

ЕКОНОМІКО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

ECONOMIC AND PSYCHOLOGICAL ASPECTS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

У статті досліджено економіко-психологічні аспекти розвитку підприємництва в сучасних умовах. Визначено, що підприємницька діяльність дає потужний стимул для високопродуктивної праці, отримання прибутку і, зрештою, кращого задоволення суспільних потреб, а розвиток підприємництва визначається станом і рівнем ринкових відносин і, перш за все, наявністю необхідних умов для свободи приватного сектора в економіці. Враховуючи важливі завдання підприємництва у національній економічній системі, обґрунтовано, що на його розвиток впливає велика кількість чинників, серед яких останнім часом провідне місце посідає економіко-психологічна складова здійснення малого та середнього бізнесу. Узагальнено, що поведінковий підхід створив основу для класифікації стилів управління підприємством (організацією), поведінки та лідерства. У рамках підприємницького типу виділено позитивні та негативні якості сучасного підприємництва. Структуровано складові елементи, які забезпечують ефективну діяльність підприємця.

Ключові слова: підприємництво, підприємець, бізнес, економічна психологія, економіко-психологічні аспекти розвитку підприємництва, підприємницький успіх.

The article examines the economic and psychological aspects of business development in modern conditions. It is determined that entrepreneurial activity provides a powerful incentive for highly productive work, profit and, ultimately, better satisfaction of social needs, and the development of entrepreneurship is determined by the state and level of market relations and, above all, the necessary conditions for private sector freedom in the economy. Given the important tasks of entrepreneurship in the national economic system, it is justified that its development is influenced by a large number of factors, among which recently the leading place is occupied by the economic and psychological component of small and medium business. It is generalized that the behavioral approach has created a basis for the classification of management styles of the enterprise (organization), behavior and leadership. However, neither the approach to the study of effective entrepreneurship from the standpoint of personal qualities, nor the behavioral approach could not reveal, for all their importance, a direct logical connection between personal qualities or behavior of the manager in business practice and success. Within the framework of the entrepreneurial type, the positive and negative qualities of modern entrepreneurship are highlighted. Positive qualities include such characteristics as adventurous, purposeful, ambitious, creative, enterprising, innovative, free-thinking, creative, practical, proactive, strong-willed. Negative - instructive, harsh, limited (using only professional knowledge in their work), arrogant, and so on. In the structure of entrepreneurial success, it is proposed to distinguish two components: personal success and success in project implementation, as well as its personal and social aspects. The main difficulties that entrepreneurs have to face at different stages of business development are identified. The components that ensure the effective operation of the entrepreneur are structured. First, it is the usefulness of its activities for society. Only in this case you can expect a positive reaction from others. Secondly, respect for loved ones and colleagues. Third, stability, which allows you to feel much more confident and work hard to move forward. Fourth, a favorite thing that evokes feelings of joy and satisfaction.

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, business, economic psychology, economic and psychological aspects of entrepreneurship development, entrepreneurial success.

УДК 338.1:316.6

DOI: <https://doi.org/10.32843/infracruct67-10>

Бужимська К.О.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
і підприємництва
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Царук І.М.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
і підприємництва
Державний університет
«Житомирська політехніка»

Buzhymyska Kateryna

Zhytomyr Polytechnic State University

Tsaruk Iryna

Zhytomyr Polytechnic State University

Постановка проблеми. Економіка, як діяльність людини з виробництва, обміну та використання матеріальних благ не може функціонувати без участі психічних процесів людини. Відомий англійський економіст Дж. Кейнс довів, що споживання істотно залежить від звичок, традицій, психологічних схильностей людей. Отже, психологічна складова підприємницької діяльності має значний вплив на відтворення матеріальних благ. Засновник економічної науки А. Сміт розглядав діяльність підприємців, як діяльність, спрямовану виключно на особисті інтереси, але яка мимоволі створює «благодійний ефект для інших людей». Водночас, на думку австрійського економіста Й. Шумпетера, «підприємці керують розвитком економіки і є творцями в економіці, поєднуючи речі та сили, наявні в навколишньому середовищі».

