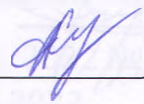


МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ

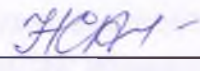
Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації
Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему: Мотиваційний вплив діяльності на малий бізнес

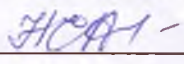
Здобувача вищої освіти
другого(магістерського) рівня
ІСМЗ-22-1 групи,
спеціальності 053 «Психологія»
ОПП «Психологія. Психологія
бізнесу»


Анікієнко К.І.
підпис здобувача вищої освіти

Науковий керівник


Нежинська О. О.,
підпис наукового керівника к. психол.н., доцент

Гарант освітньо-
професійної програми


Нежинська О. О.,
підпис керівника ОПП к.психол.н., доцент

Допущено до захисту за рішенням кафедри
психології, педагогіки та суспільних дисциплін
протокол від «1» грудня 2023 р. № 7

Завідувач кафедри


Петухова І. О.,
підпис
к. пед. н., доцент

Ірпінь – 2024

Реєстрація № 16 25.01.24

(дата)

[підпис]
(підпис відповідальної особи)

Результати перевірки до захисту

01.12.2023

(до захисту, на доопрацювання)

(дата)

[підпис]
(підпис)

Результат захисту

75

(оцінка)

12.02.2024

(дата)

(підпис)

Голова комісії:

[підпис]
(підпис)

С.І. Корсун

(ініціали, ПІБ)

Члени комісії:

[підпис]
(підпис)

О.О. Нежинська

(ініціали, ПІБ)

[підпис]
(підпис)

Л. В. Романюк

(ініціали, ПІБ)

[підпис]
(підпис)

М.Ю. Заушнікова

(ініціали, ПІБ)

[підпис]

О.Т. Льовкіна

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет соціально-гуманітарних технологій, спорту та реабілітації

Кафедра психології, педагогіки та суспільних дисциплін

Спеціальність 053 «Психологія»

Освітньо-професійна програма «Психологія. Психологія бізнесу»

Затверджую:

Завідувач кафедри
психології, педагогіки та
суспільних дисциплін

 **I. О. Петухова**

**Завдання на кваліфікаційну роботу
здобувача вищої освіти
Анікієнко Клавдії Ігорівни**

Тема кваліфікаційної роботи:

Мотиваційний вплив діяльності на малий бізнес

Затверджена наказом ректора від 17. 11. 2022 № 1216

Термін подачі закінченої роботи: 25.12.2023

Цільова установка полягає у визначенні теоретичного дослідження мотивації підприємської діяльності, мотивів підприємців, поняття мотивації, підприємництва з погляду вчених, а також аспекти підприємницької діяльності, що впливає на розвиток підприємства, як мотивація впливає на успіх у бізнесі. В роботі використовуються методи та техніки подолання ризику, та прийняття вірного рішення. За допомогою емпіричного дослідження проаналізуємо структуру мотивації підприємницької діяльності та зв'язок між мотивацією та успішністю підприємницької діяльності, використовували методи опитування, тестування. Виявимо основні типи підприємців, проаналізуємо рух окремих мотивів у факторній структурі, досліджуємо значимі життєві орієнтації підприємців, взаємозв'язок мотивації підприємницької діяльності з віком та статтю підприємця, проведемо тренінг для підвищення рівня мотивації підприємської діяльності.

Мета роботи полягає у вивченні та встановленні кроків підвищення мотивації підприємської діяльності.

Об'єктом дослідження особливості мотиваційного впливу на партнерів-підприємців.

Предметом дослідження є особливості мотивації підприємницької діяльності підприємців-партнерів та чинники її розвитку

База дослідження виступає підприємці-партнери, які співпрацюють з ФОП Анікієнко К. І. Підприємці-партнери були поділені на чотири вікові групи: 22,3% респондентів були до 30 років; вік 40,3% респондентів – від 31 до 40 років; вік 29,1% респондентів – від 41 до 50 років; 8,3% респондентів були старше 50 років.

дослідженні взяли участь за статтю чоловіки-підприємці (72,2%) та жінки-підприємці (27,8%).

1. Вихідні дані до роботи результати психодіагностичного дослідження, тренінгова програма.
2. Перелік графічного матеріалу 13 таблиць, 8 додатків.

Календарний план виконання роботи

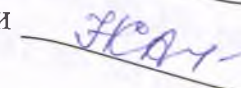
№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		За планом	Фактично
1	2	3	4
1.	Вибір теми, вивчення літературних джерел та складання плану роботи	30.10.22	30.10.22
2.	Підготовка першого розділу роботи та подання її керівнику	30.03.23	30.03.23
3.	Підготовка другого розділу роботи та подання її керівнику	30.06.23	30.06.23
4.	Підготовка третього розділу роботи та подання її керівнику	20.09.23	20.09.23
5.	Доопрацювання роботи з урахуванням зауважень керівника	20.10.23	20.10.23
6.	Отримання відгуку керівника роботи	01.12.23	01.12.23
7.	Публікація тез у збірнику наукових матеріалів	20.12.23	20.12.23
8.	Попередній захист роботи	до 20.12.23	до 20.12.23
9.	Отримання відгуку підприємства (зовнішньої рецензії)	до 15.01.24	до 15.01.24
10.	Допуск роботи зав. кафедри до захисту	до 15.01.24	05.01.24
11.	Захист роботи	05.02.24	05.02.24

4. Дата видачі завдання «19» грудня 2022 р.

5. Керівник кваліфікаційної роботи

 О.О. Нежинська

6. Гарант освітньо-професійної програми

 О.О. Нежинська

7. Завдання до виконання отримав
здобувач вищої освіти

 К. І. Анікієнко

АНОТАЦІЯ

Мотиваційний вплив діяльності на малий бізнес

Мета роботи полягає в отриманні знань про підприємницької діяльність, виявлення мотивів підприємця, проведення теоретичного та емпіричного дослідження, проаналізувати успішність підприємців по типам підприємців, методами та техніками допомогти знайти вірне рішення до своєї мети досягнення успіха.

Завданнями роботи є опис теоретичного дослідження мотивації підприємницької діяльності, за допомогою емпіричного дослідження проаналізувати структуру мотивації підприємницької діяльності та зв'язок між мотивацією та успішністю підприємницької діяльності використавши методи опитування та тестування, де кожен підприємець розповів би про свою діяльність, про співпрацю, як вони отримали прибуток, все це описати в анкеті емпіричного дослідження, описати типи підприємців: «справжні підприємці», підприємці, які перебувають на етапі створення власної справи та майбутні підприємці, проаналізувати рух окремих мотивів у факторній структурі, досліджувати значимі життєві орієнтації підприємців. провести тренінг на розвиток мотивації підприємця.

Предметом дослідження є особливості мотивації підприємницької діяльності підприємців-партнерів та чинники її розвитку.

Об'єктом дослідження виступає особливості мотиваційного впливу на партнерів-підприємців.

Базою дослідження виступає підприємці-партнери, які співпрацюють з ФОП Анікієнко К. І. Підприємці-партнери були поділені на чотири вікові групи: 22,3% респондентів були до 30 років; вік 40,3% респондентів – від 31 до 40 років; вік 29,1% респондентів – від 41 до 50 років; 8,3% респондентів були старше 50 років. У дослідженні взяли участь за статтю чоловіки-підприємці (72,2%) та жінки-підприємці (27,8%).

За результатами дослідження сформульовані наступні висновки:

У роботі виділено поняття «підприємницька діяльність» як особливий вид діяльності суб'єкта, який має чітку прибуткову спрямованість і має свої особливості: ознаки ризику, спрямованості, ініціативності, самостійності, активності та свобода вибору. Підприємницька діяльність має мотиваційний патерн. У результаті емпіричного дослідження підтверджено достовірність запропонованої нами мотивації підприємницької діяльності. Встановлено, що підприємці мають в цілому адекватну мотивацію цілям і завданням підприємницької діяльності. Виявлено, що мотиви ділового успіху та мотиви свободи та незалежності були найбільш представлені у свідомості підприємців. Мотиви самореалізації та мотиви свободи та незалежності виявилися соціально бажаними серед підприємців. Мотиви самоповаги та самоповаги, а також мотиви успіху в бізнесі виявилися соціально небажаними для підприємців. Під час дослідження за мотивацією до підприємницької діяльності було виділено основні типи підприємців. Проведений аналіз успішності підприємців виявився переважним середнього та високого рівня успішності підприємців. Високий рівень успішності мають 33,3% підприємців, середній – 45,8%, низький – 20,9%. Встановлено наявність статистично значущих зв'язків між показниками успішності підприємницької діяльності та смисложиттєвими орієнтаціями, що свідчить про те, що діяльність для підприємця значною мірою є можливістю знайти та реалізувати сенс життя. Проаналізовано зв'язок між типом підприємницької мотивації та успішністю підприємця. Високий рівень успіху спостерігається в групах «Підприємців, орієнтованих на прибуток» та «Істинних підприємців». «Пасивні» та «Вимушені» підприємці демонструють низький рівень успішності. Встановлено, що найбільш сприятливим типом підприємця з точки зору мотивації підприємницької діяльності є мотивація «Істинних підприємців». Необхідно розвивати мотивацію «Підприємців, орієнтованих на прибуток», «Пасивних» і «Вимушених» підприємців. Встановлено зв'язок мотивації до підприємницької діяльності та успішності підприємця зі статтю підприємця. Так, у чоловіків сильнішими є мотиви

поваги та визнання, у жінок - бажання мати цікаву роботу, пов'язану зі спілкуванням. Встановлено, що мотивація до підприємницької діяльності та успішність підприємця пов'язані з віком підприємця. Встановлено, що зі збільшенням віку підприємця спостерігається тенденція до зниження сили мотивацій, зокрема: знижується сила мотивації ділового успіху, ініціативи та активності, поваги та самооцінки. Найбільше своє життя з підприємництвом пов'язують респонденти віком від 31 до 40 років. Розроблено та проведено тренінг «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим» автором досліджено те, що рівень мотивації після проведеного тренінгу значно підвищився на 20-35 % для всіх груп підприємців.

Одержані результати можуть бути використані на практиці серед людей, підприємців, керівників та студентів.

Кваліфікаційна робота містить 118 сторінок, 13 таблиць, список використаних джерел з 59 найменувань, 8 додатків.

Ключові слова: : мотивація, стимул, мотив, успіх, крок, підприємець.

Рік виконання кваліфікаційної роботи 2023

Рік захисту роботи 2024

ABSTRACT

Motivational infusion of activity into small businesses

Meta-works lies in obtaining knowledge about entrepreneurial activity, identifying entrepreneurial motives, conducting theoretical and empirical research, analyzing the success of entrepreneurs by types of enterprises, methods and technical We can help you find the right decision before achieving success.

The purpose of the work is to describe a theoretical study of the motivation for entrepreneurial activity, in addition to empirical research to analyze the structure of the motivation for entrepreneurial activity and the connections between motivation and success of educational activities through the use of well-established methods of testing and testing, where you can learn about your activities, about the procedure, how they removed the stench profits, all of which should be described in the empirical research questionnaire, describe the types of entrepreneurs: “current enterprises”, enterprises who are at the stage of creation of power and future enterprises, analyze the range of related motives in the factor structure, and trace the significant life orientations of the employers. conduct training to develop entrepreneurial motivation.

The subject of investigation is the specific motivation for the entrepreneurial activity of partner-employees and development officials.

The object of investigation is the peculiarities of motivational influx on business partners.

The basis for the investigation is the enterprise-partners who work with the private enterprise Anikienko K. I. Business partners were divided into four groups: 22.3% of respondents were under 30 years of age; 40.3% of respondents – from 31 to 40 years; century 29.1% of respondents – from 41 to 50 years; 8.3% of respondents were over 50 years old. Among the respondents, men-employees (72.2%) and women-employees (27.8%) took part in the article.

Following the results of the investigation, the following steps were formulated:

The robot sees the concept of “entrepreneurial activity” as a special type of activity

of the subject, which has a clear directness and has its own peculiarities: signs of rhyme, directness, initiative, self Interest, activity and freedom of choice. Entrepreneurial activity has a motivational pattern. The result of an empirical investigation confirmed the reliability of the motivation for entrepreneurial activity we identified. It has been established that entrepreneurs generally have adequate motivation for the goals and objectives of their entrepreneurial activity. It was revealed that the motives of business success and the motives of freedom and independence were most represented among the respondents. The motives of self-realization and the motives of freedom and independence appeared to be socially cherished among entrepreneurs. The motives of self-esteem and self-esteem, as well as the motives for success in business, turned out to be socially unacceptable for entrepreneurs. During the study of motivation for entrepreneurial activity, the main types of entrepreneurs were seen. The analysis of the success of entrepreneurs emerged as the most important of medium and high level of success. Relations of entrepreneurs. A high level of success is observed in 33.3% of entrepreneurs, an average level – 45.8%, a low level – 20.9%. The presence of statistically significant connections between indicators of the success of entrepreneurial activity and complex orientations has been established, which indicates those that the activity for entrepreneurial activity is significant I have the opportunity to know and realize the sense of living. The connections between the type of entrepreneurial motivation and entrepreneurial success were analyzed. A high level of success is observed in the groups of “profit-oriented entrepreneurs” and “true entrepreneurs”. “Passive” and “Violent” entrepreneurs demonstrate a low success rate. It has been established that the most responsive type of acceptance from the point of view of motivation for entrepreneurial activity is the motivation of “True entrepreneurs”. It is necessary to develop the motivation of “profit-oriented”, “passive” and “compulsive” entrepreneurs. A link has been established between motivation and the success of the job and the status of the job. Thus, men have strong motives for love and recognition, while women have strong motives for the love of their mother’s work, which is related to their spirits. It has been

established that motivation for entrepreneurial activity and success in entrepreneurial activity are associated with the age of entrepreneurial activity. Get up, Sho Zi Zbilshennyam vika Pidprimysya, there is a tendency to the backbone of the motivation, Zokrema: the power of the motivation of the Dalovhakhu, linitivati is active, the cooks that are self -incorporal. Respondents between the ages of 31 and 40 associate their lives most with their employment. The author has completed and conducted the training “Shortcuts to success, motivating yourself to be the best”, and the author has found that the level of motivation after the training significantly increased by 20-35% for all groups of participants.

The results can be obtained in practice among people, entrepreneurs, workers and students.

Qualified work with 118 pages, 13 tables, list of preferred 59 jobs, 8 additional items.

Key words: motivation, incentive, motive, success, time, acceptance.

Rik vykonannya kvalifikatsiy robots 2023

Rik zakhistu roboti 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	13
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	17
1.1 Зміст та особливості підприємницької діяльності.....	17
1.2 Проблема мотивації діяльності в наукових дослідженнях.....	29
1.3. Особливості мотивації підприємницької діяльності та її чинники.....	34
Висновки до розділу I.....	41
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	42
2.1. Методологія та організація дослідження мотивації підприємницької діяльності	42
2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження.....	44
2.3. Соціально-психологічні та соціально-демографічні особливості дослідження мотивації підприємців.....	64
Висновки до розділу II.....	69
РОЗДІЛ III ТРЕНІНГ ЩОДО РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯ	72
3.1. Умови розвитку мотивації підприємницької діяльності.....	72
3.2. Тренінг на розвиток мотивації підприємця.....	73
Висновки до розділу III	90
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	96
ДОДАТКИ.....	102

ВСТУП

Актуальність дослідження. В Україні до переходу до ринкових відносин тривалий час приділялося недостатньо уваги підприємництву, яке є невід'ємною частиною ринкової економіки. Мотивація для малого бізнесу є дуже важливим фактором для покращення бізнесу та стану співробітників. Підприємницька мотивація – це бажання людини здійснювати підприємницьку діяльність.

Головною ланкою мотиваційного механізму є підприємницькі інтереси. Підприємницькі інтереси відображають мотиви діяльності підприємця, соціально-економічні умови її здійснення.

Підприємництво також змінюється, відображаючи зміни у зовнішньому та внутрішньому бізнес-середовищі. Сьогодні багато керівників, експертів, політиків, розглядаючи економічні процеси, формуючи програми економічного розвитку, використовують різні визначення підприємництва.

У розрізі мотиваційної сфери досліджувалися потреби як внутрішні джерела діяльності людини, природа мотиву та спонукання, типи мотиваційних утворень, онтогенетичні аспекти мотиваційної сфери особистості, мотивація в теоріях спілкування, мотиви просоціальної та девіантної поведінки людини, мотивація навчальної та професійної діяльності особистості. Проте ці мотиваційні концепції відрізняються теоретичними та термінологічними підходами, що призводить до відсутності єдиного розуміння мотиваційних термінів та складових мотивації людини. Виявилось розмаїття точок зору, насамперед, щодо пояснення значущих і динамічних аспектів мотивації, виділення факторів детермінації та самодетермінації поведінки.

Питання мотивації було предметом досліджень багатьох науковців: Назаришин Р., Урманов Ф.Ш., Горбунов В.В., Уткін Е.А, Ільїн Є. П., Шостак І., Задорожнюк Н.О. Також особливості підприємницької діяльності досліджували А. Сміт, Х. Ландстром, Й. Шумпетер, М.Кассон.

Одним із найважливіших мотивів підприємців є отримання максимального прибутку. Але поряд із прибутком у підприємницькій діяльності відбувається розвиток творчого потенціалу людини, прагнення до незалежності, суспільного визнання. Для більшості підприємців існує мотив збереження та розвитку власного бізнесу, що вимагає від підприємця перспективного мислення, концентрації, дій та ін. Тому тема нашого дослідження «Мотиваційний вплив діяльності на малий бізнес» є актуальною.

Об’єкт дослідження – особливості мотиваційного впливу на партнерів-підприємців.

Предмет дослідження – особливості мотивації підприємницької діяльності підприємців-партнерів та чинники її розвитку.

Мета дослідження: отримати знання про підприємницьку діяльність, виявити мотиви підприємця, провести теоретичні та емпіричні дослідження, проаналізувати успішність підприємців по типах підприємців, методами та техніками допомогти знайти вірне рішення до своєї мети досягнення успіха.

Завдання дослідження:

1. Описати теоретичні дослідження мотивації підприємницької діяльності.
2. Провести емпіричне дослідження методами та аналізу.
3. Розробити та провести тренінг на розвиток мотивації підприємця.

Методи дослідження. З метою розв’язання визначених завдань було використано теоретичні й емпіричні дослідження, а саме:

- **теоретичні** значення підприємницької діяльності висвітлювалися в працях таких вчених як: А. Сміт, Х. Ландстром, Й. Шумпетер, М.Кассон. Проблема розвитку мотиваційної сфери особистості розкрита в концепціях . Назаришин Урманов Ф.Ш В. О. Клімчук, В. В. Горбунов. В основу роботи покладені праці, щодо мотивації поведінки та мотивації Е. А. Уткін, Н.Богацькаі М.Ш. Магомед-Емінов, О. Винославська, Н.О.Задорожнюк, Ю.О. Кващук, М. Пряжніков. Мотивацію як динамічний

процес розглядають К. Ізард, І. Ільїн, А. Маслоу, М. Савчин; Д. Мазоха, Н. Опанасенко та Н. Юдіна.

- **емпіричного** дослідження розроблено комплекс методів і прийомів комплексного вивчення мотивації підприємницької діяльності та її зв'язку з успіхом підприємця. Використовувалися таке:

- опитувальник інтерв'ю,
- анкета «Мотиви підприємництва»,
- фактори впливу на Вашу діяльність,
- анкета «Ваші судження про свою діяльність»,
- тест сенсожиттєвих орієнтацій,
- адвент календар успішних людей «Бізнес мотивація»

- **навчальний** тренінг «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим», мною розроблено методи та техніки такі:

- вправа «Іди вперед першими кроками до успіху»,
- метод «Клацання-концентрація»,
- метод Шахи «Гра в життя»,
- простий метод, який мотивуватиме вас щодня,
- техніка «Дроблення»,
- метод «Як вибратися з щурої гонки?»,
- техніка «Як стати найкращим?»,
- релаксаційна вправа «Дерево».

Експериментальна база дослідження. Дослідження проводилось на базі ФОП Анікієнко К. І. компанії «Електро Контакт» постачальник обладнання для партнерів-підприємців, що знаходиться в м. Київ. В дослідженні взяли участь підприємці-партнери, які співпрацюють з ФОП Анікієнко К. І. Підприємці-партнери були поділені на чотири вікові групи: 22,3% респондентів були до 30 років; вік 40,3% респондентів – від 31 до 40 років; вік 29,1% респондентів – від 41 до 50 років; 8,3% респондентів були старше 50 років. У дослідженні взяли участь за статтю чоловіки-підприємці (72,2%) та жінки-підприємці (27,8%).

