

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

*Аналізується вплив українського менталітету, архетипів, історичних етносоціальних процесів, традицій і стереотипів нації на особливості вітчизняної підприємницької активності та культури.*

**Ключові слова:** підприємництво, менталітет, етнос, нація.

Актуальність обраної теми статті обумовлена необхідністю глибокого аналізу соціально-психологічних засад розвитку підприємництва в Україні для пошуку відповідей на питання про особливості функціонування механізмів взаємовпливу національного характеру та правового регулювання підприємницької активності громадян в умовах вільного ринку.

Підприємництво сформувалось на ранньому етапі історичного розвитку суспільства та стало основою розвитку цивілізації. Але протягом радянської доби ця проблема залишалась поза увагою вітчизняних науковців, тому що не відповідала настановам комуністичної ідеології та вивчалась непопулярними в ті часи немарксистськими теоріями. Останні два десятиліття українські вчені прагнуть подолати цей розрив, спираючись на роботи зарубіжних авторів та представників діаспори. Концептуальні джерела теоретико-методологічного обґрунтування феномену підприємництва базуються на знаннях про взаємозв'язок історичних, економічних, соціокультурних форм діяльності та поведінки людства, тому потребують ґрунтового міждисциплінарного аналізу. Дослідження комплексу соціальних та психологічних факторів впливу на підприємницьку діяльність має включати ретельне вивчення зовнішніх та внутрішніх детермінант активності як особистості, так і держави. Яким чином сучасні зміни соціально-економічного буття під впливом національної ментальності наближають українця до західної моделі підприємницької культури?

Особливості впливу української духовності та культури на розвиток традиційного господарювання, специфіку державотворення розглядали класики вітчизняної наукової думки та діаспори: М.

Костомаров, О. Кульчицький, В. Липинський, Г. Сковорода, В. Янів тощо. Проблеми ментальності продовжують займати важливе місце в роботах сучасних політологів, економістів, філософів: О. Александрової, Ю. Візниць, О. Грекова, В. Зибцева, В. Попова, Л. Костюк, О. Труша, І. Ушна, А. Червеняк. Автори розкривають феномен ментальності як основу конкуренції і партнерства в суспільному розвитку, регулятор соціально-політичного буття, підприємницької діяльності та ділової активності. В соціологічних та маркетингових дослідженнях Т. Костюченко, О. Кривицької, Т. Марценюк, Т. Примака аналізуються ціннісні чинники національного характеру, що впливають на формування підприємницької культури, адаптацію до економічних реалій вільного ринку.

Мета статті — визначити особливості впливу українського менталітету, психологічних архетипів, соціальних стереотипів на формування національної підприємницької активності та ділової культури. Для розкриття поставленої мети потрібно проаналізувати історичні джерела розвитку підприємницької діяльності в Україні, з'ясувати специфіку механізмів взаємодії підприємців та держави, обґрунтувати доцільність створення легітимної підприємницької культури за європейськими стандартами.

Дослідження особливостей соціально-психологічного розвитку підприємництва на теренах нашої держави необхідно починати з розгляду ментальних характеристик соціуму. Феномен національного менталітету складається з вивчення взаємозв'язку загальних моральних принципів суспільного буття та психічного розвитку індивіда. Стереотипи мислення, ментальні символи, культурні архетипи мають специфічні характеристики для різних народів, верств, груп. Суттєвими факторами впливу на формування менталітету стають географічні, історичні, соціальні, релігійні, ідеологічні настанови. Особливості історичного розвитку нашої країни зумовили певну специфіку української ментальності, з'ясування якої неможливе без аналізу головних чинників її розвитку. Вони не є сталими та незмінними, а постійно трансформуються під впливом еволюційних процесів світової цивілізації.

