

МЕНТАЛЬНИЙ ВИМІР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ АКТИВНОСТІ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Проаналізована підприємницька сфера сучасного українського суспільства, зокрема, в аспекті виявлення ментального чинника підприємництва. Окреслена підприємницька ментальність як складова економічної ментальності та ментальності у цілому. Здійснена концептуалізація ментального виміру підприємництва, запропонована модель ментального чинника сучасного підприємництва в Україні. Описані фактори, що сприяли формуванню особливостей підприємницької ментальності України.

Ключові слова: підприємництво, ментальний чинник, економічна поведінка, економічна ментальність, поведінковий та особистісний рівні підприємницької ментальності, національна підприємницька ментальність, соціальні та індивідуально-психологічні особливості типу особи підприємця.

Бондаренко Ольга, Зоря Александра

Ментальное измерение предпринимательской активности: теоретико-методологические основания исследования.

Проанализирована предпринимательская сфера современного украинского общества, в частности, в аспекте исследования ментального фактора предпринимательства. Очерчена предпринимательская ментальность как составная часть экономической ментальности и ментальности в целом. Осуществлена концептуализация ментального измерения предпринимательства, предложена модель ментального фактора современного предпринимательства в Украине. Описаны факторы, которые содействовали формированию особенностей предпринимательской ментальности Украины.

Ключевые слова: предпринимательство, ментальный фактор, экономическое поведение, экономическая ментальность, поведенческий и личностный уровни предпринимательской ментальности, национальная предпринимательская ментальность, социальные и индивидуально-психологические особенности типа личности предпринимателя.

Bondarenko Olga, Zorya Alexandra

Mental measuring of entrepreneurial behavior: theoretical methodological basics of research.

The entrepreneurial sphere of modern Ukrainian society, in the particular, in the aspect of studying mental factor of entrepreneurship researched and analyzed. Entrepreneurial mentality as a component of economic mentality is outlined on the whole. The conceptualization of mental measuring the entrepreneurship is done. The mental factor model of modern entrepreneurship in Ukraine is made. The factors which were the basis in forming the entrepreneurial mentality peculiarities of modern of Ukraine are described.

Keywords: entrepreneurship, mental factor, economic behavior, economic mentality, behavioral level and level of personality of entrepreneurial mentality, national entrepreneurial mentality, social and individual psychological peculiarities of the personality type of the entrepreneur person.

Формування ринкового середовища у сучасній Україні є невіддільним від аналізу явищ й процесів, від яких залежить економічний поступ країни. Посеред таких феноменів, що здатні впливати на економічний розвиток країни та власне визначають цей розвиток, особливе місце посідає підприємництво. Принцип заповзятливості, підприємницька культура утворюють важливий інструмент і механізм функціонування економічних та соціальних реалій суспільства. Це – й підтримка економічних і соціальних процесів у суспільстві, й вплив з боку суспільства на систему цінностей індивіда, й розгортання економіки за сучасними соціально-економічними технологіями, й забезпечення зростання добробуту людини і суспільства у цілому тощо.

Однак, незважаючи на досить тривалу історію наукового й прикладного аналізу підприємництва, чимало проблем, пов'язаних із його суспільним функціонуванням, залишаються відкритими. Однією з таких нерозв'язаних на сьогодні проблем трактування підприємницької сфери у сучасній Україні є ментальний вимір та контекст підприємництва як національного суспільного явища.

Огляд наукових літературних джерел, аналіз соціологічної, економічної й психологічної літератури з питань сутності підприємництва як суспільного феномена та засад його становлення і розвитку у новітній Україні дає можливість констатувати, що актуальні економічні, соціально-психологічні та соціокультурні проблеми підприємницької діяльності й