Наукова новизна даного дослідження виявляється у тому, що автором роботи: з'ясовано основні мотиви мотивації підприємницької діяльності.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновок, списку використаних джерел (59 найменувань, з них 4 – іноземними мовами). Основний зміст роботи викладений на 95 сторінках. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 118 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Зміст та особливості підприємницької діяльності

Одним із перших економістів, який ввів в обіг поняття «підприємець», був Р. Кантильон у праці «Есе про природу торгівлі у суспільстві» (1755). Підприємець погоджується заплатити землевласнику за його ферму або землю фіксовану суму грошей (зазвичай оцінюється в одну третину вартості продукції) без гарантії прибутку, який він отримає від бізнесу. Р. Кантильон одним із перших заговорив про існування ризику підприємницької діяльності. Підприємці намагаються передбачити розвиток ринку та діяти відповідно [1]. Р. Кантильон визначає характерні для економіки і суспільства 18 ст.

Термін підприємець (*entrepreneur*) циркулює в науці вже давно. Д. Дефо використав термін проектор у своїй праці «Нарис про проекти» (1697). Під проектом Д. Дефо розумів того, хто, користуючись чесними і ясними принципами здорового глузду, чесності та винахідливості, доводить будь-який план до належної досконалості, робить те, що прагне, нічого не виймає з кишені, доводить свій проект до кінця і задовольняється реальними продуктами завдяки своєму винаходу [2].

А. Сміт у дослідженні «Багатство народів», опублікованому в 1776 р., не вживає ні «підприємець», ні «підприємництво». А. Сміт також вживає термін «проектор» — проектор — той, хто у своїх «золотих мріях визначив найясніше бачення великого прибутку». Однак... їм дуже рідко вдавалося цього досягти". Так, Адам Сміт підкреслював можливість неотримання прибутку на основі нового виробництва. При цьому виділяв три джерела доходу - землю, капітал, працю [3].

Х. Ландстром нагадує, що визначення підприємця походить із французької мови і наведено в першому виданні Словника французької мови [4]. Перший випуск цього словника датується 1863 роком.

Відповідно до визначення можна виділити наступні характеристики підприємця:

- він щось робить;
- зобов'язується виконати певні роботи, поставки, бере на себе справу;
- той, хто бере участь у певних господарствах;
- особа, яка створює продукт;
- той, хто здійснює промислову експлуатацію за власний рахунок і наймає робітників [5].

В оригінальному визначенні наводяться приклади передачі активів від заможної особи чи держави до підприємця в управління незалежної господарської організації [27]. Тому підприємець може бути не тільки власником засобів виробництва, а й виступати в ролі ефективного менеджера.

Дж. С. Милль у «Принципах політичної економії» (1848) вводить французький термін «підприємець» в англійську мову, вказуючи на те, що для участі в підприємництві потрібні особливі навички [6]. А. Маршалл у «Принципах економічної науки» (1890) розрізняє наступні чотири фактори виробництва: земля, капітал, праця та організація. Організація є координуючим чинником, який об'єднує інші фактори [28].

З позиції А. Маршалл, підприємництво керує організаційним фактором. Підприємець повинен володіти особливими навичками – діловою здатністю. Не кожен має здатність до цього, але цьому можна навчитися [7].

К. Маркс не розділяє понять «підприємець» і «капіталіст». У своїй праці "Капітал. Критика політичної економії" (1867) розглядав підприємницьку діяльність, засновану на використанні таких форм капіталу:

- власний капітал - прибуток повністю залишається у капіталіста;
- позичковий капітал - прибуток залишається у підприємця після виплати кредитору.

Прибуток розподіляється як відсоток і підприємницький дохід [8].

Й. Шумпетер у «Теорії економічного розвитку» (1911) не розглядає підприємця як окремий клас, на відміну від К. Маркса, чи як окрему професію. Під функцією підприємництва мається на увазі здійснення нових комбінацій. Виділяють п'ять нововведень:

- нова технологія, розробки;
- продукти з новими властивостями;
- використання нової сировини;
- зміни у створенні виробництва;
- створення нових ринків.

Підприємець виступає як суб'єкт господарювання, функція якого полягає у здійсненні нових комбінацій. Слід зазначити такі характеристики підприємницької діяльності: підприємницька діяльність є дискретною (поки нова комбінація не стане рутинною); підприємець не обов'язково має капітал; підприємець перестав бути винахідником, а реалізує можливості результатів наукових відкриттів [9].

Свого часу між економічними теоріями виник конфлікт, пов'язаний з обґрунтуванням ролі державного втручання в економічні процеси. Наприклад, Дж. М. Кейнс у своїй праці «Загальна теорія зайнятості відсотка і грошей» (1936) вказував на недосконалість класичної економічної науки та ринкової економіки та виступав за державне регулювання економіки. Таким чином, підприємець перестає бути ключовим суб'єктом економіки в роботах Дж. М. Кейнса і пізніших учених кейнсіанства [29].

М.Кассон у книзі «Підприємець – економічна теорія» визначив функцію підприємця як координатора обмежених ресурсів. Підприємець шукає можливості для об'єднання ресурсів, може поєднувати інформацію та стикатися з транзакційними витратами, щоб отримати прибуток. М.Кассон розглянув «природу бізнесу», визначивши бізнес як соціальний інститут, зосередивши увагу на перевагах бізнесу над домашніми господарствами, включаючи зменшення особистої відповідальності при укладанні угод,

розподіл ризику шляхом формування капіталу структури силами учасників товариства .

Р. Хізрич і М. Петерс розуміли підприємництво як процес створення чогось нового, що має цінність. Цей процес забирає час і енергію, передбачає фінансову, моральну та соціальну відповідальність і приносить грошовий прибуток і особисте задоволення тим, хто досяг успіху. При цьому він зазначив, що ймовірність провалу дуже висока - не буде попиту, конкуренція буде занадто сильною або просто неможливо буде отримати необхідну фінансову підтримку [10].

Бізнес-середовище ускладнилося і розвинулося зі змінами, що відбуваються в суспільстві. У зв'язку з тим, що природа підприємництва включає багато характеристик, у науковій літературі та практиці господарювання використовуються різні категорії підприємництва, які висвітлюють певний аспект підприємництва.

Наприклад: «корпоративне підприємництво», «внутрішнє підприємництво», «ризикове підприємництво», «інноваційне підприємництво» тощо. Зокрема, Р. А. Бургельман визначив корпоративне підприємництво як процес, у якому компанії беруть участь у диверсифікації за допомогою внутрішнього розвитку. Така диверсифікація вимагає нових комбінацій ресурсів для розширення діяльності компанії на сфери, не пов'язані або опосередковано пов'язані з її поточною компетенцією [11].

Поява в науковому обігу категорій підприємництва призводить до розширення термінологічного апарату теорії підприємництва. Проте основним елементом підприємницької діяльності є фізична особа – підприємець. Саме підприємець може бути засновником юридичної особи та здійснювати від її імені комерційну діяльність [30].

Таке визначення підприємництва надала Комісія Європейських Співтовариств у 2003 році. Підприємництво — це спосіб мислення та процес створення та розвитку економічної діяльності шляхом поєднання ризику,

творчості та/або інновацій із раціональним управлінням у новій або існуючій організації .

Проаналізувавши визначення підприємця та підприємництва, можна виділити основні характеристики, які відрізняють підприємницьку діяльність особи від інших видів діяльності:

- наявність ризику, зокрема ризику збитків, неотримання очікуваного прибутку, втрати активів тощо. ;
- підприємець прагне отримати прибуток. Прибуток є не тільки джерелом винагороди за працю підприємця, а й джерелом розвитку бізнесу (наприклад, модернізація виробництва, розширення виробництва тощо);
- підприємницька діяльність повинна здійснюватися на основі використання обмежених ресурсів;
- підприємницька діяльність спрямована на задоволення суспільних потреб у товарах, роботах і послугах;
- підприємництво базується на інноваціях.

Таким чином, підприємництво – це ризикована діяльність фізичної особи або групи фізичних осіб (zareєстрованих як підприємці або юридична особа), які отримують прибуток на основі задоволення суспільних потреб шляхом зміни продукції, робіт, послуг, на основі добровільного застосування соціальної відповідальності, яка вимагає залучення ресурсів (матеріальних) і нематеріальних) і взаємодії з контрагентами.

Дане автором визначення дає змогу зосередити увагу на таких ознаках підприємницької діяльності:

- підприємницька діяльність може здійснюватися групою незалежних осіб, що означає рівноправну участь у підприємницькій діяльності членів цієї групи. У трудових відносинах між роботодавцем і працівником роботодавець дає розпорядження, а працівник їх виконує. Це відрізняє трудові відносини від взаємовідносин між людьми у спільній підприємницькій діяльності:
- першопричиною підприємницької діяльності є задоволення суспільних потреб у продукції, роботах і послугах, оскільки для отримання

доходу (джерела доходу підприємця) необхідно знайти, актуалізувати або створити потребу в продукті, робота чи служба. Слід зазначити, що потреби покупців змінюються, що створює додаткові ризики для підприємців;

- для підприємницької діяльності необхідні матеріальні та нематеріальні ресурси (наприклад, інформація, особисті вміння та навички, здатність створювати інновації та інновації);

- ведення господарської діяльності не ізольоване від інших економічних агентів і може вимагати взаємодії з ними (наприклад, постачальниками, підрядниками та кредиторами);

- для здійснення підприємницької діяльності необхідна державна реєстрація, що означає обов'язок дотримуватись законодавства з моменту початку підприємницької діяльності;

- дотримання законів є мінімальним обов'язком підприємця, який не повинен виключати бажання добровільно вести бізнес на основі соціальної відповідальності підприємця, спрямованої на мінімізацію негативних наслідків для суспільства, природи та максимізацію позитивного ефекту від підприємницької діяльності [31].

Аспект підприємницької діяльності – це окрема складова підприємницької діяльності, яка складається з компонентів (суб'єктів, об'єктів, процесів), які впливають на підприємницьку діяльність.

Усі аспекти підприємницької діяльності впливають на підприємництво і, у свою чергу, підприємництво може впливати на певні аспекти підприємницької діяльності. Взаємодія мінливих аспектів підприємництва та підприємництва передбачає наявність ризиків та невизначеності.

Технології впливають на підприємництво, як і на підприємництво, у свою чергу, впливають технології. Для виробництва та реалізації продукції, робіт і послуг споживачам суб'єкт господарювання потребує певних методів і засобів. Продукція, вироблена одним підприємцем, може бути засобами виробництва іншого підприємця. Якщо є потреба в технологіях, але вони ще

не розроблені та/або відсутні на ринку, то підприємець повинен самостійно розробити необхідні технології.

Підприємництво не може існувати ізольовано від суспільства з багатьох причин. Підприємець залежить від соціальних, культурних і моральних норм суспільства, в якому він працює. Необхідно враховувати певні особливості соціального середовища при наймі працівників, виявленні споживачів і пошуку контрагентів.

Здійснення підприємницької діяльності потребує наявності та застосування певних методів, форм і засобів господарювання. Підприємцю необхідно управляти різними об'єктами:

- виготовлення виробів;
- продаж продукції;
- логістика;
- ресурси підприємства (персонал, засоби виробництва тощо);
- бізнес-ризики;
- контрагенти та ін.

Успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від обраних механізмів управління та їх успішної практичної реалізації.

Економіка є одним із основних аспектів підприємницької діяльності.. Наприклад, якщо в економіці країни спостерігається стагнація, нові підприємства з високою часткою ймовірності не будуть відкриватися на внутрішньому ринку, а всі існуючі підприємства можуть бути ліквідовані або опинитися в кризі [32].

Проте державне стимулювання економіки в умовах стагнації може сприяти появі нових підприємств і покращенню економічної ситуації. Держава є сильним суб'єктом економічних відносин, оскільки саме держава може впливати на економічні відносини через економічну підтримку та програми розвитку.

Наприклад: програми державної підтримки малого та середнього підприємництва; державні банки багатьох країн формують грошово-кредитну

політику; участь у державному господарстві за рахунок державних підприємств тощо.

Політика (політичний аспект) в аспектах підприємницької діяльності є не тільки результатом державного втручання, а й взаємодії підприємця з іншими контрагентами, взаємодії підприємницької спільноти з державою. З одного боку, підприємництво залежить від державної політики, оскільки держава встановлює правила у формі законодавчого регулювання і може впливати на державну політику.

Аспекти підприємницької діяльності складаються з певних складових своїх складових. У таблиці 1.1 наведено склад компонентів підприємницької діяльності (посилання на електронний ресурс), показано розбивку аспектів підприємницької діяльності. Кількість компонентів не обмежена, включаючи аспекти підприємницької діяльності. Компоненти аспектів підприємницької діяльності взаємодіють між собою, утворюючи складну систему, яка впливає на підприємницьку діяльність [33]. Слід зазначити, що підприємницька діяльність може впливати на складові підприємницької діяльності, отже, її аспекти також можуть зазнавати кількісних та якісних змін.

Таблиця 1.1

Склад компонентів підприємницької діяльності

Найменування аспекту	Компоненти
Технології	- процедури та алгоритми; - патенти; - ліцензії; - технологічні підприємства; - технічні засоби; - програмне забезпечення і т.д.
Суспільство	- соціальні інституції; - соціальні групи; - структура населення тощо.

Природа/екологія	- природні ресурси; - заходи щодо охорони та захисту екології тощо.
Управління	- стратегія, місія; - моделі бізнес-процесів; - управління ризиками підприємницької діяльності тощо.
Економіка	- процеси розподілу; - обміну та споживання продукції; - темпи економічного зростання; - наявність та взаємодія контрагентів тощо.
Політика	- законодавство (міжнародне та на рівні держави); - взаємодія органів влади із бізнесом тощо.

З табл. 1.1. видно, що кількість компонентів не обмежена, включаючи аспекти підприємницької діяльності. Компоненти аспектів підприємницької діяльності взаємодіють між собою, утворюючи складну систему, яка впливає на підприємницьку діяльність [33]. Слід зазначити, що підприємницька діяльність може впливати на складові підприємницької діяльності, отже, її аспекти також можуть зазнавати кількісних та якісних змін.

Характер підприємницької діяльності є дворівневою системою:

- перший рівень – аспекти підприємницької діяльності;
- другий рівень – складові підприємницької діяльності, з урахуванням якого формується аспект підприємницької діяльності.

Постійні зміни компонентів, що складають аспекти підприємницької діяльності, та складні взаємозв'язки між компонентами є відмінними рисами

підприємницької діяльності, а також джерелом ризиків підприємницької діяльності.

Підприємницька діяльність неможлива без менеджменту (управлінського аспекту). У ВНЗ на багатьох спеціальностях викладають дисципліни, пов'язані з менеджментом: «Менеджмент», «Бізнес-адміністрування». Публікуються наукові статті, в яких розглядаються різні аспекти управління бізнесом, зокрема питання корпоративної реструктуризації, наприклад, Стрельник М.М., Попов О.М., Стукалова О.В. та ін. Без управлінського аспекту неможливо здійснювати операційну діяльність, вносити зміни в господарську діяльність.

Технологічний аспект підприємницької діяльності розкривається у взаємозв'язку підприємництва з технологічним рівнем виробництва. Один із відомих економістів Й. Шумпетер підкреслює, що завдання підприємця полягає в реформуванні способу виробництва шляхом впровадження винаходів і нових технологій [34].

Природа/екологія є рушієм підприємництва.

Систематизація аспектів підприємницької діяльності характеризується низкою особливостей:

- аспекти підприємницької діяльності формуються з урахуванням будівельних блоків – компонентів;
- аспекти підприємницької діяльності є складовою частиною підприємницької діяльності.

Декомпозиція підприємництва дає змогу впорядкувати та виділити складові підприємницької діяльності, систематизувати ознаки підприємницької діяльності [35]. Враховуючи складові, що визначають аспекти підприємницької діяльності, стає можливим визначити ключові елементи підприємницької діяльності.

У процесі дослідження теорії та практики підприємництва автор дослідження визначив такі тенденції розвитку підприємництва:

– поява в теоретичному та комерційному обігу нових визначень поняття підприємництва – категорій підприємництва;

- теорія та практика підприємництва розвиваються з розвитком економічної, соціальної, правової, політичної сфери, інституційного середовища та технологій на державному та міжнародному рівнях;

- умови ведення бізнесу в країнах не збігаються (наприклад, є розвинені країни і країни, що розвиваються).

У зв'язку з існуванням великої кількості напрямків підприємницької діяльності, постійно змінюваним середовищем підприємництва та прагненням дослідників зосередити увагу на об'єктах, темах, шляхах і методах, результатах здійснення підприємницької діяльності в певних ситуаціях і умовах, з'являються уточнюючі категорії підприємництва – «корпоративне підприємництво», «внутрішнє підприємництво», «ризикове підприємництво», «інноваційне підприємництво» [36]. Поява нових визначень дає змогу відобразити нові якісні характеристики та підходи до підприємницької діяльності.

На розвиток підприємництва впливає поява нових технологій і впровадження вже існуючих технологій, але ряд вчених відзначає скритність, хвилеподібність і нерівномірність розвитку технологій і економіки, на що вказують роботи Шумпетера. Ю.А., Меньшиков С.М., Клименко Л.А..

Визначимо такі сучасні перспективи розвитку підприємництва:

- державна влада прагне регулювати нові сфери підприємництва у сфері цифрової економіки;

- суб'єкти господарювання приділяють більше уваги охороні екології та природи;

- ускладнення умов торгівлі в часі;

- декомерціалізація окремих видів комерційної діяльності;

- форми мережевої взаємодії у підприємстві.

Державна влада намагається врегулювати нові сфери підприємництва – тому багато країн забороняють криптовалюти, обмежують масштаби

краудфандингу та намагаються врегулювати інформаційний простір. З одного боку, держава прагне зменшити ризики, пов'язані з новими технологіями, які можуть дестабілізувати економічне, соціальне та політичне середовище держави, однак державне регулювання не може повною мірою гарантувати відсутність економічних криз і нечесності комерційних суб'єктів.

Економічне зростання супроводжується погіршенням екології (забруднення повітря, проблеми з відходами виробництва тощо), тому підприємці все більше беруть на себе відповідальність за наслідки підприємницької діяльності та ініціюють індивідуальну чи колективну діяльність із захисту екології та природи. З'являються нові вимоги до підприємницької діяльності у зв'язку з міжнародними природоохоронними організаціями, що призводить до ускладнення підприємницької діяльності. Формується набір концепцій, які обґрунтовують відмову від розширення та поглиблення принципів ринкового менеджменту (маркетингу) на користь більш повного врахування принципів справедливості, морального боргу перед суспільством та кожним його членом (декомерціалізація) [12]. Спостерігається поступова тенденція до демаркетингу окремих видів діяльності. Наприклад, некомерційною є діяльність у сфері фундаментальної науки, мистецтва, спорту, охорони рослинного і тваринного світу та ряд інших видів діяльності, які не спрямовані на отримання вигоди її учасникам.

Підприємці шукають форми мережевої взаємодії. Багато в чому це можна пояснити ускладненням бізнес-середовища, підвищенням складності продукції, що випускається. Зокрема, можна навести такі приклади взаємодії підприємницьких структур: науково-технологічні парки, технополи, бізнес-інкубатори, кластери.

Таким чином, підприємницька діяльність - це ризикована діяльність фізичної особи або групи осіб (zareєстрованих як підприємці або створених як юридична особа), які отримують прибуток за рахунок задоволення суспільних потреб у продукції, роботах, змінних послугах, на основі

добровільне застосування соціальної відповідальності, що потребує залучення ресурсів (матеріальних і нематеріальних) та взаємодії з контрагентами [37].

Аспект підприємницької діяльності – це окрема складова підприємницької діяльності, яка складається з компонентів (суб'єктів, об'єктів, процесів), які впливають на підприємницьку діяльність. Сформульовано такі аспекти підприємницької діяльності: технологічність; компанія; природа/довкілля; управління; економіка; політики [38].

Вивчення підприємництва ведеться протягом століть, відбуваються соціальні зміни, з'являються нові технології, які призводять до еволюції теорії та практики підприємництва. Характер підприємницької діяльності є дворівневою системою: перший рівень – аспекти підприємницької діяльності; другий рівень - складові підприємницької діяльності, з урахуванням яких формуються сторони підприємницької діяльності [39].

Компоненти, покладені в основу аспектів підприємницької діяльності, взаємодіють між собою, утворюючи складну систему, що впливає на підприємницьку діяльність. Слід зазначити, що підприємницька діяльність може впливати на складові підприємницької діяльності. На підприємницьку діяльність впливають постійні трансформації технологій, суспільства, політики, економіки, природні та екологічні зміни, поява нових принципів підприємництва.

1.2 Проблема мотивації діяльності в наукових дослідженнях

Мотивація - це процес, що підтримує і стимулює на певному рівні поведінкову активність людини. Мотивація включає систему потреб, спонукань, цілей, намірів, які можуть впливати на поведінку людини, а також пояснювати її поведінку та діяльність.

