

# У ПОШУКУ НОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯ В КОНТЕКСТІ ЗМІНИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПАРАДИГМИ

©2026 Білозубенко В. С., Нагорянський М. А., Вербас Д. В., Товт Ю. М., Жидик А. І.

УДК 330.341.1:334.72  
JEL: B41; L26; O31

**Білозубенко В. С., Нагорянський М. А., Вербас Д. В., Товт Ю. М., Жидик А. І.**  
**У пошуку нової концепції підприємця в контексті зміни економічної парадигми**

Підприємець є головною дійовою особою капіталістичної економічної системи. Сучасний етап еволюції підприємництва має значну специфіку, зумовлену парадигмальними зрушеннями в економіці, розширенням поля підприємницької активності та ще більшою орієнтацією на інновації. Тому метою роботи є окреслення нових сфер сучасного підприємництва та контурів оновлення концепції підприємця. У ході дослідження виконано загальний аналіз еволюції підприємництва. Виокремлено основні підприємницькі революції, поступові зміни в розумінні ролі підприємця. Окрему увагу приділено витокам і основним ідеям Й. Шумпетера щодо концепції підприємця-новатора. Простежено перетворення підприємництва та зміну його розуміння у другій половині ХХ ст. і до початку ХХІ ст. З огляду на це, визначено особливості підприємницького підходу до вирішення проблем суспільства, а також контекст сучасного підприємництва (ускладнення інституційних та економічних умов, зростання невизначеності тощо). Наголошено на посиленні підтримки підприємництва з боку урядів, що свідчить про прагнення до зміцнення та використання його потенціалу. Визначено основні зміни економічної парадигми (перехід до сталого розвитку; трансформація виробничих систем, ланцюгів постачання, моделей споживання; загальна екологізація та ресурсозбереження; посилення людиноцентричної моделі економіки та ін.), що супроводжується розширенням відповідальності бізнесу. Звертається увага на появу нових сфер підприємництва (сталий розвиток, біотехнології, нанотехнології, штучний інтелект, аугментація людини, зміна соціально-економічної організації, освоєння космосу), що дозволило визначити особливості сучасних сфер діяльності. Враховано якісні зміни сучасного підприємця під впливом глобалізації, що породжує глобальний підприємницький процес. Окреслено низку перетворень постаті підприємця, пов'язаних із новаторською творчістю, наявністю ціннісної домінанти, орієнтацією на трансформацію, прагненням до прогресу, спрямованістю на перетворення природи, посиленням соціальної відповідальності та просоціальності бізнесу. На цій основі зроблено висновок про виникнення нової концепції підприємця-творця, яку передбачається розробляти надалі.

**Ключові слова:** підприємництво; еволюція; підприємець; концепція; інновації; економічна парадигма.

**Табл.:** 1. **Бібл.:** 39.

**Білозубенко Володимир Станіславович** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин, Університет митної справи та фінансів (вул. Володимира Вернадського, 2/4, Дніпро, 49000, Україна)

**E-mail:** [bvs910@gmail.com](mailto:bvs910@gmail.com)

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0003-1269-7207>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/V-9965-2018>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211386386>

**Нагорянський Микола Анатолійович** – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин, Університет митної справи та фінансів (вул. Володимира Вернадського, 2/4, Дніпро, 49000, Україна)

**E-mail:** [n.nagoryanskiy@gmail.com](mailto:n.nagoryanskiy@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0000-5396-1305>

**Вербас Денис Віталійович** – аспірант кафедри міжнародних економічних відносин, Університет митної справи та фінансів (вул. Володимира Вернадського, 2/4, Дніпро, 49000, Україна)

**E-mail:** [kaf\\_mev@ukr.net](mailto:kaf_mev@ukr.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0008-8897-6505>

**Товт Юрій Михайлович** – доктор філософії, докторант кафедри міжнародних економічних відносин, Університет митної справи та фінансів (вул. Володимира Вернадського, 2/4, Дніпро, 49000, Україна)

**E-mail:** [km\\_13\\_15@ukr.net](mailto:km_13_15@ukr.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-6330-2038>

**Жидик Андрій Іванович** – кандидат економічних наук, докторант кафедри міжнародних економічних відносин, Університет митної справи та фінансів (вул. Володимира Вернадського, 2/4, Дніпро, 49000, Україна)

**E-mail:** [znakom2015@ukr.net](mailto:znakom2015@ukr.net)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0009-1952-3200>

UDC 330.341.1:334.72  
JEL: B41; L26; O31

**Bilozubenko V. S., Nahorianskyi M. A., Verbas D. V., Tovt Yu. M., Zhydyk A. I. In Search of a New Conception of the Entrepreneur in the Context of an Economic Paradigm Shift**

The entrepreneur is the main actor in the capitalist economic system. The current stage of the evolution of entrepreneurship has significant specificities caused by paradigmatic shifts in the economy, the expansion of the field of entrepreneurial activity, and an even greater focus on innovation. Therefore, the aim of the article is to outline the new spheres of modern entrepreneurship and the contours of updating the conception of the entrepreneur. In the course of the study, a general analysis of the evolution of entrepreneurship is performed. The main entrepreneurial revolutions and gradual changes in understanding the role of the entrepreneur are highlighted. Special attention is paid to the origins and main ideas of J. Schumpeter's conception of the innovator-entrepreneur. The transfor-

mation of entrepreneurship and the change in its understanding in the second half of the 20th century up to the beginning of the 21st century are traced. Given this, the features of the entrepreneurial approach to solving societal problems, as well as the context of modern entrepreneurship (the increasing complexity of institutional and economic conditions, growing uncertainty, etc.), are determined. Emphasis is placed on the growing government support for entrepreneurship, which indicates a desire to strengthen and utilize its potential. The main changes in the economic paradigm (transition to sustainable development; transformation of production systems, supply chains, and consumption models; general greening and resource conservation; strengthening of the human-centric economic model, etc.), accompanied by the expansion of corporate responsibility, are identified. Attention is drawn to the emergence of new spheres of entrepreneurship (sustainable development, biotechnology, nanotechnology, artificial intelligence, human augmentation, changes in socioeconomic organization, and space exploration), which made it possible to determine the features of modern fields of activity. The qualitative changes in the modern entrepreneur under the influence of globalization, which generates a global entrepreneurial process, are taken into account. A number of transformations of the entrepreneur figure associated with innovative creativity, the presence of a value dominant, a focus on transformation, a striving for progress, a focus on transforming nature, and the strengthening of social responsibility and the pro-sociality of business are outlined. Based on this, a conclusion is drawn regarding the emergence of a new conception of the creator-entrepreneur, which is expected to be developed further.

