та, 1995. – 120 с.
112. Косих А.І. Підприємницька культура – фактор соціокультурного оновлення України // Грані (Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах ). – Дніпропетровськ, 2000. - №4. – С. 34-38.
113. Корель Л.В. Социология адаптаций: этюды апологий / Отв. ред. Ф.М.Бородкин. - Новосибирск: ИЭиОПП, 1997. – 160 с.
114. Корнилова Т. В., Булыгина В. Г., Корнилов А. П. Личностные предпосылки деятельности брокера // Психологический журнал. – 1993. – №1. – С. 90-98.
115. Корнилова Т.В., Долныкова А.А. Диагностика импульсивности и склонности к риску // Вестник Моск. ун-та. Сер.14. Психология. – 1995. -№3. – С. 46-56.
116. Котарбинский Т. Трактат о хорошей работе: Пер. с польск. – М.: Экономика, 1975. – 271 с.
117. Кравченко А.И. Социология для экономистов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. – 336 с.
118. Краева Н. М., Минеев В. Н. Особенности развития российского предпринимательства // Общество и экономика. – 1995. – №4. – С. 76- 85.
119. Крассовский Ю.Д. Организационное поведение. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 472 с.
120. Краткий словарь по философии / Под общ. ред. И. В. Блауберга, И. К. Пантина. – М.: Политиздат, 1982. – 431 с.
121. Кричевский Р. Л. К вопросу о механизме межличностного взаимодействия // Вопросы психологического познания и общения. – Краснодар: Куб. гос. ун-т, 1983. – С. 136-145.
122. Кричевский Р.Л., Дубовская Е.М. Психология малой группы. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991. – 207 с.
123. Крупка М.І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. – Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 608 с.
124. Крупнов А. И. Психофизиологический анализ индивидуальных различий активности личности. – Свердловск: Свердл. пединститут, 1983. – 72 с.
125. Кужель О. Потрібно, щоби люди працювали // Поступ. –2002. – №58.- С.6.
126. Кузьмін О. Є., Загородній А. Г., Громяк Л. С. Малі форми підприємництва: навч. посібник. – Львів: Центр Європи, 1996. – 96 c.
127. Кульчицький О. Основи філософії і філософічних наук. – Мюнхен – Львів: УВУ, 1995. – 164 с.
128. Куприй В. Т. Моделирование в биологии и медицине: Философский анализ. – Л: Изд-во Ленингр. ун-та, 1989. – 176 с.
129. Кушерец В. И. Массовое сознание // Социологический справочник / Под общ. ред. В. И. Воловича. – К.: Политиздат Украины, 1990. – С. 329-330.
130. Лапуста М. Г., Шаршукова Л. Г. Риски в предпринимательской деятельности: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 224 с.
131. Лебедев А. Н., Боровиков А. К. Влияние ролевой установки на экономическое поведение российских потребителей // Вопросы психологии. – 1995. – №3. – С. 46-52.
132. Левин К. Типы конфликтов // Психология личности: Тексты / Под. ред. Ю. Б. Гиппенрейтер, А. А. Пузырея. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1982. – С. 92-104.
133. Левин К. Теория поля в социальных системах: Пер. с англ. – СПб.: Сенсор, 2000. – 368 с.
134. Леонтьев А.Н. Избранные психологические произведения: В 2-х т. Т.2. – М.: Педагогика, 1983. – 320 с.
135. Лепский В. Е., Новиков М. А., Рубахин В. Ф. О влиянии структур “лидер-последователи” на эффективность групповой деятельности // Прикладные проблемы инженерной психологии. – Л., 1979. – С. 130-131.
136. Лодыженский В. Ю. Общеевропейская программа социально-экономического обновления // Психологический журнал. – 1991. – №1. – С. 133-140.
137. Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. – М.: Наука, 1984. – 245 с.
138. Ломов Б. Ф., Кольцова В. А. Методологические проблемы установки // Теория установки и актуальные проблемы психологии. – Тбилиси: Мецниереба, 1990. – С.169-178.
139. Лукашевич Н.П. Самоменеджмент: как достигнуть успеха в деловой карьере. – Харьков: ОКО, 1988. - 126 с.
140. Лучшие психологические тесты для профотбора и профориентации / Отв. ред. Кудряшов А. Ф. – Петрозаводск: Петроком, 1992. – 325 c.
141. Люди за прилавком: Социально-психологические очерки / А. А. Аамер, Л. И. Аувяэрт, Я. М. Бельчиков , Х.В.Дсисс, Х.Ю.Жигур, П.П.Лакис, А.А.Тууранд. – М.: Экономика, 1989. – 143 с.
142. Майерс Д. Социальная психология: Пер. с англ. – СПб: Питер Ком, 1998. – 688 с.
143. Макеєв С.О. Соціальна структура // Соціологія: Навч.посібник – К.:”Українська енциклопедія” ім. М.П.Бажана, 1999. - С. 92-135.
144. Малахов С. В. “Экономический человек” и рациональность экономической деятельности // Психологический журнал. – 1990. – № 6. – С.38-46.
145. Малахов С. Интраэкономическая модель экономического поведения и “иллюзия прибыльности” // Психологический журнал. – 1991. – №4. – С. 50-60.
146. Малюта А., Галицкая В. Бизнес, информация и интеллектуализация социума // Бизнес-информ. – 1997. – №1. – С. 10-14.
147. Маркович Д. Социология труда: Пер. с сербско-хорв. – М.: Прогресс, 1988. – 632 с.
