

РОЗДІЛ 5

РОЗВИТОК ПРОДУКТИВНИХ СИЛ І РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА

УДК 331.101.3:334.012.64:332

DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/3-82-11>

Ткаченко Н. Е.
Дрожжин Д. Ю.
Моргачов І. В.

Східноукраїнський національний університет імені В. І. Даля

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ ВИБОРУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА РІВНІ РЕГІОНУ

Досліджено мотиваційні чинники та умови, що сприяють підприємництву, особливості мотиваційної спрямованості та відмінні характеристики підприємців, на основі узагальнення яких обґрунтовано складові елементи мотиваційного механізму вибору підприємницької діяльності. Сформований механізм у своєму складі включає: елементи, що зумовлюють формування типологічних особливостей внутрішньої мотиваційної спрямованості підприємця; елементи, які враховують особливості ділової поведінкової активності та реакцію на несприятливі стани, що виникають у процесі підприємницької діяльності людини; елементи, які стимулюють активність підприємця, та елементи, що сприяють тривалому здійсненню підприємницької діяльності, такі як забезпечення результативності, задоволеності та стійкого інтересу до підприємницької діяльності. На основі використання механізму вибору підприємницької діяльності запропоновано стимулюючі та підтримуючі заходи, що спрямовані на активізацію молодіжного підприємництва на рівні регіону.

Ключові слова: мотиваційний механізм, активізація, молодіжне підприємництво, підприємницька діяльність, інструмент, регіон.

Постановка проблеми. Підприємці відіграють ключову роль у сучасних умовах розвитку економік різних країн світу. Країни, в яких вище відсоток підприємців, більш динамічно розвиваються, зростають їхні економічні показники, поліпшується рівень життя населення. Тож підприємництво в сучасних умовах розвитку економіки України та її регіонів надає унікальні можливості для підвищення добробуту і забезпечення життєздатного середовища для вітчизняного суспільства та населення різних регіонів країни.

В Україні розвиток малого і середнього бізнесу (МСБ) знаходиться на початковому етапі. Згідно зі статистикою ЕВА (European Business Association) в Україні, у країнах із розвинутою ринковою економікою чисельність зайнятих у сфері малого підприємництва, як правило, перевищує 50% населення працездатного віку (країни ЄС), а іноді може наблизитися і до 80% (Японія). Тоді як в Україні цей показник становить лише 9%. Отже, підприємницька активність має значний потенціал до зростання, якщо порівнювати його із зарубіжними країнами [1].

Значний потенціал українців щодо підприємництва підтверджують і результати опитування, проведеного «Рейтингом». За останні п'ять років в Україні більше ніж у півтора рази зріс запит на заняття підприємництвом, про це свідчать результати опитування, проведеного «Рейтингом». Серед тих, хто хотів би мати власну справу, зросла оцінка перспектив на старт власного бізнесу у найближчому майбутньому. Сьогодні 22% тих, хто бажав би займатися підприємництвом, заявили про значні шанси у відкритті бізнесу в найближчий час (у минулих опитуваннях таких респондентів було не більше 6%). Найбільше тих, хто хотів би стати підприємцем, – серед молодих опитаних: майже три чверті виявляють готовність займатися власним бізнесом. Також більше

прагнення до підприємництва проявляють чоловіки, працюючі, більш заможні та освічені респонденти [2].

Молодь має значний потенціал до здійснення підприємницької діяльності. Дана соціальна група здатна швидко реагувати на будь-які зміни в суспільному середовищі й ефективно до них пристосовуватися. Молоді люди частіше за представників інших вікових груп готові йти на ризик і застосовувати нестандартні підходи до вирішення складних ситуацій у бізнесі. Розширення шару молодих підприємців як основи середнього класу є найважливішим стратегічним завданням прискореного економічного розвитку країни і досягнення соціальної стабільності.

Однак слід зауважити, що позитивне ставлення до підприємництва та бажання займатися підприємницькою діяльністю, яке спостерігається серед молоді, не є запорукою того, що всі схильні до підприємництва молоді люди втілять це бажання. Наявність бажання далеко не завжди призводить до дій та до результату, зокрема це стосується підприємницької діяльності також, адже це складний та багатогранний вид діяльності, котрий потребує розвитку як необхідних якостей, так і наявності певних мотивуючих умов та відповідної мотиваційної спрямованості у людини. До того ж узагалі для людини простіше працювати найманим працівником, аніж брати відповідальність на себе за власний бізнес, за інших людей, що працюватимуть у підприємця, ризикувати як власним капіталом, так і залученими коштами.

Таким чином, підприємницька діяльність повинна бути достатньо мотивованою для того, щоб відбутися, та, відповідно, необхідно враховувати та впливати на ті сили, що спонукають людину до підприємництва, та створювати умови, які б активізували діяльність потенційного підприємця в напрямі зайняття підприємницькою діяльністю

на рівні регіону та місцевих органів влади. Формування майбутнього підприємця повинно розпочинатися ще зі шкільної підготовки та продовжуватися в подальших закладах отримання середньої та вищої професійної освіти і, безумовно, підтримуватися відповідними державними й недержавними інституціями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У літературних джерелах достатньо багато уваги приділяється дослідженню питань становлення, функціонування і розвитку сфери малого підприємництва, формуванню його інноваційного потенціалу. Ціла низка науковців, зокрема О. Амоша, В. Геєць, В. Бондаренко, М. Бутко, З. Варналій, В. Василенко, Б. Данилишин, Т. Дудар, В. Захарченко, В. Збарський, С. Кваша, М. Козоріз, І. Комарницький, В. Кредісов, Ю. Лупенко, М. Малік, А. Мельник, В. Худолій, Л. Чернюк, М. Чумаченко, А. Чухно та ін., проводили дослідження в даному напрямі. Наукові основи забезпечення ефективного функціонування сфери малого підприємництва на регіональному рівні висвітлено в публікаціях І. Баланюка, В. Варцаби, Л. Газуди, В. Готри, Б. І. Дяченко, Л. Ковальської, М. Лендела, А. Ковальова та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, на жаль, наукова проблема щодо активізації підприємницької діяльності на основі формування мотивуючих умов та підтримки мотиваційної спрямованості у підприємців, у тому числі з використанням різних засобів стимулюючого впливу на регіональному рівні, є мало дослідженою. Так, певні аспекти мотивації до підприємництва, зокрема відношення підприємців до своєї економічної діяльності і задоволеності нею, досліджували такі вчені, як Е.В. Безпам'ятних, С.В. Рудакова, Е.Б. Филінкова, мотиваційно-ціннісні аспекти підприємницької діяльності досліджував Д.Г. Мартюшев. Дослідження мотиваційного механізму підприємницької діяльності як умови ефективного інкубування бізнесу в національній економіці проводили такі вчені, як Л.В. Проданова, О.В. Котляревський. Попри те, що феномен підприємництва вивчається з різних боків, спостерігається дефіцит досліджень у напрямі мотиваційного забезпечення активізації молодіжного підприємництва на рівні регіону, тому вибраний напрям дослідження вбачається актуальним.