**Keywords:** entrepreneurship; evolution; entrepreneur; conception; innovations; economic paradigm.

**Tabl.: 1. Bibl.:** 39.

**Bilozubenko Volodymyr S.** – D. Sc. (Economics), Professor, Professor of the Department of International Economic Relations, University of Customs and Finance (2/4 Volodymyr Vernadsky Str., Dnipro, 49000, Ukraine)

**E-mail:** bvs910@gmail.com

**ORCID:** <http://orcid.org/0000-0003-1269-7207>

**Researcher ID:** <https://www.webofscience.com/wos/author/record/V-9965-2018>

**Scopus Author ID:** <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57211386386>

**Nahorianskyi Mykola A.** – Postgraduate Student of the Department of International Economic Relations, University of Customs and Finance (2/4 Volodymyr Vernadsky Str., Dnipro, 49000, Ukraine)

**E-mail:** n.nagoryanskyi@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0000-5396-1305>

**Verbas Denys V.** – Postgraduate Student of the Department of International Economic Relations, University of Customs and Finance (2/4 Volodymyr Vernadsky Str., Dnipro, 49000, Ukraine)

**E-mail:** kaf\_mev@ukr.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0008-8897-6505>

**Tovt Yurii M.** – PhD, Candidate on Doctor Degree of the Department of International Economic Relations, University of Customs and Finance (2/4 Volodymyr Vernadsky Str., Dnipro, 49000, Ukraine)

**E-mail:** km\_13\_15@ukr.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-6330-2038>

**Zhydyk Andrii I.** – PhD (Economics), Candidate on Doctor Degree of the Department of International Economic Relations, University of Customs and Finance (2/4 Volodymyr Vernadsky Str., Dnipro, 49000, Ukraine)

**E-mail:** znakom2015@ukr.net

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0009-1952-3200>

---

Із зародженням капіталізму підприємець став головною дійовою особою економічної системи, приводячи її в рух приватною ініціативою, прагненням до ефективного використання ресурсів і примноження капіталу. Економічна еволюція, з одного боку, супроводжувалася, а з іншого – була зумовлена трансформацією самого підприємництва, що пов'язано з появою нових сфер, у яких концентрувалася підприємницька активність і створювалися інновації, які спричиняли зміни. Це розширювало роль підприємництва в розвитку людства, що неминуче відображалось в економічній думці, де постаті підприємця почало відводиться центральне місце.

Парадигмальні зрушення в економіці, що відбуваються в останні десятиліття, зумовлені необхідністю вирішення соціальних проблем, подолання ресурсних та екологічних викликів, пов'язані з прогресом технологій тощо, супроводжуються відповідними перетвореннями підприємництва. Сучасний етап його розвитку має значну специфіку,

зокрема пов'язану з новим полем підприємницької активності, посиленням орієнтації на інновації (наукомісткі, високотехнологічні), спрямованістю творчості підприємця, що не тільки змінює його місце в економічній системі, а й впливає на відносини людства з природою. Це зумовлює необхідність оновлення й уточнення сучасної концепції підприємця.

Концептуалізація підприємництва залишається важливим питанням у сучасній економічній думці з огляду на розширення його сфер і ролі в економіці [1]. Академічний інтерес до підприємництва тільки зростає, охоплюючи не лише проблематику бізнесу й суто економічні питання, а й соціальні, екологічні та культурні аспекти. Тому теоретичний базис досліджень підприємництва став міждисциплінарним, враховує різноманіття моделей і сфер підприємництва, різні контексти, глобальні виклики, соціально-економічні та технологічні зміни [2].

Активність підприємців не просто визнається значущою – вона стає ще більш важливою з погляду сталого економічного зростання [3]. Це підтверджується визнаними моделями економічного зростання, які зосереджують увагу на інноваціях як його головному чиннику [4]. У сучасних умовах економічне зростання, на що звернув увагу Й. Шумпетер, постає як процес постійного «творчого руйнування», в основі чого лежить роль підприємця, який ініціює та створює інновації [5]. Сфера інноваційного підприємництва, яке отримало назву шумпетеріанського, неухильно розширюється, охоплюючи нові й часто більш складні сфери, що зміцнює його роль в економіці [6]. Інновації, своєю чергою, стають різноманітнішими внаслідок глобальних викликів, технологічних змін та інших чинників, що також впливає на ландшафт підприємництва [7]. Це вимагає комплексного підходу до дослідження підприємництва, не обмежуючись, наприклад, лише швидкозростаючими фірмами, а охоплюючи весь спектр проявів такої активності [8].

Останніми десятиліттями одним із найпотужніших чинників розвитку підприємництва були технології. Ще у ХХ ст. мегатрендом стало дослідження технологічного підприємництва, увага до якого лише посилюється й на початку ХХІ ст. [9]. Окрім використання високих технологій, таке підприємництво має відрізнитися вираженою орієнтацією на інновації та рівнем складності створюваних продуктів (послуг). Поєднання технологій і підприємницької активності задає вектори структурних змін економіки, формуючи її нові галузі та підгалузі [10].

Потрібно сказати і про те, що сфера технологічного підприємництва розширюється неухильно. Окремим великим напрямом стало цифрове підприємництво [11], яке поширюється і значно впливає на інші галузі [12].

У контексті глобальних викликів підприємництво переосмислюється та розглядається не лише з точки зору отримання прибутку, а все більше – як засіб створення соціального та екологічного впливу, що дістало назву *імпакт-підприємництво* (*Impact Entrepreneurship*) [13]. Підприємницький підхід широко застосовується для розв'язання соціальних і екологічних проблем, що привело до появи так званого соціального підприємництва. У прагненні забезпечити позитивні зміни у світі соціальні підприємці теж часто генерують інновації, сприяючи суспільному розвитку [14]. Соціальне підприємництво еволюціонує і стає більш різноманітним, поєднуючи економічну продуктивність із соціальною та екологічною спрямованістю. Критично важливими для ефективної

реалізації та масштабування його проектів стали цифрові технології [15].

Оцінюючи масштаби якісних змін, можна говорити про вихід підприємництва за межі комерції, посилення соціальних імперативів. Це відповідає вектору сталого розвитку, який в усіх його складових (економічній, соціальній та екологічній) пов'язаний зі значними перетвореннями і оновленням [16]. Тому з переходом до сталого розвитку інноваційна спрямованість підприємництва лише посилюється [17]. «Зелені» (екологічні) інновації стають елементом економічної системи та механізму її зростання [18]. Через появу нових сфер сучасне підприємництво набуває нових особливостей, нових якостей і складових, охоплюючи риси та цінності підприємця, його ініціативність і відкритість до нового, креативність, готовність до прийняття інших ризиків тощо [19]. З огляду на це, сучасна теоретична концепція підприємця недостатньо повно враховує ці зміни.

**Мета** роботи – окреслити нові сфери сучасного підприємництва та представити контури оновлення концепції підприємця.

**Виклад основного матеріалу.** Підприємництво зародилося в давнину, насамперед у сфері комерції, та еволюціонувало разом із прогресом цивілізації. У Середні віки активно розвивалися торгівля та ремесла. В епоху Відродження з'явилася низка технологій, мануфактури, банківські та кредитні системи, торговельні республіки, що також сприяло еволюції підприємництва. Значний поштовх його розвитку дали Великі географічні відкриття, у часи яких підприємців почали сприймати як авантюристів-мореплавців, першовідкривачів, колонізаторів та торговців, які активно впроваджували інновації. У цей період також виникли перші транснаціональні структури підприємницького спрямування. Таким чином підприємець уперше опинився в центрі економічного процесу як організатор і керівник торгівлі, посередник між виробниками та суспільством, що діє на власний ризик. Надалі промислові революції, які супроводжувалися масштабними соціально-економічними змінами, зробили підприємця ключовою силою технологічного прогресу, структурних перетворень та економічного зростання. Розуміння підприємництва розширилося: крім торговця, підприємець почав сприйматися як інвестор, технічний фахівець, організатор виробництва. Ще більше уваги стали приділяти впровадженню інновацій, тепер уже промислового характеру. Підйом промислового капіталізму привів до появи складніших структур і організаційно-правових форм підприємств, розділення ролей власника та менеджера, які також по-

чали розглядатися як учасники підприємницької діяльності. Соціальна мобільність та зміна структури суспільства зробили менеджерів-виробників частиною середнього класу [20].