148. Маствилискер Э. И. Индивидуальный стиль общения в совместной игровой и предметной деятельности // Вопросы психологии. – 1989. – №3. – С. 63-70.
149. Математические методы анализа и интерпретации социологических данных / В. Г. Андреенков, К. Д. Аргунова, В. И. Паниотто, Г.Г. Татарова, Ю.Н. Толстова, Д.С. Шмерлин – М.: Наука, 1989. – С. 83-85.
150. Мельник А.Ф., Васіна А.Ю. Організаційні та економічні аспекти розвитку малого бізнесу в сфері послуг. – Тернопіль: Збруч. 1996. – 186 с.
151. Мельников В. М., Ямпольский Л. Т. Введение в экспериментальную психологию личности. – М.: Просвещение, 1985. – 319 с.
152. Мерлин. В. С. Индивидуальный стиль общения // Психологический журнал. – 1982. – №4. – С. 26-36.
153. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
154. Методы сбора информации в социологических исследованиях / Отв. ред. В. Г. Андреенков, О. М. Маслова. – М.: Наука, 1990. – Кн. І. – 232 с.
155. Михасюк І., Пачковський Ю., Коваліско Н. Оцінка проблеми безробіття працівниками промисловості Львівської міської агломерації (соціологічний аспект) // Регіональна економіка. – 1998. – №4. – С. 159-164.
156. Міщенко М. Соціально-психологічна атмосфера в українському суспільстві та ставлення до підприємництва // Філософська і соціологічна думка. – 1994. – №11-12. – С. 30-42.
157. Моляко В. А. Психология конструкторской деятельности. – М.: Машиностроение, 1983. – 134 с.
158. Морохоева З. П. Личность в культурах Востока и Запада: К постановке проблемы. – Новосибирск: Наука, 1994. – 206 с.
159. Муминов Р., Абдираимов И., Маленова С. Малый инновационный бизнес: факторы устойчивого развития // Проблемы теории и практики управления. – 2000. - №4. – С.85-89.
160. Мусаэлян И., Славинский Ю. Психология предпринимательства – новая область отечественной психологической науки // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14, психология. – 1995. – №1. – С. 3-8.
161. Навайтис Г. А. Исследование процесса взаимодействия в группе операторов (На материале экипажей Ту-134): Автореф. дис… канд. психол. наук:19.00.03/ Ленингр. гос. ун-т.. – Л., 1978. – 20 с.
162. Надирашвили Ш. А. Основные положения общепсихологической теории установки и формирование личности // Теория установки и актуальные проблемы психологии. – Тбилиси: Мецниереба, 1990. – С. 196-210.
163. Назаров А. И. Опыт исследования координации группового управления. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1970. – 68 с.
164. Наумова Н. Ф. Социологические и психологические аспекты целенаправленного поведения. – М.: Наука, 1988. – 200 с.
165. Небоженко В. Чого бояться в Україні? (Соціологічне дослідження громадських настроїв) // Вісник НАН України. – 1992. – №11. – С. 53-62.
166. Нельга Т. Українське підприємництво: історичні передумови й соціокультурні детермінанти // Філософська і соціологічна думка. – 1994. – №7-8. – С. 81-89.
167. Немов Р. С. Социально-психологический анализ эффективности деятельности коллектива. – М.: Педагогика, 1984. – 200 с.
168. Никитин С.М., Феофанов К.А. Социологическая теория риска в поисках предмета // Социологические исследования. – 1992. - №10. – С. 120-127.
169. Никифоров А. Л. Деятельность, поведение, творчество // Деятельность: теории, методология, проблемы. – М.: Политиздат, 1990. – С. 52-69.
170. Обозов Н. Н. Аппаратурный метод исследования срабатываемости и совместимости людей // Методы социальной психологии. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1977. – С. 161-164.
171. Обозов Н. Н. Межличностные отношения. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1979. – 151 с.
172. Обозов Н. Н. Психология малых групп и коллективов // Социальная психология. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1979. – С. 125-139.
173. Обозов Н. Н. Психология межличностных отношений. – К.: Либідь, 1990. – 192 с.
174. Омаров А. М. Предприимчивость руководителя. – М.: Политиздат, 1990. -256 с.
175. Омельяненко Б. Л. Профессионально-техническое образование в зарубежных странах. – М.: Высш. школа, 1989. – 224 с.
176. Основи практичної психології / В.Панок, Т.Титаренко, Н.Чепелєва та ін. – К.: Либідь, 1999. – 536 с.
177. Орбан Л. Э., Гринджук Д. Н. Социально-психологические аспекты предпринимательства и управления. – Ивано-Франковск: Знание, 1995. – 164 с.
178. Организационные формы предпринимательской деятельности в современных условиях / Под ред. В. М. Толочко. – Х.: Ин-т пов. квалиф. спец. фармации, 1993. – 220 с.
179. Организационные формы предпринимательской деятельности / И.П.Продиус, Т.А.Владимирова, В.Г.Диневич, Д.В.Запорожан,А.В.Скляренко. – Одесса: ОКФА, 1999. – 183 с.
180. Орлов А. Б. Экспериментальные и прикладные исследования мотивационных образований в зарубежной когнитивной психологии // Психологический журнал. – 1990. – №6. – С. 16-27.
181. Оробець Ю. Розвиток підприємництва та бізнесу в уявленнях громадян України // Бюлетень дослідно-навчального центру “Демократичні ініціативи”. – 1993. – №3. – С. 25-31.