Мета статті. В основі вибору такого виду діяльності людини, як підприємницька, знаходяться певні психологічні механізми, зокрема мотиваційні, що дають змогу зрозуміти та змодельювати основні рушійні сили і чинники, які впливають та зумовлюють поведінку людини щодо зайняття підприємництвом. У межах даного дослідження передбачається доцільним дослідити мотиваційний механізм вибору підприємницької діяльності, на основі якого визначити можливості впливу на потенційних підприємців у цілях створення підтримуючих та мотивуючих умов, що сприятимуть розвитку підприємництва на рівні регіону за участю інституцій підтримки малого молодіжного підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Формування мотиваційного механізму вибору підприємницької діяльності потребує дослідження його складників у цілях визначення можливостей впливу на мотивацію підприємців та потенційних підприємців, формування сприятливих мотиваційних умов для розвитку підприємництва на рівні регіону. Урахування складників механізму дасть змогу

більш обґрунтовано використовувати мотиваційні можливості впливу на потенційних підприємців. Подальше дослідження побудовано на визначенні кожного елемента механізму, його характеристик та місця у мотивованому виборі підприємницької діяльності людиною.

З урахуванням того, що не всі люди є схильними та здатними до підприємницької діяльності, виникає питання, які типологічні особливості є характерними для підприємців.

Першим елементом механізму, що входить до складу типологічних особливостей підприємця, є здатність до підприємництва. Безумовно, більш схильними та мотивованими до підприємницької діяльності є люди, що наділені здатністю до підприємництва.

Підприємництво як професія відрізняється від інших професій саме тим, що для успішної діяльності підприємцям необхідно бути підприємливими. Підприємливість робить професію підприємця неповторною, самобутньою, своєрідною. Здатність до заповзятливої поведінки створює передумову успішної професійної діяльності саме у сфері підприємництва. Вона лежить в основі професійного покликання підприємців як людей, що володіють талантами у своїй професійній діяльності. Підприємці повинні бути здатними активно підпорядковувати наявні у них переваги і конкурентні переваги інтересам справи [3].

Здатність людини діяти активно становить ключову професійно значущу здатність підприємців. За допомогою підприємливості всі професійно значимі для підприємництва здібності, схильності та особистісні якості використовуються людиною в інтересах справи. Бути здатним до здійснення заповзятливих дій означає володіти задатками, талантами до реалізації власної підприємливості як ключової властивості свого трудового ресурсу. Завдяки заповзятливості підприємці виявляють у собі такі якості, як мудрість і винахідливість, здатність налагоджувати вигідні бізнес-комунікації, маневрувати ресурсами, проявляти стратегічну, тактичну і ситуативну гнучкість у справах, вести конкуренцію. Здатність бути проникливим, помічати те, що не бачать інші, помічати це швидше і повніше за інших застосовується, насамперед, у виявленні наявності або відсутності попиту, ресурсів, пропозицій. Здатність помічати часто зумовлює наявність здатності передбачати, вгадувати динаміку бізнес-процесів.

Здатність помічати і передбачати включає проникливість у виявленні в собі й оточенні, а також у подіях типових (тривіальних, банальних) і особливих (нетривіальних, самобутніх) рис, які могли б знадобитися для користі справи. Вони включають проникливість в оцінках необхідності, корисності, цінності власних і чужих результатів діяльності. Також вони включають проникливість у питаннях вигоди: власної, клієнтів, постачальників, партнерів, конкурентів, держави.

Для підприємців є характерними свобода вибору і пошук способів економічних дій; переважна орієнтація на власну мету, ігнорування тиску групи, ситуативних чинників. Цьому сприяють наявність таких особливостей особистості, як поле-незалежність, внутрішній локус контролю. Серед підприємців краще адаптуються у світі комерції ті, у кого домінує спрямованість на справу над спрямованістю на спілкування і на себе [4].

Мотиваційна спрямованість людини, здатної до підприємництва, підкріплюється певними потре-

бами та мотивами. Потреба займатися підприємництвом утілює у собі цілу низку потреб, які людина намагається задовольнити, займаючись підприємницькою діяльністю. Отже, виникає питання, які саме потреби повинні домінувати в ієрархії потреб людини, схильної до підприємництва, і що, власне, є двигуном у започаткуванні власної справи.

Потребу в підприємстві визначають як потребу, пов'язану із самоактуалізацією підприємця, яку людина розуміє як безперервну реалізацію потенційних можливостей, здібностей, як учинення своєї місії, покликання, як більш повне пізнання. Для підприємця важливо зрозуміти, чого саме він намагається досягнути у сфері підприємства, яку саме ціль та яку підприємницьку ідею буде покладено в основу здійснення підприємницької діяльності. Безумовно, важливою умовою успіху підприємницької ідеї є її корисність для суспільства, до того ж це є важливим і для забезпечення задоволеності підприємця від здійснення даної діяльності [4].

Як відзначають діючі підприємці, в основі започаткування ними підприємницької діяльності знаходилися матеріальні потреби. 2/3 підприємців схильні принижати значення економічної мотивації, проте явно відзначали вплив більш простої потреби – заробити на життя [5].

Серед домінуючих потреб підприємців достатньо часто виділяють потребу в незалежності, яка визначається як небажання людини працювати на інших, намагання самостійно розпоряджатися своїм часом та ресурсними можливостями.