Дослідження економіко-психологічної складової підприємництва дає змогу визначити психологічний портрет середньостатистичного індивідуального підприємця з притаманними йому рисами особистості, виявити фактори, що впливають на розвиток тривожності та конфліктності серед суб'єктів підприємництва, запропонувати шляхи подолання психологічних бар'єрів та довести необхідність диверсифікації державної підтримки малого та середнього бізнесу. Багато бюрократичних бар'єрів породжують негативне ставлення підприємців до влади. Поліпшити психологічний клімат у цій сфері дозволить усунення труднощів як при реєстрації бізнесу, так і в його здійсненні. Необхідно широко висвітлювати психологічні проблеми в підприємстві. Створення комфортних умов дозволить збільшити кількість суб'єктів малого і середнього бізнесу в Україні, а це означає

розширення обсягів товарів і послуг на ринку і зменшення кількості безробітних.

За таких умов актуальним завданням сучасної економічної науки стає вивчення психічних процесів, що відбуваються в результаті підприємницької діяльності. Враховуючи те, що умови управління малим бізнесом і великою компанією суттєво відрізняються, виникає необхідність окремо вивчати економіко-психологічні аспекти розвитку малого та середнього підприємництва в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Вивчення психологічних детермінант економічної активності підприємця є одним з пріоритетних напрямів розвитку сучасної економічної психології в світі. В цьому напрямі активно працювали відомі зарубіжні вчені, такі як А. Адлер, Р. Акофф, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, П. Самуельсон, А. Фернхем, З. Фрейд, М. Фридмен, Е. Фромм, П. Хейне, Д. Енджел, Р. Блекуел, П. Мініард, Д. Канеман, Дж. Катона, Г. Саймон, Г. Тарде та інші. Серед вітчизняних науковців слід виділити наукові здобутки у сфері економічної психології таких авторів, як Г. Ложкін, В. Комаровська, В. Спасенников, В. Москаленко, В. Романова, Л. Орбан-Лембрик, Т. Петровська, Л. Чернюк, В. Компанієць тощо.

Висвітлення раніше невіршених частин загальної проблеми, якій присвячена ця стаття. Незважаючи на те, що ряд дослідників відзначають важливість врахування економіко-психологічних аспектів у розвитку підприємництва в сучасних умовах, теоретичних та емпіричних досліджень з цієї проблематики вкрай мало як у зарубіжній, так і у вітчизняній економічній науці. Водночас, слід зазначити, що залишаються недостатньо дослідженими актуальні питання визначення сутності економічної психології у сфері підприємництва. Також, недостатньо висвітлені моделі економічної поведінки підприємців з урахуванням психологічних чинників.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є формування організаційно-методичних засад щодо вивчення економіко-психологічних аспектів розвитку підприємництва в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині одним із основних чинників трансформації ринкової економічної системи є становлення та розвиток підприємницької діяльності. Підприємництво є потужним двигуном економічного та соціального розвитку суспільства [1].

Підприємницька діяльність дає потужний стимул для високопродуктивної праці, отримання прибутку і, зрештою, кращого задоволення суспільних потреб. Розвиток підприємництва визначається станом і рівнем ринкових відносин і, перш за все, наявністю необхідних умов для свободи приватного сектора в економіці. Отже, невід'ємним атрибутом ринкової економіки є підприємництво.

Основною відмінною рисою підприємницької діяльності є вільна конкуренція.

Цінність підприємництва полягає в тому, що його розвиток дає ряд переваг: збільшення кількості власників; зростання частки економічно активного населення; відбір найбільш енергійних, здібних особистостей, для яких мале підприємництво стає початковою школою самореалізації; відіграє роль великого роботодавця, використовуючи робочу силу соціально незахищених верств населення (жінки, іммігранти, інваліди). Крім того, розвиток цієї галузі економіки опосередковано стимулює ефективність виробництва великих компаній через освоєння нових ринків, які авторитетні фірми вважають недостатньо ємними; надає ринковій економіці необхідну еластичність, як гнучкий виробник, що швидко реагує на зміни ринкової кон'юнктури; сприяє формуванню конкурентного середовища та слугує потужним антимонопольним потенціалом; виконує роль амортизатора коливань економічної кон'юнктури і соціальної напруги [8; 9].

Враховуючи важливі завдання підприємництва у національній економічній системі, слід зауважити, що на його розвиток впливає велика кількість чинників, серед яких останнім часом провідне місце посідає економіко-психологічна складова здійснення малого та середнього бізнесу.

