

УДК 316.61

DOI <https://doi.org/10.30970/PS.2022.14.5>

ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОРТРЕТА ОСОБИСТОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

Надія Нагорна

*Національний університет «Чернігівська політехніка»,
вул. Шевченка, 95, м. Чернігів, Україна, 14027
e-mail: lev.nadiya@yahoo.com*

У статті аналізуються особливості дослідження психологічного портрету особистості соціального підприємця. Спираючись на результати вітчизняних та зарубіжних наукових пошуків, авторка вказує, що образ підприємця почав формуватися з моменту виникнення підприємництва як сфери діяльності. З тих пір, під впливом різноманітних суспільних процесів (громадянських, політичних, економічних, соціальних, екологічних, психологічних та безпекових) відбулась трансформація уявлень про підприємця взагалі, так і його професійно-особистісних якостей, мотивації, ціннісних орієнтацій зокрема. Якщо ранішні уявлення про підприємця давали розуміння про необхідність тих чи інших якостей особистості, рис характеру (готовність брати на себе ризики, орієнтир на прибутковість власної діяльності, конкуренцію, організація виробництва та роботи з іншими, інноваційність у щодо товару або способу його виробництва). То сучасні дослідження дають опис та ґрунтовну характеристику якостей типового та успішного підприємця. В статті приділяється увага вивченню ціннісних орієнтацій підприємця, мотивів його діяльності, оскільки ці аспекти психологічного портрету зазнали значних змін через розвиток та впровадження концепцій сталого розвитку суспільства, соціально відповідального бізнесу, соціального підприємництва. Психологічний портрет соціального підприємця окреслено через притаманність особистості наступних характеристик: підприємливості (активність, незалежність, ризикованість, ініціативність та творчість); вмотивованості як на успіх у підприємстві, так і у досягненні сталих соціальних змін (вектор мотивації, моральність, альтруїзм); діловитості (цілеспрямованість, рішучість, прагнення до вдосконалення, наполегливість, поінформованість.); відкритості до взаємодії з іншими (комунікабельність, емпатійність та довіра, партисипативність).

Ключові слова: підприємництво, підприємець, соціальний підприємець, психологічний портрет, психологічний портрет особистості соціального підприємця.

Постановка проблеми. Питання дослідження психологічних особливостей особистості, котра займається підприємництвом, піднімаються достатньо давно. Однак, відносно новий формат бізнесової діяльності, соціальне підприємництво, має відповідно менший пласт напрацювань. Вимоги до соціального підприємця, як ключового суб'єкта розвитку соціального підприємництва, з одного боку, мають відображати властивості бізнесової діяльності, а з іншого – вбирають риси соціальної роботи, якості соціального працівника. Відтак, окрім необхідності у гармонійному поєднанні підприємницьких та суспільно важливих якостей, психологічний портрет соціального підприємця має, на нашу думку, бути доповненим рядом актуальних соціально-психологічних характеристик.

Аналіз останніх публікацій. Образ підприємця формувався мислителями і теоретиками від появи самого підприємництва: особистість, котра готова взяти на себе ризики (Р. Кантільйон), має орієнтир на прибутковість власної діяльності, конкуренцію (А. Сміт), здійснює роль організатора виробництва та роботи з іншими (Ж.-Б. Сей), має інноваційний підхід по самого товару або способу його виробництва (Й. Шумпетер).

Конкретизацією психологічних особливостей портрета підприємця займаються як економісти (Н. Добрава, М. Бутко та ін.), так і психологи (В. Москаленко, Л. Карамушка та ін.). Однак, психологічний портрет соціального підприємця залишається малодослідженим.

Метою статті є окреслення психологічних особливостей портрета особистості соціального підприємця.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наявних напрацювань вітчизняних та зарубіжних науковців дає можливість побудувати наше дослідження за такою логікою: особливості особистості підприємця, психологічний портрет особистості як суб'єкта підприємницької діяльності, особливості психологічного портрета соціального підприємця.