Підприємці, чий вибір підприємницької діяльності заснований на позитивній мотивації (прагнення до самоактуалізації та незалежності), мають більше шансів досягти успіху, ніж ті, чий вибір має вимушений характер, пов'язаний із незадоволеністю своїм матеріальним становищем, обмеженою самостійністю і почуттям непотрібності самостійної роботи [5].

Мотив досягнення є найбільшим спонуканням до бізнесу, а підприємців визначають як людей, здатних брати на себе високу відповідальність. У лабораторних дослідженнях Д. Мак-Клеланд вимірював різні рівні мотиву досягнення, і серед них підприємці характеризувалися найвищими. Важливим для забезпечення мотиву досягнення є три умови виникнення: індивіди повинні бути готові взяти на себе всю відповідальність за кінцевий результат справи; необхідно мати чітке уявлення про те, чим закінчиться справа, щоб знати, випробуватиме індивід успіх або поразку; удача повинна бути зримою, а її шлях пошуку – помірно ризикованим [6].

Щодо основних мотивів до підприємницької діяльності, то серед них визначають такі, як бажання незалежності та самостійності у роботі, можливість реалізувати свої здібності, матеріальна забезпеченість, корисність роботи для інших людей, авторитет у оточуючих, можливість спілкуватися з інтересними людьми. Зміст кожного із цих мотивів може проявлятися у двох різних формах: як позитивне намагання до реалізації своїх спонукань і як прагнення усунути несприятливі умови життєдіяльності, що викликають незадоволеність людини. Проте для підприємців є характерним прагнення боротися і перемагати, переважання мотиву досягнення над мотивом збігання невдачі [4].

Потенційні підприємці по-різному оцінюють значимість та мають різні ключові очікування

щодо підприємництва. Так, опитування, яке проводилося серед потенційних підприємців, показало, що ключовими очікуваннями від запуску своєї справи вітчизняними підприємцями залишаються «перспектива додаткового доходу» (31%) і «можливість реалізувати свої ідеї» (22%). Більшість опитаних вважає, що підприємцями стають ті, хто «любить керувати» (78%), «хоче насолоджуватися життям» (77%) і «любить вражати» (72%). Для порівняння: у світі лідирує показник «прагнуть вивчати нове» (84% у світі проти 65% в Україні) [7].

Слід зауважити, що між мотиваційною спрямованістю жінок та чоловіків до підприємництва існують певні відмінності, що теж необхідно враховувати. Так, за даними щорічного глобального дослідження підприємництва Amway (AGER), відмітно визначається гендерний дисбаланс. Чоловіки продемонстрували більш високий рівень індексу підприємницької активності (50) порівняно з жінками (41). Особливості визначено у бажанні почати свій бізнес (жінки – 43%, чоловіки – 52%) і впевненості у власних силах (жінки – 34%, чоловіки – 47%) [8].

Підприємництво як особливий тип господарської поведінки передбачає суцільність в одній особі власника і керівника фірми та підвищений рівень господарського ризику на всіх стадіях підприємницької діяльності. Тому стосовно підприємницької діяльності, яка схожа з управлінською в багатьох аспектах, також існують певні стереотипи, відповідно до яких вважаються більш схильними до підприємництва чоловіки.

Слід зауважити, що у деяких людей, особливо у жінок, існує мотив уникнення успіху, тому що вони бояться негативних наслідків, передусім соціального відкидання за свої кар'єрні успіхи. Цей мотив виникає й у чоловіків, й у жінок у ситуаціях, коли їхній професійний вибір не відповідає традиційним статеворолевим представленням суспільства. Так, роль підприємниці для жінок є привабливою, проте нетрадиційною. Наслідком впливу мотиву уникнення є те, що достатньо мала частка жінок в Україні взагалі розглядає підприємництво як вид зайнятості для себе. Більшість представниць прекрасної статі досі живуть під впливами соціальних стереотипів про «завдання жінки на цьому світі» та її можливості.

Якщо розглядати ієрархія мотивів жінки до відкриття власного бізнесу, то вони будуть розташовуватися так (за спаданням): самореалізація, інтерес, матеріальний складник; турбота про рідних; професійне зростання; самоствердження. Так, схильними до самореалізації у підприємстві виявилось 40% жінок; інтерес до певного виду підприємництва домінує у 35%; для 30% прекрасної половини найважливішу роль відіграють мотиви, спрямовані на матеріальну надійність та гроші; 25% жінок займаються підприємництвом, тому що важливою для них є турбота про тих, хто поруч; лише 20% жінок мають можливість отримати професійне зростання у підприємстві. Вельми скромну позицію в системі мотивів жінок-підприємців займає мотив самоствердження, що відрізняє жіночу мотивацію від чоловічої. Матеріальний інтерес завжди змагається з особистісними мотивами і якщо перемагає, то, як правило, в разі загострення страху за фінансове благополуччя тих, хто знаходиться поруч. Дослідження показали, що чим вище самооцінка і задоволеність тим, що відбувається, тим нижчу сходинку займають гроші. Отже, є відсоток жінок, які стають

професіоналами у своїй сфері та дійсно морально готові до підприємництва. Вони хочуть започаткувати успішне підприємництво, яке можна буде поєднувати із сім'єю [9].

Важливою умовою здійснення підприємницької діяльності є наявність ділової активності у людини. Тип ділової поведінкової активності людини виділено як елемент досліджуваного механізму. Серед підприємців, які мають відповідні потреби і мотиви, а також характеризуються здатністю до підприємництва, є теж відмінності, адже люди мають різні психологічні особливості та темперамент, які необхідно враховувати під час вибору підприємницької діяльності. Виділяють три типи поведінкової ділової активності, що зумовлюють поведінку людини, впливають на прийняття рішень та ступінь реагування на умови здійснення підприємницької діяльності [10]:

ініціативні, спрямовані на зміни і перетворення підприємці, є характерним для 49,0%;

адаптивні, ті що пристосовуються до обставин і ситуацій, – 47,0% підприємців;

пасивні, нерухливі, спрямовані на очікування впевненості та стабільності в майбутньому, – 4,0% підприємців.

Таким чином, професію підприємця необхідно вибирати з урахуванням багатьох обставин, але важливо передусім брати до уваги, наскільки вибрана діяльність відповідає схильностям і здібностям людини. Наявні у людини певні знання типологічних особливостей прояву властивостей нервової системи (сила – слабкість, рухливість – інертність) можуть зумовлювати схильність людини до певного типу діяльності: до швидкої, але короткочасної роботи, до роботи змінного характеру і т. п. Усвідомлення цієї схильності та визначення її причини призводить до формування мотиву, спонукаючого людину займатися певним видом діяльності, оскільки в її очах ця діяльність за своїм характером відповідає характеру наявної схильності [11].