Р. Назаришин зазначає, що мотивація є своєрідним барометром суспільних відносин і змін, що в них відбуваються. Водночас науковець наголошує, що зміни мотивації є показником ефективності не лише навчання,

а й праці. Успішність трудової діяльності визначається не тільки здатністю працівників проявляти ініціативу, створювати і шукати роботу, а й рівнем розвитку такого виду мотивації, як самомотивація - професійне вдосконалення працівників [13].

Урманов Ф.Ш. [14] стверджує, що складність проблеми мотиваційної сфери особистості пов'язана з необхідністю усвідомлення природи мотивації, основних механізмів її формування та структурних компонентів, що утворюють систему. Розробка проблеми мотивації, згідно з поглядами Л. Лещенко, пов'язаний з аналізом рушійних сил діяльності людини, її поведінки, з пошуком відповіді на питання, що саме спонукає людину до діяльності [15]. В. О. Клімчук, В. В. Горбунов додає, що мотивація на даний момент є психологічним поняттям, щодо якого немає одностайного розуміння. Відповідно до концептуальної орієнтації дослідника, ним стають потреби, набір мотивів, процес, ситуаційна характеристика, цінності, цілі, об'єкти, результат або процес оцінки, підструктура особистості чи особистісна надбудова тощо [16].

На думку О. Кендюхова, мотивація поведінки і діяльності людини належить до найскладніших понять сучасної психології [17]. Через нечіткість поняття «мотив» деякі вчені, як зазначає О.М.Яцишин, пропонують відмовитися від його ототожнення або звести його до однієї реальності, виділяючи відповідно дві категорії феноменів: особисті мотиви та сукупність «динамічних сил». або «психологічні моменти», які також визначають цілісну поведінку людини [18].

Е. А. Уткін вважає, що мотивація – це стан людини, який визначає ступінь активності та спрямованість дій людини в конкретній ситуації [19].

Є. П. Іллін звертає увагу на те, що в роботах Л. Божович, В. Ковальова, О. Леонтьєва, А. Маркової та В. Ляудіса акцент робиться на полімоторній діяльності; мотивацію як динамічний процес розглядають К. Ізард, І. Ільїн, А. Маслоу, М. Савчин; Д. Мазоха, Н. Опанасенко та Н. Юдіна розглядають мотивацію як сукупність стимулів [20].

На основі теоретичного аналізу І. Шостак дійшла висновку, що розвиток теорій мотивації відбувався у двох основних напрямках. У першому значенні мотиви і мотивацію вважали ситуативними інваріантами поведінки людини. Другий напрям передбачав розуміння мотивів і мотивації як стійких диспозицій особистості, що регулюють її поведінку в будь-якій ситуації. Учений додає, що можна виділити третій підхід, який об'єднує дослідників, які намагалися знайти компроміс між цими двома напрямками.

О. Винославська [21] зазначає, що в сучасній науковій літературі поняття «мотив» трактується по-різному. Аналіз визначень поняття «мотив» свідчить про те, що всі вони мають єдине значення: це складне психологічне утворення, свідоме спонукання людини до певної поведінки чи діяльності, пов'язане з бажанням задовольнити її потреби.

За словами Н.О.Задорожнюк, Ю.О. Квашук [3], найбільш детальне пояснення поняття «мотивація» розкриває О.В. Ромашов, який зазначає, що мотивація - це вербальна поведінка, спрямована на вибір мотивів (суджень) для пояснення реальної поведінки. Вчені зазначають, що такий підхід враховує психологічні фактори, які є важливою складовою ефективності діяльності людини.

Е. Єлфімов, К. Замфір, О. Захарко, В. Ковальов пропонують класифікувати мотиви за позавнутрішньою спрямованістю. Є. Єлфімов класифікує мотиви за видами діяльності, які їм відповідають, виділяє зовнішню мотивацію та зовнішню мотивовану поведінку; внутрішню мотивацію та внутрішню мотивовану поведінку [6]. Слід зазначити, що зовнішня мотивація характеризується факторами, які ініціюють діяльність поза межами «Я» або індивідуальної поведінки, тоді як внутрішня мотивація — це бажання виконувати діяльність для самого процесу [40].

Є. Ільїн [11] класифікує мотиви за часовими характеристиками: ситуативні та діючі постійно (періодично); короточасні і стійкі. В окремому часову групу мотивів вчений виділяє мотиваційні установки (оперативні, відтерміновані до реалізації, і постійні, тривалі, ті, що характеризують

спрямованість особистості). Є. Ільїн також розрізняє мотиви первинні (абстрактні), що мають абстрактну мету, і мотиви вторинні, з наявністю конкретної мети. Слід зазначити, що вторинні шаблони мають більш складну структуру, оскільки поділяються на повні шаблони, які мають необхідні цільові блоки і внутрішній фільтр, і ярлики, які формуються без участі внутрішнього фільтра.

За структуруванням мотивів М. Пряжников виділяє такі види мотивів:

1) за різними потребами: біологічні та соціальні; мотиви самоповаги та самореалізації; спонукання до пошуку результату і безпосередньо до діяльності; мотивації прагнення до успіху та уникнення невдачі; 2) за стимулами, що викликають потреби: зовнішні та внутрішні; 3) за соціальними установками та орієнтаціями: особистісні та соціальні; егоїстичні та соціально значущі (ідейно-моральні, що відображають світогляд і переконання особистості); 4) за основним мотиватором: одноцінність і багатоцінність; 5) за родом діяльності: мотиви спілкування, навчання, діяльності (професійна, спортивна, соціальна тощо); 6) врахування часових характеристик: короткочасних і стійких мотиваційних установок; ситуаційний і безперервний; 7) структурні: первинні (з абстрактною метою); вторинні – повні (з наявністю всіх компонентів: необхідного, цільового та внутрішнього фільтра) та скорочені (без внутрішнього фільтра) [22].

А. В. Карпов, А. М. Колот резюмували, що в сучасній літературі підкреслюється важливість питання про співвідношення «внутрішньої» і «зовнішньої» мотивації, але окреслюються лише деякі аспекти цієї проблеми. На думку А. В. Карпова, внутрішні (процесуальні) потреби принципово ненаситні, через них індивід розвивається, а не тільки задовольняє свою потребу в чомусь [41]. Відповідно, це спонукає нас до розрізнення двох мотиваційних систем – зовнішньої та внутрішньої мотиваційних систем. Вчений також додає, що між системою зовнішньої та внутрішньої мотивації існують досить складні та закономірні зв'язки:

1) реалізація зовнішніх мотивацій може підсилити внутрішні мотивації;

2) реалізація внутрішніх закономірностей може призвести до формування нових, більш складних ефективних (зовнішніх) закономірностей;

3) гіпертрофія внутрішньої мотивації може призвести до зниження зовнішньої мотивації, коли людина настільки поглинена процесом діяльності й отримує від неї стільки задоволення, що результати відходять на другий план, стають суб'єктивно незначущими [23].

Д. Макклелланд, Х. Хекхаузен зазначали, що однією з важливих мотивацій людини є мотивація досягнення. Мотивація успіху, на думку вчених, є єдиною потребою, яка спонукає людину до активності [42].

Дослідники відзначають ознаки мотивації досягнення: спрямованість на досягнення; мотивація досягнення з'являється, коли діяльність пропонує можливості для вдосконалення; мотивація досягнення спрямована на певний кінцевий результат, мету; для людей із сильною мотивацією до успіху характерно відновлення вже перерваних курсів і припинення їх.

Н.Богацька і М.Ш. Магомед-Емінов зазначає, що визначення її етапів є ключовим для розуміння сутності мотивації. Вчені виділяють чотири стадії (цикли) мотивації, які відповідають чотирьом її функціям (ініціація, вибір, реалізація та післяреалізація): 1) актуалізація мотивації та ініціація діяльності; 2) формування мети, вибір дії та формування наміру; 3) досягнення наміру; 4) постпродакшн [9].

Є. П. Ільїн наголошує на наявності трьох етапів мотиваційного процесу, основою якого є стимул: 1) формування первинного (абстрактного) мотиву (прийняття стимулу людиною); 2) дослідницька діяльність (внутрішня чи зовнішня), пов'язана з визначенням засобів задоволення потреби в цих обставинах; 3) обрати конкретну мету та сформулювати намір її досягнення [11].

Можна узагальнити, що мотивація, як важливе утворення особистості, є не тільки основою її структури, а й передумовою її активності та ефективності будь-якої діяльності. Мотив і спонукування відносяться до таких

психологічних явищ, які забезпечують взаємодію людини з навколишнім світом і з самим собою, а також спонукають і регулюють його діяльність.

1.3. Особливості мотивації підприємницької діяльності та її чинники

Розвиток поняття підприємницької мотивації відбувався паралельно з розвитком самого поняття підприємництва. М. Вебер ототожнює підприємництво з універсальним бажанням прибутку, «прибутку, який постійно відроджується» [11].

Дослідження мотивації підприємців пострадянських країн становлять особливий інтерес, враховуючи особливість ситуації економічного розвитку. Так, дослідження ціннісних мотиваційних аспектів підприємницької діяльності в торгівлі проводили Карамушка Л.М., О.В. Креденцер, О. А. Філь [5].

Підприємницька мотивація — це бажання людини здійснювати підприємницьку діяльність.

Головною ланкою мотиваційного механізму є підприємницькі інтереси. Економічний інтерес — це форма реалізації потреби, переваги, переваги, яка отримується в процесі реалізації економічних відносин. Підприємницькі інтереси відображають мотиви діяльності підприємця, соціально-економічні умови її здійснення.

Одним із найважливіших мотивів підприємців є отримання максимального прибутку. Але поряд із прибутком у підприємницькій діяльності відбувається розвиток творчого потенціалу людини, прагнення до незалежності, суспільного визнання. Для більшості підприємців існує мотив збереження та розвитку власного бізнесу, що вимагає від підприємця перспективного мислення. Підприємницька діяльність має низку характеристик:

- самостійність діяльності;
- творчий підхід до справи;
- новаторство, пошук нестандартних рішень.

Важливою рисою підприємництва є невизначеність результатів діяльності, ризикованість дій. Це надає певної жорсткості методам досягнення цілей, намагаючись компенсувати ризик і невизначеність результатів діяльності [44].

Моя діяльність підприємця починалася практично з нуля, на подальший розвиток вплинули взаємини з партнерами, прагнення вперед, мета, праця та бажання розвиватися далі, це все привело нас до успіху.

Ми створили інтернет-магазин Електро Контакт ФОП Анікієнко К. І., постачальники всіх наших брендів з 2014 року.

Бізнес – це діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку.

Для того, щоб був прибуток потрібна енергія та бажання, зв'язки з партнерами, мотивація. Мотивація завжди впливає на успіх у бізнесі.

Коли відкриваєш свій бізнес завжди важко, йдуть падіння, необхідно протриматися, не здаватися, йти до своєї мети, незважаючи ні на що, хапатися за все, вірити в себе та свої сили, також мати мотивацію уникнення невдач.

Розвиваючи менеджерські якості, уміння продавати, вивчивши продукцію, технічні дані, ми багато чого досягли. Завдяки вмінню слухати клієнта, говорити з клієнтом його мовою, акцентувати цінність товару, а не його ціну, надаючи вигідні умови співпраці, шлях від менеджера до директора давався складно, але в цьому допомагала також мотивація та успіхи виконаної роботи.

Підприємництво – це ризики, успіх залежить від особистості людини, вміння знаходити рішення з ситуацій, що склалися, вміння взаємодіяти з людьми, розпоряджатися правильно доходом, бути відкритим і цілеспрямованим, наполегливим, чесним, простим і зрозумілим, дисциплінованим, впевненим, мати переваги перед конкурентами, все це приходить з досвідом.

Незважаючи на важкий зараз час для підприємців малого бізнесу ми продовжуємо працювати, головне щоб була можливість працювати, були зовнішні умови для праці ведення бізнесу [45].

Спроможність кожного суб'єкта господарювання розкрити свої підприємницькі інтереси значною мірою залежить від дії факторів, що детермінують підприємницьку активність, зокрема зовнішніх чинників, які блокують творче та продуктивне підприємництво, знижують мотивацію до отримання прибутку. У таблиці 1.2 представлені детермінанти активності, самостійності та ініціативи суб'єктів господарювання [24].

Таблиця 1.2

Чинники підприємницької активності

Макроекономічні	Мікроекономічні
- Забезпечення гарантій підприємництва, відкритість доступу та можливістю входження до цього виду діяльності. - Економічна політика - підтримка підприємництва на загальнодержавному та регіональному рівні, напрямки державного регулювання підприємництва. - Наявність та стан конкурентно-ринкового середовища та інфраструктурного забезпечення бізнесу. - Місце підприємницького сектору у соціальних орієнтирах розвитку суспільства	- Наявність економічних знань, ділових якостей, професійної підготовки. - Взаємодоповнення та взаємодія власницької та новаторської функції підприємництва. - Можливості ефективного розвитку підприємництва у довгостроковій перспективі. - Націленість на досягнення успіху. - Форми самовираження творчо-продуктивних якостей індивіда у підприємницькій діяльності

Підприємницька мотивація розглядається як єдність власницької, управлінської та інноваційної функцій, що визначає поведінку суб'єкта підприємницької діяльності. Зацікавленість власника спонукає підприємця до оновлення основних фондів та вдосконалення організації бізнесу. Як менеджер підприємець намагається контролювати розвиток власного бізнесу, керувати окремими ланками чи діяльністю в цілому [46]. Інноваційний підприємець характеризується високим творчим та інтелектуальним потенціалом, здатністю генерувати ідеї під впливом внутрішніх мотиваційних мотивів до самовираження, реалізації власних здібностей. Тому поєднання інноваційної діяльності та підприємництва дуже часто дає значний ефект.

Матеріальна зацікавленість в ефективному веденні бізнесу нерозривно пов'язана з існуючим соціально-психологічним кліматом у колективі, зі сформованими в процесі підприємницької діяльності взаємовідносинами. На відміну від публічних компаній, приватні компанії мають інші критерії відбору та взаємодії керівника та команди, використовують найбільш ефективні методи впливу менеджера на людей. У мотивації підприємництва це означає командний ефект, використання мережі, горизонтальних структур управління [47].

Важливою складовою ефективної підприємницької діяльності є координація людських зусиль. Успіх у реалізації цієї функції досягається за умов, коли підприємець достатньо комунікабельний і здатний впливати на мотивацію своїх працівників.

При підборі персоналу більшість компаній практикують випробувальний термін (від 1,5 до 3 місяців) з використанням надалі контрактної системи [48]. Крім планової заробітної плати виплачуються колективні та індивідуальні премії. Якщо під час випробувального терміну найбільше цінується комунікабельність та ініціативність, то в подальшій діяльності на перше місце ставиться така якість, як здатність співробітника генерувати та реалізовувати нові ідеї. Формуючи ефективну систему

мотивації працівників, підприємець повинен враховувати соціально-захищені підстави (гарантії збереження праці), відповідність виробничого і творчого потенціалу працівників характеру виконуваної роботи, поєднання матеріального та морального заохочення. . В іншому випадку у персоналу виникає так зване мотиваційне виснаження, коли перестають функціонувати внутрішні спонукання до продуктивної діяльності. Основними нематеріальними чинниками мотивації працівників у підприємницьких структурах є :

- інтерес до своєї справи;
- бажання відповідати високим очікуванням керівника компанії;
- потреба і задоволення працювати в середовищі професіоналів свого рівня.

Завдання підприємця полягають, насамперед, у створенні таких умов для працівників, щоб вони сприймали спільну діяльність колективу як власну справу.

Коли у підприємця чи менеджера формується власний стиль поведінки, методи взаємодії з іншими членами колективу, необхідно враховувати феномен лідерства [49]. У більшості випадків лідерів бізнес-команд відрізняє внутрішня налаштованість на успіх, здатність працювати на перспективу та одночасний погляд на внутрішні та зовнішні проблеми розвитку. Для багатьох компаній характерне явище «суперлідерства», тобто коли окрема людина починає виділятися в колективі, що забезпечує мотиваційний потенціал і дає можливість працювати професіоналам. При цьому цей «суперлідер» не прагне керувати колективом, він задоволений своєю роллю.

Основою управління персоналом є посилення ролі особистості працівника, знання його мотиваційних установок, уміння формувати їх відповідно до завдань підприємницької діяльності [50]. Вони стають підприємцями не стільки через свою власність і власність, скільки через свою підприємницьку активність і вміння керувати командою працівників.

Загальновідомо, що серед усіх категорій працездатного населення домінує мотив матеріального багатства, тобто забезпечення високого рівня особистого добробуту. За результатами опитування на важливість цього мотиву вказали 72% безробітних та 84% керівників підприємств, установ, організацій та їх підрозділів. За видами праці важливість мотиву забезпечення високого рівня особистого добробуту коливається від 60% у самозайнятих до 79% у підприємців. Друге місце в ієрархії мотивації підприємницької діяльності зайняв стимул, пов'язаний з пошуком самостійності та незалежності в діях. На цьому наголошували керівники підприємств, установ, організацій та підприємці, а також спеціалісти, працівники підприємств бюджетної сфери, приватних компаній та самозайняті особи.

Проте працівники сільського господарства та промисловості, а також безробітні займають друге місце як мотиватор підприємницької діяльності, поряд із безробіттям та неможливістю працювати на колишньому місці роботи. Таким чином, безробітні та працівники сільського господарства та промисловості процес переходу до підприємництва пов'язують не з можливостями самореалізації, а з відчаєм у житті та загрозою втратити роботу.

Підприємці частіше за інші категорії економічно активного населення пов'язують стимули до підприємницької діяльності з такими мотивами, як бажання мати гідний імідж, соціальний статус у суспільстві та потреба реалізувати власні здібності.

Підсумовуючи викладене, механізм формування рішення про підприємницьку діяльність можна представити таким чином: ряд внутрішніх і зовнішніх факторів впливає на рішення про відкриття бізнесу. Мотивами, які спонукають людей займатися підприємницькою діяльністю, можуть бути наступні:

1. Бажання реалізувати свої винаходи чи ідеї. Багато хто має певну думку про можливість відкриття власного бізнесу в тій чи іншій сфері, але

далеко не завжди воно реалізується через відсутність необхідних умов. Люди, які досягли успіху в цій сфері, відомі всім (Форд, Гейтс та ін.).

2. Невдоволення своїм соціальним і матеріальним становищем. Невдоволення собою і бажання досягти всього власними силами, перевірка своїх здібностей у різних сферах. Якщо перший мотив психологи називають позитивним, то другий – негативним. Негативно мотивованих підприємців ще називають «підприємцями з примусу», вони відчули розчарування в інших видах діяльності і мають змогу змінити професію, рід діяльності. Не всі досягають великих успіхів, тому що не мають спеціальних знань або необхідних рис характеру.

3. Бажання вирішити, задовольнити своє здорове честолюбство. Вирішивши зайнятися підприємництвом, людина мріє про славу, почесні і матеріальне благополуччя. Багатство - це лише спосіб виділитися. У наших підприємців мотив збагачення будь-яким способом часто є єдиним і не завжди проявляється в культурних формах. Для західних бізнесменів, які звикли до процвітання, цей мотив істотно трансформується. Для них капітал виступає як засіб організації самостійної діяльності та досягнення незалежності. Багато заможних людей на Заході ведуть скромне, аскетичне життя і багато працюють.

4. Реагувати на особисті потреби лідерства. Підприємець – це незалежна особистість, схильна до незалежності та свободи. Кожна людина має потребу в самоствердженні та самовираженні. Підприємець намагається проявити свої здібності в конкретній практичній сфері, управлінні командою, реалізації ідей.

Для прийняття остаточного рішення про відкриття власної справи, крім внутрішніх стимулів, необхідні зовнішні стимули: створення умов, необхідних для діяльності підприємця, а також вплив середовища, що призводить до формування думки про престижність і прибутковість підприємництва.

Висновки до розділу I

У роботі розглянуто поняття «підприємницька діяльність» як особливий вид діяльності суб'єкта, який має чітку прибуткову спрямованість і має свої особливості: ознаки ризику, спрямованості, ініціативності, самостійності, активності та свобода вибору.

Виявлено, що підприємництво включає деякі основні функції: ресурсну (мобілізує трудові та інформаційні ресурси, капітал), організаційну (підприємець організовує виробництво, трудову діяльність, рекламу), управлінську (підприємець приймає управлінські рішення), творчу (інноваційність, навички та готовність до ризику).

Визначено, що поняття «підприємець» - особа, яка самостійно провадить підприємницьку діяльність. Суб'єкт - власник капіталу, фахівець у цій галузі та менеджер.

Підприємницька діяльність має мотиваційний патерн, який включає:

- оприлюднюються мотиви (мотиви примусу, приналежності до групи, соціальних контактів, самоповаги, самореалізації, поваги);
- безпосередні мотиви (мотивації інновацій, ризику, комерційного успіху, незалежності, активності, свободи).