Історія становлення та розвитку концепту «підприємництва» нараховує більше трьох сотень років, відповідно змінювались погляди теоретиків, науковців та практиків щодо особистості підприємця. Аналізуючи наукові доробки з питань генези підприємництва, варто вказати, що дослідники-економісти виділяють декілька етапів, кожен з яких відображає зміни у сприйнятті та розумінні сутності, ролях та функціях підприємця. Відтак, на момент введення в науковий вжиток, у 17 ст., підприємець розглядався як індивід, котрий відповідає за весь цикл виробництва та реалізації товару, бере на себе ризики та приймає економічні рішення в умовах невизначеності та непостійності прибутку (за Р. Кантільйоном [2]). Погляди А. Сміта [6] щодо особистості підприємця вказують на збільшення уваги саме на отриманні прибутку, його важливості, що сучасні науковці [3] пояснюють слідуванням механізмів та правилам економічної конкуренції. Д. Рікардо [3] акцентував на інвесторській ролі підприємця, що є елементом ефективної господарської діяльності. Певні зміни у сформований образ підприємництва та підприємця були внесені в 19 ст. під впливом напрацювань Ж.Б. Сея, котрий розглядав організацію виробництва як ключовий обов'язок підприємця. Для реалізації останнього особистості необхідні були відповідні знання та розуміння інших, спільних дій та обставин, що можуть впливати на основні фактори виробництва [6].

Новою віхою у розвитку підприємництва та поглядів на підприємця стали напрацювання Й. Шумпетера [21]. Дослідник наголошував на інноваційному підході до організації виробництва старих товарів та створенню нових шляхом застосування «нових комбінацій». Відтак, підприємець, за Й. Шумпетером, це особистість, котра є творцем інновацій, наділена лідерськими якостями та прагне змін.

Суспільні процеси середини 20 ст. призвели до зміни не лише поглядів на підприємництво та особистість, як на його ключового суб'єкта, а й до зміни самої практики ведення підприємницької діяльності. Велику роль у теорії та практиці підприємництва починають відігравати управлінські, соціальні, етико-філософські та психологічні аспекти. Так, Л. Мізес [3] робив акцент на особистих характеристиках підприємця, його ролі у врегулюванні економічного балансу. Г. Саймон [3], досліджуючи специфіку прийняття управлінських рішень у складних ситуаціях, вказував на значну роль мотивів та прийнятності у діях для підприємця. З аналізу функцій підприємця, зробленого К. МакКоннеллом та Ст. Брю [3], варто підкреслити ті економіко-психологічні характеристики особистості, що, на думку науковців, дозволяли зреалізувати підприємництво: економічна ініціатива, неординарні рішення, інноваційний підхід до товарів та у виробничому процесі, зважений економічний ризик та відповідальність.

Сучасне розуміння поняття «підприємець», в економічній науці, напряму корелює з визначенням підприємницької діяльності у чинному законодавстві [1], де зазначаються ключові її риси: самостійність, ініціативність, ризикованість та суб'єктність особистості, котра її здійснює. Відтак, аналізуючи всі наведені вище якості особистості підприємця,

Н. Добрава та М. Осипова [6] вказують на ситуацію постійного пошуку, в якій знаходиться підприємець (пошук ідеї бізнесу, пошук команди, партнерів, ринків збуту, стратегій розвитку). При чому цей пошук, на думку авторок, відбувається постійно, оскільки суспільство є динамічним і постійно з'являються нові запити, а підприємцю потрібно на них реагувати.