Підприємництво, будучи активною і свідомою діяльністю, сприяє задоволенню суспільних потреб, а також виступає важливим елементом соціальної культури людства. Вона пов'язана з доцільною господарською діяльністю, філософсько-ідеологічними, правовими, моральними, естетичними та іншими ціннісними орієнтаціями. Участь людини в підприємстві зумовлена її уявленнями про сенс життя, його гідний імідж, суспільно значущі цілі, престижність окремих видів праці, успіх, власність, матеріальне благополуччя, взаємовідносини людей у процесі ведення підприємницької діяльності [6].

Існує стійка філософсько-соціологічна традиція вивчення взаємовпливу духовного та економічного у підприємницькій діяльності. Роботи М. Вебера, В. Зомбарта заклали нові підходи до підприємництва, зокрема приховані духовні передумови менеджменту [2; 4]. У їхніх працях головна роль у виникненні капіталізму та підприємництва відводиться таким соціокультурним чинникам, як мотивація та ціннісні орієнтації конкретних форм діяльності, а також утверджується зв'язок економічного мислення з релігійними уподобаннями особистості та суспільства. Ряд теорій обґрунтовує цінності підприємців та їх мотивацію. Відповідно до теорії лідерства, найкращі лідери мають певний набір особливих особистісних якостей. Якщо люди навчаються вчасно виявляти та виховувати їх, то зрештою багато людей можуть стати успішними підприємцями. Деякі

з цих ознак сучасне суспільство називає одногolosно. Це досить високий рівень інтелекту та знань, соціально-економічна освіта, вражаюча зовнішність, чесність, здоровий глузд, ініціатива та високий ступінь впевненості в собі.

Підприємницьке мислення, що розвивається в процесі цілеспрямованого впливу на людину та формування стійкості до несприятливих факторів зовнішнього середовища, невдач, активного бажання досягати цілей, дозволяє особистості стати ефективним бізнесменом [2]. Важливою також, на думку автора, є його здатність генерувати ідеї, будувати бізнес-модель «проблема-рішення», визначати мету економічної діяльності та на основі наявних ресурсів розробляти програму її досягнення. Цей шлях формує професіоналізм підприємця, збагачує його досвідом генерування якісних ідей.

Поведінковий підхід створив основу для класифікації стилів управління підприємством (організацією), поведінки та лідерства. Однак ні підхід до вивчення проблеми ефективного підприємництва з позицій особистих якостей, ні поведінковий підхід не змогли виявити, при всій їх важливості, прямий логічний зв'язок між особистими якостями чи поведінкою менеджера в процесі ділової практики та успіху його діяльності. Останнє значною мірою забезпечується додатковими (ситуативними) факторами. До них, зокрема, належать характер мети (завдання), потреби та особистісні якості підлеглих, вплив оточення, обсяг коштів та інформації, що є в розпорядженні керівника.

Аналізуючи моделі економічної поведінки, визначені Е. Фроммом [10], автор виділяє підприємницьку модель, основними цінностями якої є свобода та незалежність економічної діяльності. При цьому свобода розглядається на перших етапах становлення підприємства як матеріальна складова, а потім, у міру її розширення, як спосіб впливу на добробут близьких, колег по компанії, на ринок, промисловість в цілому. Самостійність представлена, як прагнення контролювати власне життя та всі складові впливу на нього, як використання невтрачених можливостей. Підприємницький тип поведінки особистості проявляється в будь-якій економічній формації [9]. Система цінностей, яку сповідають підприємці, настільки приваблива, що постійно виводить на цей шлях нових людей. Експерти відзначають, що сьогодні з'явилася нова соціальна цінність – «власна справа». При цьому, для підприємця «власна справа» - це не абстрактне явище, а цілком реальний проект.

У рамках підприємницького типу доцільно виділити його позитивні та негативні якості. До позитивних якостей належать такі характеристики, як авантюристичний, цілеспрямований, амбітний, творчий, заповзятий, новаторський, вільнодумний, творчий, практичний, ініціативний, вольовий. Негативні – повчальний, жорсткий, обмежений

(використовуючий у своїй роботі лише професійні знання), зарозумілий тощо [3; 5].

Таким чином, на відміну від просто ринкового типу характеру особистості, підприємницький тип хоче не продавати себе дорожче, а бути вільним і незалежним у своїх діях. При цьому на перший план виходять питання самоактуалізації особистості, яка прагне до повного розкриття своїх здібностей і талантів, до реалізації творчого потенціалу. Ця мета досягається в процесі соціально орієнтованої діяльності, пов'язаної з отриманням відчутних, соціально значущих результатів.

