

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ ТА ПЕДАГОГІКИ

# КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

*«Психологічні особливості мотивації  
підприємницької діяльності у студентів»*

Виконала: здобувачка 2 курсу,  
групи ПС-23-1м

Спеціальності 053 Психологія

Ворошилова Н.Л.

Керівник: Лебідь О.В., д.пед.н., проф.

м. Дніпро  
2025

## АНОТАЦІЯ

*Ворошилова Н.Л. «Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентів»*

Магістерська робота присвячена вивченню психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності у студентів. Актуальність дослідження зумовлена зростаючим значенням підприємницької активності молоді в умовах динамічного економічного розвитку та необхідністю створення ефективних методик стимулювання підприємницької ініціативи серед студентів.

У першому розділі роботи розглянуто теоретичні засади дослідження мотивації підприємницької діяльності студентів. Визначено основні підходи до психологічної характеристики підприємницької діяльності, розкрито особливості формування мотиваційної сфери особистості у студентському віці та вплив різних факторів на її становлення. Теоретичний аналіз дозволив визначити ключові компоненти мотивації підприємництва, зокрема мотиви досягнення, свободи, самостійності та фінансового успіху.

Другий розділ присвячений емпіричному дослідженню психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності студентів. Описано методи та організацію дослідження, використані психодіагностичні методики, зокрема тести та опитувальники для оцінки рівня та структури підприємницької мотивації. Визначено зміни підприємницьких мотивів у різні вікові періоди студентського життя та їхню залежність від провідної діяльності. На основі кластерного аналізу методом *k*-середніх виокремлено типи підприємницької мотивації у студентів, що дозволяє запропонувати рекомендації для розвитку мотиваційних механізмів у системі освіти.

Практичне значення дослідження полягає у можливості застосування його результатів для розробки психологічних тренінгів, спрямованих на розвиток ключових компетенцій, необхідних для підприємницької діяльності. Отримані результати можуть бути використані у навчальному процесі, профорієнтаційній роботі, а також у розробці програм підтримки молодіжного підприємництва.

*Ключові слова:* мотивація, підприємницька діяльність, психологічні особливості, підприємницькі мотиви, студентство, мотиваційна сфера, підприємницькі компетенції.

## SUMMARY

### ***Voroshylova N.L. “Psychological aspects of students’ motivation for entrepreneurship”***

The master's thesis is devoted to the study of psychological peculiarities of motivation of entrepreneurial activity in students. The relevance of the study is due to the growing importance of entrepreneurial activity of young people in the context of dynamic economic development and the need to create effective methods of stimulating entrepreneurial initiative among students.

In the first section of the paper, the theoretical foundations of the study of motivation of students' entrepreneurial activity are considered. The main approaches to the psychological characterization of entrepreneurial activity are defined, the peculiarities of the formation of the motivational sphere of personality in the student's age and the influence of various factors on its formation are revealed. The theoretical analysis allowed the author to identify the key components of entrepreneurship motivation, in particular, the motives of achievement, freedom, independence and financial success.

The second chapter is devoted to an empirical study of the psychological characteristics of students' entrepreneurial motivation. The methods and organization of the study are described, as well as the psychodiagnostic techniques used, including tests and questionnaires to assess the level and structure of entrepreneurial motivation. Changes in entrepreneurial motives in different age periods of student life and their dependence on the activity are determined. On the basis of cluster analysis using the k-means method, the types of entrepreneurial motivation in students are distinguished, which allows to offer recommendations for the development of motivational mechanisms in the education system.

The practical significance of the study lies in the possibility of applying its results to the development of psychological trainings aimed at developing the key competencies necessary for entrepreneurial activity. The results can be used in the educational process, career guidance, and in the development of programs to support youth entrepreneurship.