Розглянуто, що до мотиваторів підприємницької діяльності належать:

- соціально-демографічні (вік; стать; сімейне становище; освіта підприємця тощо) та особистісні на мікрорівні (впевненість у власних силах; наполегливість; реалізм; здатність до розвитку тощо);
- організаційні на мезорівні (сфера підприємницької діяльності; досвід підприємця; чисельність працівників приватної компанії; організаційна структура; організаційна культура; трудові та соціальні відносини тощо);
- соціально-економічні на макрорівні (соціальна стабільність у суспільстві, політична стабільність у суспільстві, ступінь економічного розвитку, дотримання правової системи, належне функціонування адміністративної, кредитно-фінансової систем, загальна культура суспільства тощо).

РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Методологія та організація дослідження мотивації підприємницької діяльності

Другий етап дослідження мав на меті дослідити структуру мотивації підприємницької діяльності та зв'язок між мотивацією та успішністю підприємницької діяльності.

Дослідження проводилися на базі ФОП Анікієнко К. І. компанія “Електро Контакт”, що знаходиться в Києві. Всього в опитуванні взяли участь партнери-підприємці. ФОП Анікієнко К. І. компанія “Електро Контакт”» здійснює діяльність у продажу електротехнічного обладнання, встановлення співробітництва з підприємцями. Перелік його послуг включає: інструмент, все для електромонтажу, все для електроніки, електрообладнання, кліматичне обладнання, готові рішення автоматизації.

Підприємці-партнери були поділені на чотири вікові групи: 22,3% респондентів були до 30 років; вік 40,3% респондентів – від 31 до 40 років; вік 29,1% респондентів – від 41 до 50 років; 8,3% респондентів були старше 50 років. У дослідженні взяли участь за статтю чоловіки-підприємці (72,2%) та жінки-підприємці (27,8%).

Для проведення емпіричного дослідження нами розроблено комплекс методів і прийомів комплексного вивчення мотивації підприємницької діяльності та її зв'язку з успіхом підприємця. Використовувалися методи опитування та тестування:

- Метод опитування реалізовувався шляхом інтерв'ю та анкетування (Додаток А) (авторське).

У цьому методі напівструктурованого інтерв'ю ми дізнались мотиви входження у підприємництво та мотиви підприємництва на етапі стабілізації діяльності. Окрім з'ясування мотивації входження у підприємницьку діяльність, досліджено мотиви вибору сфери підприємницької діяльності.

- Опитувальник для вивчення мотивації анкета «Мотиви підприємства» розроблений нами на основі теоретичної моделі підприємницької мотивації (Додаток Б) (електроний ресурс).

Запропоновані в анкеті формулювання мотивів були складені нами за результатами інтерв'ю і були найбільш характерними висловлюваннями даної вибірки, що репрезентують певну семантичну групу мотивів.

Формулювання надано нами в термінах «бажання» і «прагнення». Ці конструкції були обрані як найпоширеніші у відповідях респондентів під час інтерв'ю. Анкета «Мотиви підприємництва» включала пункти, спрямовані на дослідження: мотивації до підприємницької діяльності (Додаток Б блок 1); мотивації підприємництва на етапі стабілізації підприємницької діяльності (Додаток Б блок 2). Кожен блок анкети містив 24 питання, які представляли групи ознак. Для з'ясування мотивації до підприємницької діяльності анкета містила питання про шлях до підприємницької діяльності та мотиви вибору сфери підприємницької діяльності.

- Також у дослідженні ми використовували анкету для визначення рівня успішності підприємницької діяльності. Дана анкета «Ваші судження про вашу діяльність» (Додаток В) є модифікацією методики «Стандартизоване інтерв'ю» Є. Б. Філінкової [6]. На основі зазначеної методики були відібрані питання, що відповідають завданням нашого дослідження.

- Особливості розуміння життя підприємцями відображають суттєві життєві орієнтації. Ми вивчали їх за «Тест сенсожиттєвих орієнтацій» (СЖО) Д.О.Леонтьєва (Додаток Г).

Тестовий метод був використаний нами для дослідження характеристики сенсу життя як показника особистої успішності підприємців-партнерів. Одним із значущих показників особистої успішності підприємців визначено сенс життя.

- Адвент календар успішних людей “Бізнес мотивація” (Електроний ресурс) (Додаток Д).

Календар дивитися кожен день місяця для мотивації, спонукання до дій та успіху, де вказуються висловлення успішних людей.

2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження

У цьому підрозділі розділу наведено дані про діапазон мотивів підприємницької діяльності та ієрархію мотивів підприємницької діяльності.

Досліджено мотиви входження у підприємництво та мотиви підприємництва на етапі стабілізації діяльності. Окрім з’ясування мотивації входження у підприємницьку діяльність, досліджено мотиви вибору сфери підприємницької діяльності. Для досягнення цієї мети було використано метод напівструктурованого інтерв’ю.

Оцінка респондентами причин початку підприємницької діяльності та спонукань до підприємницької діяльності на етапі стабілізації діяльності наведена в таблиці. 2.1.

Ієрархія груп мотивації входження у підприємництво представлена в таблиці. 2.1.

Таблиця 2.1

Ієрархія груп мотивів приходу до підприємництва (в балах)

Ранг	Групи мотивів	Середнє значення	Стандартне відхилення
1	Мотиви комерційного успіху	13,07	2,32
2	Мотиви свободи та незалежності	12,82	2,50
3	Мотиви ініціативи і активності	11,87	2,62
4	Мотиви самореалізації	10,49	2,89

5	Мотиви інноваційності і ризику	10,08	3,24
6	Мотиви соціальних контактів та групової належності	9,85	3,16
7	Мотиви поваги і самоповаги	9,25	3,11
8	Мотиви вимушеності	7,53	2,81

Як видно з табл. 2.1, мотиви комерційного успіху, свободи і незалежності, ініціативи та активності знаходяться на вершині ієрархії груп мотивації входження в підприємництво. Мотиви самоактуалізації посідають четверте місце. Отже, можна зробити висновок, що на етапі входження в підприємницьку діяльність підприємці мають мотивацію, в цілому адекватну цілям і завданням підприємницької діяльності.

Давайте спочатку розберемо мотиви для початку підприємницької діяльності (питання 1, 2 інтерв'ю). Як видно з табл. 2.2 більшість респондентів (68%) називають свободу та незалежність.

Таблиця 2.2

Мотиви підприємництва, виявлені за допомогою інтерв'ю (в процентах від загальної кількості опитаних)

Ранг	Мотиви приходу до підприємництва	Кількість опитаних (в%)	Мотиви на етапі стабілізації діяльності	Кількість опитаних (в%)
1	Мотиви свободи і незалежності	68,0%	Мотиви ініціативи і активності	60,0%
2	Мотиви комерційного успіху	60,0%	Мотиви самореалізації	56,0%

3	Мотиви вимушеності	44,0%	Мотиви свободи і незалежності	44,0%
4	Мотиви ініціативи і активності	36,0%	Мотиви комерційного успіху	40,0%
5	Мотиви поваги та самоповаги	32,0%	Мотиви поваги та самоповаги	32,0%
6	Мотиви самореалізації	24,0%	Мотиви вимушеності	20,0%
7	Мотиви інноваційності і ризику	8,0%	Мотиви інноваційності і ризику	8,0%
8	Мотиви соціальних контактів	4,0%	Мотиви соціальних контактів	4,0%

Більшість мотивів, зазначених респондентами в інтерв'ю, належали до наступних груп: «мотиви свободи та незалежності», «мотиви комерційного успіху», «мотиви ініціативи та активності», «мотиви самореалізації». Значну кількість тверджень також представляють групи: «підстави для самоповаги та самоповаги» та «підстави для примусу». Найменша кількість мотивів, названих респондентами, належала до груп: «мотиви соціального контакту та приналежності до групи» та «мотиви інновацій та ризику».

При цьому значна частина опитаних підприємців-партнерів (60,0%) вказали на мотивацію успіху в бізнесі, значна частина респондентів (44,0%) назвали однією з причин обмеження (або вплив життєвих обставин). займатися підприємництвом. Деякі підприємці вказали мотиви ініціативи та активності (36,0%). Вони зазначили, що завжди вважали таку діяльність тільки для себе, що їм цікавий бізнес, що підприємництво у них «в крові». Водночас 32,0% підприємців зазначили, що мають підстави для поваги та самоповаги. 24,0% опитаних підприємців назвали мотиви самореалізації.

Крім того, деякі респонденти вказали мотивацію інновацій та ризику, наприклад, «Бажання представити інноваційний продукт» та «Бажання ризикнути та отримати щось нове» (8,0 %). Також були виявлені такі мотиви соціального контакту, як «бажання працювати з людьми, які мені подобаються, в хорошому колективі» (4,0%).

Таким чином, аналіз виявлених у результаті інтерв'ю мотивацій свідчить про достовірність побудованої нами теоретичної моделі мотивації підприємницької діяльності.

За результатами інтерв'ю ми наповнили конкретним змістом модель мотивацій підприємницької діяльності. Кожна група включала чотири стадії (цикли) мотивації, формулювання яких виявилися найбільш типовими для підприємців. Стадії мотивації описані в розділі 1.

Шлях до підприємництва ми вивчали за питанням 1 анкети «Ваші судження про свою діяльність». У результаті аналізу відповідей респондентів було виділено три групи підприємців-партнерів.

До першої групи, яка становить 29,1% від загальної кількості респондентів, належать підприємці, які вказали як причину заняття підприємництвом бажання відкрити власну справу. Підприємці другої групи, а це 29,2%, зазначили, що прийшли до підприємницької діяльності під впливом фінансових та інших проблем (5,6%), або під впливом обставин: втрати попереднього місця роботи, відсутності роботи за фахом, під впливом сімей тощо. (23,6%). Ще 41,7% підприємців, які становили третю групу, вказали, що їм пропонували партнерство (36,1%) або що їх початок підприємницької діяльності був випадковим (5,6%).

Причини вибору сфери підприємницької діяльності досліджувалися нами у питанні 2 анкети «Ваші судження про свою діяльність».

Як видно з табл. 2.3, більшість респондентів (30,6%) обрали цю сферу, тому що вони були більш досвідчені в цій сфері, ніж в інших (мали відповідну підготовку, досвід).

Водночас 24,6% респондентів зазначили, що отримували пропозицію щодо партнерства в цьому напрямку або налагодили контакти та зв'язки в цьому напрямку. 18,4% респондентів зазначили, що така орієнтація на момент вибору відповідала їхнім інтересам, схильностям і здібностям. Підприємці, які обрали цю сферу підприємницької діяльності через те, що ця «ніша ринку товарів і послуг була відносно вільною», становлять 13,9%. При цьому лише 12,5% відзначають, що в цьому напрямку вдалося отримати максимальний прибуток з мінімальними витратами (фінансовими, часовими тощо).

Як видно з табл. 2.3, респонденти, які пов'язують відкриття бізнесу з власним бажанням і внутрішнім вибором («бажання відкрити власну справу»), обираючи сферу діяльності, частіше покладалися на себе, свій досвід і професійну підготовку (47,6% респондентів).

Таблиця 2.3

Взаємозв'язок мотивів вибору виду сфери діяльності та шляху приходу до підприємництва(в % від загальної кількості опитаних)

№ з/п	Мотиви вибору сфери діяльності	Кількість підприємців, що вказали на даний мотив вибору сфери діяльності в групі (в%)			В загальній виборці (у%)
		Бажання заснувати власну справу	Під впливом матеріальних або інших проблем, обставин	За пропозицією партнера або випадково	
1	Була вільна ніша на ринку	9,5	23,8	10,0	13,9
2	Мінімальні витрати – максимальний прибуток	19,0	9,5	10,0	12,5
3	Розбирався в даному напрямку (мав освіту, досвід)	47,6	23,8	23,3	30,6
4	Напрямок відповідає	19,0	28,6	10,0	18,4

	інтересам				
5	Запропонували партнерство за даним напрямком	4,9	14,3	46,7	24,6

Для респондентів, які прийшли у підприємництво вимушено, «під впливом матеріальних чи інших проблем», при виборі сфери діяльності було важливо, щоб «напрямок відповідав інтересам» (28,6% респондентів) або «був добре поінформований». у цьому напрямку (мав навчання, досвід)» - 23,8% респондентів. Крім того, ці підприємці були схильні «шукати вільну нішу на ринку», бажаючи таким чином зменшити фактор конкуренції та зменшити ймовірність знову опинитися без роботи та без грошей (23,8% респондентів).

Водночас респонденти, які стали підприємцями «випадково», не маючи власних планів і намірів у цьому напрямку, здебільшого долучалися до бізнесу інших людей у цьому напрямку – ці підприємці «пропонували собі партнерство» (46,7% респондентів).

Уточнюючи це, загальне розуміння мотивації підприємницької діяльності було реалізовано нами шляхом вивчення мотивацій за допомогою опитувальника «Мотиви підприємництва». Дана анкета дала змогу дослідити як мотиви входження у підприємництво (блок 1), так і мотиви підприємництва на стадії стабілізації діяльності (блок 2).

Розберемо ієрархію 24 досліджуваних мотивів (Додаток Е).

З Додатку Е видно, що перші місця в ієрархії мотивацій початку підприємницької діяльності посідають переважно мотиви комерційні.

По-перше, слід зазначити, що всі три мотиви ділового успіху входять до перших восьми мотивів. Це свідчить про велику силу і рішучість бажання покращити свій матеріальний стан і стати більш заможними на етапі входження у підприємницьку діяльність.

Серед мотивів свободи і незалежності на перше місце посідав мотив «бажання не залежати від правителів, самостійно планувати свій час і

розподіляти блага». Близький до мотиву «небажання виконувати вказівки «начальства», який виділяється як одна з найважливіших причин вибору підприємницької діяльності українськими підприємцями. Водночас «бажання приймати важливі рішення самостійно» не увійшла до восьми основних підстав. На нашу думку, ця підстава висвітлює таку сторону свободи, як відповідальність.

Можна зробити висновок, що підприємці не хочуть виконувати чужі вказівки і прагнуть до незалежності, але не покладають відповідальність за їхні вільні рішення як головну причину незалежності.

Група мотивів самореалізації представлена у першій вісімці одним мотивом, що свідчить про відносно низьку потужність мотивів самореалізації серед основних мотивів входження у підприємництво. Останні вісім місць у двох ієрархіях займають мотиви, що належать до всіх груп, крім «мотивів комерційного успіху» та «мотивів свободи та незалежності». У середині ієрархії знаходяться підстави для соціальних контактів і членства в групі. Іншими словами, мотиви цього напрямку в цілому є поміркованими в ситуації відкриття власної справи.

Також підприємці на початковій стадії підприємництва в середньому мотивовані бажанням самоповаги, бажанням реалізувати нову ідею, бажанням вирішувати різноманітні та цікаві завдання на роботі. Мотив «готовність до ризику та досягнення бажаного результату» також не стоїть на вершині ієрархії, хоча підприємливість безпосередньо пов'язана з ризиком.

Слід зазначити, що прагнення вийти з кризової ситуації втрати попередньої роботи посідає 13 позицію, тобто є помірно значущим у ситуації створення власної справи. Проте бажання мати роботу та відсутність зайнятості за фахом займають 22 позицію в ієрархії. Можна зробити висновок, що більшість майбутніх підприємців, які втратили роботу, мали можливість працевлаштуватися, але не скористалися цією можливістю. Таким чином, можна сказати, що мотивації, які займають перші місця в нашій ієрархії (бажання отримувати вищий дохід, прагнення до досягнень,

свободи і незалежності, самореалізації), більш важливі для майбутніх підприємців лише прагнення до працювати за фахом, реалізувати себе як фахівець певного напрямку.

Ієрархія груп підприємницьких мотивацій на етапі стабілізації діяльності представлена в таблиці. 2.4.

Таблиця 2.4

Ієрархія груп мотивів підприємництва на етапі стабілізації діяльності

Ранг	Групи мотивів	Середнє значення	Стандартне відхилення
1	Мотиви комерційного успіху	13,61	1,79
2	Мотиви свободи та незалежності	12,89	2,34
3	Мотиви ініціативи і активності	12,88	2,27
4	Мотиви інноваційності і ризику	11,35	2,88
5	Мотиви соціальних контактів та групової належності	11,24	2,73
6	Мотиви самореалізації	11,00	2,84
7	Мотиви поваги і самоповаги	9,40	2,86
8	Мотиви вимушеності	7,57	2,39

Як видно з табл. 2.4 перші місця в ієрархії груп підприємницьких мотивацій на етапі стабілізації діяльності посідають безпосередні мотиви, що свідчить про високий ступінь адекватності підприємницької мотивації на етапі стабілізації діяльності.

Мотивація успіху в бізнесі стоїть на першому місці. Аналіз мотиваційної сфери підприємців економічно розвинених країн, отриманий на основі численних досліджень [3], показує, що матеріальний добробут не є

принциповим для людини, яка стала на шлях підприємництва. Головною і організуючою системою інших мотивів є мотив боротьби за свободу і незалежність.

Таким чином, наше дослідження виявило той факт, що мотиви успіху в бізнесі, серед інших мотивів, сьогодні є найважливішими для українських підприємців. Наприклад, Винославська О.В. на основі аналізу досліджень вітчизняних і зарубіжних авторів робить висновок, що перехід від орієнтації на матеріальні цінності до орієнтації на цінності самореалізації та свободи особистості в Україні як загальна тенденція в динаміка мотивації діяльності підприємців [25].

Однак, виходячи з отриманих нами даних, важко погодитися з Ю.Ф. Пачковським в тому, що й сьогодні усвідомлення особистої незалежності й самостійності в діях «є джерелом активності, що визначає діяльність і поведінку підприємця, є основою його мотивації» [26, с.131].

Примітний той факт, що всі причини комерційного успіху увійшли до першої вісімки ієрархії, а дві з них посіли чільне місце. Цей факт ще раз підкреслює значну силу мотивацій цього напрямку на етапі стабілізуючої діяльності [51]. Крім того, до перших восьми мотивів увійшли мотиви ініціативи та діяльності, мотиви свободи та незалежності, мотиви самореалізації. Тобто на етапі стабілізації діяльності підприємців головним чином їх мотивує бажання бути забезпеченими та заможними, бажання розвивати власну справу, бути активними в житті та мати свободу власних дій. Водночас праця має сприяти реалізації власних умінь і талантів. В середньому підприємців мотивує працювати бажання спілкуватися з цікавими людьми, мати гарний робочий колектив. Останні 8 місць в ієрархії посіли мотиви, що належать до всіх груп, за винятком «мотивів комерційного успіху» та «мотивів свободи та незалежності».

Для підприємців причини обмеження менш важливі, ніж усі інші причини в їхній діяльності: вони в основному працюють не з тієї причини, що не можуть знайти кращу роботу чи роботу за фахом [52]. Бажання

контролювати людей і бажання поваги мають слабку мотиваційну силу. Крім того, малою мірою підприємці хочуть приносити користь суспільству, впроваджувати інновації у виробництво та брати участь у конкуренції.

Проведені дослідження специфіки підприємницької діяльності виявляють особливе місце в ній мотивів стабілізації діяльності.

Спілкування з постачальником ФОП Анікієнко К. І., працівниками компанії, клієнтами тощо займає домінуюче місце в розподілі робочого часу підприємця і є фактором успішності діяльності підприємців-партнерів. Водночас наше дослідження виявило середній рівень розвитку підстав соціального контакту та групової приналежності, що, на нашу думку, зумовлює необхідність їх посилення.

Слід також посилити мотивацію до інновацій, виходячи з того, що інновація є однією з ознак підприємницької діяльності та сприяє розвитку як окремого приватного підприємства, так і суспільства в цілому.

Сила мотивів самоактуалізації також недостатня, на наш погляд. Підсумовуючи, можна сказати, що найважливішим для вітчизняних підприємців, як на етапі входження у підприємницьку діяльність, так і на етапі стабілізації бізнесу в цілому, виявилися мотиви успіху бізнесу [53]. Друге і третє місця в кожній з ієрархій мотивів посідають мотиви свободи і незалежності та мотиви ініціативи і діяльності. Середні позиції в ієрархії мотивів займають мотиви самореалізації, інновацій та ризику, а також соціальні контакти та членство в групі. Останні місця в двох ієрархіях посідають мотиви поваги та самоповаги та мотиви примусу. На нашу думку, мотивація до підприємницької діяльності повинна розвиватися в напрямку посилення мотивацій до інновацій, самореалізації, соціальних контактів і приналежності до групи, співпраці з постачальниками.

Проаналізуємо дані про структуру підприємницької мотивації, основні типи підприємців-партнерів за мотивацією до підприємницької діяльності та вивчимо зміни, які відбуваються в мотивації в процесі розвитку підприємницької діяльності. Перший фактор об'єднує дев'ять мотивів. За

змістом цей фактор можна трактувати як «Прагнення до інновацій та самореалізації».