поведінки за часів новітньої України внаслідок різних причин досліджувались недостатньо. Окремими дослідницькими проблемами сучасних вітчизняних науковців є означення підприємництва з позицій всебічного аналізу соціальних змін у контексті трансформаційного процесу українського соціуму (Е.Афонін, Є.Головаха, В.Пилипенко, В.Хмелько, В.Ворона, Н.Паніна, П.Штомпка та інші). Концептуальні засади аналізу підприємницької активності розглянуті у роботах, пов'язаних з активізацією особистісного потенціалу людини у її передусім ціннісно-мотиваційному вимірі (Є.Ільїн, О.Злобіна, Є.Сірий, В.Семиченко та інші). Поведінкові аспекти підприємницької активності представлені у роботах О.Донченко, І.Рущенко, Ю.Пачковського, О.Бондаренко, В.Резніка, Ю.Шваба, С.Щудло та інших. Соціокультурний аспект аналізу підприємницької активності є предметом досліджень у працях В.Боженко, А.Ручки, Н.Комих та інших. Проблемам соціоекономічного дослідження конкретних виявів підприємницької активності присвячені дослідження Є.Суїменка, М.Лукашевича, С.Злупка, Т.Єфременко, А.Яценко та інших. Основи інституційного регулювання підприємництва і підприємницької активності за умов суспільної трансформації розглянуті у працях С.Макеєва, Ю.Чернецького, І.Прибиткової, О.Іващенко та інших. Сучасні тенденції в управлінні та менеджменті підприємницької активності представлені роботами Л.Хижняк, А.Хоронжого, В.Буреги, Б.Нагорного та інших.

Узагальнення наукових праць, присвячених аналізу підприємницького феномену, дозволяє стверджувати, що однією з прогалин в опрацюванні проблематики підприємництва, підприємницької діяльності (поведінки), підприємницької культури у новітній Україні є саме ментальний вимір їх вивчення.

Прояснення теоретико-методологічних засад висвітлення ментального виміру підприємницької активності передбачає, перш за все, його певну концептуалізацію. Концептуалізація ментального виміру підприємництва і підприємницької поведінки, у свою чергу, є напрацюванням деякої системи узагальнюючих суджень (тез, підходів) до виявлення та означення конкретних ментальних рис й характеристик, які слід вважати властивими діяльності суспільної людини у сфері підприємництва, які "викликаються до життя" та супроводжують підприємницьку активність людини.

Таку концептуалізацію слід починати з визначення понять "підприємство" ("підприємець"), "підприємницька активність", "ментальність", накреслення обрисів певної схеми їх співвідношення – у відповідності до мети й завдань даної статі.

У чому полягає природа та фундаментальні змістовні характеристики підприємницької діяльності? Яке місце вона посідає в економічній життєдіяльності людства? Яким чином можна відшукати підприємливість посеред інших якостей людини як суспільного економічного агента? Якою є підприємницька культура сучасного світу та українського суспільства, якими специфічними рисами вона характеризується, що власне й становлять підприємницьку ситуацію у суспільстві? При цьому слід виходити, зокрема, з того, що суспільне явище підприємництва й підприємницької культури супроводжується та віддзеркалюється у певних ментальних проявах людини, носія властивостей суспільного суб'єкта підприємницької активності. Ментальний вимір підприємницької активності, ментальність підприємництва заслуговує на спеціальну увагу дослідників.

Отже, "підприємство" – це результат заповзятливості господарюючих суб'єктів (підприємців), які реорганізувати економічне життя суспільства на засадах більшої господарської доцільності. В економічному розумінні підприємницька діяльність людини (як суб'єкта господарювання) постає центральною функцією, фундаментальним "механізмом" будь-якої господарської (економічної) системи, з часів індустріального рівня господарювання. Соціальну та економічну фігуру підприємця пов'язують із концепцією економічного розвитку людства у цілому. За В.Пилипенком, слід виділяти такі атрибути підприємництва: "1) мотив дії, що є і мотивом збагачення; 2) механізм дії, який спирається на інвестування у певній сфері економічної діяльності; 3) ризик, пов'язаний з невпевненістю у прийнятих рішеннях і з покриттям наявних затрат у особистих засобах" [8, с. 12]. Такі атрибути підприємництва спричинені умовами функціонування раціональної макроекономіки і ринкового господарства, основними рисами якого є: "1) предметна свобода господарської діяльності, або можливість вибору профілю продукції та послуг; 2) свобода обігу товарів та послуг, а також робочої сили, дивідендів і капіталу; 3) право врівноваженого створення цін і умов обігу за допомогою контрагентів, без адміністративного втручання" [8, с. 12].

"Підприємець" – це господарюючий суб'єкт, функцією якого в економіці як системі господарювання є створення (й реалізація) нових комбінацій факторів виробництва, й який сам виступає активним елементом цього процесу. Підприємець – це ініціатор економічних інновацій у суспільній життєдіяльності. Згідно енциклопедичному соціологічному словнику, підприємець – "провідний суб'єкт ринкового процесу, який ініціює бізнес для випуску товарів та надання послуг з метою здобування прибутку", а підприємницька діяльність – "активне запровадження інновацій та нових технологій, творчий пошук "нових комбінацій", масовий випуск нових товарів та надання нових послуг" [13, с. 391]. Підприємницька активність є складовою соціальної активності, де остання – "характеристика способу життєдіяльності соціального суб'єкта (індивіда, групи), що фіксує свідому спрямованість його діяльності і поведінки на зміну соціального середовища, умов, інститутів, відповідно до назрілих потреб, інтересів, цілей, ідеалів або на консервацію існуючого стану речей, гальмування змін, розвитку" [4, с. 9]. Соціальна активність (зокрема, й підприємницька) – це й особливий спосіб реагування людини на запити, що постійно виникають у суспільстві.