Окрім цього, під впливом концепцій, що покликані на захист прав людини, сталого розвитку суспільства, підтримку та розвиток персоналу та інше, підприємництво, як інституція, змінюється. Відтак, підприємці сучасності піклуються не лише про прибуток та тенденції ринків, а й про те більше, чого можна досягти чи на що можна вплинути, ефективно розпоряджаючись прибутком: працівники, їх сім'ї, громада, суспільство. Подібне, на нашу думку, вказує на трансформацію ціннісного поля підприємців, їх мотивацію, зміни сфер досягнень. Саме тому, стає можливим розвиток не тільки теоретичних концепцій соціальної відповідальності бізнесу, соціального підприємництва чи циркулярної економіки, але й реальна поява підприємців та підприємств, що їх реалізують.

Таким чином, аналіз із елементами ретроспекції вказує на те, що образ підприємця змінюється. На це здійснюють вплив політичні, економічні, екологічні та суспільні процеси, що відбуваються в світі та державі. Так, від етики капіталізму, з її орієнтиром виключно на прибуток, через розуміння ролі менеджера, інновацій та творчого підходу, до принципів сталого розвитку та циркулярної економіки, з орієнтиром на суспільні потреби.

Під впливом означених вище трансформацій також відбуваються зміни у психологічному портреті підприємця. Спроби для формування якомога повнішого опису психологічних особливостей, рис характеру, професійних та особистісних якостей здійснюються представниками різних галузей наукового знання. Так, вчені-філософи [5], аналізуючи особливості діяльності підприємця, вказують на важливість поєднання підвалів філософії раціоналізму, за якої доцільність та цілеспрямованість у діях та результатах активності суб'єкта підприємницької діяльності, висувалась на передній план; принципи філософії інтуїтизму, де чуттєвий досвід, інтуїція та творчі здібності значно доповнюють портрет підприємця, оскільки вказують на ті властивості особистості, що пов'язані з підсвідомими процесами. А також філософія прагматизму, де досягнення успіхів, рух вперед через розуміння намірів та бажань кристалізують образ індивідуаліста, якому властиві орієнтир на успіх, зважений ризик, ініціативність та творчість, лідерство.

Окремо варто вказати, що підприємницька діяльність завжди реалізується в умовах конкретного соціокультурного простору, де прийнятними є визначені суспільні норми. Інтеріоризація особистістю означених норм та цінностей, в аспекті підприємницької діяльності, сприяє розвитку економічної / підприємницької культури індивіда. І саме, економічна культура підприємця, на думку Р. Олексенко [14], формується в рамках всього різноманіття соціальних відносин, а тому не може не містити осуспільненого, партнерського компонентів. Відтак, активність підприємця щодо вивчення, розуміння та подальшого задоволення потреб клієнта стає особливо цінною не лише через оптимізацію виробничих, маркетингових та менеджерівських процесів, а й тому що підприємство та його потенційні чи реальні клієнти є представниками конкретних громад і суспільства, і не можуть існувати поза тими суспільними процесами, що характерні для громади та суспільства (правовими, політичними, економічними, безпековими та ін.).

Таким чином, окрім важливих професійно-особистісних якостей підприємця, вчені-філософи звертають увагу на ціннісні орієнтації підприємця, його партнерські взаємодії в громаді та суспільстві.

Аналіз психологічного портрету підприємця, доволі часто, є предметом досліджень науковців у сфері економіки. Так, Г. Карпюк [8], авторка навчального посібника з основ

підприємництва для здобувачів професійної освіти, вказує на те, що для реалізації підприємницької діяльності особистість має володіти спеціальними якостями: волею, здатністю протистояти викликам, здійснювати вплив на інших через результати свого успіху, обміркованою витратою сил та енергії. А також підприємець, на думку дослідниці, це той індивід, який спроможний: брати на себе відповідальність; самостійно приймати основні рішення; розробляти та впроваджувати інновації серед продукції, у виробничих процесах чи організації діяльності; ризикувати щодо різного типу власних ресурсів (час, зусилля, ділова репутація, кошти).