**В**еликі підприємницькі революції супроводжувалися не лише підйомом, а й змінами постаті підприємця, перетворенням його на важливого учасника соціально-економічного життя. Відповідно оновлювалось і його розуміння в економічній думці. Класична теорія, що сформувалася у XVIII–XIX століттях, почала розглядати підприємця з точки зору дій у межах ринкового механізму, особливих якостей, прийняття ризику, прагнення до прибутку та збільшення капіталу, ролі у координації факторів виробництва, організації та управління комерційним, а згодом і промисловим підприємством. Почали широко враховуватися підприємницькі компетенції, у тому числі у сфері розробки та використання нових технологій, на що звертали увагу Д. Рікардо, Ж.-Б. Сей та К. Маркс [21]. Дослідження історичної ретроспективи свідчить про те, що підприємець – це «продукт» конкретної економіки.

Чергову революцію в підприємстві було здійснено на початку ХХ ст. також у контексті технологічних змін і еволюції капіталізму. Підприємець (капіталіст), володіючи особливим набором якостей і прагнень, став головною фігурою цієї економічної системи. Так, В. Зомбарт описував різні типи підприємців, їхній особливий дух завойовника й організатора, рішучість, енергію, уяву, інтуїцію та інші здібності [22], які в сукупності зробили їх рушійною силою капіталізму. У руслі цих ідей виникла домінуюча сьогодні концепція Й. Шумпетера, який побачив у підприємцеві не просто організатора підприємства, а новатора, що створює «нові комбінації факторів виробництва». Інновації (нові продукти, процеси, джерела сировини, ринки збуту чи організаційні форми в галузі) стали основною точкою концентрації підприємницької енергії, а підприємець – рушієм економічного розвитку. Сам цей процес почали розуміти як «творче руйнування», що відбувається циклічно під впливом хвиль інновацій [23]. Й. Шумпетер також звертав увагу на особливі здібності підприємця-новатора, його уяву, ініціативу, волю, підкреслюючи його функцію як агента змін («творчого руйнування»), який забезпечує зв'язок науки та винахідництва з економікою. Центральною ідеєю стало створення інновацій, а інноваційне підприємництво – основою економічного розвитку, що проявилось у більшості країн світу і змінило суспільно-політичне сприйняття сучасного підприємництва [24; 25]. Як відомо, у пізніший період Й. Шумпетер гово-

рив про рутинізацію та бюрократизацію інновацій, зниження ролі підприємців і заміщення їх класом інтелектуалів. Такі погляди були цілком закономірними з огляду на домінування великих компаній у середині ХХ ст., що відображено також у працях, наприклад, Дж. К. Гелбрейта та П. Друкера.

Однак з 1950–1970-х рр. через проблеми бюрократії, навіть усередині великих компаній, почало виникати корпоративне підприємництво, яке впроваджувало відповідні підходи до розроблення, освоєння та просування інновацій на ринок. У другій половині ХХ ст., виходячи з необхідності швидко й гнучко пристосовувати виробництво до нових запитів, особливо в контексті індивідуалізації та підвищення якості попиту, функція підприємництва відродилася. Вона була потрібна насамперед для освоєння високоризикових нововведень. «Економіка підприємців» не лише відновилася, а і почала домінувати у інноваціях, охоплюючи дедалі ширший спектр галузей, зокрема пов'язаних з високими технологіями.

**У** зв'язку з цим виник новий погляд на підприємництво як процес відкриття, оцінювання та використання можливостей, пов'язаних насамперед з інноваціями. Так, продовжуючи ідеї австрійської школи й особливо Ф. фон Гаєка, І. Кірцнер представив підприємця як того, хто відкриває нові можливості (*entrepreneur as discoverer*) отримання прибутку в умовах конкуренції, що відроджувало шумпетеріанські погляди [26]. П. Друкер безпосередньо пов'язував підйом підприємництва після Другої світової війни з інноваціями, особливо підкреслюючи роль малого бізнесу як їхнього головного джерела [27]. Взагалі роль малого інноваційного бізнесу істотно розширилась завдяки його природним особливостям, перевагам гнучкості, готовності до підвищеного ризику, швидкості переорієнтації та освоєння нововведень із меншими витратами. Завдяки цьому такий бізнес, фокусуючись на інноваціях, став доповнювати великі компанії в економічному процесі (У. Баумоль [28]).

У. Баумоль обґрунтував вирішальне значення інституційних умов, які значною мірою визначають, на що саме буде спрямована енергія підприємців і чи буде підприємництво продуктивним, непродуктивним або руйнівним [29]. Це дало змогу виявити, які саме інститути можуть дати поштовх інноваційному підприємству (насамперед спрямовані на захист прав власності та стимулювання конкуренції). З іншого боку, стало очевидно, що підприємці самі значною мірою змінюють «правила гри» і створюють нові інституційні системи, що також тісно пов'язано з інноваціями [30].

На межі ХХ–ХХІ ст. з'явилися передумови нової революції, яка пов'язана з переходом від «управлінської економіки» (*managed economy*) до «підприємницької економіки». Це відобразило чергове переосмислення та зростання значущості децентралізованої ініціативи та інноваційної орієнтації, супроводжуючись розширенням ролі малого бізнесу (стартапів). Підприємці вже в новому ключі почали розглядатися як носії знань і агенти змін, але вже в нових умовах («новій економіці») [31]. Знову посилилася увага до індивідуальних здібностей підприємців, але з більшою увагою до психології, мотивації, особливостей поведінки, схильності до ризику, лідерства, креативності тощо [32]. Потрібно враховувати, що в сучасних умовах піднесенню інноваційного підприємництва значно сприяє цілеспрямована державна політика [33].

Отже, у ході тривалої еволюції підприємництва сформувалася розгалужена традиція його дослідження, яка виходить за межі економічної думки. Багат шаровість і множинність напрямів сучасної теорії підприємництва свідчать про її поетапне формування, а також про складність, багатоаспектність і багатоцільовий характер цього явища. Розуміння підприємництва, особливо інноваційного, залишається однією із основ пояснення сучасної капіталістичної економіки. Підприємець уже давно не постає як «безлика» функція, а розуміється як складний творчий суб'єкт, наділений власними цілями, ідеями, баченням світу, унікальним набором якостей. На нашу думку, провідними є не раціональний розрахунок, а енергія (пасіонарність), ініціатива, проактивність, далекоглядність підприємця, його прагнення до нового, здатність придумувати нововведення та втілювати їх у життя.

Сучасна теорія підприємництва розвивається переважно в межах шумпетеріанської доктрини, яка водночас залишається фундаментом розуміння економічного розвитку. Зберігаючи актуальність, шумпетеріанство стало основою для домінантних сьогодні моделей зростання, які охопили появу комп'ютерів, поширення інтернету, сучасних стартапів та різноманітні інкрементальні технологічні зміни [24]. Водночас ці моделі більшою мірою приділяють увагу інноваціям, а не підприємству, часто ігноруючи його ключові елементи: дії в умовах невизначеності, готовність до ризику, суб'єктивні оцінки, унікальні рішення, помилки тощо [34]. Іншими словами, роль підприємця враховується недостатньо, хоча, як показує історія, вона є важливою для появи та поширення інновацій, особливо проривних. Тому для того, щоб у моделях зростання релевантно врахувати головне

джерело нововведень, у них необхідно повернути реального підприємця [25].