За будь-якою активністю людини у процесах її суспільної життєдіяльності є "прихованими" певні механізми роботи людської свідомості, що "обслуговує", усвідомлює, реалізує ці суспільні процеси. Іншими словами, підприємницька активність передбачає певний ментальний рівень свого тлумачення.

"Ментальність" постає поняттям для опису соціально-психологічних явищ – світогляду та поведінки – суспільного індивіда. Про "ментальність" йдеться, коли мається на увазі, що представники певної спільноти, мають певну спільність у своїх світоглядах та у своїй поведінці, описуючи світогляд та поведінку (менталітет) довільно взятого окремого індивіда, можна робити висновки про ментальність цілої спільноти індивідів, і навпаки [10, с. 110]. Ментальний світ окремих індивідів є підставою для аналізу їх сукупної діяльності в аспекті масового явища ментальності.

Для дослідження ментального виміру підприємництва суттєво важливими є: *соціокультурний аспект* [див., напр., 1; 2; 6] – згідно з яким ментальні прояви підприємництва як суспільного явища, з усіма конкретними параметрами цих проявів, обумовлені соціокультурною ситуацією існування у людській культурі феномена підприємництва як однієї із фундаментальних форм та механізмів економічної життєдіяльності людства, а також *індивідуально-психологічний й соціально-психологічний аспект* [див., напр., 3; 7; 9; 11] – згідно з яким підприємництво як форма соціально-економічної (господарської) активності людини обов'язково має вихід на певну систему індивідуально-психологічних та соціально-психологічних параметрів й характеристик свідомості людини-носія підприємницької функції у світі та суспільстві, які (ці параметри й характеристики) "супроводжують" підприємницьку активність. У соціокультурному аспекті ментальність підприємництва постає як об'єктивний зміст світосприйняття й поведінки людей, що може надати ключ до розуміння існуючих механізмів, соціальних характеристик, тенденцій розвитку ментальності підприємництва, створити своєрідну шкалу для фіксації її можливих форм і трансформацій. В індивідуально-психологічному й соціально-психологічному аспекті ментальні вияви підприємництва є "психологічною" формою заломлення у свідомості підприємця як соціальної фігури об'єктивних рис суспільної реальності.

"Ментальність" (сам термін від латинського *mens, mentis*, що означає розум, мислення, обдумування, думка, спосіб мислення, душевний склад, характер, схильності, намір, план) – це "спосіб бачення світу,... той рівень суспільної свідомості, на якому думка не відділена від емоцій, від латентних звичок і прийомів свідомості" [5, с. 59-60]; "глибинний рівень індивідуальної та колективної свідомості, сукупність установлень й схильностей індивіда або соціальної групи діяти, мислити, почувати й відтворювати світ певним чином" [13, с. 116]; "загальне "психологічне оснащення" представників тієї чи іншої культури, яке дає можливість хаотичний потік різноманітних вражень інтегрувати свідомістю у певне світосприйняття; воно і визначає, врешті-решт, поведінку людини, соціальної групи, суспільства, внаслідок чого суб'єктивний "зріз" суспільної динаміки органічно включається до об'єктивного історичного процесу" [14, с. 91].

Отже, соціологією ментальність тлумачиться як "полісемантичне поняття для позначення усталеного ладу людського мислення, що на усвідомлюваному й несвідомому рівнях поєднує й певним чином сполучає успадковані від минулого історичні традиції,