Проаналізувавши насиченість цього чинника, можна сказати, що реалізація нової ідеї та впровадження інновацій сприймаються підприємцями як цікаві та різноманітні робочі завдання.

Група підприємців у своїй діяльності прагне до поваги та визнання, до категорії поважних людей і, крім того, до почуття самоповаги та внутрішнього комфорту, бажає бути незалежною від керівників, незалежною і вільною у прийнятті рішень у своїй діяльності, а отже, контролювати власний бізнес, діяльність мотивується вимушеною ситуацією, коли підприємець не може знайти роботу за фахом. Водночас він не впевнений, що зможе знайти кращу роботу, якщо залишить підприємницьку діяльність.

Для виявлення основних типів підприємців за мотивацією підприємницької діяльності ми провели аналіз, у якому об'єднали в групи респондентів зі схожими оцінками мотивацій у межах кожного з факторів підприємницької мотивації на етапі стабілізації діяльності.

Підприємці першої групи, як правило, мають сильну мотивацію до підприємницької діяльності порівняно з іншими підприємцями. Зокрема, вони відзначаються високою силою факторних мотивацій «Робота заради інновацій та самореалізації» та мотивація фактора «Робота заради успіху в бізнесі». Таким чином, у цих підприємців на високому рівні виражені мотиви до інновацій, самореалізації та бажання мати цікаву роботу. Крім того, ці підприємці сильно бажають мати прибутковий бізнес, конкурувати та перемагати, забезпечити гідне матеріальне становище своїм близьким. Ця група підприємців отримала назву «Справжні підприємці». Ця група була найбільш представленою (50,0% респондентів).

Підприємці другої групи характеризуються низькою або середньою силою підприємницьких мотивацій. Таким чином, сила мотивації фактора «Боротьба за успіх бізнесу» слабша, порівняно з іншими групами підприємців. Найвищою в цій групі є сила мотивацій фактора «Зміцнення

свободи та незалежності». Таким чином, можна сказати, що підприємці цієї групи меншою мірою, ніж інші, прагнуть багатства, хочуть мати прибутковий бізнес, бути активними та брати участь у конкуренції, керувати іншими людьми. Проте вони хочуть свободи та незалежності. Цю групу підприємців назвали «пасивними підприємцями» (22,2% респондентів).

Також були представлені третя і четверта групи – кожна з них склала по 13,9% респондентів. Серед підприємців третьої групи висока сила мотивацій фактора «Прагнення до успіху в бізнесі», а низька сила мотивацій фактора «Прагнення до інновацій та самореалізації». Іншими словами, підприємці цієї групи прагнуть багатства, хочуть мати прибутковий бізнес і готові до конкуренції. Проте прагнення до інновацій, прагнення до самореалізації, займатися цікавою справою, комунікативні мотиви знаходяться на рівні нижчому від середнього та значно нижчому, ніж у підприємців інших груп. Ці підприємці були визначені нами як «Підприємці, орієнтовані на отримання прибутку».

Підприємці четвертої групи сильно мотивовані мотиваціями фактора «Примус». Вони також хочуть контролювати людей і шукають внутрішнього комфорту та самоповаги. Ця група підприємців отримала назву «Вимушені підприємці».

На нашу думку, найбільш сприятливим типом підприємця з точки зору мотивації підприємницької діяльності є мотивація «Істинних підприємців». Найбільш гармонійно поєднує в собі орієнтацію на діловий успіх, активність і прагнення до досягнень з прагненням до інновацій, прагненням до особистісного розвитку, спілкування. Мотиви мають величезну силу. Головним у цьому виді мотивації є поєднання прямих і непрямих мотивів. Цей вид мотивації найбільше підходить для цілей і завдань підприємницької діяльності.

На нашу думку, такий вид мотивації є сприятливим не тільки для самого підприємця, а й для розвитку його бізнесу та для працівників підприємницької організації. Турбота про суспільство, цінування комфорту в

спілкуванні можуть позитивно вплинути на соціально-психологічний клімат у колективі, на безпеку співробітників.

Виявлено 50,0% підприємців зі сприятливим типом мотивації, що свідчить про те, що великій кількості підприємців вдається гармонійно поєднувати бізнес-успіх із особистим розвитком і орієнтацією на бізнес-процеси. Проте мотивація ще 50,0% підприємців, на нашу думку, потребує розвитку.

Найменш сприятливим видом мотивації ми вважаємо мотивацію «вимушених підприємців». Робота «як завжди», невпевненість у можливості знайти кращу роботу, високий рівень бажання знайти внутрішній комфорт і самоповагу свідчать про наявність внутрішньоособистісних конфліктів. Висока потенція бажання контролювати людей свідчить про бажання досягти самоповаги за рахунок влади над іншими.

Крім того, мотивація «підприємців, орієнтованих на прибуток» має розвиватися в напрямку підвищення сили мотивацій до інновацій, самореалізації та соціальних контактів. Підприємці цих груп мало піклуються про своїх працівників, корисність їхньої діяльності для суспільства та здатність до інновацій. Тому ці види мотивації є менш сприятливими для працівників бізнес-організацій і для суспільства в цілому.

Тому, на нашу думку, одним із завдань розвитку мотивації підприємців має бути виховання розвитку характерної мотивації групи «справжніх підприємців».

Переходимо до аналізу змін у змісті факторів підприємницької мотивації, які відбуваються в процесі розвитку підприємницької діяльності додаток Б, блок 2) Слід зазначити, що в обох факторних структурах підприємницькі мотиви були об'єднані в схожі за загальною спрямованістю фактори. При цьому відмінності спостерігаються, по-перше, у кількісній насиченості факторів, по-друге, в їх якісному змісті. Аналіз руху окремих мотивів у факторній структурі дає змогу відстежити динаміку семантичних

зв'язків цих мотивів, а отже, і еволюцію смислового навантаження того чи іншого мотиву та чинника.

Розглянемо зміни, що відбулися в кожному з факторів.

До мотивів, що входять до складу першого фактора, від другого фактора перемістилося бажання реалізувати свої здібності, знання, вміння та розкрити свій творчий потенціал. Таким чином, якщо на етапі входження в підприємницьку діяльність самореалізація підприємці розуміли в контексті можливості отримання більшої матеріальної винагороди за свої таланти і можливості бути не «розумним, а бідним», то на етапі стабілізації діяльності – це суттєво сприйняття підприємницької діяльності, самореалізація сприймається підприємцями в іншому контексті. Досягнувши певного рівня матеріального добробуту, підприємці розуміють самореалізацію як здатність займатися цікавою та різноманітною діяльністю, мати цікаве коло спілкування, впроваджувати інновації у виробництво та приносити користь суспільству. Крім того, бажання активно проявити себе та покращити своє життя перемістилося з другого чинника до першого. На етапі входження в підприємницьку діяльність підприємці розуміли поліпшення життя як кількісне підвищення рівня матеріального добробуту, а діяльність спрямовували на досягнення цього поліпшення [54].

Поряд з розвитком бізнесу під «покращенням життя» підприємці розуміють якісні зміни в своєму житті, а саме як можливість самореалізуватися, займатися творчою діяльністю, застосовувати інноваційні підходи, спілкуватися.

Крім того, бажання використовувати можливості змістилося з третього фактора на перший. На етапі входження в підприємницьку діяльність деякі можливості сприймалися підприємцями як «зв'язки» і «знайомства» серед поважних людей. Мати такі можливості було престижно, і цей мотив розумівся в контексті поваги. На етапі стабілізації діяльності здобутки і можливості, що з'являються в роботі, скоріше сприймаються в рамках спілкування і впровадження інновацій у виробництво.

Бажання змагатися і перемагати, а також бажання ризикнути і досягти бажаного результату перемістилися з п'ятого фактора в другий. На етапі входження в підприємницьку діяльність участь у конкуренції та ризику постала в контексті примусу: з одного боку, як підготовка до реалій, які чекали на того, хто втратив роботу і хотів створити власну компанію, а з іншого боку, як бажання не здаватися, боротися і перемагати. На етапі стабілізації діяльності ці мотиви пов'язані з прагненням до комерційного успіху і виступають умовами його досягнення [55].

Крім того, бажання керувати людьми для досягнення цілей змістилося з третього фактора на другий. Так, якщо на етапі входження в підприємницьку діяльність управління людьми сприймалося в рамках поваги до оточуючих, то на етапі стабілізації діяльності управління сприймається як складова організації роботи для успіху бізнесу.

Отже, можна зробити висновок, що в процесі розвитку діяльності другий фактор змінює напрямок. На етапі входження в підприємницьку діяльність бізнес-успіх широко розумівся підприємцями, особливо як можливість задовольнити інші мотиви - самореалізацію, самоповагу, і був ознакою кращого життя. Зовнішні ознаки «кращого життя», а саме матеріально забезпечене становище, достаток, у свідомості підприємців були тісно пов'язані з внутрішніми ознаками гармонійного та успішного життя: самореалізацією, самоповагою, комфортним інтер'єром. Бізнес-успіх сприймався більше як власний, ніж як корпоративний.

У міру стабілізації бізнесу акцент у розумінні успіху бізнесу зміщується на більшу операційну ефективність. Мотивації, поєднані з бажанням ділового успіху, показують засоби його досягнення або супутні фактори на цьому шляху - конкуренцію, ризик, управління людьми. [56]. Скоріше «комерційний успіх» розглядається як успіх свого бізнесу, розвиток бізнесу.

Таким чином, мотиви управління бізнесом під час розвитку бізнесу стають більш вузькими і конкретизованими. Вони втрачають свою

глобальність у сфері мотивації підприємців, яка виражалася в їх зв'язку з мотивами зусиль для підвищення якості життя.

Причини комерційного успіху вказуються і пов'язуються з причинами, які їх супроводжують і забезпечують їх досягнення [57].

Зміни третього чинника відбулися в бік конкретизації. В обох факторних структурах цей фактор включає бажання отримати повагу і визнання в очах «ближнього» і «дальнього» оточення і бажання належати до розряду поважних людей.

Звідти до першого чинника переходило прагнення використовувати можливості, а до другого - бажання керувати людьми для досягнення цілей. Ці зміни були прокоментовані вище.

Бажання досягти внутрішнього комфорту і самоповаги змістилися з другого фактора на третій. Тобто внутрішній комфорт і самоповага, які на етапі входження у підприємництво асоціювалися з досягненням ділового успіху, на етапі стабілізації бізнесу групуються з мотивами пошуку поваги.

Зміст четвертого фактора не змінився протягом професійного розвитку підприємців. Як у першій, так і в другій факторній структурі вона включала чотири мотиви, що виражали бажання підприємців бути вільними та незалежними.

Можна зробити висновок, що мотиви свободи і незалежності займають відносно постійне місце в мотиваційній структурі підприємницької діяльності на різних її етапах. Їх змістове значення в процесі діяльності суттєво не змінюється, що свідчить про особливе і важливе місце, яке ці мотиви займають у мотивації підприємництва.

П'ятий чинник у процесі професійної підготовки підприємців звужився. При цьому з п'яти залишилися лише два мотиви, які виражають примус до підприємницької діяльності у певної кількості респондентів.

На етапі входження у підприємницьку діяльність мотиви, що вказують на вимушену потребу у підприємницькій діяльності в ситуації втрати роботи, асоціювалися з мотивами, які вказують на готовність підприємців у цій

ситуації не здаватися, бути активними – ризикувати, конкурувати - і бути готовим пожертвувати досягненням своїх знань, умінь.

Фактори «Прагнення комерційного успіху», «Прагнення поваги», «Вимушеність» стають більш конкретними та вузькоспрямованими. Фактор «Прагнення до свободи та незалежності» залишається вузьким.

При цьому фактор «Прагнення інновацій та розвитку» розширюється за кількісним та змістовим навантаженням. Специфіка мотивів інновацій, самореалізації, соціальних контактів і приналежності до групи підприємців у процесі розвитку бізнесу не виділяється, і вони мотивують діяльність підприємців у своїй сукупності, будучи насиченими загальним почуттям бажання. для цікавого процесу діяльності. Цей факт зумовлює необхідність розвитку мотивації підприємницької діяльності в напрямку розуміння та підвищення сили викладених мотивацій.

Як індикатори особистої успішності підприємців ми досліджували значимі життєві орієнтації підприємців. Для їх дослідження використовували «Тест смисложиттєвих орієнтацій» (СЖО) Д.О. Леонтьєва.

Дані, що відображають середні значення, отримані в результаті випробувань за значущими орієнтаціями і характеристиками розсіювання, наведені в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

Особливості смисложиттєвих орієнтацій підприємців (в балах)

№ з/п	Смисложиттєві орієнтації	Середнє значення	Стандартне відхилення
1	Цілі в житті	35,93	5,11
2	Процес життя	34,11	5,06
3	Результативність життя	28,75	3,61
4	Локус контролю – Я	23,40	3,34
5	Локус контролю – життя	33,96	5,61
6	Загальний показник осмисленості життя	114,68	13,18

Підсумовуючи, можна сказати, що підприємці демонструють загалом високий рівень особистих досягнень. Підприємці сприймають своє життя як дуже змістовне. Найбільшою мірою підприємці бачать сенс життя в майбутньому, ставлячи цілі та прагнучи їх досягти.

Підприємці беруть відповідальність за події у своєму житті. Переходимо до аналізу зв'язку між мотивацією підприємницької діяльності та успішністю підприємців. Перший чинник мотивації підприємницької діяльності - «Прагнення до інновацій і самореалізації» - пов'язаний позитивними зв'язками з усіма значимими життєвими орієнтаціями. Другим фактором мотивації підприємницької діяльності є «Прагнення до успіху в бізнесі». Виявлено, що серед підприємців високий рівень вираженості фактора «Прагнення до комерційного успіху».

Для третього мотиватора підприємницької діяльності - «Боротьба за повагу» - не виявлено значущого зв'язку зі смисложиттєвими орієнтаціями. Отже, можна зробити висновок, що рівень вираженості фактора «Шукаю поваги» не пов'язаний з успішністю підприємницької діяльності та особистим успіхом підприємців. П'ятий фактор мотивацій підприємницької діяльності - «Примус» - пов'язаний з усіма значущими життєвими орієнтаціями негативними зв'язками.

Тобто чим більше підприємці відчують свою діяльність вимушеною, тим менше вони відчують сенс свого життя і чим менше можливості контролювати її, тим менше вони оцінюють свою діяльність і тим менше вони нею задоволені.

Переходимо до аналізу зв'язку між типом підприємців за мотивацією підприємницької діяльності та успішністю підприємців. Як видно з табл. 2.6 «підприємці, орієнтовані на прибуток» мають вищий рівень успішності, ніж інші групи – успіх на високому рівні був помічений у 50,0% опитаних підприємців цієї групи.

Таблиця 2.6

Взаємозв'язок типу підприємців за мотивацією підприємницької діяльності із показниками успішності підприємницької діяльності (в % від загальної кількості опитаних)

№ з/п	Показники успішності діяльності	Тип підприємців за мотивацією підприємницької діяльності (високий рівень показників)			
		«Істинні підприємці»	«Підприємці, орієнтовані на прибуток»	«Пасивні підприємці»	«Вимушені підприємці»
1	Оцінка успішності підприємницької діяльності	38,9	50,0	18,8	20,0
2	Ступінь досягнення цілей діяльності	61,1	70,0	31,2	30,0
3	Матеріальний рівень життя родини	41,7	40,0	25,5	20,0
4	Задоволеність економічними результатами діяльності	41,7	40,0	18,8	20,0
5	Задоволеність діяльністю	58,3	60,0	37,5	50,0

«Справжні підприємці» також демонструють високий рівень успішності – він є у 38,9% респондентів. Водночас у групах «Пасивні підприємці» та «Вимушені підприємці» високі показники успішності демонструють 18,8% та 20,0% опитаних.

Також серед «Підприємців орієнтованих на прибуток» (40,0% респондентів) та «Істинних підприємців» (41,7% респондентів) більше тих, хто дуже задоволений економічними результатами своєї діяльності. Водночас у двох інших групах цих підприємців 18,8% та 20,0% респондентів відповідно.

Як видно з табл. 2.7 смисложиттєві орієнтації «Істинних підприємців» і «Підприємців, орієнтованих на прибуток» виражені практично на одному рівні.

Таблиця 2.7

Взаємозв'язок типу підприємців за мотивацією підприємницької діяльності із смисложиттєвими орієнтаціями (у балах)

№ з/п	Смисложиттєві орієнтації	Тип підприємців за мотивацією підприємницької діяльності (високий рівень показників)			
		«Істинні підприємці»	«Підприємці, орієнтовані на прибуток»	«Пасивні підприємці»	«Вимушені підприємці»
1	Цілі в житті	36,15	37,20	36,14	32,90
2	Процес життя	32,13	35,20	35,19	31,70
3	Результативність життя	27,33	29,30	29,47	27,50
4	Локус контролю – Я	23,00	24,80	23,78	20,80
5	Локус контролю – життя	33,67	35,20	33,72	33,60
6	Загальний показник осмисленості життя	111,40	118,70	115,92	110,00

Враховуючи вищесказане, можна зробити висновок, що мотивація «Істинних підприємців» не тільки адекватна цілям і завданням діяльності, але й сприяє успіху самого підприємця. При цьому мотивацію «Пасивних підприємців», «Вимушених підприємців» і «Підприємців, орієнтованих на прибуток» слід розвивати в напрямку формування мотивів підприємницької діяльності, характерних для мотивації «Істинних підприємців».

З метою виявлення зв'язку мотивації підприємницької діяльності та успішності підприємців із статтю підприємців проаналізовано характеристики мотивації та успішності підприємців у групах респондентів чоловічої та жіночої статі. За 19 із 85 параметрів (або 22,4%) встановлено відмінності різного рівня статистичної значущості.

Зокрема, значні відмінності між групами чоловіків і жінок виявлено в силі мотивацій (чотири мотивації початку підприємницької діяльності та сім мотивацій підприємницької діяльності на стадії стабілізації діяльності), а також у вираженості «Прагнення поваги» на обох етапах діяльності.

2.3. Соціально-психологічні та соціально-демографічні особливості дослідження мотивації підприємців

Що стосується зв'язку з успішністю підприємців за статтю, то той факт, що рівень осмислених життєвих орієнтацій у чоловіків і жінок є порівняно вищим за нормативними даними «Тесту смисложиттєвих орієнтації» (табл. 2.8).

Таблиця 2.8

Взаємозв'язок статі та показників успішності підприємця (у балах)

Етап діяльності	Показники успішності	Чоловіки		Жінки	
		Середнє значення	Стандартне відхилення	Середнє значення	Стандартне відхилення
Смисложиттєві орієнтації	Цілі в житті	35,77	5,11	36,30	5,16
	Процес життя	33,90	4,97	34,65	5,31
	Результативність життя	28,62	3,63	29,10	3,56
	Локус контролю – Я	23,46	3,57	23,35	2,72
	Локус контролю – життя	33,77	6,05	34,45	4,29
	Загальний показник осмисленості життя	114,42	12,98	114,40	13,7
Показники успішності підприємницької діяльності	Оцінка успішності підприємницької діяльності	4,25	1,13	4,10	0,90
	Ступінь досягнення цілей діяльності	4,75	1,28	4,28	1,06
	Матеріальний рівень життя родини	4,19	0,86	4,00	0,9

	Задоволеність економічними результатами діяльності	3,81	1,04	4,15	1,17
	Задоволеність діяльністю	4,81	1,23	4,05	0,99

Чоловіки більшою мірою, ніж жінки, задоволені своєю діяльністю в цілому і вище оцінюють ступінь досягнення цілей своєї діяльності. Жінки більше задоволені економічними результатами своєї діяльності. Так, серед чоловіків-підприємців виявлено позитивний зв'язок загального показника сенсу життя з фактором «Прагнення до інновацій та самореалізації» та негативний зв'язок із фактором «Примус».

Підсумовуючи, можна сказати, що за статтю чоловіки-підприємці більш мотивовані у своїй підприємницькій діяльності, ніж жінки-підприємці, бажанням поваги та визнання з боку інших. Мотиваційна структура підприємницької діяльності чоловіків більш інтегрована і цілісна, ніж у жінок.

Зв'язок мотивації підприємницької діяльності та успішності підприємців з віком підприємців досліджували на основі порівняння характеристик мотивації та успішності підприємців у чотирьох групах респондентів. Першу групу склали респонденти віком до 30 років, другу – від 31 до 40 років, третю – від 41 до 50 років, четверту групу склали респонденти старше 50 років (Додаток Ж).

Встановлено, що серед молодих підприємців більше мотивації «Істинний підприємець». Як видно з табл. 2.9, 68,7% підприємців до 30 років, 58,6% підприємців від 31 до 40 років мають такий тип мотивації.