Україна — це багатонаціональна держава, ментальні характеристики різних етносів, що співіснують на її території, визначаються суттєвими відмінностями. Звісно, що з майже 130 представників різних народів, які мешкають в нашій країні, українці становлять переважну більшість, та і вони мають відчутні відмінності за регіональними ознаками. Перш за все, треба вказати на маргінальність як похідну українського характеру, відмінності жителів

Сходу пояснюються через значний вплив російської та євразійської культур, масову міграцію росіян під час активного промислового розвитку Донбасу тощо, а для Західних регіонів властивими є високий рівень національної самосвідомості та орієнтація саме на європейські стандарти життєдіяльності. Ю. Візниця вважає, що «традиційно з маргінальністю пов'язують набір достатньо малосимпатичних характеристик», але одночасно з цим українцям «можуть бути притаманні пошук, динамізм, викликана необхідністю здатність до мобілізації власних адаптаційних потенцій, соціально ефективна поведінка» [2, с. 18].

На нашу думку, до цих характеристик треба додати поняття етнічної толерантності, що набуває в період прискорення інтеграційних процесів особливого значення. Толерантність виникає з появою суспільства, = як найважливіша риса спілкування та охоплює всі сфери буття соціуму. Феномен толерантності «є не тільки принципом встановлення суспільно-політичного консенсусу, але і невід'ємною властивістю людської природи й міжособистісних комунікацій» [14, с. 124]. Толерантність розглядається в декількох аспектах: і як внутрішня настанова особистості (світоглядні, релігійні чинники), і як суспільна норма (традиції, звичаї), і як цілеспрямована дія, що функціонує через державні закони. За результатами соціологічних досліджень в нашій країні можна виділити такі чинники, що впливають на рівень толерантності:

- скорочення чисельності національних груп, що традиційно мешкали в Україні, та збільшення трудової міграції представників етносів, які раніше не мешкали на її території;
- репарація кримськотатарського населення;
- слабка інтегрованість ромської громади в український соціум;
- поширення міжетнічної нетерпимості каналами ЗМІ тощо [8, с. 8–9].

Але виборовши право на особисту свободу, українці прагнуть до визнання права кожного індивіда на збереження автономії.

Традиційно вітчизняні науковці-гуманітарії при аналізі архетипів української ментальності особливу увагу приділяють символам Матері-Землі, Козацької Волі та Святої Віри, що впливають на формування національного ставлення до праці. Географічне розташування України, сприятливі кліматичні умови для традиційного землеробства призвели до домінування селян як класу та активного впливу селянської культури господарювання на становлення менталітету. Починаючи з часів Трипільської культури, традиції хліборобства стали домінуючими при веденні господарства.

Економічні відносини вже за часів Київської Русі засновані на сімейному сільському господарстві та садибній торгівлі. Міста теж починають відігравати значну роль в обміні та торгівлі, зосереджуючи навколо себе промислові поселення. Разом з християнством, що пожвавило економічні стосунки з іншими державами, виникла традиція ярмаркової торгівлі. Правове регулювання соціальної, економічної, політичної сфери було системно відтворене вже в «Руській Правді».

До XVIII століття відбувається формування купецьких гільдій, що мають станово-корпоративний характер. На їхній основі виникає та швидко розвивається прошарок вітчизняних підприємців. Але економічна політика Російської імперії негативно впливала на національне господарювання, тому «український підприємець минулого постійно перебував під міцним контролем абсолютистської держави, що через систему державних монополій і прямих податків не тільки вилучало значну частину його доходів, але й визначало потрібні йому напрями, форми й обсяги підприємницької діяльності» [15, с. 91]. Згодом підприємці починають успішніше реалізувати себе в торгівлі.

Період козацької доби в історії українського народу сприяв формуванню протилежних селянському типу ментальності рис. Вони виникли на основі такого унікального етносоціального утворення, як козацтво і характеризуються пріоритетом сили, мужності, лицарства на противагу жіночності, стабільності, сталості. Розвиток та взаємодія двох протилежних культур одного народу на спільній території привело до формування унікального світогляду, в якому гармонійно поєдналися протилежні поняття: потяг до мандрів та відданість рідній оселі, прагнення до стабільності поряд із надзвичайною активністю та мобільністю тощо.