способи, стилі, манери, прийоми, навики й процедури мислення, світовідчуття, світосприймання та орієнтації у суспільному світі, своєрідні автоматизми духовного життя тощо; при цьому ментальність розуміється такою, що зумовлена не стільки біологічними, скільки соціокультурними чинниками, містить у собі етичні, естетичні, релігійні, політичні, правові й інші цінності, сприйняті переважно через сферу повсякденного життя" [4, с. 441]. Ментальність – це "сформована система елементів світосприйняття, яка зумовлює відповідні механізми поведінки, діяльності, способи життя" (курсив – авт.) різноманітних соціальних спільнот та індивідів, включає сукупність ціннісних, символічних, свідомих й підсвідомих відчуттів, уявлень, настроїв, поглядів, світобачення, які визначають здатність цих спільнот та індивідів до адекватного сприйняття чи дії" [13, с. 212]. Ментальність формується як результат традицій, культури, соціального середовища життєдіяльності людини. Вона й сама їх формує, виступаючи їх безпосереднім та опосередкованим джерелом, фіксуючи сталу структуру внутрішнього світу людини щодо сприйняття нею конкретних суспільних ситуацій та оточуючої її реальності у цілому.

Ментальність постає цілісним феноменом, який комплексно відображає особливості духовності та соціальності певного народу (суспільства), його світосприйняття, віддзеркалює ступень інтелектуального розвитку суспільства як соціальний індикатор його стану. Ментальність є загальним своєрідним психологічним тезаурусом, який дозволяє одноманітно сприймати оточуючу реальність, оцінювати її та діяти у ній у відповідності до певних норм й зразків поведінки, що устоялися, адекватно сприймати й розуміти при цьому один одного. Ментальний феномен узагальнює складові та якісні характеристики різних соціальних суб'єктів – окремих індивідів, соціальних груп, суспільства у цілому, виступає певною соціально-духовною характеристикою суспільства (народу) та його членів як суспільних суб'єктів. У залежності від носіїв ментальності та сфери життєдіяльності людини ментальний феномен можна розглядати як його окремі різновиди – політична ментальність, економічна, релігійна, соціально-побутова, екологічна тощо. Всі такі різновиди взаємопов'язані, бо у будь-якому з них ментальність виступає як загальна сукупність характеристик у сфері поведінки або мислення. Підприємницька ментальність є органічною складовою такої системи. Вітчизняними науковцями розв'язання проблеми ментальності підприємництва в Україні на сьогодні майже не представлено.

Індивіди одного народу носять у собі ментальний "відбиток" своєї особливої національно-культурної природи. Національна ментальність є розумовим інструментарієм, яким людина-суб'єкт певної нації опановує оточуючий її соціум, використовуючи при цьому специфічні закономірності саме того способу мислення й способу "бачення світу", саме ті "моделі" поведінки, які були напрацьовані у представників даної нації протягом її історико-культурного розвитку. Формують ментальність й кристалізуються у ній соціокультурні стереотипи сприйняття світу людиною певної конкретної нації. Ментальність відкриває шлях до потаєних пластів свідомості суспільного національного суб'єкта, вона є щільно пов'язаною із будь-якими видами його життєдіяльності, із повсякденністю, із конкретними життєвими орієнтирами кожної людини. Маючи вираження у мові, традиціях, звичках, автоматизмі свідомості, ментальність являє собою надіндивідуальний бік суспільної свідомості і часто-густо не усвідомлюється та не аналізується конкретним індивідом, хоча має прояв у його поведінці й висловах. Ментальність вбирає у себе як ситуативне, так і концептуальне, цілісне бачення світу. Ментальним структурам властива інертність, але у залежності від зрушень у масовій свідомості, економіці, психології й від форм спілкування та влади можуть відбуватися зміни у ментальності.

Нація є порівняно незалежною й динамічною соціально-культурною системою, живим соціально-культурним організмом, здатна до самовідтворення, має достатньо виражену структуру, характеризується процесами розвитку не тільки соціальних "показників" господарства, політичних структур й таке інше, але й притаманними їй культурно-духовними явищами, зокрема процесами ментальної природи. Завдяки ментальності, як національно-специфічному у нації, всі означені складові набувають неповторного вигляду. Ментальна структура нації є одним з таких, що мають унікальний вигляд, чинників внутрішньої організації певної нації як цілісності.

Ментальність нації (етносу) – стрижневий елемент національної свідомості й самосвідомості. Він є здатністю нації робити вибір у найширшому сенсі слова: вибір між

добрим і злом, вибір своєї еліти (політичної, ділової, інтелектуальної, духовної), вибір типу державного устрою, вибір *видів соціально-економічної діяльності*, способу життя тощо.