М. Бутко, А. Неживенко та Т. Пепа [4], досліджуючи психологічний портрет підприємця, виокремлюють три блоки важливих його якостей: інтелектуальний (компетентність, комбінаційний хист, розвинена уява, реальна фантазія, розвинена інтуїція, перспективне мислення), комунікативний (талант координатора зусиль співробітників, здатність і готовність до терпимості у спілкуванні з іншими людьми і водночас здатність йти проти течії) та мотиваційно-вольовий (схильність до ризику, відповідальність, прагнення боротися й перемагати, потреба в самореалізації й суспільному визнанні, вираженість мотиву успіху). Окрему увагу в даному дослідженні приділено аналізу якостей успішного підприємця (лідерство, готовність до ризику та творчість (інноваційність)), що доповнюють психологічний портрет типового суб'єкта підприємницької діяльності.

Отже, узагальнюючи результати дослідження вчених-економістів щодо психологічного портрету підприємця, можна підсумувати, що ними, перш за все, визначені якості особистості, що є ключовими в підприємницькій діяльності. Окремо, варто вказати на формування набору рис, властивих типовому та успішному підприємцю.

Звісно, аналіз психологічного портрета суб'єкта підприємницької діяльності вченими-психологами має ґрунтовнішу основу. Він передбачає не лише перелік та характеристику тих чи інших якостей особистості підприємця, а й емпіричні дослідження щодо особливостей прояву цих якостей, ціннісних орієнтацій підприємця, мотивації та ін.

Так, І. Лантух [9], аналізуючи психологічний портрет суб'єктів підприємницької діяльності, вказує на компоненти /напрямки означеного портрету: ставлення до праці (відповідальність, творчість та прагнення творити, уважність та інтерес до предмету праці, висока працездатність, зацікавленість); стиль поведінки у професійній діяльності (діловитість, організованість, самостійність, цілеспрямованість та рішучість, авторитетність); якості розуму та знання (аналітичність та критичність, логічність); інженерно-організаційні вміння (планування роботи, окреслення професійних задач, лідерство, новаторство та підтримка колективу); адміністративні вміння (застосування та накопичення соціального досвіду, логічність та доказовість у діях, вміння переконувати інших, приймати управлінські рішення); ставлення до людей (дипломатичність, витриманість, врівноваженість, товариськість); ставлення до себе (самокритичність та саморозвиток, почуття власної гідності). Дослідник зазначає, що центральною проблемою підприємницького феномену є питання соціальної ролі підприємництва в суспільстві, що з одного боку впливає на соціальні інтереси та цінності в економіці та суспільстві, а з іншого – на прагнення підприємців збільшити власний прибуток. Така ситуація, на думку автора, вимагає від особистості підприємця постійного балансу, врахування особистісних та суспільних інтересів, розвитку відповідних особистісних якостей. Однією з таких якостей, за поглядом І. Лантуха, є особистісна надійність суб'єкта підприємницької діяльності, що виступає комплексним утворенням, яке забезпечує стабільність особистісно-функціонально-діяльнісних показників суб'єкта підприємницької діяльності в процесі трансформації соціокультурного простору [10].

Вивчення ціннісних орієнтацій підприємців стало також предметом дослідження Д. Селєзньова та В. Качарової, котрі виділили специфічні для підприємницької діяльності

цінності особистості. Так, на думку дослідників [17], наряду з представниками інших сфер діяльності, для підприємців властиві такі особливості у поділі блоків цінностей особистості: матеріальні цінності (об'єкт діяльності, засоби виробництва, грошові кошти); соціальні цінності (ділові зв'язки, ділова репутація, особиста свобода, особливе становище в суспільстві); духовні цінності (моральні та естетичні цінності, знання). При чому, саме присутність духовних цінностей, за висновками авторів, визначається індивідуально в кожному конкретному випадку та вказують на певну конфігурацію пріоритетів особистості, її ціннісних орієнтацій.