Еволюція підприємництва та поява концепції підприємця-новатора є свідченням розвитку людського розуму, креативності, кмітливості, винахідливості та сили духу. Підприємці відіграли та продовжують відігравати одну з ключових ролей в історії людства, будучи рушійною силою прогресу технологій та економічного розвитку. Запит на підприємництво посилювався в міру появи нових потреб людини та проблем суспільства. І сьогодні підприємництво продовжує розглядатися як «шлях» розв'язання складних викликів, що сформувався еволюційно в результаті прогресу цивілізації. У цьому контексті підприємництво розглядається як прояв ініціативи, новаторства та практичних дій, спрямованих на подолання актуальних труднощів. Підприємницький підхід, пов'язаний із точним виявленням «вузьких місць», незадоволених потреб, нових можливостей і створенням на цій основі споживчої цінності, залишається основою розв'язання людських проблем і забезпечення прогресивних змін. Роль підприємців залишається незамінною, зокрема через неспроможність держави виявити й у достатньому обсязі задовольнити деякі потреби суспільства. У контексті наявних викликів, що постають сьогодні перед людством, інтерес до підприємця повертається саме як до джерела нового бачення, ризикованих рішень, нестандартних ідей, утілених в інновації. Складність проблем, які посилюють запит суспільства на зміни, підвищує вимоги до підприємця, змушує його розширювати систему власних компетенцій, бути готовим до масштабних і ризикових проєктів, більш творчо орієнтованим і відповідальним перед суспільством за результати діяльності.

У цій роботі розглядається підприємництво, зосереджене на створенні інновацій (нові споживчої цінності), що є головним шляхом максимізації прибутку на протипагу рентному. В основі цього лежить здатність підприємця знайти нову ідею, створити інновацію, забезпечити її виведення та просування на ринку. У зв'язку з цим важливими є такі його якості, як: незалежність в оцінках, схильність до новаторства, передбачення (проактивність), готовність до підвищеного ризику, використання всіх потенційних і створення нових можливостей, агресивна конкурентна поведінка та вплив на економічне середовище. Часто це супроводжується нетиповим способом ухвалення рішень, вибором напрямів і стратегії діяльності. Традиційне (консервативне) та спекулятивне підприємництво не розглядається, оскільки воно не чинить такого впливу на економіку. Також роз-

глядається продуктивне (конструктивне) підприємство, яке, на відміну від непродуктивного та деструктивного, несе в собі зростання суспільного блага [29].

Порівняно з попередніми періодами контекст сучасного підприємництва включає: кліматичні виклики, екологічні проблеми, обмеженість природних ресурсів, що зумовлює перехід до сталих моделей; технологічні зміни, пов'язані з автоматизацією, цифровізацією, інтелектуалізацією, появою нових джерел енергії та ін.; загострення соціальних проблем, пов'язаних із безробіттям, нерівністю, міграцією. Відповідно до цього ускладнюються інституційні умови підприємництва, які реалізують більш жорсткі вимоги, а також умови економічні, пов'язані із уповільненням темпів зростання, звуженням попиту, загостренням конкуренції, посиленням нестабільності тощо. Прискорення процесів і зростання невизначеності призводять до скорочення горизонту планування, що є критичним для розробки інновацій. З іншого боку, розширюється підтримка з боку урядів, удосконалюються екосистеми підприємництва, охоплюючи його зв'язки з університетами, розвивається венчурне інвестування, бізнес-інкубатори й інша інноваційна інфраструктура. Це свідчить про прагнення до цілеспрямованого зміцнення та використання підприємницького потенціалу, застосовуючи його до активізації економіки та розв'язання проблем суспільства.

**Н**еобхідно відзначити такі основні зміни економічної парадигми [35; 36]: 1) перехід до сталого розвитку та цілісного бачення добробуту, що охоплює виробництво, споживання, економічну організацію, форми колективного життя, «зелену» енергетику, регенерацію природних і створення нових екосистем; 2) трансформацію виробничих систем, ланцюгів постачання, моделей і патернів споживання в контексті переходу до сталості; 3) загальну екологізацію та ресурсозбереження виробництва завдяки новим технологіям, розширення систем із замкненим циклом, заміщення природних ресурсів, застосування нових матеріалів; 4) збалансування цілей і логіки капіталізму із завданнями сталого розвитку, першочергове розв'язання соціальних проблем і переосмислення наявного способу життя з акцентом на максимізації споживання; 5) посилення людиноцентричної моделі економіки, орієнтація на індивідуальні потреби клієнтів, розвиток людського потенціалу, розширення прав і можливостей, а також поліпшення якості життя в цілому; 6) зміну соціально-економічної організації переважно на основі цифрових технологій, онлайн-платформ, мережеских моделей, нових форм праці та співпраці, нових фінансових моделей тощо.

Багато в чому передумовою цих змін є технологічна модернізація виробництва, інфраструктури, міських системи тощо з акцентом на цифровізацію, автоматизацію, імітацію інтелекту, створення нових систем управління. Тобто відбувається трансформація базових принципів і моделей економіки під впливом глобальних викликів, що супроводжується розширенням відповідальності бізнесу в контексті переходу до сталості. Останніми роками це часто описується як ESG-принципи, тобто концепція переходу бізнесу до сталого розвитку, яка передбачає: екологічну (E) та соціальну відповідальність (S) і прозоре корпоративне управління (G). Втім, запит на підприємницький підхід до розв'язання проблем і на роль підприємця-новатора не зменшується.

Тому необхідно звернути увагу на нові сфери підприємництва, які відображають специфіку сучасного етапу його розвитку, нові горизонти розширення активності, де реалізується роль підприємця (табл. 1).

У межах перелічених у табл. 1 сфер підприємці відкривають абсолютно нову арену дій, де згодом виникають продукти та ринки. Підприємництво залишається важливим двигуном трансформації економіки, однією з потужних сил створення інновацій, які, з одного боку, змінюють життя людей, а з іншого – формують конкурентоспроможність і комерційні результати бізнесу. Переорієнтація на нові сфери свідчить про піонерний і проривний характер сучасного підприємництва, збереження першості в ініціюванні змін і вказує на контури його подальшої еволюції. Представлені галузі загалом вписуються в логіку шумпетеріанства та створюють «точки» економічного зростання з «творчим руйнуванням», яке, крім іншого, орієнтоване на заміщення природного тим, що створено творчістю людини та має принципово нові властивості.