Таблиця 2.9

Взаємозв'язок типу мотивації підприємницької діяльності та віку підприємців (в процентах від загальної кількості опитаних)

Тип підприємців за мотивацією підприємницької діяльності	Середнє значення у віковій групі			
	До 30 років	31-40 років	41-50 років	Старші 50 років
«Істинні підприємці»	68,7	58,6	35,0	16,7
«Підприємці, орієнтовані на прибуток»	12,5	17,2	20,0	66,7
«Пасивні підприємці»	12,5	10,3	25,0	0
«Вимушені підприємці»	6,3	13,8	20,0	16,7

При цьому лише 35,0% підприємців віком 41-50 років та 16,7% підприємців старше 50 років за мотивацією до підприємницької діяльності належать до цього типу підприємців. Слід зазначити, що до групи «Пасивних підприємців» в основному належать підприємці віком від 50 років (66,7%).

Підсумовуючи аналіз особливостей мотивації підприємців різного віку, можна сказати, що найбільше пов'язують своє життя з підприємницькою діяльністю підприємці 31-40 років. У підприємців цього віку з усіх груп найбільш виражені матеріальна орієнтація та мотиви діяльності, найменше – мотиви соціального контакту. Тобто підприємці цієї вікової групи дуже націлені на активність, успіх та «захоплення» ринку. Зі збільшенням віку підприємців знижується значення мотивації діяльності та ділового успіху, а зростає значення спілкування в діяльності, бажання займатися цікавою справою та отримувати від діяльності духовне задоволення.

Зв'язок мотивації підприємницької діяльності із особистісним успіхом підприємця позначений в таблиці 2.10.

Таблиця 2.10

Взаємозв'язок віку та показників успішності підприємця (у балах)

Етап діяльності	Параметри	Середнє значення у віковій групі			
		До 30 років	31-40 років	41-50 років	Старші 50 років
Смисложиттєві орієнтації	Цілі в житті	34,31	35,79	36,95	37,17
	Процес життя	33,56	34,48	32,10	30,33
	Результативність життя	28,56	28,55	28,33	28,17
	Локус контролю – Я	23,69	23,00	22,19	21,83
	Локус контролю – життя	32,81	33,72	32,19	32,50
	Загальний показник осмисленості життя	111,31	112,93	111,19	111,00
Показники успішності підприємницької діяльності	Оцінка успішності підприємницької діяльності	4,28	4,34	4,10	4,00
	Ступінь досягнення цілей діяльності	4,81	4,48	4,34	4,00
	Матеріальний рівень життя родини	4,19	4,27	4,10	4,00
	Задоволеність економічними результатами діяльності	4,00	4,90	4,05	3,17
	Задоволеність діяльністю	4,50	4,62	4,45	4,00

Успіх – це результат виконаної над собою роботи. Як зазначалося раніше, успіх підприємця складається з двох елементів: успіху самої підприємницької діяльності та особистого успіху підприємця. Відповідно досліджували рівень вираженості показників успішності підприємницької діяльності та показників особистої успішності підприємців. Також виявлено взаємозв'язок між мотиваторами підприємницької діяльності та показниками успішності підприємців [43].

Далі, як видно з таблиці 2.11 [43]) більшість підприємців оцінили всі показники успішності підприємницької діяльності середні (4 бали) або трохи вище середнього (5 балів).

Таблиця 2.11

Рівні показників успішності підприємницької діяльності (в % від опитаних) Лесько О.Й.

№ з/п	Показники успішності підприємницької діяльності	Рівень показників успішності підприємницької діяльності							Середній бал
		Низький рівень			Середній рівень	Високий рівень			
1	Оцінка успішності підприємницької діяльності	0	5,6	15,3	45,8	22,2	8,3	2,8	4,21
2	Ступінь досягнення цілей діяльності	0	5,6	11,1	30,6	27,7	19,4	5,6	4,61
3	Матеріальний рівень життя родини	0	4,2	15,3	45,8	33,3	0	1,4	4,14
4	Задоволеність економічними результатами діяльності	0	15,3	15,3	36,1	30,6	2,8	0	3,9
5	Задоволеність діяльністю	0	4,2	12,5	30,6	33,3	11,1	8,3	4,6

Середня оцінка респондентів при оцінці успішності підприємницької діяльності (загальний показник) становить 4,21. При цьому 20,9% респондентів оцінюють свою діяльність як успішну на низькому рівні (від 1 до 3 балів), а 45,8% респондентів оцінюють свою успішність як середню. Інші підприємці (33,3% респондентів) оцінили успішність підприємницької діяльності як високу (4-5 балів).

Практично однаковим виявився розподіл рейтингів підприємців за таким показником успішності підприємницької діяльності, як «матеріальний рівень життя сім'ї». Низьким цей рівень вважають 19,5% підприємців, середнім – 45,8% підприємців і високим – 34,7% підприємців. Підприємці сильніше оцінюють «ступінь досягнення цілей своєї діяльності» (середній бал 4,61).

Лише 16,7% підприємців оцінюють ступінь досягнення своїх бізнес-цілей на низькому рівні, а 30,6% респондентів – на середньому. Водночас 52,8% респондентів високо оцінили ступінь досягнення цілей. Водночас загалом підприємці дуже задоволені своєю діяльністю. Високий рівень задоволеності мають 52,7% підприємців, середній – 30,6% підприємців. І лише 16,7% підприємців задоволені діяльністю на низькому рівні.

Висновки до розділу II

У результаті емпіричного дослідження підтверджено достовірність запропонованої нами мотивації підприємницької діяльності.

Встановлено, що підприємці мають в цілому адекватну мотивацію цілям і завданням підприємницької діяльності. Лідерство в ієрархії підприємництва на стадіях входу та стабілізації можна віднести до мотивів успіху бізнесу. Причини незалежності та свободи посідають друге та третє місце відповідно. Посередині розміщені мотиви ризику, самореалізації, приналежності до соціальних груп. І останнє місце, за нашими дослідженнями, відведено мотивам самоповаги, стриманості, поваги.

Виявлено, що мотиви ділового успіху та мотиви свободи та незалежності були найбільш представлені у свідомості підприємців. Мотиви самореалізації та мотиви свободи та незалежності виявилися соціально бажаними серед підприємців. Мотиви самоповаги, а також мотиви успіху в бізнесі виявилися соціально небажаними для підприємців.

Під час дослідження за мотивацією до підприємницької діяльності було виділено такі основні типи підприємців:

- «Справжні підприємці» (50,0% респондентів) є достатньо мотивованими суб'єктами з прагненням до комерційного успіху, самореалізації та інновацій;

- «Пасивні підприємці» (22,2% респондентів) - ці суб'єкти прагнуть до свободи та незалежності, але не мають прагнення до активності та комерційного успіху;

- «Підприємці, орієнтовані на прибуток» (13,9% респондентів) - прагнуть збагачення, не дуже готові до конкуренції. Вони не зацікавлені в самореалізації та інноваціях.

- «Вимушені підприємці» (13,9% респондентів): рухаються життєвими обставинами, шукають комфорту та самоповаги, хочуть керувати людьми.

Аналіз успішності підприємців виявив переважання середнього та високого рівня успішності підприємців. Високий рівень успішності мають 33,3% підприємців, середній – 45,8%, низький – 20,9%. Встановлено наявність статистично значущих зв'язків між показниками успішності підприємницької діяльності та смисложиттєвими орієнтаціями, що свідчить про те, що діяльність для підприємця значною мірою є можливістю знайти та реалізувати сенс життя.

Проаналізовано зв'язок між типом підприємницької мотивації та успішністю підприємця. Високий рівень успіху спостерігається в групах «Підприємців, орієнтованих на прибуток» та «Істинних підприємців». «Пасивні» та «Вимушені» підприємці демонструють низький рівень успішності.

Встановлено, що найбільш сприятливим типом підприємця з точки зору мотивації підприємницької діяльності є мотивація «Істинних підприємців». Необхідно розвивати мотивацію «Підприємців, орієнтованих на прибуток», «Пасивних» і «Вимушених» підприємців.

Встановлено зв'язок мотивації до підприємницької діяльності та успішності підприємця зі статтю підприємця. Так, у чоловіків сильнішими є мотиви поваги та визнання, у жінок - бажання мати цікаву роботу, пов'язану зі спілкуванням.

Встановлено, що мотивація до підприємницької діяльності та успішність підприємця пов'язані з віком підприємця. Встановлено, що зі збільшенням віку підприємця спостерігається тенденція до зниження сили мотивацій, зокрема: знижується сила мотивації ділового успіху, ініціативи та активності, поваги та самооцінки. Найбільше своє життя з підприємництвом пов'язують респонденти віком від 31 до 40 років.

Підсумовуючи, можна сказати, що підприємці в цілому мають середній і високий рівень підприємницького успіху. Високий рівень оцінки успішності підприємницької діяльності мають 33,3% підприємців, середній – 45,8% підприємців, низький – 20,9% підприємців.

РОЗДІЛ III. ТРЕНІНГ ЩОДО РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМЦЯ

3.1. Умови розвитку мотивації підприємницької діяльності

Емпіричне дослідження мотивації підприємницької діяльності виявило необхідність її розвитку в напрямку підвищення адекватності ряду підприємців. За нашими даними, таких підприємців було 50,0% від загальної кількості респондентів. Це пасивні підприємці, підприємці, орієнтовані на отримання прибутку, і вимушені підприємці. Як було показано, розвиток адекватної мотивації сприяє підвищенню успішності підприємницької діяльності, задоволеності діяльністю та підвищенню рівня особистої успішності підприємців.

Враховуючи вищевикладене та виходячи з результатів нашого дослідження, можна зробити висновок, що діяльність «справжніх підприємців» є не тільки дуже адекватною, але й мотивованою та керованою значущими мотивами. По-перше, ми повинні відзначити загальну можливість розвитку мотивації обраним нами шляхом. По-друге, необхідно враховувати особливості розуміння мотивації підприємців. Мотиви підприємця можуть бути реалізовані.

Таким чином, на основі усвідомлення мотивацій та їх особистісних значень стає можливим посилити або, навпаки, зменшити силу певних мотивацій підприємницької діяльності. [59]. У той же час постає питання пошуку найбільш відповідних способів організації для досягнення цієї мети.

Крім того, на нашу думку, організовуючи роботу з підприємцями щодо розвитку підприємницької мотивації, необхідно враховувати особливості підприємницької мотивації, якими є: наявність різних типів підприємців за ознакою мотивації підприємницької діяльності, наявність у підприємницькій діяльності різних типів підприємницької діяльності, особливості мотивації підприємців у різних сферах підприємницької діяльності, взаємозв'язок мотивації підприємницької діяльності з віком та статтю підприємця [58].

Таким чином, основними умовами розвитку підприємницької мотивації є дві групи умов:

1) змістовно-смісловий: підприємці мають чітке уявлення про підприємницьку діяльність, розуміння її цілей, особливостей, функцій, ознак, етапів розвитку та визначення її місця в житті підприємця; усвідомлення підприємцями мотивів своєї діяльності; розуміння підприємцями зв'язку між мотивацією та успішністю підприємницької діяльності;

2) виявлення підприємців з певним типом підприємницької мотивації; з'ясування особливостей мотивації підприємців у різних сферах підприємницької діяльності; з'ясування статево-вікових особливостей підприємницької мотивації тощо.

3) організаторський: організація інформаційної підтримки підприємців щодо сутності та особливостей мотивації підприємницької діяльності; створення умов для обміну досвідом підприємців; організація активної взаємодії підприємців тощо.

Таким чином, роботу з мотивації підприємницької діяльності можна зорієнтувати в трьох основних напрямках:

1) розвиток мотивації підприємців, які мають досвід і знаходяться на стадії стабілізації діяльності, у бік її зближення з мотивацією «Справжніх підприємців»;

2) розвиток адекватної мотивації підприємницької діяльності підприємців-початківців (тих, хто перебуває на етапі створення власної справи);

3) розвиток адекватної мотивації підприємницької діяльності майбутніх підприємців.

3.2. Тренінг на розвиток мотивації підприємця

Для підвищення рівня мотивації підприємської діяльності нами був розроблений авторський тренінг «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим».

Мета: надати можливість учасникам усвідомити власне бачення реалізації ними власного успіху, спланувати реальні кроки для реалізації цієї мети, почати робити перші шаги до успіху, активізувати знання про мотивацію, з'ясувати, що може бути «мотиватором», вибратися з щуром гонки, стати найкращим.

У тренінгу взяли участь за статтю чоловіки-підприємці (72,2%) та жінки-підприємці (27,8%).

Завдання:

- Вступ . Знайомство
- Вправа «Іди вперед першими кроками до успіху»
- Метод «Клацання-концентрація»
- Метод Шахи «Гра в життя»
- Простий метод, який мотивуватиме вас щодня
- Техніка «Дроблення»
- Метод «Як вибратися з щурої гонки?»
- Техніка «Як стати найкращим?»
- Релаксаційна вправа «Дерево»
- Зворотній зв'язок

Додатковий матеріал зірки, папір, стопи-кроки.

Тривалість: 120 хвилин.

Хід заняття:

Доброго дня! Сьогодні ми з вами зібрались на тренінгу, щоб поповнити знання з метою кроків до успіху, мотивуючи себе бути найкращим.

Я вам пораджу деякі методи та техніки, надам можливість усвідомити власне бачення реалізації власного успіху, спланувати реальні кроки для реалізації мети, почати робити перші шаги до успіху.

Знайомство.

Учасники по черзі тримаючи в руках «Зірку» називають своє ім'я та одну сильну сторону свого характеру. Наприклад: я Дарина, сильна риса мого характеру – целеустремленность.

Тема нашого заняття: «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим». І відповідно до теми, напишіть, будь ласка, вашу мету на зірці.

Учасники на зірочках пишуть свою мету, по бажанню проговорюють її.

Правила роботи в групі. (їх обговорюють та пропонують всі учасники):

- ✓ правило конфіденційності;
- ✓ бути активним, відкритим, гуманним та толерантним;
- ✓ правило стоп. та ін.

Отже, повторюю те, що тема нашої зустрічі: «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим». Чи дійсно воно так, ми будемо дізнаватися протягом заняття. Також ми згадаємо поняття, що таке мотивація, концентрація? Розберемося з тим, що допомагає людині стати найкращим? Що потрібно для того, щоб досягти успіху, та що заважає людині дійти до своєї мети?

Зігмунд Фрейд та Луї Браєль відомі на весь світ не тому, що їм було легко досягти успіху, а тому, що вони не здалися, і кожна поразка та критика була стимулом для досягнення бажаного. А якщо людина ставить перед собою мету і досягає її – це і є успіх.

Перед вами лежить папір з зірками. Зірки це наш успіх. І щоб до нього дійти, нам потрібно зробити перші кроки. Вправу, яку я вам пропоную – «Іди вперед першими кроками до успіху».

Вправа «Іди вперед першими кроками до успіху» (авторська) 15 хв.

Бізнес психолог пропонує учасникам замислитись над своєю метою, сконцентруйся на своїй меті, реалізація якої дасть відчуття успіху. Питання: який або які кроки у досягненні мети важливо зробити вже сьогодні, щоб її реалізувати? Учасники по бажанню говорять про свої перші кроки та клеють кроки-стопа або пишуть їх на папірі.

Після обговорення психолог задає питання: Чи можливий успіх без мотивації, дій та без концентрації уваги на свою мету? Відповіді учасників. Обговорення та доповнення.

Мотивація – це: спонукання до дії, здатність людини діяльно задовольняти свої потреби, це те, що знаходиться в людини “всередині”.

Отже, щоб чогось досягти, потрібно діяти. А щоб зробити перший крок, потрібно мати енергію і чітко уявляти собі ціль та кінцевий результат. Наприклад, щоб зробити свій сайт, я постійно діяла кожен день. Якщо буде ціль та енергія до виконання справи, то і буде мотивація до першого кроку. Але без труднощів і перешкод реальність не можлива. І ми можемо з цим усім упоратися з допомогою концентрації. Концентрація уваги – ключ успіху у будь-якій справі. Вміння концентруватися залежить від стану нервової системи та організму в цілому. Висока концентрація - запорука успіху у виконанні будь-яких завдань.

Щоб досягти максимального успіху в будь-якій справі, необхідно вміти зосереджувати свої думки на поставленій меті. Головне вірити, віра - це концентрація посилення волі. Метод «Клацання-концентрація» допоможе зосередитись та покращивши швидкість уваги.

Метод «Клацання-концентрація» (авторська) 10 хв.

Виберіть що-небудь, що знаходиться безпосередньо в полі вашого зору, наприклад олівець, і як тільки я зроблю клацання пальцями або якомога переконливіше промов подумки: «Дивися на цей олівець!». Потім зробіть паузу і зачекайте, поки ваша свідомість відреагує на наказ. Олівець виявиться у ваших думках чіткіше. Зафіксуйте реакцію свідомості, подумки вимовляючи: «Чудово». Тепер повторіть те саме кілька разів: «Дивися на цей олівець! - Пауза. - Відмінно». «Дивися на цей олівець! - Пауза. - Відмінно». Зверніть увагу на «якість» вашої уваги. Засічіть час появи реакції у відповідь; встановіть, як швидко реагує ваш розум. Перевірте, чи починає він у міру тренування реагувати швидше. Як під час клацання (або представляти моє клацання на дії чи думку). Отже, огляньтеся навколо і сфокусуйте на чому вашу увагу, Вмійте швидко перемикає свою увагу і свої дії, потренуйтеся, і поділіться враженнями.

Також швидко перейди подумки на свій успіх, який ти робитимеш або вже зробив.

І після цієї вправи учасники поряд із першими шагами наклеять зірку (успіх), потім напишуть (запам'ятають) або наклеять кроки на подальші успіхи, цілі, щоб потім знову наклеїти майбутню зірку успіху.

Роби прямі кроки щодня у своїй справі, сконцентрувавшись на виконання цієї мети, і ти почнеш йти до виконання своєї мрії.

Метод Шахи «Гра в життя» (автором роботи був розроблений метод по книзі Дун Минчжу) 15 хв.

Як почати робити вірні кроки, долаючи труднощі?

Я хочу, щоб ви уявили настільну гру шахів, але з сотнями гральних дощок, що лежать впритул один до одного і де кожен крок дорівнює днем часу. Ця гра з тисячами різних ходів, які символізують тисячі рішень, які ми приймаємо щодня. Ласкаво просимо до гри під назвою «Життя».

Справа в тому, що ми граємо в цю гру, неважливо усвідомлюємо ми це чи ні, кожен день ти робиш або вірний крок, який рухає тебе ближче до щасливого та наповненого життя, або ти робиш помилку, яка віддаляє від тебе від доброго, і наближає до болю та страждань цього світу.

У мене для вас добра та погана новини. Добра в тому, що гра досить довга, більшості гравців вдається зробити більше 28 тисяч кроків, що дорівнює приблизно 79 рокам, до того як гра закінчиться. До того ж, тобі не потрібно жити бездоганно, ти можеш зробити достатню кількість помилок, поки вірних ходів буде більше, ніж не вірних, ти все одно будеш переможцем і в тебе все одно вийде знайти своє щастя. Але і додам, що є десятки вірних ходів, які ви можете робити щодня, справа не в тому, що тобі обов'язково потрібно знайти єдине вірне рішення, потрібно знайти одне з багатьох. А якщо в тебе вийде зробити безліч вірних ходів поспіль, виграші почнуть анулюватися, а успіх почне рости по наростаючій. А тепер перейдемо до поганих новин. Погана новина в тому, що якщо ти зробиш достатню

кількість невірних рішень і не зробиш висновки, якщо ти продовжиш обирати не те, життя почне йти вниз і ти опинишся у ямі.

Життя може виявитися поганим, якщо ти постійно робитимеш не вірних ходи. Але закінчити я хочу невеликим уявним експериментом, розповісти про найкращі новини. Найкраща новина в тому, що будь-хто може виграти в цю гру, неважливо на скільки ти відстав, або наробив помилок, неважливо в якій ти зараз ситуації, тебе завжди є шанс на щастя і реалізацію. Питання тільки в тому: Як почати робити вірні кроки?

Є 3 способи:

Успіх:

Іноді ми не знаємо, що робити і просто на удачу вибираємо хід і випадково виявляється, що ми все зробили правильно.

1) Наставники:

Добрі наставники- це ті, хто успішно грає гру в «Життя» довше за тебе. Вони можуть доглядати тебе і допомогти розрізнити тобі вірне рішення і не вірне. Але добрі наставники це рідкість. Тож, якщо в тебе є такі, намагайся зберегти ці стосунки. У мене, наприклад, є наставник це мій брат, а також мої батьки. Діти також можуть бути моїми наставниками.

2) Мудрість – найголовніший спосіб робити правильні кроки.