*Keywords:* motivation, entrepreneurial activity, psychological characteristics, entrepreneurial motives, students, motivational sphere, entrepreneurial competencies.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ.....	6
1.1. Теоретичні основи психологічної характеристики підприємницької діяльності.....	6
1.2. Психологічні особливості становлення мотиваційної сфери особистості в студентському віці.....	14
Висновки до першого розділу.....	22
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ.....	24
2.1. Методи та організація дослідження.....	24
2.2. Зміни підприємницьких мотивів у різні вікові періоди з урахуванням типу провідної діяльності.....	28
2.3. Типи підприємницької мотивації у суб'єктів трудової діяльності.....	36
Висновки до другого розділу.....	52
ВИСНОВКИ.....	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Мотивація є одним із ключових факторів, що визначають успішність підприємницької діяльності, оскільки вона впливає на ініціативність, здатність до прийняття ризиків та досягнення поставлених цілей. У сучасному світі, який характеризується високою конкуренцією та швидкими змінами в економічному середовищі, розвиток підприємницьких якостей серед молоді, зокрема серед студентів, стає важливою складовою економічного розвитку країни.

Студенти є потенційними майбутніми підприємцями, і формування у них правильної мотивації до підприємницької діяльності є важливим етапом для успішної реалізації їхнього потенціалу. Вивчення психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності у студентів дозволяє не лише краще зрозуміти психологічні фактори, які впливають на їхню готовність до підприємництва, а й сприяє вдосконаленню навчальних програм, тренінгів та інших форм підтримки молодих підприємців.

Актуальність цього дослідження також зумовлена необхідністю створення ефективних психологічних моделей і методик, які допоможуть студентам розвивати мотиви до підприємницької діяльності, формуючи їхні підприємницькі навички, а також адаптувати їх до змінюваного ринку праці та економічних умов. Враховуючи вищезазначене, дослідження психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності у студентів є важливим кроком для розвитку підприємницької культури і підтримки економічної стабільності в країні.

Вищезазначене є достатньою підставою для визначення необхідності та доцільності здійснення дослідження психологічних особливостей мотивації підприємництва у студентів.

**Мета дослідження** – визначити психологічну специфіку та умови розвитку мотивації підприємницької діяльності у студентів.

**Завдання дослідження:**

1. Розкрити теоретичні основи психологічної характеристики підприємницької діяльності.
2. Охарактеризувати психологічні особливості становлення мотиваційної сфери особистості в студентському віці.
3. Обґрунтувати психодіагностичний інструментарій дослідження психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності у студентів.
4. Визначити вікову динаміку розвитку підприємницьких мотивів у студентів.
5. Дослідити типи підприємницької мотивації у суб'єктів трудової діяльності.

**Об'єкт дослідження:** підприємницька мотивація особистості студента.

**Предмет дослідження:** психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентів.

**Методи дослідження.** Для розв'язання дослідницької проблеми був застосований комплекс методів, вибір яких зумовлено предметом, метою та завданнями дослідження. До комплексу увійшли наступні методи: *теоретичні* – аналіз, синтез, порівняння, систематизація, узагальнення теоретико-методологічних засад досліджуваної проблеми; *емпіричні* – експериментальні та психодіагностичні методи дослідження підприємницької діяльності студентів; *математико-статистичної обробки* даних (t-критерій Стьюдента і кластерний аналіз методом k-середніх) з наступною якісною інтерпретацією та змістовним узагальненням. Статистичний аналіз здійснювався за допомогою пакету статистичних програм Statistica 10.0.

**Наукова новизна та теоретична значущість** роботи полягають у тому, що: уперше визначено типи підприємницької мотивації у суб'єктів трудової діяльності; розширено уявлення про вікову специфіку розвитку підприємницьких мотивів у студентів, що характеризується динамічністю, ієрархічністю, сталістю прояву мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності; типологічні особливості підприємницької мотивації у студентів.

**Практичне значення** магістерського дослідження полягає у створенні типології підприємницької мотивації особистості. Основні положення роботи й отримані у магістерському дослідженні результати можуть бути використані у ході професійної підготовки майбутніх психологів, під час розробки психологічних тренінгів, спрямованих на розвиток ключових компетенцій для підприємницької діяльності, а також у профорієнтаційній роботі та наукових дослідженнях, присвячених вивченню мотиваційно-ціннісної сфери молоді.

**Апробація та впровадження результатів.** Результати магістерської роботи було представлено на XIV Міжнародній науково-практичній конференції «Практична психологія у сучасному вимірі» (26 березня 2024 року, м. Дніпро).