**У** цьому контексті потрібно виділити низку особливостей. Перш за все, *всі зазначені вище нові сфери підприємництва пов'язані з передовими технологіями*. Це обумовлено не тільки технологічним прогресом, а і розширенням спроможності самих підприємців працювати з більш складними технологічними досягненнями, які раніше були прерогативою лише наукових лабораторій. Наприклад, це досягнуто завдяки розвитку університетського підприємництва, стартапів на базі наукових організацій, удосконаленню екосистем інновацій та появі центрів спільного використання обладнання. З іншого боку, діяльність у межах нових технологічних напрямів неможлива без нарощування рівня підготовки (компетенцій) самого підприємця, його творчого потенціалу. Це

## Стисла характеристика нових сфер підприємництва

Сфера	Особливості орієнтації підприємництва
Сталий розвиток	Спрямоване на створення та поширення нових технологій, продуктів, послуг, моделей організації, які сприяють переходу до сталого розвитку. Орієнтоване на розв'язання еколого-економічних і соціальних проблем за допомогою (сталих) інновацій, що змінюють економічні системи, організацію життя людей і взаємодію з природою
Біотехнології	Пов'язане з розробкою та/або використанням сільськогосподарських, морських, промислових, екологічних, харчових, санітарних технологій, застосуванням результатів синтетичної біології. Передбачає широкий спектр інновацій, пов'язаних із забезпеченням біоресурсів
Нанотехнології	Пов'язане із застосуванням нанотехнологій у різних галузях економіки, охоплюючи: медицину, енергетику, матеріали та компоненти, пакування, інструменти, обладнання. Передбачає впровадження інновацій, які дозволяють керувати речовиною на нанорівні, створюючи нові властивості матеріалів та виробничі можливості
Імітація інтелекту	Пов'язане з розробкою та застосуванням технологій штучного інтелекту (ШІ), які розширюють можливості цифрових технологій в управлінні, дозволяють створювати нові сервіси й обслуговувати клієнтів
Аугментація людини	Орієнтоване на перетворення людини як біологічної істоти, що включає інновації, пов'язані з подоланням обмежень і покращенням її фізичних, когнітивних і комунікаційних здібностей (індивідуального рівня) за допомогою технологій або медичних втручань, розвитком людського потенціалу в цілому. Пов'язано з біоакінгом, медичними та біотехнологіями доповнення людини (біонічні протези, екзоскелети, нейропротезування, нейронні імпланти, різні імпланти тощо)
Зміна соціально-економічної організації	Ґрунтується на використанні сучасних цифрових технологій та платформ, охоплюючи: забезпечення взаємодії людей, доступу до інформації (знань, інструментів); організацію життєдіяльності спільнот, особливо в містах; зміну способу надання фінансових, освітніх, медичних та інших послуг, організацію транспортних послуг; забезпечення віддаленої зайнятості та спільної роботи тощо. Передбачає демократизацію можливостей при досягненні індивідуалізації й автономії
Освоєння космосу	Пов'язане з комерційним використанням космосу, виробництвом суміжної продукції та наданням послуг. Охоплює різні напрями бізнесу: запуск ракет, космічний туризм, створення супутників, супутникові сервіси, обробка космічних знімків тощо, що засновані на інноваційних технологіях (багаторазові ракети, мінісупутники, ШІ тощо)

Джерело: розроблено авторами на основі [11; 12; 16; 17; 35–37].

важливо, оскільки використання технологій орієнтоване на те, щоб дати відповідь існуючим викликам і «спроєктувати» майбутнє. Також важливою особливістю є *масштаб сучасного підприємництва*. Так, завдяки сучасним комунікаційним технологіям, фінансовій та транспортній системам підприємець може охопити не лише національний ринок, а і легко проникати на закордонні ринки.

Історично підприємництво розвивалося в тісному зв'язку з інтернаціоналізацією економіки та глобалізаційними процесами. Не заглиблюючись в основи та наслідки цього, хотілося б зазначити, що глобалізація якісно змінила сучасного підприємця, який: 1) орієнтований на інтенсивну комунікацію та абсорбцію знань зі світового простору, охоплюючи як технологічні, так і ринкові знання; 2) приймає активну участь у міжнародному співробітництві, глобальних виробничих ланцюжках та

інноваційних мережах, що стало частиною діяльності не лише великих компаній; 3) залучає таланти з різних країн, створює творчі колективи та спільноти для роботи над інноваційними проектами; 4) готовий до діяльності на національних і різних міжнародних (світових) ринках в умовах відкритої конкуренції з домінуванням інноваційних факторів. Останніми десятиліттями підприємництво перестало бути прерогативою тільки розвинених країн і завдяки глобалізації стало воістину світовим феноменом, зокрема в плані інновацій [37]. При цьому підприємці, навіть невеликі стартапи, діють у межах глобальних трендів і викликів, вирішуючи спільні для всього людства проблеми. Пропонуючи глобальні інновації, бізнес легко переміщується між країнами, масштабує свою діяльність, включається в мережеве партнерство. Це перетворює підприємця на мережевого актора («гравця») і породжує глобальний підприємницький процес.

Спираючись на доктрину Й. Шумпетера, враховуючи зміни економічної парадигми та появу нових сфер підприємництва, необхідно окреслити низку перетворень постаті підприємця. *По-перше*, чинниками, що формували його суб'єктність, традиційно розглядалися особисті якості та властивості, наприклад: активність, енергійність, ініціативність, комерційне чуття, готовність до ризику, нестандартність мислення, схильність до новаторства тощо. Це зберігає свою актуальність, проте визначальною якістю стає здатність до новаторської творчості, яка набуває нової значущості та якісного рівня. Вона стає місією, лейтмотивом власної «гри», екзистенцією сучасного підприємця, його особливим способом буття, пов'язаним з особистим вибором, свободою, баченням світу, пошуком сенсу, вищими прагненнями. В основі новаторської творчості обов'язково лежать: якісно інше мислення – піонерне, масштабне, стратегічне, що поєднує минуле, теперішнє та майбутнє; власні великі ідеї та реальні досягнення, спрямовані на розв'язання найважливіших проблем людства; бачення не лише нових горизонтів, а загальної картини обмежень і перешкод. Новаторська творчість є проявом особливого дару – здатності створювати принципово нове. У цьому підприємець перевершує себе, розкриває свій потенціал, а не прагне пригнічувати потенціал інших. Він опиняється над ustalеними традиціями, мораллю та системами [38], не кидає їм виклик, а показує обмеженість і нові напрями прогресу, роблячи крок уперед без загального схвалення. Так він прокладає абсолютно новий шлях і створює інший порядок речей.

*По-друге*, крім внутрішньої свободи та самостійності, новаторська творчість вимагає наявності в підприємця головного завдання – домінанти. Це близько прагненню самореалізації, створенню власного сенсу життя, внутрішнього мотиву та енергії (подібні ідеї є у Ф. Ніцше, М. Вебера, А. Маслоу), пасіонарності. У межах домінанти, на нашу думку, потрібно узагальнити: усвідомлення проблем і невідповідностей, причетність до розв'язання екзистенційних питань людства; вищі прагнення, засновані на баченні майбутнього та готовності створити новий порядок речей; створення власної системи духовних цінностей, спрямованих певним чином ідеалів, установок, переконань, передбачень. Як основа новаторської творчості, домінанта має включати не лише відкритість новому, а і самокритичність, перевірку власних ідей на відповідність прогресу. Домінанта формує амбіції, наполегливість і рішучість, необхідні підприємцю для подолання упереджень, ілюзій, несхвалення, збереження обраного ним шляху в мінливих умовах. Звісно, це має бути підкріплено видатними комерційними здібностями,

фізичними та психологічними якостями самого підприємця, проте саме домінанта дозволяє підніматися над наявним порядком і діяти на основі власного бачення. Підприємцю, що діє, з одного боку, у межах сформованих укладів, з іншого – доводиться долати їхній надмірний тягар, виходити за рамки, ламати правила, якщо вони перешкоджають можливому суспільному благу. При цьому домінанта не може суперечити моральним обмеженням, тому включає дотримання підприємцем установлених норм.