182. Панок В. Г. Проблема визначення методологічних основ практичної психології // Конспект ( Науково-методичний журнал ). – 1996. – №1. – С. 12.-14
183. Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем действия: культура, личность и место социальных систем // Американская социологическая мысль / Под. ред. В. И. Добренькова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1994. – С. 448 - 464.
184. Пахомов Ю. Посткомуністична “буржуазія” як загроза цивілізованому ринку // Політична думка. – 1995. – №1. – С. 43-46.
185. Пачковський Ю. Підприємницька діяльність і становлення ринкових відносин в Україні // Республіканець. – 1993. – №6. – С. 50-52.
186. Пачковський Ю.Ф. Управлінська діяльність в структурі виконавчої влади // Вісник Львівського державного університету ім. Ів.Франка. Економіка України на шляху до ринку. - Львів: Світ, 1993. – Вип. 24. – С.57-59.
187. Пачковський Ю.Ф., Дацків Р.М., Тимчишин А.Є. Підприємницька діяльність в умовах формування національної економічної системи // Вісник Львівського державного університету ім. Ів.Франка. Проблеми становлення ринкової економіки. – Львів: Світ, 1994. – Вип. 25. – С.12-14.
188. Пачковський Ю.Ф. Соціальна психологія підприємницької діяльності: досвід емпіричного дослідження // Республіканець – Львів,1994.- №1. – С. 92-96.
189. Пачковський Ю.Ф. Підприємницька діяльність в умовах трансформації економічних відносин в Україні (за матеріалами соціологічного дослідження)// Становлення національної економіки України. Зб. матеріалів Всеукраїнської наукової конференції. – Львів: ЛДУ, 1995. – Вип.5. – С.45-47.
190. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво в Україні: реалії та перспективи процесу з позицій ряду соціальних груп // Студії політологічного центру “Генеза”. – 1995. – №5. – С. 308-310.
191. Пачковський Ю.Ф. Фактори успіху у підприємницькій діяльності // Вісник Львівського державного університету ім. Ів.Франка. Національна економіка України: проблеми становлення, перспективи.– Львів: Світ, 1997. – Вип. 27. – С.59-61.
192. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво: до питання соціально-психологічного аналізу і емпіричного дослідження// Національна еліта та інтелелектуальний потенціал України. Тези доповідей Міжнародної наукової конференції. – Львів, 1996. – С.154-155.
193. Пачковський Ю.Ф., Стасишин А.В. До розуміння суті підприємництва // Теорія і практика підприємництва: проблеми вивчення та економічної просвіти в Україні. Матеріали Міжнародного літнього економічного семестру “Інтереко”. – Львів, 1997. – С. 42-45 .
194. Пачковський Ю.Ф. Витрати часу як елемент аналізу діяльності підприємця // Формування ринкової економіки в Україні: Зб. наук. пр. / Львівський державний університет ім. Ів.Франка; Цент ринкознавства „Інтереко”.– Львів: ЛДУ, 1997. – Вип.1. – С. 98-100.
195. Пачковський Ю.Ф. Економічна поведінка та її різновиди // Економіка України: минуле, майбутнє, сучасне. Зб. доп. та пов. Восьмої наукової сесії Економічної комісії НТШ.- Львів: НТШ, 1997. – С.61-64.
196. Пачковський Ю.Ф. Мотивація підприємницької діяльності // Формування ринкової економіки в Україні. Зб. наук. пр. / Львівський державний університет ім. Ів.Франка; Цент ринкознавства „Інтереко”.– Львів: ЛДУ, 1997. – Вип.. 2 – С.1 9-22.
197. Пачковський Ю.Ф. Особистісний фактор у підприємництві // Українські варіанти. –1998. - №3-4. – С.122-129.
198. Пачковський Ю.Ф. Особа підприємця в оцінках і міркуваннях // Вісник Львівського державного університету ім. Ів.Франка. Україна на шляху до ринку.- 1998. – Вип.28. – С. 105-109.
199. Пачковський Ю.Ф. Соціопсихологічні детермінанти світогляду і поведінки молоді // Студії політологічного центру “Генеза”. – 1996. - №1.- С. 22-24.
200. Пачковський Ю., Коваліско Н. Регіональні аспекти зайнятості та безробіття в соціологічному вимірі // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 1999. – № 2. – С. 89-96.
201. Пачковський Ю.Ф.Тест-методика з діагностики стилю спілкування // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 1999. –№2. – С 235-239.
202. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво і благочинність (соціолого-психологічний вимір проблеми) // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. –2000. - №462. – С. 72-75.
203. Пачковський Ю., Лоза А. Актуальні проблеми особистісної готовності старшокласників до підприємницької діяльності // Трансформація екнономічної системи в Україні: Зб.наук. пр. -Вип. 6. – Львів: Інтереко, 2000. – С.294-298.
204. Пачковський Ю.Ф. Адаптивні можливості молоді до умов ринкового середовища // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць. - Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна, 2001. – С. 477-480.
205. Пачковський Ю.Ф. Проблема ризику в підприємництві // Практична психологія і соціальна робота. – 2001. - №2. – С.37-39.
206. Пачковський Ю.Ф. Підприємницька організація: визначення, основні функції та ознаки // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. – 2001. - №527. – Вип. 13. – С. 75-77.
207. Пачковський Ю.Ф. Мотиваційне поле підприємницької діяльності // Грані (Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах). – Дніпропетровськ, 2001. - №5-6. – С. 167-169.
208. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва: Навч. посібник. – Львів: Афіша, 2001. – 276 с.
209. Пачковський Ю.Ф. Підприємницька поведінка: теоретико-методологічні аспекти // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. -№1. – С. 57-63.
210. Пачковський Ю.Ф. Реальна та взірцева моделі підприємця у вимірі масової свідомості // Нова парадигма (Альманах наукових праць). – Запоріжжя, 2002. – Вип. 24. – С. 205-209.
211. Пачковський Ю.Ф. Моделювання підприємницької поведінки у контексті діяльнісно-ситуативного підходу // Проблеми розвитку соціологічної теорії. Наукові доповіді і повідомлення першої Всеукраїнської соціологічної конференції / Соціологічна асоціація України; Ін-т соціології НАН України; М.О.Шульга (наук. ред.) та ін. – К., 2001. – С.198-200.
212. Пачковський Ю.Ф. Ділова активність у школі. Час знімати табу // Віче. – 2002. - №2. – С.68-70.
213. Пачковський Ю.Ф. Актуальні проблеми економічної безпеки приватного підприємництва // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2002. - №543. – Вип. 14. – С.132-135.
214. Пачковський Ю.Ф. Соціальні і поведінкові типи підприємців в умовах ринкової економіки // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. наук. пр. - Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. - 2002. – С. 384-387.
215. Пачковський Ю.Ф. Підприємницька активність з позиції інтеграції соціологічного і психологічного знання // Нова парадигма. Альманах наукових праць. – Запоріжжя, 2003. – Вип. 30. – С. 239-243.
216. Пачковський Ю.Ф. Підприємництво у новітніх теоретичних пошуках та інтерпретаціях // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. - №2. – С.149-159.
217. Пачковський Ю.Ф. Інноваційність підприємництва у контексті реалізації творчих можливостей особистості // Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах. – Дніпропетровськ, 2003. - №3. – С. 109-113.
218. Пачковський Ю.Ф.Підприємництво і менеджмент: у пошуках ідентичності // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. –2003. - №577. – С. 86-89.
219. Пачковський Ю.Ф. Проблематика підприємництва в українській соціології: реалії та перспективи // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. наук. пр. - Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. - 2003. – С. 389-391.
220. Пачковський Ю.Ф. Соціопсихологічна модель аналізу підприємництва за умов трансформаційного процесу // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. - №.3 – С.121-132.
221. Політична та фінансова роль бізнесу в парламентських виборах в Україні 2002 року: спроба соціального діалогу/ Амджадін Л.М, Вишняк О.І., Привалов Ю.О/ Відп. ред.: Саєнко Ю.І. – К.: Стилос, 2003. –184 с.
222. Підприємництво в Україні: Проблеми становлення і розвитку / М.І.Долішній, М.А.Козоріз, В.П.Мікловда, А.С.Даниленко. – Ужгород: Карпати, 1997. – 363 с.
223. Пивоваров В., Усов В. Практические основы предпринимательства. – М.: ИВЦ ”Маркетинг”, 1998. – 108 с.
224. Перепелкин О. В. Российский предприниматель: штрихи к социальному портрету // Социологические исследования. – 1995. – №2. – С. 35-40.
225. Петровский В.А. Психология неадаптивной личности. – М.: ТОО «Горбунок», 1992. – 224 с.
226. Петровская Л.А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1989. - 216 с.
227. Пилипенко В. Е. Социальная регуляция трудового поведения (социологический анализ). – К.: Наукова думка, 1993. – 126 с.
228. Пилипенко В., Шевель І. Соціологія підприємництва. – К.: Європа, 1997. – 104 с.
229. Пилипенко В.Є. Реформи. Підприємництво. Культура. – К.: Стилос, 2001. - 151 с.
230. Піддубний В. А. Інноваційні аспекти соціоекономічної діяльності // Економічна соціологія / За ред. В. М. Ворони, В. С. Пилипенка. – К.: Ін-т соціології, 1997. – С. 215-238.
231. Піча В. М. Культура вільного часу (філософсько-соціологічний аналіз). – Львів: Світ, 1990. – 152 с.
232. Платонов Ю.П. Психология коллективной деятельности: Теоретико-методологический аспект. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1990. – 184 с.
233. Плоткін Я. Д., Дубодєлова А. В., Захарчук О. В., Пурха Т. С. Підприємцю про підприємництво. Зарубіжний досвід. – Львів: Вільна Україна, 1993. – 142 с.
234. Побірченко Н. Розвиток у старшокласників особистої готовності до підприємницької діяльності // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 1998. - № 5. – С. 245-248.
235. Погорілий О. І. Соціологічна думка ХХ століття: Навч. посібник. – К.: Либідь, 1996. – 224 с.
236. Подвижность структуры. Современные процессы социальной мобильности / Макеев С.А, Прибыткова И.В., Симончук Е.В. – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 1999. – 204 с.
237. Позняков В.П. Психология предпринимательства // Психология / Под. общ. ред. В.Н.Дружинина. – СПб.: Питер. 2000. – С. 538-554.
238. Покропивний С. Ф., Колот В. М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 1998. – 352 с.
239. Полюга Д. Новий підприємницький задум. Підготовка і реалізація // Формування ринкової економіки в Україні. Наук. зб. – Львів, 1997. – Вип. 2. – С. 116-117.
240. Пономарев Я. А. Психология творчества // Тенденции развития психологической науки / Отв. ред. Б. Ф. Ломов, Л. И. Анцыферова. – М.: Наука, 1989. – С.21-34.