Важливим є реальне, адекватне уявлення людини-підприємця про психологічну структуру вибраного виду підприємницької діяльності. Відповідне ж поєднання типологічних особливостей сприяє прояву здібностей до певного виду професійної діяльності у підприємстві, що веде до високої її ефективності, створює задоволеність працею і підкріплює мотив вибору професії, перетворюючи його на стійкий інтерес. Останній є важливим для реального, адекватного представлення людини про психологічну структуру певної підприємницької діяльності. Це впливає на активність людини і закріплює підприємця у відповідному виборі професійної спрямованості у підприємстві, тим самим відбувається самопідкріплення мотиву.

Феномени ризику і конкуренції постійно супроводжують підприємницьку діяльність. Відношення підприємця до цих явищ економічної сфери, готовність до них багато в чому визначають його успішність. Як свідчить світова статистика, 80% малого бізнесу закривається в перший рік діяльності, 50% бізнесу не переживають поріг п'ять років [12].

Важливою умовою забезпечення успішної підприємницької діяльності є стійкість підприємця до несприятливих станів, що є необхідною умовою довготривалого функціонування та подальшого розвитку підприємницької діяльності, і це визначено як ще один елемент механізму. Адже сили мотиваційної спрямованості підприємця повинно

вистачити не тільки на започаткування підприємства та перші кроки, а й на подальшу довготривалу роботу у підприємницькій діяльності.

Слід зауважити, що у цілому багатьох потенційних підприємців, за даними проведеного опитування, стримує страх, який виникає у них відносно наслідків майбутньої підприємницької діяльності. Вагома частка – 41% – боїться обтяжити себе і свою сім'ю наслідками від фінансових невдач. 26% побоюються правових наслідків і не вірять у справедливість закону. Кожного п'ятого підприємця лякає криза [7].

Щодо стійкості до несприятливих станів слід зауважити, що з урахуванням розглянутих типів поведінкової активності підприємців під час вибору виду підприємницької діяльності необхідно враховувати, що кожний із них характеризується різним ступенем стійкості до несприятливих станів, які можуть виникати під час здійснення підприємницької діяльності. З урахуванням того, що існують значимі відмінності в соціально-психологічних характеристиках підприємців із різною оцінкою рівня своєї ділової активності, можливо говорити про вплив психологічних стосунків підприємців на їхню ділову активність.

Відмінності між групами підприємців із різним типом поведінкової активності проявляються у їх відношенні до ризику: високоактивні частіше вважають за краще ситуації із середнім рівнем ризику, а низькоактивні більш схильні уникати ризикованих ситуацій. Це підтверджує раніше отримані дані про те, що серед підприємців зростає частка тих, хто вважає за краще не ризикувати [13].

Під час оцінки власної конкурентоспроможності і напруженості конкуренції у вибраній сфері діяльності підприємці з різною оцінкою рівня своєї ділової активності демонструють різне відношення до цих чинників. Високоактивні підприємці оцінюють напруженість конкуренції вище, ніж низькоактивні, але й міру своєї конкурентоспроможності оцінюють вище. Можливо, частково це пов'язано з тим, що високоактивні підприємці менш схильні уникати ризикованих ситуацій.

До елементів мотиваційного механізму вибору підприємницької діяльності вбачається доцільним віднести й стійкий інтерес до підприємництва. Збіг реального підприємництва з уявленнями про нього, тобто на особистісному рівні збіг цінностей, цілей, мотивів із можливостями їх реалізації, призводить до формування стійкої задоволеності підприємницькою діяльністю та, відповідно, підтримує стійкий інтерес до підприємництва. Стійкий інтерес до підприємництва в успішних підприємців впливає на зростання значимості мотивів професійного та духовного самовдосконалення. Підприємці, що досягли успіху, прагнуть займатися тим, що їм цікаво і в чому «можна зростати». У зв'язку із цим виникає бажання вдосконалення в суміжних сферах, потреба в додаткових знаннях. Унаслідок цього кінцевий сенс підприємницької діяльності більшість бізнесменів (до 80%) бачить не в досягненні прагматичних цілей, а в особистісному самоствердженні [5].

Задоволеність підприємців результатами своєї діяльності є одним із провідних чинників їхньої ділової активності та умовою подальшого здійснення підприємницької діяльності, тому даний елемент також віднесено до складу запропонованого механізму. Задоволеність результатами підприємницької діяльності складається з

трьох компонентів: задоволеності економічними результатами, яка являє собою емоційно-оцінне ставлення підприємця до результатів діяльності своєї фірми; задоволеності соціальними результатами, яка є підбиттям підсумків взаємодії підприємця і його фірми із соціумом; задоволеності особистісними результатами, тобто оцінкою себе як суб'єкта підприємницької діяльності, оцінкою ступеня реалізації мотивів і цілей діяльності, що провадиться.

Чинниками задоволеності є не лише власне оцінка рівня задоволеності, а й оцінка респондентами рівня реалізації поставлених цілей, рівня реалізації своїх здібностей, оцінка матеріального стану сім'ї та відповідна динаміка цих показників.

Важливу роль у забезпеченні активізації підприємницької активності відіграє підкріплення, яке також визначено як елемент досліджуваного механізму. Так, на рівень ділової активності впливає не лише прогноз успішності підприємницької діяльності в майбутньому, бачення більшого числа сприятливих перспектив, а й ретроспективна оцінка результатів своєї економічної діяльності і матеріального статусу своєї сім'ї. Чим сприятливіше оцінюється минуле і чим перспективніше здається майбутнє, тим більше готовність і бажання максимально реалізуватися в підприємницькій діяльності, тим вище інтенсивність самої діяльності.

Важливим для забезпечення активізації підприємницької діяльності є її сти-мулювання. Стимули стосовно підприємництва спрямовані на підтримку ділової активності потенційних та майбутніх підприємців серед молоді.