Прийняття християнства надало вагомому поштовху формуванню української народності, а згодом і нації та залученню її до європейського культурного процесу. Всесвітня православна релігія ніколи не протиставляла національним культурам універсальну модель духовного життя та побутових звичок. Взаємозв'язок національних та релігійних традицій дозволяє виокремлювати специфічність російського, українського, грецького православ'я тощо. Тому, незважаючи на історичні факти впливу політики Російської імперії на українські землі, доцільно розглядати специфіку саме українського православ'я як фактор формування національного менталітету. Реформації, а потім і Контрреформація в Європі вплинули на перехід представників вищої церковної ієрархії до Унії, що визвало обурення та незадоволення простих людей. Саме з цього періоду починається

становлення релігійної самосвідомості православного народу як реакції на поневолення та асиміляцію. Протистояння католицизму, до якого перейшла частина панівного класу українського суспільства, сприяло появі таких рис ментальності, «як соціальний та духовний егалітаризм та специфічний аскетизм, які великою мірою сформувалися ще у XVI-XVII сторіччях, продовжують зберігати свою вагу в майбутньому аж до самого сьогодні» [4, с. 294]. Отже, православні братства, які спиралися на міське міщанство, стають тими осередками, що відіграють значну роль у збереженні національної культури та релігії. Їхня діяльність набула певних протестантських рис: контроль діяльності церкви, опора на традиції, раціональність життя. Знову українці відіграють роль посередників між Сходом та Заходом. Особливо яскраво ці погляди прослідковуються в роботах Г. Сковороди («сродна праця» [13]), де емоційність та кордоцентризм національного менталітету, їхній вплив на ставлення до праці розглядаються як результат взаємодії православ'я (споглядального, аскетичного, містичного) та певною мірою західного раціоналізму. Наступна ліквідація автокефалії та денационалізація церкви деформують ментальні засади у ставленні українців до праці.

Зміна політичного режиму після Жовтневої революції, колективізація, індустріалізація та культурна уніфікація призвели до заміни релігійних чинників на ідеологічні та подальшого занепаду індивідуальної активності, поважного ставлення до приватної власності тощо. На західноукраїнських землях відбувалась дещо інша ситуація. Якщо в період появи уніанство розглядалось як засіб денационалізації українців, то до середини XX століття воно вже відіграє значну роль у збереженні національної культурної спадщини. Наприклад, на Галичині греко-католицизм сприяв корпоративно-підприємницькій діяльності, що будувалась на принципах субсидіарності та корпоративізму.

Отже, розподіл українських територій між імперіями, кріпацтво призвели до формування стереотипу, що українці — це нація тільки селян, та виникнення «комплексу меншовартості». Тому для формування національного етносу характерним є не тільки природний етнічний розподіл праці, а і зовнішній насильницький принцип закріплення господарської діяльності, що в подальшому заважатиме активній участі у розвитку капіталізму.

Повсякденна, фізично важка праця на землі в ментальному просторі проявилась як схильність до створення малих спільнот, що характеризувалися близькістю у відносинах, особистою симпатією, та не прагнули активного державотворення. Хуторянська структура

національного менталітету актуалізує принцип індивідуалізму, важливість автономії кожної людини. Не можна не погодитись з Л. Костюк, що індивідуалізм українців має глибокі історичні джерела «як ілюстрація тієї історичної ситуації, де людство духовно переросло примусові зв'язки, які накладаються на нього ззовні» [6, с. 38]. В роботах класиків вітчизняної гуманітарної науки та представників діаспори під впливом веберівських ідей про духовні чинники розвитку капіталізму роль менталітету нації у формуванні активної життєвої позиції людини, індивідуалізм розглядається як важливий чинник українського характеру. Так ще у творі «Дві руські народності» М. Костомаров наголошував, що традиційним для справжнього волелюбного українця є визнання влади тільки Бога [5]. Надалі вже В. Липинський вказує на егоцентризм, що став на заваді побудови власної держави, схильність до індивідуалістичного анархізму і «отаманщини», прикладами яких можна навести спроби політичних перетворень та боротьби на початку ХХ століття [10]. В своїй роботі «Нариси до історії української етнопсихології» В. Янів, відтворюючи ментальні особливості нашого народу, приділяє особливу увагу саме інтровертизму як головній рисі характеру українця та відносить його до індивідуалістичного культурного циклу [16]. Індивідуалізм в сфері організації самоуправління набуває рис громадоцентризму, де переважають зв'язки родини, сусідства, приятелювання, побратимства, якому властиві теплота, сердечність взаємин, але і недолік людиноздобувальної настанови до зовнішнього світу [9]. Взагалі, таке явище характерне для психологічної природи людини будь-якої національності. Малі групи створюють оптимальні умови для самореалізації особистості, кожний представник отримує можливість вплинути на колективне рішення, розширити сферу особистої активності. Так, поняття «networking» окреслює мережу знайомств («плетіння павутини» — знайомство з потрібними людьми) в західній культурі, що сприяють професійній кар'єрі та зростанню соціального визнання.