**Обсяг та структура магістерської роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (54 найменування, з яких 3 іноземними мовами), містить 12 таблиць і 3 рисунки. Загальний обсяг роботи становить 64 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ

### 1.1. Теоретичні основи психологічної характеристики підприємницької діяльності

Підприємництво як інституційний сектор економіки давно стало домінуючим за кількістю та обсягами виробництва у провідних країнах світу, забезпечуючи гнучкість і стійкість економічної системи, наближаючи її до потреб конкретних споживачів, а водночас – виконуючи важливу соціальну роль надання робочих місць і забезпечуючи джерело доходу для значних прошарків населення.

В умовах ринкової економіки провідною формою господарювання, звісно, є підприємництво. Вичерпне універсальне визначення поняття «підприємництво» відсутнє. У більшості літературних джерел цей термін трактується як ініціативна, самостійна діяльність фізичних і юридичних осіб, спрямована на одержання прибутку чи доходу [29].

Багато видатних зарубіжних учених у своїх дослідженнях з'ясували сутність підприємництва і підприємця, але в науковій літературі й дотепер немає єдиного її визначення. Це пояснюється тим, що представники різних галузей знань (економісти, філософи, соціологи та ін.) по-різному трактують зміст цього терміну.

Відповідно до Закону України, підприємництво – це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними або юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності в порядку, встановленому законодавством.

У сучасній зарубіжній та вітчизняній психологічній науці підприємництво розглядається з різних позицій: як специфічний тип людської поведінки (Ю. Пачковський, Р. Хізрич та ін.), як різновид професійної або трудової діяльності (Л. Карамушка, Н. Худякова, О. Креденцер та ін.), як модель особистості (Д. Макклелланд та ін.), як форма гри (В. Лагутін, Н. Побірченко та ін.), а також як

активність людини (Ю. Красилова, Т. Шафранська, О. Коломієць та ін.). На думку В. Москаленка, підприємництво найчастіше аналізується у трьох основних аспектах: як діяльність, як поведінка і як модель особистості [32]. За останні три десятиліття дедалі більше уваги приділяється вивченню підприємницької діяльності через призму когнітивної теорії, з акцентом на роль когнітивних процесів у її реалізації (Р. Барон, Т. Коломієць, Т. Кулаковський).

У результаті аналізу наукових досліджень приходимо до висновку, що підприємницька діяльність як психологічний феномен розглядається з позицій діяльнісного, поведінкового, особистісного, когнітивного підходів.

Є. Сірий, акцентуючи міждисциплінарний підхід до вивчення підприємницької діяльності, аналізує структуроутворювальні аспекти цього явища в рамках соціологічної концептуалізації. На його думку, вільна свідома діяльність «є і функцією, і суттю, і життєдіяльністю підприємця» [42, с. 225]. Відтак, поняття «діяльність» найточніше відображає активність підприємця та слугує вихідною точкою для дослідження соціальної суті підприємництва [42, с. 225]. У своїй діяльності підприємець спрямовує активність або на об'єкти праці, або на інших суб'єктів, що зазвичай набуває форм, визначених специфікою самої діяльності [42, с. 226].

А. Молдован визначає підприємництво як специфічний «вид людської активності, що відзначається ініціативністю та самостійністю у виборі стратегічних напрямків, методів і підходів до діяльності, усвідомленням ризиків і чіткою орієнтацією на досягнення комерційного успіху шляхом створення інноваційної продукції» [31, с. 38]. О. Креденцер трактує підприємництво як особливий вид професійної діяльності, аргументуючи це наявністю власного предмету праці, а також специфічними психологічними вимогами, які ця діяльність висуває до підприємця як її суб'єкта [22]. На думку дослідниці, підприємництво для суб'єкта є професійною діяльністю, що охоплює задум, створення та реалізацію заходів певної підприємницької одиниці [22].

Учені М. Малік та О. Шпикуляк визначають підприємництво як самостійну ініціативну діяльність, спрямовану на одержання прибутку. Соціально-економічне

значення підприємницької діяльності базується на необхідності всебічного задоволення потреб суспільства [30]. Не менш цікава точка зору В. Сизоненка про сутність і поняття підприємництва, під яким він розуміє розвиток інноваційної ідеї в процесі самоорганізації та саморозвитку підприємства у взаємодії з внутрішнім і зовнішнім середовищем його функціонування [38].