Слід зауважити що основа ділової активності людини до підприємництва закладається ще в сім'ї, у школі, у навчальних закладах. Вона зумовлена певною ментальністю суспільства у цілому і безпосереднім мікрооточенням. Культура ділової активності доводиться до людини через засоби масової інформації. Тому важливою умовою розвитку ділової активності до підприємництва серед молоді є певною мірою її виховання.

Важливе місце в розвитку молодіжного підприємництва посідає формування сприятливого для молодіжного підприємництва бізнес-клімату. Цього слід досягати за рахунок:

- співпраці і підтримки молодих підприємців із боку державних органів влади;

- забезпечення стабільної, простої, прозорої, зрозумілої системи оподаткування та надання пільгових періодів оподаткування в перший рік становлення підприємницької діяльності;

- створення єдиної платформи для обміну досвідом та спілкування між органами влади та молодими підприємцями;

- поширення інформації про наявні бізнес-можливості (різні гранти і підтримка з боку громадських і міжнародних організацій);

- формування бізнес-культури молодіжного підприємництва;

- розроблення правового механізму забезпечення реалізації й захисту економічних і соціальних прав та інтересів молодих підприємців;

- активізації фінансово-кредитної та інвестиційної підтримки молодіжного підприємництва;

- сприяння створенню інфраструктури розвитку молодіжного підприємництва;

- підвищення мотивації молодих підприємців до високопродуктивної і високоякісної діяльності через удосконалення системи економічного стиму-

лювання шляхом внесення змін до податкового, митного законодавства.

Вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду дало змогу визначити можливі види підтримки, які можливо надавати молодим підприємцям за участю органів місцевої влади та благодійних організацій, у школах та навчальних закладах, зокрема такі, як: фінансова допомога (надання безвідсоткового кредиту); наставництво (за кожним молодим підприємцем закріплюється досвідчений бізнес-наставник); технічне навчання (консультації з питань бухгалтерського обліку та фінансового менеджменту).

Дієвою формою державно-приватного партнерства у сфері малого бізнесу є створення бізнес-інкубаторів. Інкубатори відіграють велику роль у наданні до-помоги молодим підприємцям, вони дають їм змогу виживати і рости в початковий період. Академічні бізнес-інкубатори, створені на базі провідних державних вишів, дають змогу студентам розвивати свої підприємницькі ідеї. Інкубатори допомагають знайти високотехнологічні офісні приміщення, отримати необхідні консультації, надати допомогу щодо пошуку ділових партнерів та інвесторів.

Убачається доцільним використання досвіду реалізації успішних програм щодо розвитку молодіжного підприємництва. Наприклад, в Австрії реалізується програма «Молодь – учні та учениці створюють підприємство». Цей проект здійснюється в рамках шкільної освіти. Молоді люди у віці від 15 до 19 років розробляють ділову ідею і засновують «молодіжне» підприємство на термін одного навчального року в їхній школі. При цьому учениці та учні самостійно приймають усі важливі рішення щодо створення та керівництва підприємством. У подальшому можливо реалізувати подібні програми на регіональному рівні у закладах вищої освіти.

Окрім того, для забезпечення взаємодії та взаємозв'язків між підприємцями та державними і недержавними інституціями їх підтримки необхідно приділити увагу розвитку комунікацій між ними. Комунікацію між підприємцями та державою необхідно виводити на якісно новий рівень, адже можливості щодо підтримки підприємців є, але про них треба говорити, доносити цільовій аудиторії, розповідати про них. Так, існують програми для підприємців у рамках Horizon 2020, Програми конкурентоздатності підприємств, МСП (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises – COSME), ЕРАЗМУС+ (бюджет програми на 2014–2020 рр. становить 14,7 млрд євро). Проте вони недостатньо підтримані інформаційно.

Отже, важливо у програмах, що реалізуються на регіональному рівні, максимально підтримувати підприємців: надавати консультації, організовувати освітні заходи тощо. Адже молоді підприємці ще не досить міцно стоять на ногах, невпевнені в собі та в тому, наскільки правильно й якісно вони реалізують свої підприємницькі проекти. Тож ще одне завдання підтримки молодіжного підприємництва – супроводження молодих підприємців до певного моменту стійкості та стабільності розвитку.

На рис. 1 представлено запропонований мотиваційний механізм вибору підприємницької діяльності, основні елементи якого було обґрунтовано та визначено в процесі дослідження.

До складу елементів механізму вибору підприємницької діяльності віднесено:

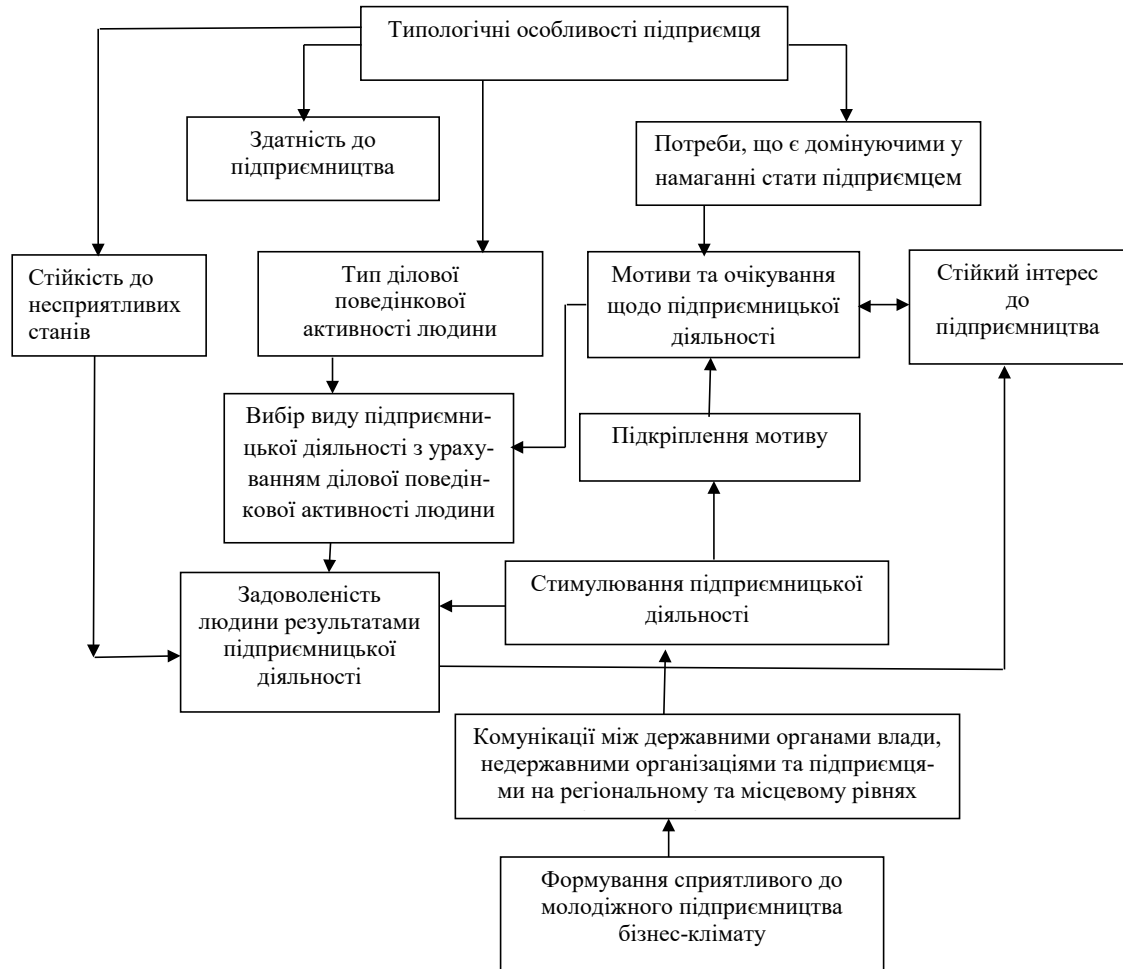


Рис. 1. Мотиваційний механізм вибору підприємницької діяльності

Джерело: авторська розробка

елементи, що зумовлюють формування типологічних особливостей внутрішньої мотиваційної спрямованості підприємця, зокрема такі, як здатність до підприємництва; потреби, що є домінуючими у намаганні стати підприємцем та відповідні мотиви та очікування; тип ділової поведінкової активності людини;

елемент прийняття рішення щодо вибору виду підприємницької діяльності з урахуванням ділової поведінкової активності людини та сформованої мотиваційної спрямованості;

елементи, які враховують тип ділової поведінкової активності та реакцію на несприятливі стани, що виникають у процесі підприємницької діяльності людини;

елементи, що стимулюють активність підприємця, зокрема такі, як підкріплення, формування сприятливого до молодіжного підприємництва бізнес-клімату, забезпечення комунікацій між державними органами влади, недержавними організаціями та підприємцями на регіональному та місцевому рівнях;

елементи, що сприяють тривалому здійсненню підприємницької діяльності, такі як забезпечення результативності, задоволеності та стійкого інтересу до підприємницької діяльності.

На основі сформованого мотиваційного механізму вибору підприємницької діяльності в табл. 1 представлено рекомендовані заходи щодо його використання, спрямовані на активізацію молодіжного підприємництва на рівні регіону.

Висновки і пропозиції. Підводячи підсумок, зауважимо, що молодіжне підприємництво як дуже специфічний вид діяльності молоді людини для забезпечення успіху має бути достатньою мірою мотивованим та підтримуваним із боку регіональних та місцевих органів влади. У процесі надання підтримки потенційним та вже діючим підприємцям необхідно враховувати особливості процесу мотивації, зокрема вміння визначати та використовувати складники мотиваційного механізму вибору підприємницької діяльності.

Запропонований за результатами проведеного дослідження мотиваційний механізм вибору підприємницької діяльності враховує мотиваційну спрямованість підприємців та містить узагальнені складові елементи, на основі використання яких можливо впливати та певною мірою активізувати підприємницьку діяльність. У запропонованому механізмі визначено також й негативні риси підприємництва, побоювання, страхи та психологічні перешкоди, які виникають та стримують підприємницьку активність, котрі необхідно долати на шляху до успіху підприємця. Також необхідно враховувати, що вибирати певний вид підприємницької діяльності необхідно, ґрунтуючись на характері, інтересах, схильностях та з урахуванням досвіду людини. Варіантів підприємницької діяльності безліч, будь-який можна пристосувати до умов, індивідуальних здібностей підприємця і, що особливо важливо, до специфічних запитів клієнтів. Не слід забувати, що підприєм-

Заходи щодо використання механізму вибору підприємницької діяльності, спрямовані на активізацію молодіжного підприємництва на рівні регіону

Елемент механізму	Завдання	Заходи щодо підтримки підприємництва	Інституційна підтримка
Здатність до підприємництва	Виявлення молоді, що має схильність та проявляє інтерес до підприємництва Навчання бізнес-плануванню. Розвиток особистих здібностей та особистих якостей, розвиток подальшого інтересу до підприємництва, сприяння формуванню схильності людини до підприємництва	Реалізація проєкту «Молодь – учні та учениці створюють підприємство» Реалізація регіональної програми «Ти – підприємець». Удосконалення структури освітніх програм із питань підприємницької діяльності	Адміністрація шкіл, закладів професійної освіти за підтримки департаментів освіти обласних адміністрацій та міських та районних відділів освіти. Адміністрація закладів вищої освіти за підтримки департаментів освіти обласних адміністрацій
Потреби, що є домінуючими у намаганні стати підприємцем	Визначення домінуючих потреб людини, схильної до підприємництва, та надання допомоги у розумінні можливостей задоволення своїх потреб під час зайняття підприємницькою діяльністю	Семінари, тренінги, коуч-наставники	Бізнес-інкубатори для молоді Фонди підтримки молодіжного підприємництва, створені за участі та сприяння місцевих органів державної та виконавчої влади
Мотиви та очікування щодо підприємницької діяльності	Формування мотиваційної структури, визначення очікувань до зайняття підприємницькою діяльністю відповідно до ієрархії потреб Формування позитивної мотивації до підприємництва з урахуванням гендерних особливостей	Семінари, тренінги	Бізнес-інкубатори для молоді Фонди підтримки молодіжного підприємництва, створені за участі та сприяння місцевих органів державної та виконавчої влади
Тип поведінкової ділової активності підприємця	Визначення типу поведінкової ділової активності та професійної орієнтації для визначення більш сприятливих та відповідаючих типу ділової активності видів підприємницької діяльності	Семінари, тренінги	Бізнес-інкубатори для молоді Фонди підтримки молодіжного підприємництва, створені за участі та сприяння місцевих органів державної та виконавчої влади
Формування стійкого інтересу до підприємницької діяльності	Підвищення значимості мотивів професійного та духовного самовдосконалення підприємців. Прагнення займатися тим, що цікаво й у чому є можливості для подальшої самоактуалізації. У зв'язку із цим виявляється бажання удосконалення в суміжних сферах, потреба в додаткових знаннях	Ярмарки-продажі продукції молодих підприємців, семінари, тренінги, передача досвіду успішних підприємців, формування культури підприємництва	Бізнес-інкубатори для молоді Фонди підтримки молодіжного підприємництва, створені за участі та сприяння місцевих органів державної та виконавчої влади
Стійкість до несприятливих станів	Зниження ризику підприємницької діяльності та можливих утрат власних та залучених коштів	Механізми кредитно-гарантійної та фінансової підтримки малого підприємництва серед молоді	Розвиток мережі регіональних і місцевих фондів підтримки підприємництва