Людина є представником конкретного національного суспільства, яке протягом усієї своєї національної історії зберігає та відтворює національну ментальну структуру. З часів своїх найдавніших предків сучасні національні суб'єкти зберігають способи, за допомогою яких ті предки пізнавали життя, інших людських істот, світ богів тощо. Ментальні архетипи створювали й створюють міфи, релігії, філософії, *програми соціально-економічної поведінки*, якими "живуть" народи й епохи. Національні ментальні архетипи є певними умовами, за якими стають можливими людські дії. Вони є закодованими, формалізованими зразками й програмами поведінки людини, конструктами психіки індивідів. Ментальні архетипи поведінки й мислення проявляються у фантазіях і сновидіннях, у політичних устремліннях і *економічних прагненнях*, у релігійних надіях і наукових досягненнях, у бажаннях і мріях тощо. Ця цілісна система живе своїм власним особливим життям, створюючи свої цінності – науку, мистецтво, *соціально-економічні відносини* тощо. Все назване стосується й України. І це стосується також будь-яких проявів "життя" нації – зокрема, й феномену підприємництва, який цікавить нас безпосередньо. Іншими словами, підприємництво на теренах України зумовлюється національними психологічними рисами вітчизняних підприємців, й ширше – національним способом організації суспільного життя (зокрема, в аспекті підприємницького явища).

Підприємництво, постає, перш за все, як сукупність економічної функції та психологічного типу суб'єкта підприємницької активності. Зрозуміло, що і економічна функція підприємця, і психологічний тип його особи як такої мають безпосереднє відношення до формування певних ментальних характеристик підприємництва, які нас цікавлять та які надають можливість вийти на певну модель концептуалізації ментального виміру підприємництва в Україні.

За ходою часу сформувалися декілька принципів розуміння підприємницької функції. А саме: бачення підприємця як власника капіталу, який вкладає цей капітал в умовах загального дефіциту ресурсів для економічного зростання (у працях класиків політичної економії Ф.Кене, А.Сміта й ін.); розуміння підприємця як організатора виробництва, який зовсім не обов'язково має права власності, як того, хто пристосовує виробництво до умов ринку (Ж.Б.Сей, Дж.С.Мілль, А.Маршалл, Л.Вальрас, К.Менгер й ін.); пов'язування підприємця з фактором несенням тягаря ризику й невизначеності у процесі функціонування економіки (Р.Кантільон, Й.Тюнен, Х.Мангольт, Ф.Найт й ін.); підприємця як суб'єкт, що здійснює вибір між контрактними відношеннями вільного ринку та організацією фірми з метою економії трансакційних витрат, а підприємництво як особливий регулюючий механізм в економіці (Р.Коуз, О.Уільямсон, Л.Мізес, Ф.Хайск й ін.); підкреслення активного, інноваційного характеру підприємництва не тільки у виборі кращої з тих, що є, господарських альтернатив, але й у створенні нових економічних можливостей у суспільстві, підприємця як носія специфічної функції в економіці (Й.Шумпетер й ін.).

Тепер – про підприємництво як психологічний тип, про підприємця як психологічний тип особи (вище було зазначено, що підприємництво є сукупністю економічної функції та психологічного типу підприємця). Є всі підстави вважати підприємництво не тільки економічним, але і соціально-психологічним феноменом, – оскільки воно пов'язано із формуванням особливої та специфічно конкретної системи індивідуально-психологічної та соціально-психологічної мотивації. Посеред основних індивідуально-психологічних та соціально-психологічних рис суспільної постаті підприємця слід назвати такі: економічна діяльність в умовах несталості й непередбачуваності цін та готовність до ризику (Р.Кантільон), організаторське мистецтво (А.Тюрго), егоїстичний інтерес у "психологічних" аспектах (А.Сміт), особливі "підприємницькі здібності" підприємця (Ф.Кене), вміння поєднувати та приводити у дію три фактори виробництва – природу, працю і капітал (Ж.-Б.Сей), схильність до певної волі (А.Маршалл) й інше.

Таким чином, концептуалізація ментального виміру підприємництва в Україні полягає у такому. Вийти на модель ментального виміру підприємництва можна, відштовхуючись від з'ясування сутності цілісного феномену підприємництва в аспекті означення його основних змістовних складових. Така модель базується на двох попередніх концептуалізаціях: по-перше, концептуалізації підприємницької діяльності – як такої, що спричиняється особливостями підприємницького суспільного середовища (підприємницької культури), принциповими алгоритмами підприємницької активності та може бути представлена як така,