Сутність підприємництва як методу господарювання зводиться до найбільш повного та ефективного використання факторів виробництва і прагнення реалізувати свої творчі здібності. Підприємницька діяльність в даному аспекті розглядається як господарська діяльність, здійснювана в умовах управління ризиком, орієнтована на споживача та на отримання прибутку. Це «особливий стиль новаторського господарювання, в основі якого лежить пошук нових оптимальних можливостей і орієнтація на інноваційну діяльність» [28, с. 297].

Американські дослідники К. Макконнелл та С. Брю визначають підприємництво як особливий вид діяльності, що базується на певних ключових умовах і вимогах. Зокрема, підприємець виконує роль ініціатора, який об'єднує землю, капітал і працю для організації виробництва товарів або надання послуг з метою отримання прибутку. Він інвестує кошти, витрачає час і зусилля, ризикує своєю діловою репутацією та несе відповідальність за результати діяльності. Крім того, підприємець діє як новатор, запроваджуючи нові продукти, виробничі технології та форми організації бізнесу, беручи на себе ризики, пов'язані з такими змінами.

З. Варналій, розкриваючи сутнісну характеристику підприємництва, наголошує: «Підприємництво – це ініціативна, самостійна, інноваційна, систематична діяльність щодо виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка провадиться на власний ризик і під особисту майнову відповідальність з метою отримання підприємницького доходу» [4, с. 25].

Н. Сментина підкреслює, що підприємництво не можна ототожнювати з будь-якою господарською діяльністю, адже воно є її особливим видом. Його характерними рисами є самостійність, ініціативність, систематичність, схильність до ризику, а також орієнтація на отримання прибутку або власного доходу [43].

У сучасному розмінні підприємництво розглядається як рушійна сила економічного розвитку. Тобто підприємництво – це дії, спрямовані на отримання результату негайно, а економічний розвиток – це результат дій [48, с. 102]. Підсумовуючи вищезазначене, можна сказати, що поняття «підприємництво» є ключовим в економічній теорії. Тим більш багатостороннім та диференційованим має бути підхід до розуміння цього суспільного явища, враховуючи вплив, який підприємництво здійснює на всі відносини в державі.

Підприємництво як особливий тип економічного мислення характеризується оригінальними поглядами і підходами до прийняття рішень, які реалізуються у практичній діяльності. Центральну роль тут відіграє особа підприємця. Підприємництво розглядається не як рід занять, а як особливість розуму і людської натури. Необхідно зазначити, що економістів і психологів завжди цікавив цей аспект феномена підприємництва, особа підприємця та його поведінка.

Уточнимо, що вчені Г. Козаченко та А. Арзуманян стверджують, що розмаїття визначень змісту категорії «підприємництво» свідчить про її багатоаспектність, завдяки чому у намаганнях розкрити її зміст спостерігається варіювання від абстрагування від певного типу виробничих відносин до пов'язування підприємництва із загальноекономічним рівнем ефективності виробництва (на «ринковому рівні» результатом підприємництва є вже не просто продукт, а комерційний ефект, втілений у прибутку). У наданих визначеннях змісту категорії «підприємництво» в основу підприємництва закладено новаторську ініціативну діяльність людини, а відтак чітко простежується акцентування на інноваційності підприємництва, незалежно від вибраного імперативу (тип поведінки, тип господарювання, суспільні відносини тощо). Тобто більшість дослідників спираються на концепцію Й. Шумпетера, де у визначенні змісту категорії «підприємництво» вирішальна роль належить новаторській функції, завдяки якій по новому поєднуються і використовуються ресурси [20, с. 29].

Потрібно відмітити, що у світовій практиці немає професії «підприємець», проте підприємництво як заняття існує. Головне завдання підприємця – об'єднати навколо себе досвідчених і активних працівників, спрямувати їхні зусилля для

досягнення поставленої мети. Таким чином, підприємець – суб'єкт, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. А звідси і підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації, розробки, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту. Підприємницька діяльність здійснюється від свого імені, на власний ризик і під особисту майнову відповідальність окремої фізичної особи – підприємця або юридичної особи – підприємства (організації).