241. Попов А. В. Теория и организация американского менеджмента. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1991. – 152 с.
242. Предпринимательство в конце ХХ века/ Дынкин А.А., Стерлин А.Р., Тулин И.В. и др. – М.: Наука, 1992. – 312 с.
243. Промышленное предприятие и его люди: проблемы социально-экономического поведения / Под общ. ред. В.М.Вороны, Е.И.Суименко. – К.: Ин-т социологии НАН Украины, 2001. – 352 с.
244. Психологічний словник / За ред. В.І.Войтка. – К.:Вища школа, 1982. – 216 с.
245. Психологические механизмы целеобразования / Отв. ред. Тихомиров О. К. – М.: Наука, 1977. – 259 с.
246. Радаев В.В. О вере и милосердии: фрагмент облика нового российского предпринимателя // Общество и экономика. – 1993. – №6. – С. 77-83.
247. Радаев В.В. Экономическая социология: Курс лекций. – М.: Аспект Пресс, 1998. – 368 с.
248. Реверчук С. К. Малий бізнес: методологія, теорія і практика. – К.: ІЗМН, 1996. – 192 с.
249. Ржаницина Л. Политика в области женской занятости // Вопросы экономики. – 1995. – №5. – С.90- 97.
250. Риски в современном бизнесе / П.Г.Грабовый, С.Н.Петрова, С.Н.Полтавцев и др. – М.: Аланс, 1994. – 200 с.
251. Рыжов В.А. Профессиональная ориентация и подготовка кадров в Великобритании. – М.: Высшая школа, 1991.- 159 с.
252. Рощин С. К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология // Психологический журнал. – 1995. – №1. – С. 31-42.
253. Рощин С. К. Психология успешного предпринимательства в США // Психологический журнал. – 1993. – №5. – С.98-109.
254. Рощина Я. Формирование предпринимательского слоя и диференциация стилей жизни // Вопросы экономики. – 1998. – №3. – С. 114-127.
255. Рубанов А. Социальный субьект: мотивы и деятельность. – Минск: Ин-т социологии АН Беларуси, 1994. – 171 с.
256. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – М.: Учпедгиз, 1946. – 704 с.
257. Руденко И. Л. Стиль общения и его детерминанты: Автореферат дис... канд. психол. наук: 19.00.05/ Моск. гос. ун-т. – М., 1988. – 25 с.
258. Русалов В. М. Биологические основы индивидуальных различий активности личности. – М.: Наука, 1979. – 352 с.
259. Русалов В. М. Некоторые положения социальной теории индивидуальности человека // Принципы системности в психологических исследованиях / Отв. ред. Завалишина Д. Н., Барабанщиков В. А. – М.: Наука, 1990. – С. 165-172.
260. Русинова В. Мотивация к труду и установка // Теория установки и актуальные проблемы психологии. – Тбилиси: Мецниереба, 1990. – С. 228-231.
261. Ручка А. О., Танчер В. В. Курс історії теоретичної соціології: Навч. посібник. – К.: Наукова думка, 1995. – 223 с.
262. Самоукина Н.В. Психология и педагогика профессиональной деятельности. – М.: ЭКМОС, 1999. – 352 с.
263. Сацков Н. Я. Методы и приемы деятельности менеджера и бизнесмена. – К.: Ин-т праксеологии, 1994. – 399 с.
264. Свенцицкий А. Л. Социальная психология управления. – Л: Изд-во Ленингр. ун-та, 1986. – 176 с.
265. Свистунов С. Культура підприємництва (релігійно-культурний аспект) // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. -№2. – С. 66-77.
266. Сірка А. Як провадити бізнес з американцями і канадцями. – К: Кобза, 1994. – 360 с.
267. Сірий Є.В., Фареник С.А. Соціологія підприємництва. – К.:Український Центр духовної культури, 2000. – 258 с.
268. Скотт Д. Г. Конфликты, пути их преодоления. – К.: Внешторгиздат, 1991. – 191 с.
269. Скидин О.Л. Информационные аспекты в организации деятельности менеджера // Нова парадигма (Альманах наукових праць). – Запоріжжя, 2002. – Вип. 24. – С. 209-212.
270. Словарь-справочник предпринимателя. – М.: Зевс, 1992. – 153 с.
271. Словник термінів ринкової економіки / Під. заг. ред. В.І.Науменка. – К.: Глобус, 1996. – 288 с. .
272. Смирнов В. А., Душков Б. А., Коломинский Ф. П. Инженерная психология: (Экономические проблемы). – М.: Экономика, 1983. – 224 с.
273. Смольков В. Г. Предпринимательство как особый вид деятельности // Социологические исследования. – 1994. – №2. – С. 15-22.
274. Солнцева Г.Н. О психологическом содержании понятия «риск» // Вестник Моск. ун-та. Сер. 14. Психология. – 1999. -№2. – С. 14-22.
275. Сорока І. Підприємець – ключова фігура ринкової економіки // Економіка України. – 1992. – №11. – С. 46-51.
276. Спандарьян В. Б. Деловая Япония. – М.: Мысль, 1991. – 252 с.
277. Старовойт І. С. Збіг і своєрідності західноєвропейської та української ментальностей: Філософсько-історичний аналіз. – Тернопіль: Діалог, 1997. – 256 с.
278. Суїменко Є. Суб’єкт промислової діяльності у соціально-особистісному вимірі // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. - №3. – С. 23-40.