Через аналіз економічних цінностей особистості, що є одним із проявів економічної / підприємницької культури, та на основі наукових досліджень психологічних особливостей підприємництва і підприємливості, вітчизняними науковцями (В. Москаленко та ін.) [12] було виокремлено наступні структурні складові, або загальні риси (диспозиції) підприємницького типу особистості: ініціативність, наполегливість, готовність до ризику, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, самовпевненість, прагнення до самореалізації, поінформованість, відповідальність. Критерії виявлення диспозицій, що визначають підприємливість, їх відповідне змістовне наповнення, на думку О. Міщенко, може також свідчити про рівень економічної культури особистості [11].

Ю. Пачковський [15], аналізуючи підприємницьку поведінку особистості, приходить до висновку про наявність її складових, що забезпечують виконання різних аспектів діяльності (ініціативність, ризикованість, творчість, незалежність та активність). Означені компоненти разом вказують на розвиток підприємливості особистості.

Якраз С. Яновська [19], досліджуючи психологічну структуру підприємницької активності в малому бізнесі, доходить висновку, що основою для реалізації підприємницької активності є високий рівень інтелекту особистості, висока самооцінка та впевненість у своїх можливостях, відкритість і безпосередність у спілкуванні, здатність до довіри та схильність до нетривіальних рішень, ризику, творчий потенціал. Однак, на думку дослідниці, окремі риси особистості можуть й стримувати реалізацію та розвиток підприємницької активності: підозрілість і обережність у встановленні нових контактів, проникливість та несформований полос самоконтролю.

Вивчення проблеми професійного вигорання підприємців дозволило Л. Карамущі та Г. Гнускіній [7] зробити висновок про обумовленість професійного виснаження, в тому числі, й особистісними характеристиками підприємців (особистісно-підприємницькі, що представлено рядом якостей особистості підприємця, його підприємницьким потенціалом; особливості мотивації, де означено різні вектори мотивів особистості підприємця; «включеність в роботу», що розкрито через завзятість, активність та енергійність до роботи, вирішення питань).

Отже, здійснений нами аналіз напрацювань вчених-психологів лише поверхнево розкриває окремі особливості психологічного портрету підприємця. Однак, завдяки його вивченню в міждисциплінарному вимірі, стає можливим формування базового образу, що дозволить чіткіше охарактеризувати психологічний портрет соціального підприємця.

Спроби визначити ключові відмінності між представником традиційного бізнесу та соціальним підприємцем реалізуються достатньо давно. Одним з перших, хто доклав зусиль до формування рис соціального підприємця, був Г. Діз. Так, дослідник, аналізуючи напрацювання відомих теоретиків минулого, вказує на ключові відмінні характеристики соціального підприємця, як агента змін у соціальному секторі [20]: усвідомлення та слідування місії щодо створення та підтримки соціальної цінності; визначення та постійний пошук нових можливостей для реалізації цієї місії; постійний розвиток через творчість та інновації, адаптаційні зміни та навчання; сміливість дій, ризикованість; відповідальність

за результати роботи: фінансові та соціальні. Означені риси, на нашу думку, можуть вказувати на такі важливі для соціального підприємця особистісні психологічні якості, як: моральність та гуманність, аналітичність та цілеспрямованість, ініціативність і наполегливість, інноваційність і творчість, готовність до змін та прагнення до самореалізації, готовність до ризику та незалежність, самовпевненість та відповідальність.

Здійснивши аналіз сутності та змістовного наповнення тлумачень поняття «соціальний підприємець», В. Смаль та В. Кокоть [18] приходять до висновку, що більшість з цих трактувань вказують на такі риси, як: винахідливість, відданість справі, наполегливість, бачення нестандартних підходів, прийняття інновацій, високі етичні стандарти, умотивованість, амбіційність.

Автори навчального посібника з соціального підприємництва Української соціальної академії [13], визначають такі риси соціального підприємця: характер, що проявляється через альтруїзм, небайдужість до проблем справедливості та нерівності, емпатійність; освіченість, як пошук нових знань та можливостей для реалізації нових ідей, вирішення соціальних проблем; особистий досвід взаємодії із соціальним середовищем, через системний підхід та зосередженість на конкретній соціальній ситуації; підприємливість, що розкриває всі особливості підприємницького потенціалу особистості у відповідності до завдань соціального підприємства.