У структурі підприємницького успіху автор вважає за доцільне виділити дві складові: особистий успіх і успіх у реалізації проекту, а також його особисту та суспільну сторони. Результати контент-аналізу проведеного опитування з окремими підприємцями Житомирської області свідчать, що більшість з них (58%) на запитання, який їхній найбільший успіх, відповіли, що він ще попереду, а «просто» успіхи позаду. Серед особистих успіхів 30% бізнесменів включають загальнолюдські цінності (народження дітей, шлюб тощо), 28% – почуття свободи, «сам собі начальник», 9% – підтримку близьких. Успіх бізнесу, на думку респондентів, включає практичну послідовність ідей та її втілення (30%), визнання своєї діяльності (13%), незалежність від грошей (5%).

Очевидно, що підприємці виділяють особистий і діловий успіх, цінують сім'ю та відповідність ідей її практичній реалізації. Однак, згідно з тим же дослідженням, їхні плани на майбутнє пов'язані виключно з розвитком власного бізнесу.

У ході цього ж дослідження визначено основні труднощі, з якими доводиться стикатися підприємцям на різних етапах розвитку бізнесу. На етапі формування ідеї – це страх почати бізнес, що означає страх зробити якісь конкретні дії в цьому напрямку, нерозуміння з боку близьких. Ці початкові труднощі стосуються суб'єктивних аспектів людського життя. На етапі функціонування бізнесу проявляються об'єктивні та суб'єктивні труднощі, з якими стикаються підприємці. Суб'єктивні – стосуються тих, хто працює в цій сфері від 1 до 3 років. Тоді в міру накопичення досвіду основними стають труднощі, викликані об'єктивними причинами. До суб'єктивних труднощів можна віднести, серед іншого, особисту довірливість, яка іноді переростає в обман з боку партнерів, власну ліню, відсутність умінь ставити чіткі цілі та суворо контролювати дії, що ведуть до її досягнення. До об'єктивних – нестача активів, що ускладнює розвиток бізнесу, недостатня кількість вільного часу для освоєння нових сфер, часті зміни законодавства, що ускладнюють відносини з податковими органами.

З одного боку, підприємець прагне до позитивного суспільного визнання результатів своєї

діяльності, з іншого боку, він знаходить можливість досягти успіху в конкурентній боротьбі та отримати відносно кращі умови життя [7].

На думку самих підприємців, рейтинг факторів, що визначають раціональність їх діяльності, будується так: наявність професійної команди однодумців – 22%; особистісні якості керівника, його організаторські здібності, авторитет – 19%; відданість місії бізнесу, чітка постановка цілей, ідеологія компанії – 14%; хороша освіта – 11%; професіоналізм та кваліфікація працівників – 10%; попит на товари (послуги), орієнтація на потреби клієнтів, правильне позиціонування на ринку – 8%; зв'язки, знайомства – 8%; вміння бачити майбутнє – 6%; удача, везіння, випадок – 6%; вміння орієнтуватися в ситуації – 5%; передові технології, інновації, сучасне обладнання – 4%; інші – 31%.

Рейтинг факторів, за якими підприємці оцінювали ефективність компанії, такий: позитивна динаміка роботи підприємства (компанії), зростання вартості бізнесу, збільшення обороту коштів – 22%; соціальна та суспільна значущість бізнесу, імідж компанії, її популярність – 14%; рентабельність, окупність, норма прибутку – 12%; висока частка ринку – 11%; стабільність роботи та виробничі показники – 7%; обсяги виробництва, реалізації, масштаби бізнесу – 6%; зростання заробітної плати та соціального захисту працівників – 5%; вплив бізнесу на владу, суспільство – 4%; якість продукції та наданих послуг – 3%; інші – 15%.

Аналіз принципів розподілу сил і часу підприємців показує, що робочий час структується відповідно до вимог бізнесу та особистих уподобань. Отже, оптимальним вважається, якщо поточна діяльність, пов'язана з функціонуванням підприємства, займає не більше чотирьох годин на добу. Решта часу – це творча робота, спрямована на розширення бізнесу, пошук та реалізацію нових ідей. Головне правило в розподілі сил і часу пов'язане з умінням розставляти пріоритети і вирішувати спочатку основні, а потім другорядні завдання. При цьому, як зазначають підприємці, таку роботу потрібно робити із задоволенням, творчо. Більшість із них дотримуються принципу – прагнути до того, щоб рутинної роботи було все менше, а часу на творчість все більше [9].