що має три рівні реалізації діяльності (особистісний рівень, соціальний рівень, поведінковий рівень); по-друге, тлумаченні підприємницької ментальності – як такої, що поєднує історико-культурний, соціально-економічний (господарський) і національний шари ментальності. Урахування основних аспектів та шарів підприємницької культури, зважання на основні структурні та змістовні складові підприємницької активності та відповідні до цього історико-культурні, соціально-економічні, індивідуально- й соціально-психологічні складові підприємницької діяльності, а також базуючись на уявленні про підприємницьку ментальність як системне утворення з історико-культурної, соціально-економічної (господарської) і національної ментальності, – все це надає можливість назвати сукупність певних факторів, якими спричиняються особливості ментальності підприємництва у сучасній Україні, а також виявити певні елементи, що виступають складовими ментального виміру явища вітчизняного підприємництва та які спричинені названими факторами, а також з'ясувати цілком певні риси, що є притаманними ментальності сучасного підприємництва в Україні на кожному з рівнів підприємницької діяльності (особистісному, соціальному, поведінковому) вітчизняного підприємця.

Підприємництво є суттєво важливим принципом, своєрідною "філософією" економічної сфери життєдіяльності соціуму, підприємницька активність постає принципом й складовою економічної активності (економічної поведінки) людини у соціумі. Виявлення й формування належного визначення сутності та основних ознак підприємницької (й економічної у цілому) поведінки людини у суспільстві, пошук її сенсів та змісту відіграють дедалі більшу роль у сучасному соціологічному знанні. Особливо це стосується суспільних реалій сучасної України. Будь-який новий "штрих" у поглядах на підприємницьку життєдіяльність людини та суспільства коригують сформовану картину уявлень, стимулюють переосмислювати цілу низку інших понять, які так чи інакше стикаються з цим. Спосіб мислення людини з урахуванням "культурного контексту" нації, до якої вона належить, й історико-культурних особливостей життєдіяльності цієї нації, – що у широкому сенсі розуміється під ментальним, – сьогодні розглядається як засада виявлення основних характеристик життєдіяльності людини у цілому, *засад її активності у національному соціумі*, її ситуативної та стратегічної суспільної поведінки, різноманітних емоційних проявів тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Боенко Н. И. Экономическая культура: проблемы и тенденции развития / Н. И. Боенко. – СПб. : Изд-во С-Пб. ун-та, 2005. – 182 с.
2. Бондаренко О. В. Бизнес и человек. Историко-философский и социологический экскурс в предпринимательство / Бондаренко О. В. – Запорожье: РА Тандем-У, 1997. – 119 с.
3. Бондаренко О. В. Сутність, історія та сучасність української та західноєвропейської економічної ментальності: Монографія / Бондаренко О. В. – Запоріжжя: Запорізький нац. технічний ун-т, 2005. – 253 с.
4. Волович В. І. Соціологія: короткий енциклопедичний словник / В. І. Волович, В. І. Тарасенко, М. В. Захарченко. – К. : Укр. Центр духовн. культури, 1998. – 736 с.
5. Гуревич А. Я. Исторический синтез и Школа "Анналов" / Гуревич А. Я. – М. : РОССПЭН, 1993. – 243 с.
6. Ефременко Т. Социогенез экономической культуры / Т. Ефременко // Соціальні виміри суспільства. – К. : Ін-т соціол. НАНУ, 2006. – № 9. – С. 142-155.
7. Пачковський Ю. Ф. Соціопсихологія підприємницької діяльності / Пачковський Ю. Ф. – Львів : Світ, 2000. – 272 с.
8. Пилипенко В. Соціологія підприємництва / В. Пилипенко, І. Шевель. – К. : Стилос, 1997. – 104 с.
9. Пилипенко В. Є. Людина в ринковому суспільстві: орієнтації, поведінка, культура / Пилипенко В. Є. – К. : Поліграфічний центр "Фоліант", 2005. – 226 с.
10. Проблеми теорії ментальності / [М. В. Попович, І. В. Кисляковська, Н. Б. Вяткіна та ін.]. – К. : Наукова думка, 2006. – 403 с.
11. Радаев В. Экономическая функция и психологический аспект предпринимательства / В. Радаев // Российский экономический журнал. – 1995. – № 10. – С. 89-96.
12. Соболева Н. І. Соціологія суб'єктивної реальності / Соболева Н. І. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2002. – 296 с.

13. Соціологія: терміни, поняття, персоналії / За заг. ред. В. М. Пічі. – К. : Каравела; Львів: Новий Світ-2000, 2002. – 480 с.
14. Храмова В. Ментальність / Храмова В. / Мала енциклопедія етнодержавництва. – К. : Генеза, Довіра, 1996. – С. 91.