279. Суименко Е. И. Образ предпринимателя в общественном мнении // Предприниматель Украины: эскизы к социальному портрету / Отв. ред. В. М. Ворона, Е. И. Суименко. – К.: Ин-т социологии, 1995. – С. 59-72.
280. Суковата В. Стереотипи підприємництва у масовій свідомості: гендерний аналіз // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2001. - №2. – С. 134-143.
281. Суходольский Г. В. Основы психологической теории деятельности. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1988. – 168 с.
282. Суходольский Г. В., Шмелева И. А. Проектирование групповой деятельности операторов // Практикум по инженерной психологии и психологии труда. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1983. – С. 191-197.
283. Сэндидж Ч. Г., Фрайбургер В., Ротцолл К. Реклама: теория и практика: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 630 с.
284. Тамбовцев В. Л. Опыт эмпирического исследования экономического поведения // Вестник Моск. ун-та. Сер. экономика. – 1994. – №3. – С. 46-54.
285. Тарасенко В. И. Активность социальная // Социологический справочник / Под общ. ред. В. И. Воловича. – К.: Политиздат Украины, 1990. – С. 7.
286. Татеиси К. Вечный дух предпринимательства.– К.: Укрзакордонвизасервис, 1992. – 200 с.
287. Татенко В. О., Роменець В. А. Вчинок як принцип побудови теорії та історії соціології // Основи психології / За ред. Киричука О. В., Роменця В. О. – К.: Либідь, 1995. – С. 161-193.
288. Терехин В. А. Проблемы методов аппаратурного исследования совместной деятельности // Совместная деятельность: Методология, теория, практика /Отв. ред. А.Л.Журавлев, П.Н.Шихирев, Е.В.Шорохова.. – М.: Наука, 1988. – С. 193-206.
289. Терлецький Ю. Підприємництво. Для себе, для суспільства // Віче. – 1993. – №12. – С. 73-83.
290. Титма М. Х., Тальюнайте М. Й. Престиж профессии (социологический анализ). – Вильнюс: Минтис, 1984. – 185 с.
291. Ткаченко О. М. Принципи і категорії психології. – Київ: Вища шк., 1979. – 199 с.
292. Токсанова А.Н. Малый бизнес в Казахстане – использование опыта США // США и Канада: экономика, политика, культура. – 1999. - №3-4. - С.147-158.
293. Толковый словарь по управлению / Под. ред. В. В. Познякова. – М.: Аланс, 1994. – 246 c.
294. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии // Вопросы психологии. – 1998. –№4. – С.123-132.
295. Третьи Международные Ломовские чтения // Психологический журнал. – 1996. -№4. – С. 145-146.
296. Тропман Дж. Е., Морнингстар Г. Предпринимательские системы 90-х годов // Проблемы управления экономикой (Реферативный сборник). – 1992. – Вып. 23. – С. 27 -34.
297. Трофимов А. Ю., Корнев Н. Н. Особенности отбора менеджеров в системе психологической службы // Актуальні проблеми психології: традиції і сучасність. Тези Міжнародних Костюківських читань. – К., 1992. – Т. І. – С. 144-145.
298. Трофимов Ю. Л. Техническое творчество в САПР (психологические аспекты). – К.: Вища школа, 1989. – 184 с.
299. Трусов В. П. Социально-психологические исследования когнитивных процессов (по материалам зарубежных экспериментальных работ). – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1980. – 144 с.
300. Удальцова М.В. Социология управления: Учеб.пособие. – М.: ИНФРА-М, Новосибирск: НГАЭиУ, 1998. –144с.
301. Узнадзе Д. Н. Экспериментальные основы психологии установки // Экспериментальные исследования по психологии установки. – Тбилиси: Изд-во АН ГССР, 1958. – С. 5-126.
302. Українське суспільство 1992–2002 (соціологічний моніторинг)/ За ред. Паніної Н.В. – К.: Ін-т соціології, 2003. – 116 с.
303. Уманский Л. И. Методы экспериментального исследования социально-психологических феноменов // Методология и методы социальной психологии. – М.: Наука, 1977. – С. 54-74.
304. Филион Л. Природа малого бизнеса и ее влияние на специфику менеджерской деятельности // Малый бизнес, рынок и общество. – 1992. – №1-2. – С. 130-147.
305. Фридлянов В., Некрасов Р., Остапюк С. Инновации как фактор экономического роста // Общество и экономика. – 1999. - №.7-8. – С.104-128.
306. Франкл В. Человек в поисках смысла: Сборник: Пер. с англ. и нем. – М.: Прогресс, 1990. – 367 с.
307. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные отношения. – 1989. – №12. – С. 14-23.
308. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность: Пер. с нем. – М.: Педагогика, 1986. – Т. І. – 408 с.
309. Хижняк Л. М. Организация собственного дела как жизненная перспектива // Харьковские социологические чтения-95. – Х.: КиПи-Принт, 1995. – С. 89-94.
310. Хижняк Л.М. Організації в соціально-економічному просторі сучасного українського суспільства: оптимізація управління. Автореф. дис... д-ра соц. наук: 22.00.07/ Харк. держ. ун-т. – Харків, 1999. – 34 с.
311. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: Вып. І. Предприниматель и предпринимательство: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1992. – 160 с.
312. Хмелько В. Макросоціальні зміни в українському суспільстві за роки незалежності // Соціологогія: теорія, методи, маркетинг. – 2003. - №1. – С.5-23.
313. Хруцкий В. Е. Как стать предпринимателем // США: экономика, политика, идеология. – 1992. – №9. – С. 90 - 102.
314. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности (Основные положения, исследования и применение): Пер. с англ. – СПб.: Питер Пресс, 1997. – 608 с.
315. Цапок В. А. Творчество (Философский аспект проблемы). – Кишенев: Штиинца, 1989. – 150 с.
316. Центральная фигура – предприниматель // Деловые новости. – 1995. – №46.
317. Ціннісні орієнтації (Аналіз соціально-філософських концепцій заходу 80-90-х років) / Відп. ред. А.Т.Гордієнко – К.: Наукова думка, 1995. – 207 с.
318. Цяпало Р. Етика бізнесу (курс лекцій). – Львів: Львівський державний ун-т ім. І.Франка, 1994. – 65 с.
319. Чепуренко А.Ю. Российское общество и предпринимательство // Общество и экономика. – 1992. - № 5-6. – С. 30-37.
320. Чернецький Ю.О., Зарічкова М.В. Теоретичний потенціал сучасного інституціонального підходу і „нової економічної соціології” // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Зб. наук. пр. - Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В.Н.Каразіна. - 2002. – С. 134-139.
321. Черноволенко А. В. Поведение в сложных социально-экономических системах // Опыт моделирования социальных процесов (вопросы методологии и методики построения моделей). – К.: Наукова думка, 1989. – С. 63-64.
322. Чернышев А. С. Проблема лабораторного эксперимента в социально-психологических исследованиях // Психологический журнал. – 1980. – №4. – С. 84-94.
323. Чурилов Н.Н. Социально-экономические предпосылки формирования политической культуры населения Украины // Политическая культура населения Украины. Результаты социологических исследований / Отв. ред. Ю.Н.Пахомов, Е.И.Головаха. – К.: Наукова думка, 1993. – С. 62-97.
324. Шадриков В. Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. – М.: Наука, 1982. – 185 с.
325. Шаповалов В. В. Откуда придет “дух капитализма”? (О духовно-культурных предпосылках рациональных рыночных отношений) // Социологические исследования. – 1994. – №2. – С. 23-33.
326. Швалб Ю. М., Данчева О. В. Практична психологія в економіці та бізнесі: Навч. посібник. – К.: Лібра, 1998. – 270 с.
327. Швальбе Б., Швальбе Х. Личность, карьера, успех: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1993. – 240 с.
328. Штольберг Р. Социология труда: Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 248 с.
329. Шумпетер Й. Капіталізм, соціалізм і демократія: Пер. з англ. – К.: Основи, 1995. – 528 с.
330. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла коньюнктуры): Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
331. Шуст Н.Б. Інноваційна діяльність молоді в період трансформації суспільства: Автореф. дис...д-ра соц. наук: 22.00.03 / Харк. нац. ун-т внутр. справ-Харків. – 43 с.
332. Щекин Г. В. Практическая психология менеджмента. – К.: Украина, 1994. – 399 с.
333. Экономическая психология. Социокультурный подход / Под ред. И.В.Андреевой. – СПб.: Питер, 2000. – 512 с.
334. Эргономика / Под ред. Крылова А. А., Суходольского Г. В. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1988.-181 с.
335. Эрроу К. Информация и экономическое поведение // Вопросы экономики. – 1995. – №5. – С. 98-107.
336. Юнг К. Г. Архетип и символ. – М.: Ренесанс, 1991. – 304 с.
337. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, програма, методы. – М.: Наука, 1987. – 248 с.
338. Яременко О. Деякі аспекти становища на ринку праці великих міст України // Україна: аспекти праці. – 1995. – №1-2. – С. 77-80.
339. Яременко О., Комарова Н. Деякі поведінкові орієнтації населення великих міст України на ринку праці // Україна: аспекти праці. – 1995. – №3-4. – С. 66-70.
340. Ярошевский М. Г., Иванов М. А. Совместная научная деятельность как обьект прикладного социально-психологического исследования // Совместная деятельность: Методология, теория, практика. – М.: Наука, 1988. – С. 168-182.
341. Ястремський О. Моделювання економічного ризику. – К.: Либідь, 1992. – 133 c.
342. Brockhaus R.H. The Psychology of the Entrepreneur// Encyclopedia of Entrepreneurship/ C.A.Kent, D.L.Saxton, K.H.Vesper (eds.). –New Jersey, 1982. – P. 39-48.
343. Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. – New York: Harper a. Row., 1985. – 356 p.
344. Drucker P. The Discipline of Innovation // Harvard Business Review, 1985 (May – June). – P. 67-72.
345. Frohlich E., Pichler J.H. Werte und Typen Mittelständlischer Unternehmer. – Berlin, 1988. – 172 s.
346. Furnham A., Lewis A. The Economic Mind: The Social Psychology of Economic Behavior. – New York; London: Harvester Wheatsheaf, 1995. –332 p.
347. Gajos N. Nowoczesnośc jako cecha ludzi bisnesu // Etyka bisnesu. – Warszawa: PWN, 1997. – S. 121-129.
348. Gallagher R. Mala firma to takie proste. – Krakóv: Signum, 1992. –156 s.
349. Godsell G. Barriers to Entrepreneurship in South Africa // The Culture of Entrepreneurship / Edited by B.Berger. – San Francisco: ICS Press, 1991. – P. 85-98.
350. Hagen E. On the Theory of Social Change: How Economic Growth Begins. – Homewood; London: Tavistock Publications, 1962.- 557 p.