Як бачимо, бізнесмени пов'язують підприємницький успіх насамперед з ідеєю та бажанням її втілити, із самоствердженням чи бажанням змінити хід подій. Прибуток, звичайно, супроводжує цей успіх, але в підприємницькій діяльності сам по собі не є самоціллю.

За результатами проведеного дослідження можна виділити складові елементи, які забезпечують ефективну діяльність підприємця. По-перше, це корисність його діяльності для суспільства. Тільки в цьому випадку можна очікувати позитивної реакції оточуючих. По-друге, повага близьких людей і колег. По-третє, стабільність, яка дозволяє

відчувати себе набагато впевненіше і наполегливо працювати, щоб рухатися вперед. По-четверте, улюблена справа, яка викликає почуття радості і задоволення.

Поєднання цих компонентів в одній особі здатне охарактеризувати успішну особистість, її ідеальний варіант. На практиці окремі елементи часто відсутні або набувають неправильних форм. Так, за даними експертного опитування, проведеного автором серед окремих підприємців Житомирської області (опитано 17 підприємців, які мають власний бізнес, що успішно працюють на ринку протягом 5–10 років; середній вік – 45 років; усі фахівці мають вищу освіту, 3 особи – ступінь к.т.н., 1 – доктор наук; серед респондентів – 4 жінки, 13 чоловіків) встановлено, що одна з важливих якостей успішного підприємця – це віра в себе, у свою ідею, наполегливість у її реалізації, оскільки бізнесмену часто доводиться йти врозріз з думкою близьких йому людей і оточуючих. Підприємницьку діяльність рідко супроводжує стан стабільності. Набагато частіше вона характеризується невизначеністю, різного роду ризиками. Основними помилками підприємців-початківців, як правило, є неправильна оцінка ризиків і страх відповідальності за свої рішення. Тому готовність до банкрутства є ще однією специфічною психологічною характеристикою підприємництва.

Розглядаючи цю діяльність як здатність до творчості (цей підхід вперше запропонували Дж. Долан, Е. Лідсі, Р. Макконнел, Л. Брю), важливо зазначити, що створення ситуацій, які максимізують розвиток творчої активності є ключовою відмінністю підприємництва. Водночас, багато дослідників розглядають підприємницькі здібності як талант людини, що передбачає швидкість, глибину та силу оволодіння новітніми знаннями, навичками та вміннями, які використовуються у певній діяльності [1].

Вітчизняні та зарубіжні дослідники констатують особливе значення схильності особистості до підприємництва. На їхню думку, приблизно на 50% генетичні фактори визначають рівень підприємницького духу людини та ймовірність того, що вона стане засновником власного бізнесу [5]. Природною передумовою можливості розвитку таких здібностей є вроджені анатомо-фізіологічні особливості мозку та нервової системи. Підприємницькі здібності за рівнем їх переважають в людині поділяють на виражені та невражені. Перші мають високий, середній і низький ступінь вираженості, другі знаходяться в зародковому стані або відсутні зовсім, а тому потребують розвитку [6]. Як вважає автор, більшість навичок можна розвинути у людей, які володіють підприємницькими здібностями на початковому рівні (тобто вроджені). Це обґрунтовує доцільність проведення первинного відбору на курси підприємництва.

Постійна дискусія викликає питання про важливість мати/не мати високий рівень освіти для особи, яка займається підприємницькою діяльністю. Водночас життєва практика показує, що в міру розвитку бізнесу ключову роль починає відігравати саме хороша освіта, адже в конкурентному середовищі особливого значення набуває розвиток та впровадження інноваційних, модерністських ідей, що дозволяють залишатися конкурентоспроможними і отримувати додатковий прибуток. Цю гіпотезу підтверджують дослідження американських вчених, які проаналізували біографічні дані 400 найбагатших людей планети, включених до списку журналу *Forbes*. На їхню думку, серед факторів, що забезпечують успіх, закінчення коледжу не є обов'язковим, але в процесі становлення підприємця та розвитку свого бізнесу (підприємства, фірми) стає необхідним отримання ступеня магістра ділового адміністрування Гарвардського чи Колумбійського університетів.