Наприклад, в Україні були проведені соціологічні дослідження про значення структури та складу персональних мереж жінок у малому бізнесі. Для аналізу ролі соціального капіталу та особливостей трансформації різних типів зв'язків на різних етапах розвитку малого бізнесу було застосовано підхід, що має назву мережний аналіз (social network analysis). Значення мереж взаємодії для економічної діяльності досить важливе, вони використовуються і для транслювання інформації, економії ресурсів, взаємного засвоєння «правил гри», формування репутації. «Мережі зв'язків є структурною основою

соціального капіталу і важливими, а інколи — визначальними для створення бізнесу та успішної підприємницької діяльності» [7, с. 228]. Як свідчить практика, мережна підтримка має різні форми (наприклад, сильні зв'язки): фінансову (стартовий капітал), психологічну (заохочення започаткування бізнесу), фізичну (допомога в підготовці приміщень). Слабкі зв'язки є визначальними для розвитку і розширення бізнесу. Вони використовуються жінками-підприємницями для поширення інформації про послуги, для розширення клієнтської бази, для вирішення проблемних моментів із державними установами тощо. Також важливим ресурсом і підтримкою для бізнесу можуть бути жіночі професійні організації, що формують і підтримують солідарність між власницями підприємств, відстоюють права жінок на ринку праці [7, с. 229]. При проведенні мережного аналізу було з'ясовано, що наявність соціального капіталу та різних типів персональних зв'язків сприяє успішності підприємницької діяльності.

Об'єднуючись в групи, люди прагнуть захистити свої інтереси, сьогодні на рівні держави вони набули регіонального забарвлення, тому поняття «клан» містить негативний зміст. Ще за часів козацтва, коли старшини обирали Гетьмана та впливали на його рішення, започаткувавши демократичні засади Козацької Січі, виникли традиції боротьби різних груп за вплив. Тому і сьогодні фінансово-промислові клани в країні мають свої центри формування влади та впливу на політику. Відсутність домінування однієї олігархічної групи сприяє функціонуванню багатопартійної системи та забезпечує демократичний розвиток. Культурно-політичні джерела виникнення сучасної структури українського суспільства беруть свій початок з первинних систем спорідненості: сім'ї, свояцтва, кумівства, побратимства, громад, земляцтв, що вплинули на ментальні засади та особливості господарювання.

Певна суперечливість ментальних архетипів потребує ретельного аналізу соціологічних та маркетингових досліджень цінностей сучасних українців для формування стратегій державотворення та правового регулювання діяльносної активності громадян. Так, у процесі дослідження Т. Примак, що проводилось в 2009 році, були виділені керівні (основні) цінності, до яких людина прагне у своєму житті, та інструментальні, за допомогою яких людина намагається досягти керівних. Отже, для українців найбільш важливою є цінність «безпека сім'ї». На другому місці опинилась цінність «відчуття щастя», на третьому — «свобода дій та думок». Всі вони більше наближуються до індивідуальних чинників. Дещо менш важливими є