351. Handbook of Economic Psychology / Ed. by van F. W. Raaij et al. – Dordrecht, 1988. – 424 p.
352. Hinde R.A. Individuals, Relationship and Culture: (Links between Ethology and The Social Science). – Cambridge: Cambridge University Press, 1987.-354 p.
353. Hisrich R. Entrepreneurship and Intrapreneneurship: Methods for Creating New Companies That Have an Impact on the Economic Renaissance of an Area // Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital / Ed. Robert D. Hisrich. – Lexington (Mass.): Lexington Books, 1986. – P. 95- 104.
354. Janis I. L. Victims of Groupthink: a Psychological Study of Foreign-policy Decisions and Fiascoes . – Boston: Houghton Mifflin, 1972. – 276 p.
355. Joseph M. Sociology for Business: a practical approach. – Oxford: Blackwell Publishers Limited, 1989. – 254 p.
356. Kihlstrom R. E., Laffont J. J. A General Equilibrium Entrepreneurial Theory of Firm Formation Based or Risk Aversion // Journal of Political Economy. –1974. – Vol. 87. – P. 719-748.
357. Kirzner I. M. Perception, Opportunity and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship. – Chicago: Chicago University Press, 1979. – 274 p.
358. Konijn P. A. B. Kalker, Plantenga J. Characteristics Explaining Business Success of Entrepreneurs Versus Managers // Journal Behavior Economic. – 1988 – Vol. 2. – Р. 133-142.
359. Korte Н., Schäfers B. Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie. – Stuttgart: Leske+Budrich, 1993. – 293 s.
360. Landes D. French Business and the Businessman: A social and Cultural Analysis // Modern France / Edited by E.M. Earle. – Princeton: Princeton University Press, 1951. – P. 334-353.
361. Lipset S. Values, Education, and Entrepreneurship // Elites in Latin America / Edited by S.Lipset and A.Solari. – London: Oxford University Press, 1967. – P. 3-60.
362. Lea S. E. G., Tarpy R. M., Webley P. The Individual in The Economy: a Survey of Economic Psychology. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 375 p.
363. Leibenstein H. Beyond Economic Man: a New Foundation for Microeconomics. – Cambridge (Mass.): Harvard University Press, 1976. – 297 p.
364. McClelland D. The Achieving Society. – Princeton; London: Van Norstrand, 1961.- 512 p.
365. Martinelli A. Entrepreneurship and Management // The Handbook of Economic Sociology / Editors Neil J. Smelser and Richard Swedberg. – Princeton: Princeton University Press, 1994. – P. 477-503.
366. Moos R. N. Conceptualizations of Human Environments // American Psychologist. – 1973. – Vol. 28. – P. 652-665.
367. Milian L. Wprowadżenie do Sociologii Przemyclu. – Częnstochowa: Wyd- wo Policechniki Częnstochowskiej, 1996. - S. 98 - 132
368. Miller W. The Business Elite in Business Bureaucracies // Men in Business: Essays in the History of Entrepreneurship / Edited by W.Miller. – Cambridge: Harvard University Press, 1952. – P. 286-305.
369. Myers D. G., Lamm H. The Group Polarization Phenomenon // Psychological Bulletin. – 1976. – Vol. 83. – P. 602-627.
370. Mynatt C., Shermann S. J. Responsibility Attribution in Groups and Individuals: A Direct Test of Responsibility Hypothesis // Journal of Personality and Social Psychology. – 1975. – Vol. 32. – P. 1111-1118.
371. New Webster’s Dictionary and Thesaurus. –Danbury: Lexicon Publications, 1993. – 1248 р.
372. Organ D. Organizational Behavior: an Applied Psychological Approach. – Plano, Tex.: Business Publications, 1986. –701 p.
373. Ray D. The Role of Entrepreneurship in Economic Development. – New York: UN, 1988. – 167 p.
374. Rumelt R. P. Theory, Strategy and Entrepreneurship // The Competitive Challenge, Strategies for Industrial Innovation and Renewal. – Cambridge (Mass.): Ballinger, 1987. – P. 136-145.
375. Sawyer J. The Entrepreneur and the Social Order: France and the United States // Men in Business: Essays in the History of Entrepreneurship / Edited by W.Miller. – Cambridge: Harvard University Press, 1952. – P. 7-22.
376. Sarachek B. American Entrepreneurs and the Horatio Alger Myth // Journal of Economic History. – 1977. – Vol. 38. – P. 439-456.
377. Smеlser N. Theory of Collective Behavior. – London: Routledge & K. Paul, 1962. – 436 p.
378. Sturdivant D. F. Business and Society. – Homewood Illinois: Irwin, 1985. – 467 p.
379. Szawiel T. Urzeczeni przez rynek? Stosunek mlodzieźy do rynku, pieniądza i pracy // Kultura i spoleczeństwo. – 1998. – №1. – S. 185-189.
380. Timmons J. A., Smollen L.E., Dingee A.L.M. New Venture Creations: a Guide to Enterpreneurship. – Homewood Illinois: Irwin, 1985. – 612 p.
381. The Sociology of Economic Life / Edited by M. Granowetter, R. Swedberg. – Oxford: Westview Press, 1992. – P. 307-313.
382. Vickery L. Equity Financing in Small Firms // Small Business and Entrepreneurship. – London: Macmillan Education, 1989. – P. 212-218.
383. Williamson A. Mark. “Why by Moral?” and Reforming Selves // The Monist. – 1991. – Vol. 74. – №1. – Р. 121-126.

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)