Важливою характеристикою є оцінка підприємцями своїх знань і досвіду. Так, в Україні бізнесмени, як правило, добре освічені. Так, 74% з них мають вищу та неповну вищу освіту, 13% – науковий ступінь, 11% – середню спеціальну освіту і лише 3% – повну та неповну середню. Рівень активності бізнесменів з вищою освітою вдвічі перевищує кількість респондентів із середньою освітою.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Підсумовуючи сказане, слід підкреслити, що при розгляді та оцінці підприємництва, як здібності до творчості надзвичайно значущими є особистісні якості людини, що забезпечують досягнення успіху в бізнесі. Саме тому необхідно приділяти особливу увагу економіко-психологічним аспектам розвитку підприємництва. Підвищення престижу підприємництва в Україні – важлива задача, яку необхідно вирішувати концептуально, за допомогою науково розробленої програми, що включатиме різноманітні заходи, із залученням спеціалістів в сфері економіки та психології, з використанням усталених методів із міжнародного досвіду. Індивідуально-психологічний вигляд підприємців характеризується такими характеристиками рисами, як працездатність і працьовитість, висока мотивація досягнень, незалежність і відповідальність, сміливість і рішучість, здатність прогнозувати та аналізувати, здатність до ризикованих дій, незалежність і волелюбність, інноваційність і творче мислення. Врахування цих економіко-психологічних аспектів забезпечить сталий розвиток сучасного підприємництва в напрямі розкриття його внутрішнього потенціалу до ефективної роботи та самовдосконалення. Напрямок подальших досліджень вбачається у розробці методичних підходів щодо впливу економіко-психологічних характеристик підприємця на систему оплати праці в малому бізнесі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бутко М. П., Неживенко А. П., Пепа Т. В. Економічна психологія. навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2016. 232 с.
2. Вебер М. Избранные произведения : пер. с нем. Москва: Прогресс, 1990. 808 с.
3. Верт Л. Экономическая психология. Теоретические основы и практическое применение. Издательство : Гуманитарный Центр, 2013. 432 с.
4. Зомбарт В. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. Москва : Наука, 1994. 547 с.
5. Карамушка Л. М. Психологія управління : навчальний посібник. Київ : Міленіум, 2003. 344 с.
6. Кулініч І. О. Психологія управління : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 292 с.
7. Ложкін Г. В., Спасенников В. В., Комаровська В. Л. Економічна психологія: навчальний посібник. Київ : ВД «Професіонал», 2004. 304 с.
8. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління. Київ: Академвидав, 2003. 568 с.
9. Райзберг Б. А. Психологическая экономика. Москва : ИНФРА-М, 2005. 432 с.
10. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя : пер. с англ. Минск : Харвест, 1992. 437 с.

REFERENCES:

1. Butko, M. P., Nezhyvenko, A. P., Pepa, T. V. (2016). *Ekonomiczna psykholohiia. navch. posib.* [Economic psychology: textbook]. Kyiv: «Tsentr uchbovoi literatury», 232 p. [in Ukrainian].
2. Veber M. (1990) *Yzbrannie proyzvedenyia : per. s nem [Selected works]*. Moscow: Prohress, 808 p. [in Russian].
3. Vert L. (2013) *Ekonomycheskaia psykholohiia. Teoretycheskye osnovy y praktycheskoe prymenenye* [Economic psychology. Theoretical foundations and practical application]. Kharkiv: Vydavnytstvo: Humanytarni Tsentr, 432 p.
4. Zombart V. (1994) *Etiuds po ystoryy dukhovnoho razvytyia sovremennoho ekonomycheskoho cheloveka* [Etudes on the history of spiritual development of modern economic man]. Moscow: Nauka, 547 p.
5. Karamushka L.M. (2003) *Psykholohiia upravlinnia : navchalnyi posibnyk* [Psychology of management: textbook]. Kyiv: Milenium, 344 p.
6. Kulynch I.O. (2008) *Psykholohiia upravlinnia : navch. posib* [Psychology of management: textbook]. Kyiv: Znannia, 292 p.
7. Lozhkin H. V., Spasiennikov V. V., Komarovska V. L. (2004) *Ekonomiczna psykholohiia: navchalnyi posibnyk* [Economic psychology: textbook]. Kyiv: VD «Profesional», 304 p.
8. Orban-Lembryk L. E. (2003) *Psykholohiia upravlinnia* [Psychology of Management]. Kyiv: Akademydav, 568 p.
9. Raizberh B. A. (2005) *Psykholohycheskaia ekonomyka* [Psychological economics]. Moscow: YNFRA-M, 432 p.
10. Fromm E. (1992) *Behstvo ot svobods. Chelovek dlia sebja* [Escape from freedom. Man for himself]. Mynsk: Kharvest, 437 p.