«справжня дружба», «самоповага» та «незалежність (право самостійно приймати рішення)». Найменш важливою виявилася цінність «соціальна влада (управління іншими, вплив на людей)». Серед інструментальних — найважливішими стали «здоров'я та сім'я, родина». На другому місці опинилась «пошана до батьків і старших», на третьому — «успішність», «розумність» та «відповідальність». Досить низький результат мали — «випадковість, спонтанність», «популярність» і «релігійність». Найменш важливою стала цінність «покірність (підпорядкування владі, вищим за статусом особам, обов'язковість)». На думку Т. Примака, такий розподіл цінностей говорить про те, що в українців сильні родинні зв'язки, важливе відчуття дружи. Тому дуже сильними в бізнесі залишається «сімейність», відносини «сват-брат-батько-син», що може призводити до корумпованості. Практика роботи на підприємствах свідчить про наявність неформальних груп за принципом «друг/недруг», а індивідуалізм породжує таку рису, як «хуторянство» [11]. Характерними рисами приватних підприємців-чоловіків є відсутність скромності та висока амбіційність. Для жінок — це важливість успішності; родина, висока амбітність та відповідальність, вища, ніж у чоловіків, спонтанність. Українці вірять в свої сили та не очікують допомоги від інших, цінують особисту свободу та незалежність інших, характеризуються високим рівнем моральності [12]. Визначення таких цінностей сприяє розвитку підприємницької активності, але, з іншого боку, стоїть на заваді правового регулювання економічної сфери держави.

Історично у свідомості українців традиційне розуміння справедливості протиставлялося законам панів та іноземних поневолювачів, що заперечувало їхню раціональність, тому поняття «закон» і «мораль» були споконвічно розділені. Моральні норми конкретної спільноти виступали певними компенсаторами законслухняності, а до правових настанов держави ставлення було дещо відстороненим та недовірливим. За часів радянської влади насильницькі індустріалізація та колективізація негативно вплинули на українську культуру, повторюючи імперське минуле. Особливого значення в радянську добу набув ідеологічний фактор, комуністичні принципи, перевага колективного над індивідуальним майже зруйнувала традиційне ставлення українців до власності, прояву ініціативи в праці, прагнення особистої активності, самореалізації в роботі на себе. Саме у зазначеному історичному періоді ми знаходимо причини сучасних деформацій у сприйнятті нових економічних процесів, ринкових відносин. Але самоорганізаційні механізми в



соціальних групах (наприклад, підприємців) сьогодні сприяють формуванню власних інформаційних, комунікативних, грошових ресурсів тощо для підвищення конкурентних переваг в економічній діяльності. Така ситуація, з одного боку, викликає суперечності між громадянами та державою, а з іншого — сприяє активному регулюванню політико-правової сфери. Зростання орієнтації індивіда на особистий успіх є необхідною умовою підприємницької діяльності, але відсутність чітких меж у національному менталітеті між поняттями добро і зло, мораль і закон стає на заваді формуванню вільного ринку в Україні.

Чесність у відносинах з партнерами як головна умова цивілізованого будівництва ринкового господарювання сприятиме об'єднанню представників дрібних та середніх підприємств для захисту власних інтересів в конкуренції з великими монополістами. «Тільки під дією громадянського суспільства держава вимушена забезпечувати рівні та справедливі умови підприємницької діяльності» [1, с. 181]. На сучасному етапі економічного розвитку, як зазначалось вище, існують регіональні клани, що протистоять політичній монополії, але вони, як правило, захищають великих виробників. В країні спостерігається «провідна роль правлячої еліти (державної, партійної, економічної), яка проводить фрагментарно реформування в інтересах окремих груп, що призводить до ще більшого матеріального і соціального розшарування суспільства і втрати підтримки реформ народом» [3, с. 106]. Держава здійснює сьогодні суперечливу, популістську політику в галузі економіки: на словах проповідує свободу особистості, а на законодавчому рівні прагне авторитарного підпорядкування індивіда владі. Для представників середнього класу (формування якого продовжується) актуальним залишається консолідація за умов рівноправного соціального партнерства, що доповнюється індивідуальною активністю та чесною конкуренцією.