Джерело: авторська розробка

ництво є серйозним випробуванням, яке перевіряє можливості та стійкість людини. Тому необхідно налаштуватися не стільки на швидкий успіх і прибуток, скільки на тривалу, важку працю, у тому числі і над собою, без якої ні перше, ні друге не досяжне.

Практична значимість даного дослідження полягає у тому, що на основі за-пропонованого механізму можливо виявляти молодих людей, що мають схильність до заняття підприємницькою діяльністю, виховувати, спрямовувати та підтримувати їх у намаганні стати підприємцями.

У межах бізнес-інкубаторів, центрів підприємництва та інших інституцій, що займаються підтримкою підприємницьких ініціатив, доцільно виявляти потенційних підприємців та спрямовувати майбутніх підприємців на постійне вдосконалення та саморозвиток задля забезпечення успішної підприємницької діяльності. Тому в межах подальших досліджень убачається доцільним акцентувати увагу на прикладних аспектах та методиках, спрямованих на виявлення потенційних підприємців та їх подальше професійне спрямування у напрямі підприємницької діяльності.

Список використаних джерел:

1. Місце та роль МСБ в українському бізнес-кліматі (2020). URL : [http:// https://nv.ua/biz/finance/mesto-i-rol-msb-v-ukrainskom-biznes-klimat-50014125.html](http://https://nv.ua/biz/finance/mesto-i-rol-msb-v-ukrainskom-biznes-klimat-50014125.html) (дата звернення: 07.05.2020).
2. В Україні дедалі більше охочих відкрити свій бізнес, особливо серед молоді (інфографіка). URL : https://www.unian.ua/society/10159106-v-ukrajini-dedali-bilshe-ohochih-vidkriti-svii-biznes-osobливо-sered-molodi-infografika.html?_ga=2.258943882.1086423272.1587998698-1826959069.1587998698 (дата звернення: 07.05.2020).
3. Рубин Ю.Б. Предпринимательский селф-менеджмент. Современная конкуренция. 2017. № 4(64) Т. 11. С. 104–142.
4. Дейнека О.С. Экономическая психология : учебное пособие. Санкт-Петербург : С.-Петерб. ун-т, 2000. 160 с.
5. Кучеренко Н.В. Отношение предпринимателя к деятельности как значимая детерминанта ее успешности. URL : <https://socionet.ru/publication.xml?h=spz:cyberleninka:6258:7111311> (дата звернення: 10.05.2020).

6. Макклелланд Д. Мотивация человека. Санкт-Петербург : Питер, 2007. 672 с.
7. Исследователи составили портрет украинского предпринимателя (инфографика). URL : <http://dengi.ua/business/286112-Issledovateli-sostavili-portret-ukrainskogo-predprinimatelja--infografika-> (дата звернення: 05.05.2020).
8. Пресс-релизы- Amway AGER 2016. URL : <https://news-ua.amway.ua/глобальное-исследование-amway-o-предприн/> (дата звернення: 05.05.2020).
9. Шатська В. Жіноче підприємництво в Україні: тенденції, проблеми, перспективи. URL : <https://www.businesslaw.org.ua/jinoh-pidpryemnytvo-v-ukraini/> (дата звернення: 10.05.2020).
10. Максимець Ю.В. Типи підприємців у вимірі поведінкової активності в сучасних умовах економічного розвитку. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.1. С. 262–266.
11. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 512 с.
12. Основные проблемы предпринимателей в Украине (исследование Минцифры). URL : <https://news.finance.ua/ru/news/-/460891/osnovnye-problemy-predprinimatelej-v-ukraine-issledovanie-mintsifry> (дата звернення: 12.05.2020).
13. Позняков В.П., Ефимова Н.Ю. Социально-психологические факторы экономического самоопределения предпринимателей. *Знание. Понимание. Умение*. 2012. № 2. С. 222–226.
14. Прокопеч Л.В., Губчак В.С. Особливості державної підтримки малого підприємництва в Україні та зарубіжний досвід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 24. С. 71–76.

References:

1. Mistse ta rol MSB v ukrainskomu biznes-klimati (2019) [The place and role of small and medium business in the Ukrainian business climate] // NV internet-zhurnal. Available at: <https://nv.ua/biz/finance/mesto-i-rol-msb-v-ukrainskom-biznes-klimati-50014125.html> (accessed 07 May 2020)
2. V Ukraini dedali bilshе okhochykh vidkryty svii biznes, osoblyvo sered molodi (infohrafika) (2018) [In Ukraine, more and more people want to start their own business, especially among young people (infographics)] UNIAN Informacijne agentstvo] Available at: https://www.unian.ua/society/10159106-v-ukrajini-dedali-bilshе-okochih-vidkriti-sviy-biznes-osoblivo-sered-molodi-infografika.html?_ga=2.258943882.1086423272.1587998698-1826959069.1587998698 (accessed 07 May 2020)
3. Rubyn Yu.B. (2017) Predprynymatelskyi self-menedzhment [Entrepreneurial Self Management]. *Sovremennaia konkurent-syia [Modern competition]*. vol. 4 (64) no.11. pp. 104-142.
4. Deineka O.S. (2000) Ekonomycheskaia psykholohyia: ucheb. posobyе [Economic psychology: schoolbook] SPb.: Yzd-vo S. -Peterb. un-ta (in Russian)
5. Kucherenko N.V. (2006) Otnoshenye predprynymatelja k deiatelnosti kak znachymaia deternynanta ee uspeshnosti [The attitude of the entrepreneur to activity as a significant determinant of its success] Available at: <https://socionet.ru/publication.xml?h=spz:cyberleninka:6258:7111311> (accessed 10 May 2020)
6. Makklelland D. (2007) Motyvatsyia cheloveka [Human motivation] SPb.: Pyter (in Russian)
7. Yssledovateli sostavyly portret ukraynskoho predprynymatelja (ynfohrafyka) (2016) [Researchers compiled a portrait of a Ukrainian businessman (infographic)] Available at: <http://dengi.ua/business/286112-Issledovateli-sostavili-portret-ukrainskogo-predprinimatelja--infografika-> (accessed 05 May 2020)
8. Press-relyzu- Amway AGER 2016 (2016) [Press Releases- Amway AGER 2016] Available at: <https://news-ua.amway.ua/глобальное-исследование-amway-o-предприн/> (accessed 05 May 2020)
9. Shatska V. (2019) Zhinoche pidpryemnytstvo v Ukraini: tendentsii, problemy, perspektyvy [Women's entrepreneurship in Ukraine: trends, problems, prospects] Available at: <https://www.businesslaw.org.ua/jinoh-pidpryemnytvo-v-ukraini/> (accessed 10 May 2020)
10. Maksymets Yu.V. (2012) Typy pidpryemtsiv u vymiri povedinkovoi aktyvnosti v suchasnykh umovakh ekonomichnoho rozvytku [Types of entrepreneurs in measuring behavioral activity in modern conditions of economic development] *Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy [Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine]*. vol.22. no 1. pp. 262-266.
11. Ylyn E. P. Motyvatsyia y motyvvy (2002) [Motivation and motives]. SPb.: Pyter. (in Russian)
12. Osnovnye problemy predprynymatelei v Ukraine (yssledovanye Myn-tsyfry) (2019) [The main problems of entrepreneurs in Ukraine (Min-figures study)] Available at: <https://news.finance.ua/ru/news/-/460891/osnovnye-problemy-predprinimatelej-v-ukraine-issledovanie-mintsifry> (accessed 12 May 2020)
13. Pozniakov V. P., Efymova N.Iu. (2012) Sotsyalno-psykholohycheskye faktory ekonomycheskoho samoopredelenyia predprynymatelei [Socio-psychological factors of economic self-determination of entrepreneurs] *Znanye. Ponymanyе. Umenye [Knowledge. Understanding. Skill]* vol 2. pp. 222-226.
14. Prokopets I. V., Hubchak V. S. (2017) Osoblyvosti derzhavnoi pidtrymky maloho pidpryemnytstva v Ukraini ta zarubizhnyi dosvid [Features of state support for small business in Ukraine and foreign experience] *Investytsii: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience]* vol. 24. pp. 71-76.

Ткаченко Н. Э.
Дрожжин Д. Ю.
Моргачёв И. В.

Восточноукраинский национальный университет имени В. И. Даля

МОТИВАЦИОННЫЙ МЕХАНИЗМ ВЫБОРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАК ИНСТРУМЕНТ АКТИВИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА УРОВНЕ РЕГИОНА

Резюме

Исследованы мотивационные факторы и условия, способствующие предпринимательству, особенности мотивационной направленности и отличительные характеристики предпринимателей, на основе обобщения которых обоснованы составляющие элементы мотивационного механизма выбора предпринимательской деятельности. Сформированный механизм включает элементы, обуславливающие формирование типологических особенностей внутренней мотивационной направленности предпринимателя; элементы, которые учитывают особенности деловой поведенческой активности и реакцию на неблагоприятные состояния, возникающие в процессе предпринимательской деятельности человека; элементы, стимулирующие активность предпринимателя, и элементы, способствующие длительному осуществлению предпринимательской деятельности, такие как обеспечение результативности, удовлетворенности и устойчивого интереса к предпринимательской деятельности. На основе механизма выбора предпринимательской деятельности предложены стимулирующие и подкрепляющие меры, направленные на активизацию молодежного предпринимательства на уровне региона.

Ключевые слова: мотивационный механизм, активизация, молодежное предпринимательство, предпринимательская деятельность, инструмент, регион.

Tkachenko Nataliia
Drozhzhyn Dmytro
Morhachov Illia

Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

MOTIVATIONAL MECHANISM OF CHOICE OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY AS A TOOL OF ACTIVATION OF YOUTH ENTREPRENEURSHIP AT THE REGIONAL LEVEL

Summary

Entrepreneurship in the modern conditions of Ukraine provides a unique opportunity to improve the welfare and economic development of the regions and the country as a whole. Youth entrepreneurship has a significant potential for growth, as confirmed by the results of sociological research. Entrepreneurial activity must be sufficiently motivated in order to take place. It is necessary to consider and influence the forces that lead a person to entrepreneurship, to create conditions that would have revitalized the potential of the entrepreneur and his desire to engage in entrepreneurial activity at the regional level and local authorities. Development of entrepreneurial activity it is necessary to consider the driving forces and create motivational conditions that would be intensified the activities of potential entrepreneurs at the regional level. The article elaborated on the motivational mechanism of choice of entrepreneurial activity. The structure of the machine elements included: elements contributing to the formation of the typological features of the internal motivational orientation of the entrepreneur, in particular, such as entrepreneurial ability, needs are dominant in an attempt to become an entrepreneur and the appropriate motivations and expectations, type of business behavioral activity; elements that take into account the human psychological characteristics relative to the type of business activity and behavioral reaction to an adverse condition arising in the course of business of the person; elements that stimulates the activity of the entrepreneur, such as reinforcement, shaping favorable to youth entrepreneurship in the business climate, providing communications between public authorities, non-governmental organizations and entrepreneurs at the regional and local levels; the elements contributing to long-term entrepreneurial activities, such as performance, satisfaction, and interest in entrepreneurship. On the basis of the selection mechanism of entrepreneurial activities proposed to encourage and support measures to enhance youth entrepreneurship in the region.

Keywords: motivational mechanism, activation, youth entrepreneurship, entrepreneurial activity, tool, region.