*По-третє*, у загальному уявленні підприємець – це лідер (агент) змін у бізнесі та суспільстві, проте необхідно підкреслити низку особливостей його новаторства, а саме:

- ★ *орієнтація на трансформацію* – сучасний підприємець не просто створює нову споживчу цінність у традиційному її розумінні, а прагне створити насамперед нові сенси або домогтися глибоких якісних змін технологічної бази, економічних систем, моделей соціальної організації, взаємодії людини та природи, стандартів життя тощо. Важливим моментом є створення умов для зміни людьми самих себе, розвитку їхнього потенціалу та суспільства в цілому. Трансформація вимагає глибокого усвідомлення проблем і викликів, що стоять перед людством, і охоплює економічні, екологічні, соціальні, культурні та духовні зміни, головним чинником яких є інновації. Для цього підприємцю необхідне коло однодумців, налагодження широкої співпраці зі споживачами та партнерами;
- ★ *прагнення до прогресу* – є обов'язковим для забезпечення справжньої трансформації, охоплює орієнтований активізм і передбачає цілеспрямоване втручання підприємця в існуючу систему для того, щоб забезпечити її розвиток на основі власного бачення та ідей. У результаті підприємець розширює межі можливого, відкриває нові горизонти та конструює майбутнє. Прагнення до прогресу найчастіше ґрунтується на великих проривних інноваціях, які створюють абсолютно нове, викликають радикальні зміни економічних систем, моделей організації, піднімають рівень технологічної бази. Тому в їхній основі лежать насамперед нові знання, більш складне міждисциплінарне мислення, здатність здійснити їхню вертикальну інтеграцію та радикальне експериментування. Однак, щоб забезпечити прогресивний вплив інновацій на економіку та суспільство, необхідно також володіти здатністю створювати нові традиції та со-

ціальні цінності, що потребує особливих духовних якостей;

- ✦ *спрямованість на перетворення природи* – вимагає ширшого розгляду ролі підприємця в гармонізації взаємодії людини з навколишнім середовищем. Окрім відповідності більш суворим екологічним вимогам і нових напрямів діяльності (екологічно чистих, ресурсо- та енергоефективних, циркулярних технологій, нових продуктів, послуг, методів і процесів, які можуть бути віднесені до екоінновацій), участь підприємця поширюється на весь спектр питань побудови нової моделі взаємодії з природою. Зростанню технологічних можливостей має відповідати відповідне підвищення рівня культури, духовності людей і суспільної дисципліни. Підприємець не може бути осторонь створення та поширення нових соціальних цінностей, переконань, моралі, моделей організації.

*По-четверте*, посилення соціальної спрямованості та просоціальної підприємництва, тобто схильності робити корисне іншим людям, навіть без прямої вигоди для себе [39]. Це стає властивістю сучасного бізнесу, знову ж охоплюючи: нові соціальні імперативи (інклюзивність, недискримінація, цифрова етика, турбота про психологічне благополуччя тощо); сприяння переходу до сталого розвитку в усіх його аспектах; спрямованість на розвиток людського потенціалу та суспільний прогрес, насамперед у плані духовності та культури; зміни, пов'язані з реалізацією соціальних прав (рівність можливостей, безпека, гідні умови життя тощо). Це входить до внутрішньої та зовнішньої соціальної відповідальності компаній і створює нове ділове мислення та культуру.

**В**ажливо, що підприємництво все більше об'єднує економічні, технологічні аспекти з гуманістичним і духовним вимірами розвитку. Так, виникає необхідність забезпечити гармонійне співіснування людини (суспільства) і нових технологій, нормалізувати відносини між людьми в нових умовах, створити певні правила в абсолютно нових сферах діяльності підприємця. Найчастіше цього можна досягти завдяки духовному розвитку та підвищенню рівня культури людини як її зовнішнього світу. Участь у цьому підприємця також формує іншу якість його просоціальності. Суто технократичне та прагматичне ставлення до просування інновацій заміщується соціально орієнтованим, охоплюючи етичний і культурний виміри. Відповідальність стає однією із основоположних сторін інновацій у їх шumpетеріанському розумін-

ні, а також стосовно створення принципово нового, наприклад створення інновацій на межі науки та технологій, перетворення природи та космосу. При цьому сучасний підприємець природно залучає велику кількість людей у свою інноваційну творчість, поширюючи нові знання та культурні зміни.

Враховуючи описані вище властивості, можна говорити про виникнення нової постаті підприємця-творця. Його вирізняє, *по-перше*, орієнтація на створення принципово нового, що є частиною творчої еволюції та стосується насамперед описаних раніше нових сфер, що передбачає тісний зв'язок із досягненнями науки і технологій. *По-друге*, розв'язання екзистенційних проблем і викликів людства, зміна моделі його відносин із природою. *По-третє*, вихід діяльності підприємця за межі звичайного досвіду (трансцендентальність) і традиційних економічних моделей, що приводить до духовно-культурної, економічної, соціальної, інституційної модернізації, тобто всебічної трансформації суспільства.

## ВИСНОВКИ

Оновлення концепції підприємця є своєчасним з огляду на парадигмальні зрушення сучасної економіки, появу нових галузей (сталий розвиток, біо- та нанотехнології, імітація інтелекту, аугментація людини, зміна соціально-економічної організації, освоєння космосу) та якісні зміни підприємництва. Насамперед необхідно відзначити зміни підприємця, охоплюючи: здатність до новаторської творчості, наявність домінант, орієнтацію на трансформацію, прагнення до прогресу, спрямованість на перетворення природи, посилення соціальної спрямованості та просоціальності. Впевнено можна говорити про виникнення нової постаті підприємця-творця, якого вирізняє орієнтація на: створення принципово нового, розв'язання екзистенційних проблем і викликів людства, вихід за межі звичайного досвіду та всебічну модернізацію економіки та суспільства.

Запропоновані контури нової концепції можуть бути корисними для розуміння сучасних явищ: сфери, суб'єктності та ролі підприємця в соціально-економічному розвитку, особливостей еволюції підприємництва. Це дозволить більшою мірою врахувати роль підприємця в моделях економічного зростання та створить основу для вдосконалення підприємницьких екосистем і програм підтримки бізнесу. ■

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Prince S., Chapman S., Cassey P. The definition of entrepreneurship: Is it less complex than we think?