Подолання наслідків стрімкої зміни політичного режиму в державі та принципів господарювання, що базувалися на плановій економіці, вимагає переосмислення ролі ментальних засад, культурних стереотипів, які впливають на активізацію малого та середнього бізнесу. Соціальна, культурна, економічна орієнтації на зміну психологічних настанов та трудової мотивації діяльності громадян сприятимуть формуванню підприємництва як цілісної системи, що посідатиме міцну позицію в суспільстві та буде мати підтримку населення. Для цього не досить спиратись лише на генетичні архетипи та традиції господарювання, а необхідно створювати національну підприємницьку культуру, яка допоможе професійній самоідентичності визначить норми поведінки.

Норми та правила, що визначають стереотипи поведінки підприємців у господарській діяльності, формують ділову культуру та національний тип підприємництва, регулюють економічну активність. «До ділової культури належать: ціннісно-мотиваційне ставлення до праці; розуміння суті багатства; способи його досягнення; стереотипи споживання; стилі способу життя» [15, с. 86]. Для української нації характерним є ціннісно-раціональний тип господарської культури. Повертаючись до історико-географічних передумов виникнення підприємництва, треба вказати на домінування такого стереотипу, як захист (на протигагу нападу). В національному етносі сформувалась така соціальна політика, «що програмує суб'єктів соціальної динаміки на розгорнуту практичну діяльність, результатом якої, зазвичай, є збереження не логіки відносин між ланками світу, що матеріально забезпечує, а логіки міжособистісної безпеки, логіки захисту свого особистого простору від тих, хто в потенціалі здатний нанести будь-якої шкоди» [15, с. 91].

До сьогодення в суспільстві зберігається упередження проти підприємців, навіть аналіз літературної спадщини вказує на відсутність позитивних образів серед торговців та промисловців. Суспільні стереотипи, що пронизують історичну пам'ять народу сягають ранніх часів християнства, коли хитрість, вміння швидко пристосовуватись до обставин, лавірувати, прагнення матеріальної вигоди відносили до негативних рис на користь духовному аскетизму, консерватизму традиційного господарювання тощо. Для створення привабливого «образу підприємця» в суспільстві необхідно формувати відповідну ділову культуру, що стає нагальною потребою у зв'язку з глобалізацією економічної сфери, та організацію сприятливих психологічних умов для реалізації креативного потенціалу особистості, подолання кризових ситуацій. Підприємницька активність, що орієнтується на європейські зразки, має спрямовуватись не лише на покращення власного прибутку та статусу, а й на стабілізацію ринку праці, забезпечення економічного зростання країни.

Отже, формується такий висновок. Джерелом культурних особливостей національного господарювання та правового регулювання діяльності підприємців стають приклади функціонування українського козацтва, громадського місцевого самоврядування, церковного життя, що свідчать про домінування принципу індивідуалізму як механізму відтворення суспільної реальності в Україні. Релігійні інститути на українських землях не мали однорідного характеру, впливи православ'я, уніатства, протестантизму та католицизму в різні періоди історичного розвитку сформували наближені до західноєвропейських орієнтири суспільної, політичної та економічної активності особистості. Соціально-психологічні чинники формування національного менталітету сприяли виникненню

специфічних рис мешканців різних регіонів, але, як зазначається в роботах вітчизняних науковців, об'єднуючим фактором для українців було прагнення до індивідуальної свободи, толерантність, терпимість та життєва раціональність. Таким чином, свобода індивіда сьогодні як світоглядний орієнтир проявляється в суспільстві через демократичні перетворення в країні, свободу приватного підприємництва. Національною особливістю підприємницької активності стає поєднання особистих прагнень та потреб суспільства. В сучасному українському соціумі вагомий вплив на процеси розвитку підприємницької діяльності мають соціально-психологічні фактори, що генетично пов'язані з наявністю політичних та правових умов для створення ринкових інституцій.