Це означає, що ти сам можеш визначити де вірне та невірне. Це найголовніший із трьох способів, адже тобі варто вміти покладатися на себе. Твій наставник, твій вчитель, та батько не можуть тебе завжди тримати за руку. Що чудово в мудрості, що будь-хто може розвинути її вивчаючи три простих предмети:

- Людська поведінка. Тобі потрібно вивчити, як гадають і поведуться люди. Як швидше за все поведуться люди у певних ситуаціях? Чому вони роблять ці речі? Які шаблони існують у певних культурах? Чого люди хочуть від життя? Ти маєш вивчити людську природу, тому що ти живеш у світі, керованому людьми. Люди це єдиний вид на планеті, здатні досягати великого і єдиний, хто може зруйнувати все. А якщо ти знаєш, як люди

діють, то ти можеш передбачити майбутнє набагато точніше. Як покращити розуміння людської поведінки? Спершу, почитати книги з психології, як, наприклад, «Секрети людської природи» Роберта Гріна, який пояснює все дуже детально. Також на людському досвіді, ти можеш почати розуміти людей, вступаючи з ними у спілкування.

- Поточні події. Деякі у сфері саморозвитку тобі скажуть, що тобі варто триматися подалі від новин, бо вони принесуть тобі надто багато негативу у твоє життя. Але я вважаю, що ти маєш бути в курсі поточних подій, бо насправді саме вони диктують правила гри. Я поясню, що всього 2019 року тому, до пандемії коронавірусу, ми грали зовсім в іншу гру. Те, що вважалося вірним рішенням тоді, 2019 року, дуже відрізняється від вірного рішення в пандемію коронавірусу 2020 року. Тоді в 2019 році ти міг би відкрити бізнес офлайн і цілком досягти успіху (наприклад у сфері швидкого харчування) до пандемії коронавірусу, то в пандемію в 2020 році це не підйомне завдання. Якби ти не був у курсі поточних подій, якби ти не знав про пандемію, доки вона реально не нагрнула б у твій район, вирішив би відкрити свій бізнес у березні 2020 р., ти б сильно прогорів, бо довелося б закрити. З іншого боку, якби прочитав про вірус ще в лютому 2020 року, ти розумів би, що гра скоро зміниться і тобі варто почекати з будь-якими масштабними рішеннями і почекати, що покаже час. Безглуздо не читати новини, адже світ постійно змінюється. Якщо ти потрапив не в те місце або не в ту годину, те, що ти не знаєш про ці зміни, це буквально може стати найгіршим рішенням свого життя.

Уяви собі, застрягти в країні, яка переживає урядовий переворот, що ми бачимо по всьому світу, це можуть бути форс мажорні обставини (катаклізми, землетрус, обстріли тощо), коли ти не в змозі щось зробити для свого бізнесу. Коли потрібно рятувати свою сім'ю і життя, у тебе навіть не буде часу думати про саморозвиток, тобі потрібно буде виживати. Звичайно, є частка істини в тому, що люди говорять про новини. Якщо ти занадто багато часу проводиш, читаючи їх, то це може реально затьмарити твоє

життя. Саме тому, я раджу їх перевіряти максимум через день, або рідше (дивлячись, яка ситуація в країні), якщо ти вважаєш себе дуже сприйнятливим. Але якщо ти, як і я, не заперечуєш читати новини щодня, то краще це робити наприкінці дня, коли ти майже закінчивши всю роботу. Також з мого досвіду приклад, зараз, коли у нас у зв'язку з війною йдуть відключення світла, читаючи новини про графіки вимкнення світла, я повинна розуміти, коли можливо вимикають світло. працюючи на віддаленій роботі вдома, для підтримки мого бізнесу, інтернет-магазину, я запасаяся альтернативними джерелами підзарядок ноутбука та мобільного інтернету для зв'язку з клієнтами та продовження роботи протягом дня. Це необхідно передбачати, щоб ваш бізнес постійно функціонував і працював.

Тобто я повинна завжди бути в курсі всіх поточних подій.

- Факти про навколишнє середовище. Це розуміння, як функціонує природа, фізика, біологія, технології тощо. Тобі це потрібно, тому що це доведена істина і навічно їй залишиться, незважаючи на жодні обставини. Наприклад, у зв'язку з відключенням світла, я повинна знати і технічно розбиратися в устаткуванні, як підключити джерело безперебійного живлення до роутера, ноутбука, котла і т.д. для підтримки свого бізнесу та будинку. За гравітації, ми можемо передбачити, що в містах з високим забрудненням повітря, у людей буде погіршуватися здоров'я, ми можемо працювати з будь-яким обладнанням, вивчивши його. Це просто факти, як працює наш світ. Як це може допомогти нам робити вірні кроки у житті? Можна споживати контент від тих людей, які спеціалізуються у цих напрямках. Також потрібно знати, що ти, напевно, зустрінеш інших людей, які підтримують інші точки зору. Але є й ті, хто ні підтримують, у цих випадках особливо важливо вислухати обидві сторони, дивитися, хто підтверджує своє твердження фактами, а не емоціями. Сторона з великою кількістю доказів зазвичай має рацію. Однак іноді докази можуть бути підфасовані, де потрібно буде вишукувати інформацію, ти також можеш перевірити чи правду вони говорять.

Вивчай природознавства, поточні події та природу людини, щоб підвищити свої шанси на успіх у грі під назвою «Життя».

Якщо ти це зробиш, ти зможеш знайти своє щастя, уникнути непотрібного болю та помилок та тримати в тонусі свій бізнес та себе. Сподіваюся, це було вам корисно.

Кожен учасник повинен проговорити свій варіант рішення (ходу) на шляху до досягнення своєї мети, успіху та записати (або запам'ятати) їх під першими кроками перед зіркою. Цим учасник вже заздалегідь може визначитися з вірним йому рішенням для подолання труднощів на шляху до зірки успіху.

Простий метод, який мотивуватиме вас кожен день (авторська розробка) 15 хв.

У цьому методі я розповім, як мотивувати себе щодня? Як підтримувати мотивацію? Як бути вмотивованим постійно? Як навчитися мати свій стимул до успіху?

Henry Stanley був відомим дослідником 19 століття мандрівником Африкою, що відкрив річку Конго. Це було непросте дослідження, багато хто вмирав від голоду, від малярії, на них нападали корінні племена, тривало це 999 днів, в результаті якого було нанесено на карту весь регіон Конго. Починався 280 людьми, а закінчився лише 114. Тобто до кінця дійшла лише половина. Генрі Станлей найбільш дисциплінована людина у світі, тому що вона могла зупинитися будь-якої миті, але продовжував, незважаючи на всі перешкоди. Корінні мешканці були так вражені його силою волі, що називали його *Bula Matari*. Цікаво, але Генрі Станлей щодня виконував одне й те саме заняття: він прокидався і перше, що він робив - голився. Це виглядало досить дивно для людини, яка застрягла посередині Африки, без достатньої кількості припасів, де люди вмирали праворуч і ліворуч, і щоранку переконувався, що він чисто поголений.

І ця невелика звичка була ключовою запорукою (стимулом) успіху Станлей. І сьогодні, ми розглянемо, як ви можете розвинути в собі

неймовірну кількість сили волі і робити безліч речей щодня, використовуючи при цьому невеликий трюк, на зразок гоління. Потрібно постійно освіжати свої сигнали. Сигналом може бути будь-що для певної дії або звички, це може бути будь-який тригер (звук, розмова, запах, час дня, подія, річ, домашня тварина, дитина, все що завгодно) стимул - це команда для вашого мозку почати звичку, це стимул до успіху!

Але такі сигнали роблять одну цікаву річ. Найчастіше ми асоціюємо певні сигнали з певними способами мислення чи навіть почуттями. Наприклад, якщо ви йдете на стрижку до свого улюбленого перукаря, ви напевно відчували позитивні емоції після, ви відчуваєтеся більш впевненим і збудженим, готовими підкорювати світ, і все це через те, що у вас зрізали кінчики голови. Тому гоління було настільки ефективним для Стенлі, незважаючи на те, що його оточували розпач, страждання джунглів, він налаштував щодня необхідний спосіб мислення завдяки голенню. Він асоціював гоління зі станом робочої готовності. Багато чоловіків голяться перед тим, як йти на роботу. Коли ти чисто поголений, ти відчуваєшся організованим, відчуваєшся розпочати день. Тому гоління допомагало Стенлі винести себе з вир негативу, який його оточував, завдяки дисциплінованому способу мислення.

Я особисто дуже часто використовувала цю концепцію собі на благо. З 26 років до 30 років я працювала менеджером з продажу, сиділа в офісі зі співробітником, мій брат був директором - постачальником з промислового обладнання. І щоранку близько 9.00 як тільки ми приходили в офіс, заходив мій брат у діловому костюмі та його настрій, вказівки та енергія, провокували той стимул успіху, який пробуджував нас працювати не покладаючи рук, бігаючи по фірмах та директорам у будь-яку погоду, пропонуючи обладнання. Тому я почала асоціювати брата голос і його в костюмі з наполегливою моєю працею, цілеспрямованістю та наполегливістю.

Коли ж я пійшла з роботи і вирішили ми з братом відкрити свою справу, я зіткнулася з однією обставиною, я почала працювати онлайн, у мене вже не було колег, які знову б запалити в мені мотивацію, не було того, що могло б повернути в моє життя дисципліну та силу волі. Доки мій брат не приїжджав у тому ж діловому костюмі до мене додому, і я сидючи за комп'ютером, навіть під час його дзвінка близько 9.00, він також давав вказівки, з'явився той же стимул позитивного настрою рухатися далі. І це спрацювало. Я миттєво поринала у той спосіб мислення, який був у мене на старій роботі. Я почувала себе мотивованою та готовою захопити світ.

Основавати свій бізнес було нелегко, тому що я не знала про це нічого, були невдачі, але потім прийшов успіх. Мотивація брата по розмовах, його діловий костюм, приносив мені дисципліну і силу, яка мені була потрібна, щоб продовжувати, хоча ми зазнавали провали за провалом. У всіх нас можуть бути речі, які пробуджують у нас позитивні мислення, подивіться на своє життя, що саме ви робите, і у вас вийде зробити щось більше звичайного – це може бути душ, або зачіска, діти, мотивуючи себе зробити більше для блага, або гоління, як у Стенлі, може ви одягали кращий одяг, це може бути будь-що. У кожної людини це може бути по-різному. Використовуйте собі це на благо. Намагайтесь дотримуватися цього кожен день, тому що якщо ви активно використовуєте цю невелику звичку - ви підвищуватимете свій рівень сили волі, це буде стимулом рухатися далі до вашої мети!

Наша сила волі як м'яз - чим більше ви її використовуватимете, щоб зробити щось незвичне для вас, тим міцніше вона стане. А це означає, що у вас буде більше сили волі та дисципліни для виконання складніших завдань. Спробуйте. Наступного разу, коли ви відчуватимете лінощі з ранку, прокиньтесь, прийміть душ, поголитесь, одягніть найкращий одяг, що завгодно, що ви робите у свої найкращі дні, і ви реально відчуєте себе сильніше і ви зможете набагато продуктивніше проводити свої дні. Тож використовуйте в собі такий спосіб мислення, який був у Генрі Стенлі, мого брата і в мене, мотивуючи себе щодня!

Кожен учасник приведе свій стимул-тригер, який його мотивує, штовхаючи до досягнення мети. Написавши (намалювавши) зверху зірки свій тригер або проговорити і запам'ятати.

Техніка «Дроблення» (Працювати легко, не напружуючись)
(авторське) 10 хв.

Почни вести щоденник, щоб продуктивно розпочати свій день, розпиши заздалегідь свій день.

Головне визначитися зі своїм часом і не порушувати його, робити невеликі перерви в роботі - «дроблення» (наприклад попити кави, послухати музику, зробити вправу для шиї, поговорити про веселе, гумор піднімає настрій і т.д). Для ефективної роботи ключову роль відіграє повторюване, але не інтенсивність. Читання пару сторінок на день, допоможе вам швидше привчитися читання, ніж читання сто сторінок.

Використовуючи техніку «дроблення» розділи свою роботу на кілька частин. Наприклад, 2 години попрацювати, потім перерву. Спростить рутину і підвищить ваше прагнення, додасть більше сили.

Кожен учасник, прослухавши, висловить свій варіант, що йому допомагає легше працювати і надає більше сил. І напише внизу зірки або намалює свій варіант дроблення або проговорить та запам'ятає.

Метод «Як вибратися з щурої гонки?» 20 хв.

Я гадаю, сміливо можна сказати, що більшість людей не хочуть працювати на роботі, яка їм не надто подобається. До кінця життя. Просто, щоби вийти на пенсію. З кожним роком все більше людей говорять про те, як вибратися з щурої гонки. Вони ніби усвідомили, що таким темпом доведеться робити одне й теж день у день. Але багато хто стикається саме з цим, просто тому, що не бачать іншого виходу.

Тому сьогодні я хочу вам розповісти, як вирватися з цієї щурої гонки. А саме про метод, який може дозволити вам раніше відійти від справ, якщо його застосувати вірно, щоб насолоджуватися життям, не втрачаючи дорогоцінний годинник свого часу. Перш ніж починати, можна проговорити

все зі своїм фінансовим консультантом. Також, щоб самореалізуватися в житті, потрібно почати пробувати вирватися і почати більше заробляти.

- крок 1 Усвідомте, що система не працює, зрозумійте, що неможливо упорно працювати, знижувати свої витрати, і при цьому мати можливість припинити забіг. Все тому, що ми існуємо у фінансовій системі. У якій вартість життя зростає набагато швидше за заробітну плату.

Вартість оренди, їжі та необхідних товарів зростають у ціні врази швидше, ніж ваші зарплатні можливості, кількість продуктів у зарплатній ціні поступово знижується. І я, працюючи на державному підприємстві з маленькою зарплатою, стала замислюватися як збільшити свій дохід. З маленькою зарплатою майже неможливо скорочувати витрати. Все також важливо було скорочувати витрати і збирати гроші для кроку номер 2.

- крок 2 Збільшення грошового потоку. Грошами ми оплачуємо рахунки та купуємо їжу, це також інструмент. І якщо більше у нас грошей, то більше потенційно ми їх можемо заробити. Тому важливо залишатися ощадливим. Є способи накопичити більше, якщо ви плануєте щось міняти у вашому житті. Вам необхідно підтримувати ваш фінансовий приплив і чим він більший, тим краще, тим більше шансів у вас вирватися.

Якщо ви з країни, де зарплати загалом досить низькі і де складно щось накопичити, вам необхідно скористатися можливостями інтернету та знайти якусь віддалену роботу та почати накопичувати навіть із невеликих грошей, але відкладаючи постійно. Потрібно навчитися мислити масштабно, вам необхідно підтягнути мови та скористатися інтернет-технологіями для кращих заробітків. Це себе окупить. Але вивчення мови не єдиний спосіб збільшити приплив.

Якщо у вас є дух підприємництва, ви також можете спробувати почати свій бізнес. Те, що я і мій брат зробили, відкривши свій бізнес і мислили масштабно. Багато хто скаже, що надто ризиковано, але насправді не завжди.

Проаналізувавши та зібравши потрібну інформацію, з кожним днем працюючи, я створювала інтернет-магазин, налагоджуючи зв'язки з

постачальниками, застосовуючи свої переваги, я йшла вперед. Зараз є десятки способів розпочати бізнес із мінімальними вкладеннями, а іноді й зовсім без них. Але вам варто самому дослідити це питання, тому що є безліч інформації на цю тему і якщо ви зможете збільшити приплив коштів, збирати більше грошей, то зрештою зможете зробити крок номер 3.

- крок 3 Здійснювати асиметричні інвестиції з малою частиною накопичених коштів.

Спробуйте зроби такий ривок, якщо хочете вирватися з щурової гонки як найшвидше. Використовувати ключову фразу: «Високий шанс прибутку!». Гра в лотерею не ставитиметься до таких вкладів, тому що охоч у людини і є шанс виграти мільйон, то цей шанс становить один до десяти мільйонів. Наприклад, у 2007 році була вільна ніша з продажу обладнання за допомогою інтернет-сайтів. Люди тільки починали купувати в інтернеті. І я і мій брат це врахували.

Крім того, що я і мій брат були постачальниками теплового обладнання по нашому регіону, ми ще створили наш сайт, де все більше і більше додавалися клієнти, які нам довіряли. Почали з мінімального вкладення. Крім продажів, ми також робили монтажні та об'єкти під ключ. Також ми знаходилися в перших рядах з пошуку гогла, реклама себе викупувала. І ми змогли заробити у 10 разів більше, ніж вклали.

Ми виграли. По-перше перед тим, як у щось інвестувати ви мінімум 10 годин вивчите важливу частину питання, перш ніж стверджувати, що ризиковано, а що ні. І по-друге, якщо ви розглянете історію найвідоміших інвесторів, включаючи Ворона Бафіта, більшість із них сколотили стан завдяки асиметричним інвестиціям. Першою великою інвестицією Баффіта була страхова компанія GEICO, він склав 65% свого капіталу, хіба не ризиковано? І в наступні 20 років це допомогло заробити йому у 100 разів більше. Зараз Баффіт не утримує всіх активів, але та угода, що дозволила йому піти на пенсію у 26 років, принісши 174 тис. доларів. Я фіксуюсь на асиметричних інвестиціях, тому що безпечні вклади в банки, наприклад, не

дозволяють вам накопичити достатньо коштів, щоб швидко відмовитися від щурів. Такі вклади будуть приносити вам до 10% прибутку на рік, а значить у вас підуть десятиліття, перш ніж ви зможете вийти на пенсію, завдяки таким інвестиціям.

Якщо хочете перервати цю гонку протягом найближчих 5-10 років, то асиметричні інвестиції єдиний відомий спосіб це зробити. Звичайно зараз ви демаєте, де зараз шукати надійні асиметричні інвестиції. Вони є, треба лише їх знайти.

Як тільки ви вирішили куди вкласти гроші, настає час 4 кроки.

- крок 4. Час трьох:
- планування ризику
- перезавантаження
- повторення

Важливо пам'ятати, що є мала можливість, що асиметричні інвестиції нічого не окуплять.. Тому є планування ризику. І тут головний принцип - ніколи не вкладати більше, ніж ти готовий втратити! Не позичайте гроші, не продавайте будинок, не йдіть до банку, тому що ви можете помилитись. Вкладайте стільки, скільки готові втратити, щоб ви могли впоратися з цим. Коли у нас був інтернет-магазин, і досить розвивалася торгівля в інтернеті, з'явилося багато конкуренції щодо просування товарів у рекламній рекламі. І було багато фірм, які розкручували сайти у пошуках гогла. І ми помилково, яку пізніше зрозуміли, довірилися одній фірмі з SEO, які пообіцяли нам збільшення доходу. у 5 разів. Але з кожним місяцем наш прибуток йшов на їхню оплату послуг, ми йшли в мінус. Витративши купу грошей в мінус, зрештою, ми зрозуміли, що результату немає, ця фірма закрилася, телефон вимкнений, нічого вони навіть не зробили, а просто забрали всі наші кошти, ми опинилися на мілині. Але в нас був бізнес, ми зробили перезавантаження, повторивши, спробували далі працювати самі, накопичити знову. Ми це робили доти, доки нам вдалося збільшити грошовий потік. Ось чому такий важливий крок збільшення грошового потоку.

Багато легендарних інвесторів робили жахливі помилки щодо інвестицій перш ніж зірвати куш, тому стійкість і уважність така важлива. І коли нарешті якщо ви вгадали з інвестицією, ви можете перейти до 5 кроку.

- крок 5 Диверсифікація та розслаблення.

Якщо у вас в руках опинилися кошти, здатні вас повністю забезпечити і тоді ви припините гонку щура. Якщо ні, не страшно, стратегія продовжуватиме працювати, накопичувати і шукати наступну асиметричну інвестицію. Те, що я роблю зараз. Мені не дуже пощастило настільки, щоб я не працювала, але я постійно вивчаю як зберегти свій стан, тому що я опинилася в такому стані, коли управління фінансами принесла мені більше грошей, ніж моя попередня робота, мені потрібно буде навчитися диверсифікувати мій стан по різних секторів.

Диверсифікація потрібна для впевненості, що ви залишитеся багатим, в той час як асиметричні інвестиції потрібні для того, щоб стати багатим з грамотним плануванням ризику та багаторазовим будовами цієї схеми до великого виграшу та подальшої диверсифікації капіталу. Це все звучить надто ризиковано, тому раджу обговорити все це із фінансовим консультантом, перш ніж кудись вкладати гроші.

А якщо ви знаєте інший спосіб, як вирватися з щурої гонки в найближчий час, то розкажіть.

Одна з **технік «Як стати найкращим?»** (авторська) 10 хв.

Щоб бути кращим, ти маєш опанувати будь-яку нову навичку у своїй справі. Впусти в твоє життя нове і освоюй його.

Дотримуватися цього:

Новий спосіб практики – 10% розминка, 70% – спроба нового, і лише 20% – повернення до старого.