За результатами власного емпіричного дослідження, що мало на меті визначити індивідуально-психологічні особливості осіб, які займаються соціальним підприємництвом, Ю. Романова та В. Лісецька [16] вказують на високі показники екстраверсії, відкритості досвіду, добросовісності, схильності до творчості, цілеспрямованості та рішучості, а також за «Шкалою емоційного відгуку». Авторки приходять до висновків про те, що особистість соціального підприємця можна охарактеризувати як активного, екстраверсійного, схильного до рефлексії та самоаналізу, сприйнятливого до нового, творчого індивіда, котрий має значну працездатність, високий рівень емпатії.

Таким чином, за результатами аналізу напрацювань, психологічний портрет соціального підприємця, на нашу думку, може бути окреслено через притаманність особистості наступних характеристик: підприємливість як якість (активність, незалежність, ризикованість, ініціативність та творчість); умотивований як на успіх у підприємстві, так і у досягненні сталих соціальних змін (вектор мотивації, моральність, альтруїзм); діловитість (цілеспрямованість, рішучість, прагнення до вдосконалення, наполегливість, поінформованість); відкритість до взаємодії з іншими (комунікабельність, емпатійність та довіра, партисипативність).

Висновки. Аналіз наукової літератури з означеного питання дає підстави для наступних узагальнень:

1. образ підприємця постійно змінюється під впливом суспільних процесів: громадянських, політичних, економічних, соціальних, екологічних, психологічних та безпечних;
2. психологічний портрет класичного бізнесмена / підприємця є ґрунтовно опрацьованим як вітчизняними, так й іноземними дослідниками, що дало підстави для окреслення та змістовного наповнення диспозицій підприємницького типу особистості.
3. психологічний портрет соціального підприємця, доволі часто, постає предметом наукових досліджень у контексті порівняння образів з класичним бізнесменом. Проте, вже існують окремі намагання вивчення його компонентів як на теоретичному, так і на емпіричному рівнях. Відтак, нами було окреслено теоретичне уявлення про наповнення психологічного портрету соціального підприємця, що потребує детального дослідження за допомогою емпіричного інструментарію в подальших наших роботах.

Список використаної літератури:

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2003. № 18, № 19-20, № 21-22, Ст.144.
2. Антонюк Д. А., Бухаріна Л.М., Онищенко О.А., Шишкін В.О. Підприємництво в сучасних умовах розвитку України : наук.-прак.пос. Запоріжжя : ЗНУ, 2018. 428 с.
3. Болотов Г.П., Дерій Ж.В., Семченко О.Б. Генеза та розвиток теорій підприємництва. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. Чернігів : ЧДТУ, 2011. № 4 (54). С. 7-16.
4. Бутко М.П., Неживенко А.П., Пепа Т.В. Економічна психологія: навч. посіб. / за ред. М. П. Бутко. Київ : ЦУЛ, 2016. 232 с.
5. Гончарук Т.В., Шумка М.Л. Портретна характеристика сучасного підприємця. *Філософія фінансової цивілізації: Людина у світі грошей*: матеріали міжнар. філос.-економ. читань. Львів, 2008. С. 282-289.
6. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навч. пос. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 305 с.
7. Карамушка Л., Гнускіна Г. Психологія професійного вигорання підприємців: монографія. К.: Логос, 2018. 198 с.
8. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: навч. пос. К., 2021. 108 с.
9. Лантух І.В. Психологічний портрет суб'єктів підприємницької діяльності. *Fundamental and applied researches in practice of learning scientific schools*. 2019. Vol. 32 (2). P.3-10
10. Лантух І.В. Психологічна структура особистісної надійності суб'єктів підприємницької діяльності : дис. ... док. психол. наук : 19.00.01. К., 2020. 574 с.
11. Міщенко О.О. Соціально-психологічні детермінанти економічної культури студентської молоді : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. К., 2011. 199 с.
12. Москаленко В.В., Лавренко О.В., Дембицька Н.М., Зубіашвілі І.К. Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія за ред. В.В. Москаленко. К.: Педагогічна думка, 2015. 405 с.
13. Навчальний посібник з соціального підприємництва. Українська соціальна академія. 2021. 162 с. URL: https://siplatform-live.s3.eu-central-1.amazonaws.com/files/helper_usa_1.pdf
14. Олексенко Р.І. Портрет підприємця новітньої формації в сучасних соціо-культурних умовах. *Філософські обрії*. 2015. № 34. С.41-48.
15. Пачковський Ю.Ф. Підприємницька діяльність і становлення ринкових відносин в Україні. *Республіканець*. 1993. №6. С. 50-52
16. Романова Ю., Лісецька В. Індивідуально-психологічні особливості осіб, які займаються соціальним підприємництвом. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2020. № 2 (12). С. 82-86.
17. Селезньов Д.А., Качарова В.М. Ціннісні орієнтації в управлінській діяльності підприємців. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2019. №1 (39). С. 106-112
18. Смаль В., Кокоть В.Що слід знати про соціальне підприємництво: посіб. URL: http://pleddg.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Social_Entrepreneurship_-Guide-WEB-1.pdf
19. Яновська С. Г. Психологічна структура підприємницької активності в малому бізнесі : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10. Харків, 2019. 211 с.
20. Dees J.G. The meaning of social entrepreneurship. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship, Duke University's Fuqua School of Business, 2001 (revised vers.). URL:https://centers.fuqua.duke.edu/case/wp-content/uploads/sites/7/2015/03/Article_Deas_MeaningofSocialEntrepreneurship_2001.pdf
21. Sandal Jan-U. International Study Course in Social Entrepreneurship. URL: <https://janusandal.no/en/om/fil-dr-jan-u-sandal-institute>

PECULIARITIES OF THE PSYCHOLOGICAL PORTRAIT OF SOCIAL ENTREPRENEUR' PERSONALITY

Nadiia Nahorna

*Chernihiv Polytechnic National University,
95, Shevchenko str., Chernihiv, Ukraine, 14035
e-mail: annaverbytska.che@gmail.com*

The article analyzes the features of the study of the psychological portrait of the personality of a social entrepreneur. Based on the results of domestic and foreign scientific research, the author points out that the image of an entrepreneur began to form from the moment of the emergence of entrepreneurship as a field of activity. Since then, under the influence of various social processes (civil, political, economic, social, ecological, psychological and security) there has been a transformation of ideas about the entrepreneur in general, as well as his professional and personal qualities, motivation, value orientations in particular. If the early ideas about the entrepreneur gave an understanding of the need for certain personality qualities, character traits (readiness to take risks, focus on the profitability of one's own activity, competition, organization of production and work with others, innovativeness in relation to the product or the method of its production). Modern studies provide a description and thorough characterization of the qualities of a typical and successful entrepreneur. The article pays attention to the study of the value orientations of the entrepreneur, the motives of his activity, since these aspects of the psychological portrait have undergone significant changes due to the development and implementation of the concepts of sustainable development of society, socially responsible business, and social entrepreneurship. The psychological portrait of a social entrepreneur is outlined due to the inherent personality of the following characteristics: entrepreneurship as quality (activity, independence, risk-taking, initiative and creativity); motivation both for success in entrepreneurship and in achieving sustainable social changes (vector of motivation, morality, altruism); business skills (focus, determination, striving for improvement, perseverance, awareness); openness to interaction with others (communicability, empathy and trust, participation).

Key words: entrepreneurship, entrepreneur, social entrepreneur, psychological portrait, psychological portrait of the personality of a social entrepreneur.