## Література

1. Александрова О. Ментальність як основа єдності конкуренції і партнерства в державно-суспільному розвитку України / О. Александрова // Публічне управління: теорія та практика: збірник наукових праць Асоціації докторів наук з державного управління. — Х. : Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2011. — № 1 (5) — С. 178—185.
2. Візниця Ю. В. Національна ментальність та риси її українського виміру / Ю. В. Візниця // Український соціум : Науковий журнал. — 2010. — № 2. — С. 13—19.
3. Греков О. М. Специфіка вітчизняного національно-культурного типу підприємництва / О. М. Греков // Культура України : збірник наукових праць. — Харків : ХДАК, 2010. — Вип. 30. — С. 95—107.
4. Зибцев В. М. Українське православ'я і господарський менталітет / В. М. Зибцев, В. Ю. Попов // Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Соціологія і політичні науки. — Одеса : ОНУ ім. І. І. Мечникова, 2009. — Т. 14. — Вип. 13. — С. 293—300.
5. Костомаров Н. И. Две русские народности / Н. И. Костомаров. — К., Харьков : Майдан, 1991. — 72 с.
6. Костюк Л. Індивідуалізм української ментальності як суспільний феномен / Л. Костюк // Проблеми гуманітарних наук : Збірник наукових праць ДДПУ ім. І. Франка. — Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. І. Франка, 2011. — Вип. 27. Філософія. — С. 35—44.
7. Костюченко Т. С. «Жіночий» малий бізнес в Україні в період соціальних трансформацій / Т. С. Костюченко, Т. О. Марценюк // Вісник Львівського університету. Серія соціологічна. — Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2011. — Вип. 5. — С. 226—233.
8. Кривицька О. Проблема нетерпимості в українському суспільстві: стан та перспективи подолання / О. Кривицька // Наукові записки Інституту

- політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України. — 2010. — Вип. 3 (47). — С.6—14.
9. Кульчицький О. Світовідчуття українця / О. Кульчицький // Українська душа / Ред. В. Храмова. — К. : МП Фенікс, 1992. — 128 с.
  10. Липинський В. Листи до братів-хліборобів. Про ідею і організацію українського монархізму / Редактор Я. Пеленський. — К. : Київ-Філадельфія, 1995. — 470 с.
  11. Примак Т. О. Маркетингові дослідження української ментальності, або хто такий українець (I частина) / Т. О. Примак // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 5 (57). — С. 41—49 (вересень-жовтень).
  12. Примак Т. О. Маркетингові дослідження української ментальності, або хто такий українець (II частина) / Т. О. Примак // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 6 (58). — С. 35—44 (листопад-грудень).
  13. Сковорода Г. С. Вірші. Пісні. Байки. Діалоги. Трактати. Притчі. Прозові переклади. Листи / Упоряд., приміт. та вступ. ст. І. Іваньо. — К. : Наук. думка, 1983. — 542 с.
  14. Труш О. Толерантність як механізм саморегуляції поліетнічного суспільства / О. Труш, А. Червеняк // Публічне управління: теорія та практика : збірник наукових праць Асоціації докторів наук з державного управління. — Х. : Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2011. — № 4 (8) — С. 122—126.
  15. Ушно І. М. Соціокультурне регулювання ділової активності: український контекст / І. М. Ушно // Культура України : збірник наукових праць. — Харків : ХДАК, 2010. — Вип. 30. — С. 86—95.
  16. Янів В. Нариси до історії української етнопсихології / Упоряд. М. Шафовал. — 3-ге вид., стер. — К. : Знання, 2006. — 341 с.

*Анализируется влияние украинского менталитета, архетипов, исторических этносоциальных процессов, традиций и стереотипов нации на особенности отечественной предпринимательской активности и культуры.*

**Ключевые слова:** *предпринимательство, менталитет, этнос, нация.*

*The influence of Ukrainian mentality, archetypes, historical ethnosocial processes, traditions and stereotypes of nation on the feature of domestic enterprise activity and culture is analyzed.*

**Key words:** *enterprise, mentality, ethnos, nation.*

**Марченко Юрій Васильович** — докторант Національного інституту стратегічних досліджень, кандидат політичних наук.

*Рецензент: проф. Бебик В. М.*