- International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2021. Vol. 27. Iss. 9. P. 26–47.  
DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEFR-11-2019-0634>
2. Kuratko D. F., Covin J. G. Fifty years of entrepreneurship: Recalling the past, examining the present, & foreshadowing the future. *Journal of Business Research*. 2025. Vol. 186. Art. 114980.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114980>
  3. Henrekson M., Johansson D. Neo-Schumpeterian growth theory: Missing entrepreneurs results in incomplete policy advice. *Small Business Economics*. 2025. Vol. 65. P. 407–425.  
DOI: <https://doi.org/10.1007/s11187-024-00994-0>
  4. Aghion P. Innovation and growth from a Schumpeterian perspective. *Revue d'économie politique*. 2018. Vol. 128. Iss. 5. P. 693–710.  
DOI: <https://doi.org/10.3917/redp.285.0693>
  5. Papaioannou T., Srinivas S. Innovation as a political process of development: Are neo-Schumpeterians value neutral? *Innovation and Development*. 2018. Vol. 9. Iss. 1. P. 141–158.  
DOI: <https://doi.org/10.1080/2157930X.2018.1535872>
  6. Block J. H., Fisch Ch. O., van Praag M. The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*. 2017. Vol. 24. Iss. 1. P. 61–95.  
DOI: <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1216397>
  7. Edwards-Schachter M. The nature and variety of innovation. *International Journal of Innovation Studies*. 2018. Vol. 2. Iss. 2. P. 65–79.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2018.08.004>
  8. Ahlstrom D., Lee Y. Broadening the entrepreneurship lens: Beyond gazelles and unicorns. *New England Journal of Entrepreneurship*. 2024. Vol. 27. Iss. 1. P. 9–17.  
DOI: <https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2024-105>
  9. Majdouline I., El Baz J., Jebli F. Revisiting technological entrepreneurship research: An updated bibliometric analysis of the state of art. *Technological Forecasting and Social Change*. 2022. Vol. 179. Art. 121589.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121589>
  10. Chaston I. Technological entrepreneurship. Springer, 2017.  
DOI: <https://doi.org/10.1007/978-3-319-45850-2>
  11. Camps C., Kraus S., Thomas A. et al. Digital entrepreneurship: A review, research synthesis, and development of a framework. *Technology in Society*. 2026. Vol. 84. Art. 103124.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103124>
  12. Olan F., Troise C., Damij N., Newbery R. Refocusing digital entrepreneurship: An updated overview of the field, emerging opportunities and challenges. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 2024. Vol. 30. Iss. 2–3. P. 238–257.  
DOI: <https://doi.org/10.1108/IJEFR-02-2023-0219>
  13. Vogel A., Nadegger M., Wolf B. et al. Impact Entrepreneurship: Reimagining Entrepreneurial Purpose and Research for Driving Societal Impact. *Schmalenbach Journal of Business Research*. 2025. Vol. 77. P. 681–717.  
DOI: <https://doi.org/10.1007/s41471-025-00221-w>
  14. Uzzol A. H., Uddin M. D. R. Social entrepreneurship and economic development: A bibliometric and content analysis. *Social Sciences & Humanities Open*. 2025. Vol. 11. Art. 101543. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101543>
  15. Pérez-Barea J. J. The evolution of social entrepreneurship: Broadening the framework for the digital and sustainable era. *Administrative Sciences*. 2025. Vol. 15. Iss. 2. Art. 55.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/admsci15020055>
  16. Vig S. Sustainable development through sustainable entrepreneurship and innovation: A single-case approach. *Social Responsibility Journal*. 2023. Vol. 19. Iss. 7. P. 1196–1217.  
DOI: <https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2022-0093>
  17. Dote-Pardo J., Ortiz-Cea V., Peña-Acuña V. et al. Innovative Entrepreneurship and Sustainability: A Bibliometric Analysis in Emerging Countries. *Sustainability*. 2025. Vol. 17. Iss. 2. Art. 658.  
DOI: <https://doi.org/10.3390/su17020658>
  18. Zhou Y., Tian L., Yang X. Schumpeterian endogenous growth model under green innovation and its enculturation effect. *Energy Economics*. 2023. Vol. 127. Art. 107109.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2023.107109>
  19. Rosado-Cubero A., Freire-Rubio T., Hernández A. Entrepreneurship: What matters most. *Journal of Business Research*. 2022. Vol. 144. P. 250–263.  
DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.087>
  20. Tounes A., Fayolle A. L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur. *La Revue des Sciences de Gestion Direction et Gestion*. 2006. No. 4. P. 17–30.  
DOI: <https://doi.org/10.3917/rsg.220.0017>
  21. Blaug M. Economic theory in retrospect. 5<sup>th</sup> ed. Cambridge University Press, 1997. 752 p.
  22. Sombart W. Der Bourgeois: Zur Geistesgeschichte des modernen Wirtschaftsmenschen. Duncker & Humblot, 1913.
  23. Schumpeter J. A. The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Harvard University Press, 1934.
  24. Mehmood T., Alzoubi H. M., Alshurideh M. et al. Schumpeterian Entrepreneurship Theory: Evolution and Relevance. *Academy of Entrepreneurship Journal*. 2021. Vol. 25. Iss. 4. URL: <https://www.abacademies.org/articles/Schumpeterian-entrepreneurship-theory-evolution-and-relevance-1528-2686-25-4-301.pdf>
  25. Henrekson M., Johansson D., Karlsson J. To Be or Not to Be: The Entrepreneur in Neo-Schumpeterian Growth Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 2024. Vol. 48. Iss. 1. P. 104–140.  
DOI: <https://doi.org/10.1177/10422587221141679>
  26. Kirzner I. M. Competition and entrepreneurship. University of Chicago Press, 1973. 246 p.

27. Drucker P. F. *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row, 1985. 277 p.
  28. Baumol W. J. Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine. *Small Business Economics*. 2004. Vol. 23. Iss. 1. P. 9–21.  
DOI: <https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000026057.47641.a6>
  29. Baumol W. J. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. No. 5. Part 1. P. 893–921.  
DOI: <https://doi.org/10.1086/261712>
  30. North D. C. *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press, 1990. 152 p.
  31. Audretsch D. B., Thurik A. R. What's New about the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies. *Industrial and Corporate Change*. 2001. Vol. 10. Iss. 1. P. 267–315.  
DOI: <https://doi.org/10.1093/icc/10.1.267>
  32. Shane S. *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing, 2004. 352 p.
  33. Lazonick W. Entrepreneurial Ventures and the Developmental State. In: J. Zysman, A. Newman (Eds.). *How revolutionary was the digital revolution? National responses, market transitions, and global technology*. Stanford University Press, 2008. P. 417–446.
  34. Aghion P., Howitt P. A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*. 1992. Vol. 60. Iss. 2. P. 323–351.  
DOI: <https://doi.org/10.3386/w3223>
  35. Wu Z. New Trends in Modernization. In: *The Theory of Chinese Modernization*. Palgrave Macmillan, 2025. P. 29–70.  
DOI: [https://doi.org/10.1007/978-981-97-8066-2\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-97-8066-2_2)
  36. Kenter J. O., Martino S., Buckton S. J. et al. Ten principles for transforming economics in a time of global crises. *Nature Sustainability*. 2025. Vol. 8. P. 837–847.  
DOI: <https://doi.org/10.1038/s41893-025-01562-4>
  37. Li J., Demirkan I., Lee Y., Cortes A. F. New trends in entrepreneurship: A global context. *New England Journal of Entrepreneurship*. 2022. Vol. 25. Iss. 1. P. 2–4.  
DOI: <https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2022-064>
  38. Pittz S. F., Pittz T. G. Towards an ethical awareness of entrepreneurs: A Nietzschean perspective on creative destruction. *Entrepreneurship & Regional Development*. 2024. Vol. 36. Iss. 5–6. P. 707–721.  
DOI: <https://doi.org/10.1080/08985626.2024.2305193>
  39. Brieger S. A., Terjesen S. A., Hechavarría D. M., Welzel C. Prosociality in Business: A Human Empowerment Framework. *Journal of Business Ethics*. 2019. Vol. 159. Iss. 2. P. 361–380.  
DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4045-5>
- REFERENCES**
- Aghion P. & Howitt P. (1992). A Model of Growth through Creative Destruction. *Econometrica*, 2(60), 323–351.  
<https://doi.org/10.3386/w3223>
- Aghion P. (2018). Innovation and growth from a Schumpeterian perspective. *Revue d'économie politique*, 5(128), 693–710.  
<https://doi.org/10.3917/redp.285.0693>
- Ahlstrom D. & Lee Y. (2024). Broadening the entrepreneurship lens: Beyond gazelles and unicorns. *New England Journal of Entrepreneurship*, 1(27), 9–17.  
<https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2024-105>
- Audretsch D. B. & Thurik A. R. (2001). What's New about the New Economy? Sources of Growth in the Managed and Entrepreneurial Economies. *Industrial and Corporate Change*, 1(10), 267–315.  
<https://doi.org/10.1093/icc/10.1.267>
- Baumol W. J. (2004). Entrepreneurial enterprises, large established firms and other components of the free-market growth machine. *Small Business Economics*, 1(23), 9–21.  
<https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000026057.47641.a6>
- Baumol W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*, No. 5. Part 1(98), 893–921.  
<https://doi.org/10.1086/261712>
- Blaug M. (1997). *Economic theory in retrospect*. Cambridge University Press.
- Block J. H., Fisch Ch. O. & van Praag M. (2017). The Schumpeterian entrepreneur: a review of the empirical evidence on the antecedents, behaviour and consequences of innovative entrepreneurship. *Industry and Innovation*, 1(24), 61–95.  
<https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1216397>
- Brieger S. A., Terjesen S. A., Hechavarría D. M. & Welzel C. (2019). Prosociality in Business: A Human Empowerment Framework. *Journal of Business Ethics*, 2(159), 361–380.  
<https://doi.org/10.1007/s10551-018-4045-5>
- Camps C., Kraus S. & Thomas A. et al. (2026). Digital entrepreneurship: A review, research synthesis, and development of a framework. *Technology in Society*, 84. Art. 103124.  
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.103124>
- Chaston I. (2017). *Technological entrepreneurship*. Springer.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-45850-2>
- Dote-Pardo J., Ortiz-Cea V. & Peña-Acuña V. et al. (2025). Innovative Entrepreneurship and Sustainability: A Bibliometric Analysis in Emerging Countries. *Sustainability*, Iss. 2(17). Art. 658.  
<https://doi.org/10.3390/su17020658>
- Drucker P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. Harper & Row.
- Edwards-Schachter M. (2018). The nature and variety of innovation. *International Journal of Innovation Studies*, 2(2), 65–79.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijis.2018.08.004>
- Henrekson M., Johansson D. & Karlsson J. (2024). To Be or Not to Be: The Entrepreneur in Neo-Schumpeterian Growth Theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 1(48), 104–140.  
<https://doi.org/10.1177/10422587221141679>