Якщо витратити час на нові речі, які знаходяться за межами ваших можливостей, ти часто помічати значне поліпшення і в старому. Наприклад забиратися на 20 сходинок це краща спроба, ніж забиратися на 6 сходинок.

Причина в тому, коли ти практикуєш речі поза зоною твого комфорту - нове, ти вивчаєш нові техніки, які підвищують твою майстерність в цілому.

Ти також маєш бути більш сконцентрованим, коли намагаєшся розширити твої межі (про концентрацію я вам говорила на початку тренінгу) це дуже важливо для освоєння нових навичок. А це призводить до підвищення якості практики, коли ти на 100% у процесі. Отже, якщо ти хочеш стати кращим із кращих, ти маєш практикуватися новому, яке виходить за межі того, на що ти здатний. Постійно рухай свою межу, а не просто повторюй старе. Спробуйте і потім мені розкажешь.

Кожен учасник біля своєї зірки праворуч пише чи каже, що нове може принести йому більше успіху.

Релаксаційна вправа «Дерево» (авторська) 15 хв.

За допомогою музики та танцювальних вправ покращимо кровопостачання всіх частин тіла, цим покращиться і мозковий стан людини, що буде більше енергії, за рахунок руху. А енергія – це дії до успіху.

Кожен учасник під музику повторює за мною танцювальні вправи, потім плескаємо та з гарним настроєм, закріплюємо всі наші результати.

Наближаючись до своєї мети маленькими кроками, знаходячи правильні рішення, за допомогою свого досвіду, свого стимулу-тригера мотивації, музики, концентрації, вибравшись з щурої гонки, з легкістю і позитивом працюючи, під музику піднімаючи свої фізичні сили та настрій, людина більше і більше ставати щасливим, освоюючи нові навички, ставати кращими, йдучи вперед, досягаючи успіху.

Питання для учасників:

Який висновок ми можемо зробити після почутого?

Обговорення.

Зворотний зв'язок

По результатам проведеного тренінгу мотивацію підприємців занесли у Додаток 3.

Як видно з додатку 3 рівень мотивації після проведеного тренінгу значно підвищився на 20-35 % для всіх груп підприємців.

Наприклад, методом «Клацання-концентрація» «справжнім підприємцям» допоміг зосередитись та покращивши швидкість уваги у своїй підприємській діяльності, також методом Шахи «Гра в життя» вони вибрали для себе вірні кроки, розглянули всі варіанти, де могли б припуститися помилок, щоб тримати в тонусі свій бізнес, також їм для цього допомогли їх стимули у «Простому методі, який мотивуватиме вас щодня». Техніку «Дроблення» «справжнім підприємцям» вже використовували давно, а ось підприємці, які перебувають на етапі створення власної справи, та для майбутніх підприємців ця техніка у новинку, тому що вони зараз мають багато працювати, і витратити багато енергії та сил, тому необхідно робити дроблення на легку роботу.

А ось метод «Як вибратися з щурої гонки?» був корисним для всіх учасників, вони оцінили ризики своєї діяльності, а для майбутніх підприємців цей метод націлив їх не робити одне й теж, а вони почати самореалізовуватися, щоб заробити більше.

Оцінили, що вправа « Іди вперед першими кроками до успіху» підходить більше для підприємці, які перебувають на етапі створення власної справи та для майбутніх підприємців.

Ми відзначили, що технікою «Як стати найкращим?» учасники опанувати нову навичку у своїй справі, також підняло настрій та фізичне самопочуття релаксаційна вправа «Дерево» та у них з'явилася енергія для мотивації подальших кроків для успіху.

Висновки до розділу III

Визначені умови підприємницької діяльності впливають на розвиток мотивації, задоволеності підприємницької діяльності та підвищенню рівня особистої успішності підприємців.

Розроблено та проведено тренінг «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим» автором досліджено встановило те, що рівень мотивації після проведеного тренінгу значно підвищився на 20-35 % для всіх груп підприємців.

Оцінили, що вправа «Іди вперед першими кроками до успіху» підходить більше для підприємці, які перебувають на етапі створення власної справи та для майбутніх підприємців, також були корисні інші техніки тренунгу.

Виходячи з результатів нашого дослідження, можна зробити висновок, що діяльність «справжніх підприємців» є не тільки дуже адекватною, але й мотивованою та керованою значущими мотивами-стимулами, що надало нам змогу стверджувати, що у результаті проведення тренінгу мотиви підприємця можуть бути реалізовані.

Також учасники усвідомили власне бачення реалізації ними власного успіху, спланували реальні кроки для реалізації цієї мети, почали робити перші шаги до успіху, активізували знання про мотивацію, з'ясували, що може бути «мотиватором», тому тренінг був корисним.

Практична цінність тренінгу полягає в основі освоєння знань та навичок учасників:

- усвідомити того, що я хочу? яка моя мета?
- почати діяти! Не боятися вийти із зони комфорту, рухатися вперед кроками до мети, концентрацією та мотивацією;
- зробити вірний крок ходом гри в «життя» для шляху до успіху, знешкоджувати труднощі, щоб досягти успіху;
- знайти свій стимул мотивації;
- за допомогою «дроблення» працювати легко;
- вибратися з щурячої гонки;
- стати найкращим, практикуючи нове;
- за допомогою танцювальних вправ підняти свій настрій та покращити фізичний стан тіла.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження нами було зроблено наступні висновки.

У роботі виділено поняття «підприємницька діяльність» як особливий вид діяльності суб'єкта, який має чітку прибуткову спрямованість і має свої особливості: ознаки ризику, спрямованості, ініціативності, самостійності, активності та свобода вибору.

Підприємницька діяльність має мотиваційний патерн, який включає:

- оприлюднюються мотиви (мотиви примусу, приналежності до групи, соціальних контактів, самоповаги, самореалізації, поваги);
- безпосередні мотиви (мотивації інновацій, ризику, комерційного успіху, незалежності, активності, свободи).

До мотиваторів підприємницької діяльності належать:

- соціально-демографічні (вік; стать; сімейне становище; освіта підприємця тощо) та особистісні на мікрорівні (впевненість у власних силах; наполегливість; реалізм; здатність до розвитку тощо);
- організаційні на мезорівні (сфера підприємницької діяльності; досвід підприємця; чисельність працівників приватної компанії; організаційна структура; організаційна культура; трудові та соціальні відносини тощо);
- соціально-економічні на макрорівні (соціальна стабільність у суспільстві, політична стабільність у суспільстві, ступінь економічного розвитку, дотримання правової системи, належне функціонування адміністративної, кредитно-фінансової систем, загальна культура суспільства тощо).

У результаті емпіричного дослідження підтверджено достовірність запропонованої нами мотивації підприємницької діяльності.

Встановлено, що підприємці мають в цілому адекватну мотивацію цілям і завданням підприємницької діяльності.

Лідерство в ієрархії підприємництва на стадіях входу та стабілізації можна віднести до мотивів успіху бізнесу. Причини незалежності та свободи

посідають друге та третє місце відповідно. Посередині розміщені мотиви ризику, самореалізації, приналежності до соціальних груп. І останнє місце, за нашими дослідженнями, відведено мотивам самоповаги, стриманості, поваги.

Виявлено, що мотиви ділового успіху та мотиви свободи та незалежності були найбільш представлені у свідомості підприємців. Мотиви самореалізації та мотиви свободи та незалежності виявилися соціально бажаними серед підприємців. Мотиви самоповаги, а також мотиви успіху в бізнесі виявилися соціально небажаними для підприємців.

Під час дослідження за мотивацією до підприємницької діяльності було виділено такі основні типи підприємців:

- «Справжні підприємці» (50,0% респондентів) є достатньо мотивованими суб'єктами з прагненням до комерційного успіху, самореалізації та інновацій;
- «Пасивні підприємці» (22,2% респондентів) - ці суб'єкти прагнуть до свободи та незалежності, але не мають прагнення до активності та комерційного успіху;
- «Підприємці, орієнтовані на прибуток» (13,9% респондентів) - прагнуть збагачення, не дуже готові до конкуренції. Вони не зацікавлені в самореалізації та інноваціях.
- «Вимушені підприємці» (13,9% респондентів): рухаються життєвими обставинами, шукають комфорту та самоповаги, хочуть керувати людьми.

Аналіз успішності підприємців виявив переважання середнього та високого рівня успішності підприємців. Високий рівень успішності мають 33,3% підприємців, середній – 45,8%, низький – 20,9%. Встановлено наявність статистично значущих зв'язків між показниками успішності підприємницької діяльності та смисложиттєвими орієнтаціями, що свідчить про те, що діяльність для підприємця значною мірою є можливістю знайти та реалізувати сенс життя.

Проаналізовано зв'язок між типом підприємницької мотивації та успішністю підприємця. Високий рівень успіху спостерігається в групах

«Підприємців, орієнтованих на прибуток» та «Істинних підприємців». «Пасивні» та «Вимушені» підприємці демонструють низький рівень успішності.

Встановлено, що найбільш сприятливим типом підприємця з точки зору мотивації підприємницької діяльності є мотивація «Істинних підприємців». Необхідно розвивати мотивацію «Підприємців, орієнтованих на прибуток», «Пасивних» і «Вимушених» підприємців.

Встановлено зв'язок мотивації до підприємницької діяльності та успішності підприємця зі статтю підприємця. Так, у чоловіків сильнішими є мотиви поваги та визнання, у жінок - бажання мати цікаву роботу, пов'язану зі спілкуванням.

Встановлено, що мотивація до підприємницької діяльності та успішність підприємця пов'язані з віком підприємця. Встановлено, що зі збільшенням віку підприємця спостерігається тенденція до зниження сили мотивацій, зокрема: знижується сила мотивації ділового успіху, ініціативи та активності, поваги та самооцінки. Найбільше своє життя з підприємництвом пов'язують респонденти віком від 31 до 40 років.

Визначені умови підприємницької діяльності впливають на розвиток мотивації, задоволеності підприємницької діяльності та підвищенню рівня особистої успішності підприємців.

Розроблено та проведено тренінг «Кроки до успіху, мотивуючи себе бути найкращим» автором досліджено встановило те, що рівень мотивації після проведеного тренінгу значно підвищився на 20-35 % для всіх груп підприємців.

Оцінили, що вправа «Іди вперед першими кроками до успіху» підходить більше для підприємці, які перебувають на етапі створення власної справи та для майбутніх підприємців, також були корисні інші техніки тренунгу.

Виходячи з результатів нашого дослідження, можна зробити висновок, що діяльність «справжніх підприємців» є не тільки дуже

адекватною, але й мотивованою та керованою значущими мотивами-стимулами, що надало нам змогу стверджувати, що у результаті проведення тренінгу мотиви підприємця можуть бути реалізовані.

Також учасники усвідомили власне бачення реалізації ними власного успіху, спланували реальні кроки для реалізації цієї мети, почали робити перші шаги до успіху, активізували знання про мотивацію, з'ясували, що може бути «мотиватором», тому тренінг був корисним.

Практична цінність тренінгу полягає в основі освоєння знань та навичок учасників:

- усвідомити того, що я хочу? яка моя мета?
- почати діяти! Не боятися вийти із зони комфорту, рухатися вперед кроками до мети, концентрацією та мотивацією;
- зробити вірний крок ходом гри в «життя» для шляху до успіху, знешкоджувати труднощі, щоб досягти успіху;
- знайти свій стимул мотивації;
- за допомогою «дроблення» працювати легко;
- вибратися з щурячої гонки;
- стати найкращим, практикуючи нове;
- за допомогою танцювальних вправ підняти свій настрій та покращити фізичний стан тіла.

Перспективним подальшим напрямом може стати поглиблене дослідження впливу стресу на діяльність підприємця малого бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грабовська І.В. Роль інженерної системи в розвитку інноваційної діяльності. Вісник Технологічного університету Поділля. №3. 2019. Т.2. С. 46- 50.
2. Гунченко М. В. Особливості формування та реалізації кадрової політики підприємства у сфері мотивації праці. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2019. Вип. 8(1). С. 80-82.
3. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Заярна Н.М. Зарубіжний досвід мотивації праці та доцільність його використання в Україні. Науковий вісник НЛТУ України. 2021. № 21 (5). С. 368–372.
5. Карамушка Л.М. Психологія управління: Навч. посібник / Київ: Міленіум, 2019. 344 с.
6. Данюк В. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки. Україна: аспекти праці. 2018. №4. С.32-36.
7. Данчева О.В., Швалб Ю.М. Практична психологія в економіці та бізнесі. Київ: Лібра, 2019. 270 с.
8. Бондарчук О.І. Психологічні умови становлення мотивації керівників загальноосвітніх шкіл до професійного вдосконалення. Актуальні проблеми психології. Том 1. Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія. За ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Київ: Ін-т психології ім. Г.С. Костюка АПН України, 2021. Вип. 1. С. 111-115.
9. Внутрішній економічний механізм підприємства: Навч. пос. Круш П.В., Тульчинська С.О. К.: Центр учбової літератури. 2018. 206 с.
10. Вечеря С.В. Удосконалення методики оцінки мотиваційного механізму сільськогосподарського підприємства. Ефективна економіка. 2015. № 10.

11. Зубов В.О. Філософія підприємництва. Запоріжжя: Дінас, 2020. 190 с.
12. Бондаренко О.О. Трудова мотивація: проблеми та розвиток. 2015. № 4. С. 64-66.
13. Назаришин Р. Фундаментальні поняття мотиватики як науки про мотивацію праці. Україна: аспекти праці. 2019. №3. С. 38–42.
14. Оніщук Ю.Ю. Мотивація як одна зі складових ефективного управління розвитком людських ресурсів організації. Управління розвитком. 2020. №. 12. С. 137-139.
15. Лещенко Л.О. Мотивація праці як фактор підвищення прибутковості виробництва. Ефективна економіка. 2017.
16. Ільєнко Р. Вплив мотивації персоналу на підвищення рівня продуктивності праці. Проблеми і перспективи економіки та управління. 2017. № 1. С.58-62.
17. Кендюхов О. Ефективність мотивації інноваційної активності персоналу машинобудівного підприємства. Управлінські інновації. 2022. №2. Вип. 2. С. 88-99.
18. Тімбілдінг, Командоутворення – запорука успіху Вашого бізнесу. С. 87-91.
19. Квіта Г. М. Прогнозування трудової активності персоналу промислового підприємства. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. К. : КНУТД. 2020. № 5(55). 150с.
20. Зіновчук В. В., Штерма Т. В. Нематеріальна мотивація персоналу сільськогосподарських підприємств. Чернівці: Буковинський ун-т. 2019. С. 228.
21. Винославська О.В. Етична мотивація американських та українських професіоналів бізнесу. Редкол. С. Рябов та ін. Київ: Вид. дім «КМ Академія», 2021. С. 167-175.

22. Кліпкова О. І. Дослідження мотиваційного процесу в аспектах формування креативного потенціалу працівників підприємства. Європейські перспективи. 2020. № 2. С.192-196.
23. Іванов С.Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні. Наукові праці НДФІ. 2020. № 5. с. 34-38.
24. Урманов Ф.Ш., Касімова А.А. Мотивація – основний чинник ефективності управлінської праці. ВІСНИК ЖДТУ. 2018. № 4 (82). С. 98-102.
25. Гринько І. М. Вдосконалення матеріальної мотивації праці в системі управління промисловими підприємствами. С. 101-132.
26. Ільченко В.М. Підвищення ефективності управління мотивацією праці управлінського персоналу. Економіка і регіон ПолтНТУ. 2019. № 5. 36 с.
27. Актуальні проблеми розвитку підприємництва в Україні / Упоряд. С.К. Реверчук. Львів: Діалог, 2019, С. 9.
28. Базалійська Н. П. Стан системи мотивації персоналу на вітчизняних підприємствах. Науково-виробничий журнал «Інноваційна економіка». 2019. № 5(43) С. 103-105.
29. Богацька Н.М. Мотивація як основний чинник підвищення ефективності праці на підприємстві. Глобальні та національні проблеми економіки. 2020. № 3. С. 210–214.
30. Ващенко І.В. Конфлікти: сучасний стан, проблеми та напрямки їх вирішення в органах внутрішніх справ . Харків: ОВС, 2020. 255с.
31. Воронкова А.Е. Корпорації: управління та культура : монографія. Дрогобич : Вид-во "Вимір". 2016. 376 с.
32. Галайда Т. О. Європейський досвід застосування ефективних систем оплати праці та мотивації працівників підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. 2017. Вип. 16(1). С. 65-68

33. Дрогомирецька М. І. Мотивація праці як інструмент ефективного управління персоналом сучасної організації. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2019. Т. 18, Вип. 1(1). С.97-101.
34. Жосан Г.В., Крикунова В.М. Зарубіжний досвід використання економічних інструментів «зеленого» зростання. Економічні інновації : Збірник наукових праць. 2019. Т. 21, Вип. 3(72). З. 53-61.
35. Іванов Ю.Б., Кравченко Ю.І., Хоменко М.М. Вступ до бізнесу. Київ: Лібра, 2019. 251 с.
36. Іващенко О.В. Про розвиток жіночого підприємництва в Україні. Філософська і соціологічна думка, 2018. № 1-2. С.251-252.
37. Іншин М. І. Мотивація працівників у зарубіжних країнах. Часопис Київського університету права. 2018. № 2. С. 140-143.
38. Киш Л. М. Мотивація праці на підприємствах України. Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Економіка. 2018. Т. 22. вип. 8(1). С. 65- 72.
39. Клименко М.П. Мотивація управлінського персоналу в реалізації загальної стратегії підприємства. Сталий розвиток економіки. 2021. №5. с. 81 – 85.
40. Климчук А.О., Михайлов А.Н., Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1.
41. Лагутін В.Д. Людина і економіка: соціоекономіка. Навчальний посібник для вузів. Київ: Просвіта, 2018. 336 с.
42. Лепейко Т.І. Обґрунтування показників оцінки якості трудового потенціалу. Економіка розвитку. 2022. № 4. С. 72-75
43. Лесько О.Й. Дерегуляція підприємницької діяльності та покращення умов ведення бізнесу в Україні. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2020. № 1. С. 58-64.
44. Ложкін Г.В., Спасенніков В.В. Економічна психологія: Навчальний посібник/ Київ: Вид-во «Професіонал», 2021. 400 с.

45. Максименко С.Д. Розвиток психіки в онтогенезі. Київ: Форум, 2018. Т.1.: Теоретико-методологічні проблеми генетичної психології. 319 с.
46. Мірошніченко А. Облік та аудит заробітної плати на підприємстві.
47. Назаришин Р. Фундаментальні поняття мотиватики як науки про мотивацію праці. Україна: аспекти праці. 2019. №3. С. 38–42.
48. Письменна М.С. Системний підхід до мотивації управлінського персоналу. Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. Львів : РВВ НЛТУ України. 2014. Вип. 24 (9). URL : http://nltu.edu.ua/nv/Archive/2014/24_9/67.pdf.
49. Плужніков В.О. Вплив мотивації праці на підвищення ефективності виробництва. Економіка АПК : міжнар. наук.-виробн. журнал. 2018. № 4. С.149-157.
50. Польова В.В. Мотивація як фактор підвищення ефективності трудової поведінки працівників. Економіка. Управління. Інновації. 2018. №1
51. Процик І.С. Теоретичні аспекти мотивування управлінських працівників на вітчизняних підприємствах. Науковий вісник ОНМА : зб. наук.- техн. праць. Одеса :Центр "Видавінформ. 2016. № 14(34). С. 29-35.
52. Рябоконт В. П. Адаптація системи мотивації праці до умов ринку. Фінанси України. 2021. № 5. С. 10–16.
53. Репіна І.М. Розвиток підприємництва в Україні за індикаторами рейтингу світового банку «DoingBusiness». Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. 2018. № 2. С. 106-113.
54. Редькін Д.О. Особливості формування підприємницького середовища в Україні. Вісник Хмельницького національного університету. 2019. № 3. Т. 1. С. 243-245.
55. Скрипаченко Т.В. Мета та способи її досягнення як елемент підприємницької діяльності. Київ: Міленіум, 2016. Ч. 17. С. 93-96
56. Yuriy Kyrylov, Victoria Hranovska, Hanna Zhosan, Inna Dotsenko, Innovative Development of Agrarian Enterprises of Ukraine в Context of Fourth

Industrial Revolution. Solid State Technology. Volume: 63 Issue: 6. Publication Year: 2020. С. 202-210.

57. Strelnik M. Corporatere structuring як ризик treatment метод. Business: Theory and Practice. 2016. Т. 17. № 3. Р. 225-233.

58. Commission of the European Communities. Green Paper Entrepreneur ship в Європі. EUR-Lex. europa. <https://european-union.europa.eu/>

59. Littré E. Dictionnaire delalanguefran çaise. - Paris: L. Hachette, 1873-1874. онлайн-бібліотека Національної бібліотеки Франції <https://www.nas.gov.ua/>