- Henrekson M. & Johansson D. (2025). Neo-Schumpeterian growth theory: Missing entrepreneurs results in incomplete policy advice. *Small Business Economics*, 65, 407–425.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-024-00994-0>
- Kenter J. O., Martino S. & Buckton S. J. et al. (2025). Ten principles for transforming economics in a time of global crises. *Nature Sustainability*, 8, 837–847.  
<https://doi.org/10.1038/s41893-025-01562-4>
- Kirzner I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press.
- Kuratko D. F. & Covin J. G. (2025). Fifty years of entrepreneurship: Recalling the past, examining the present, & foreshadowing the future. *Journal of Business Research*, 186. Art. 114980.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114980>
- Lazonick W. (2008). Entrepreneurial Ventures and the Developmental State. How revolutionary was the digital revolution? *National responses, market transitions, and global technology* (p. 417–446). Stanford University Press.
- Li J., Demirkan I., Lee Y. & Cortes A. F. (2022). New trends in entrepreneurship: A global context. *New England Journal of Entrepreneurship*, 1(25), 2–4.  
<https://doi.org/10.1108/NEJE-07-2022-064>
- Majdouline I., El Baz J. & Jebli F. (2022). Revisiting technological entrepreneurship research: An updated bibliometric analysis of the state of art. *Technological Forecasting and Social Change*, 179. Art. 121589.  
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.121589>
- Mehmood T., Alzoubi H. M. & Alshurideh M. et al. (2021). Schumpeterian Entrepreneurship Theory: Evolution and Relevance. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 4(25). <https://www.abacademies.org/articles/Schumpeterian-entrepreneurship-theory-evolution-and-relevance-1528-2686-25-4-301.pdf>
- North D. C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge University Press.
- Olan F., Troise C., Damij N. & Newbery R. (2024). Refocusing digital entrepreneurship: An updated overview of the field, emerging opportunities and challenges. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 2–3(30), 238–257.  
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2023-0219>
- Papaioannou T. & Srinivas S. (2018). Innovation as a political process of development: Are neo-Schumpeterians value neutral? *Innovation and Development*, 1(9), 141–158.  
<https://doi.org/10.1080/2157930X.2018.1535872>
- Pittz S. F. & Pittz T. G. (2024). Towards an ethical awareness of entrepreneurs: A Nietzschean perspective on creative destruction. *Entrepreneurship & Regional Development*, 5–6(36), 707–721.  
<https://doi.org/10.1080/08985626.2024.2305193>
- Pérez-Barea J. J. (2025). The evolution of social entrepreneurship: Broadening the framework for the digital and sustainable era. *Administrative Sciences*, 15(2). Art. 55.  
<https://doi.org/10.3390/admsci15020055>
- Prince S., Chapman S. & Cassey P. (2021). The definition of entrepreneurship: Is it less complex than we think?. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 9(27), 26–47.  
<https://doi.org/10.1108/IJEBR-11-2019-0634>
- Rosado-Cubero A., Freire-Rubio T. & Hernández A. (2022). Entrepreneurship: What matters most. *Journal of Business Research*, 144, 250–263.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.087>
- Schumpeter J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Shane S. (2004). *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*. Edward Elgar Publishing.
- Sombart W. (1913). *Der Bourgeois: Zur Geistesgeschichte des modernen Wirtschaftsmenschen*. Duncker & Humblot.
- Tounes A. & Fayolle A. (2006). L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur. *La Revue des Sciences de Gestion Direction et Gestion*, 4, 17–30.  
<https://doi.org/10.3917/rsg.220.0017>
- Uzzal A. H. & Uddin M. D. R. (2025). Social entrepreneurship and economic development: A bibliometric and content analysis. *Social Sciences & Humanities Open*, 11. Art. 101543.  
<https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101543>
- Vig S. (2023). Sustainable development through sustainable entrepreneurship and innovation: A single-case approach. *Social Responsibility Journal*, 7(19), 1196–1217.  
<https://doi.org/10.1108/SRJ-02-2022-0093>
- Vogel A., Nadegger M. & Wolf B. et al. (2025). Impact Entrepreneurship: Reimagining Entrepreneurial Purpose and Research for Driving Societal Impact. *Schmalenbach Journal of Business Research*, 77, 681–717.  
<https://doi.org/10.1007/s41471-025-00221-w>
- Wu Z. (2025). New Trends in Modernization. *The Theory of Chinese Modernization* (p. 29–70). Palgrave Macmillan.  
[https://doi.org/10.1007/978-981-97-8066-2\\_2](https://doi.org/10.1007/978-981-97-8066-2_2)
- Zhou Y., Tian L. & Yang X. (2023). Schumpeterian endogenous growth model under green innovation and its enculturation effect. *Energy Economics*, 127. Art. 107109.  
<https://doi.org/10.1016/j.eneco.2023.107109>

Стаття надійшла до редакції / Received: 06.03.2026  
 Статтю прийнято до публікації / Accepted: 19.03.2026  
 Оприлюднено / Published: 30.04.2026