Й. Шумпетер розглядає підприємницьку поведінку як унікальний тип дій, що відрізняються від звичайної діяльності інших суб'єктів у господарській сфері. Особливостями такої поведінки є висока інтенсивність духовних зусиль, здатність здійснювати нестандартні вчинки, діяти в нестандартних умовах, свобода від рутинності та відсутність фіксованих правил під час прийняття рішень. Цей тип поведінки вирізняється інтуїтивним чуттям, здогадкою, поглядами, які часто не мають на той момент чіткого обґрунтування, а також здатністю визначати важливе й несуттєве в умовах невизначеності [21].

І. Кірцнер визначав підприємця як особу, яка здатна сприймати ринкову інформацію в умовах невизначеності та змін, що виникають у певних ситуаціях. Головною функцією підприємця, за його словами, є вміння знаходити такі ситуації та використовувати їх для отримання вигоди. До підприємців І. Кірцнер відносив як спекулянтів, які купують товар за низькою ціною та продають за вищою, так і виробників, що отримують прибуток на основі різниці між ціною ресурсів і готового продукту [11, с. 145]. Учений акцентував увагу на вивченні підприємницької поведінки в умовах економічної нерівноваги, коли підприємці мають свободу виходу на ринки. Ця свобода стимулює процес динамічного суперництва – конкуренції, у межах якої підприємці демонструють можливості для отримання прибутку, спрямовуючи ринковий процес до стану рівноваги [5].

Підприємець – це особливий тип людей. Вони виконують функцію новаторів. Здійснити новацію в економіці нелегко. Звичайно при цьому протидіє їй

навколишнє середовище, оскільки «нововведення в економіці, як правило, впроваджуються не після того, як спочатку у споживача стихійно виникнуть нові потреби..., а тільки тоді, коли саме виробництво прищепить споживачам нові потреби» [9].

Підприємницька діяльність розглядається як активність людини в напруженій та суспільно-значущій ситуації, результатом якої стає породження нової структури в господарській та інших сферах матеріального та духовного виробництва, в яких втілюється суб'єктний потенціал людини. Підприємці від непідприємців відрізняються за глибиною переживань (рівень усвідомлення проблем вища); більшою імпульсивністю, спонтанністю поведінки; індивідуалістичність у чоловіків-підприємців виражена більше, ніж у жінок-підприємців; показник оптимістичності вищий у підприємців в цілому, ніж у непідприємців; підприємці менше коректують свою інтелектуальну активність. На основі аналізу літератури були виділені основні психологічні ознаки підприємницької діяльності: основанийість на стартовому капіталі, джерелами якого можуть бути власні, залучені кошти, а також гранти і субсидії, ризикованість, автономність (незалежність), відповідальність, націленість на результат, постійна змінність (мобільність), інноваційність (новаторство), творчість.

Розмаїття типологій підприємців пояснюється різнобічністю поглядів щодо визначення поняття «підприємець» з точки зору як соціології, так і психології. Та всі вони мають спільний базис незалежно від форми, рівня або інших специфічних рис підприємництва: перевага мотиву досягнення успіху над мотивом уникнення невдачі, схильність до ризику, потреба й уміння брати на себе відповідальність.

Останніми десятиліттями при аналізі психологічних ознак підприємницької діяльності превалюючим є особистісний (суб'єктний) підхід: підприємництво досліджується як модель особистості, підприємець – як суб'єкт діяльності, що втілює в життя певну систему цінностей, свою індивідуальність у цілому. Цей підхід передбачає реалізацію підприємцем в економічній царині особливу системну особистісну якість – особистісну суб'єктність, хист до самодетермінації в полі економічної діяльності. Ця характерологічна якість суб'єкта

підприємницької діяльності знаходить розкриття в таких вимірах підприємницької активності: «зміст, цільова функція, мотиваційний регулятор, основний принцип функціонування, особливості особистості» [50, с. 48].

Проблема підприємництва також розглядається з позицій структури особистості, її психотипу, який дозволяє людині продукувати і здійснювати інновацію, спираючись переважно на власні сили. У рамках особистісного підходу людина постає як суб'єкт діяльності, що впроваджує в життя певну систему цінностей, ідеалів, власну індивідуальність [37]. Розробляються психологічні профілі підприємця, окреслюються типові характеристики успішного підприємця, розглядаються проблеми успішного підприємництва. Базові якості психологічного портрету підприємця інтерпретуються через блоки якостей: інтелектуальних, комунікативних, мотиваційно-вольових, заповзятливих (ділових).

Мотив у мотиваційних теоріях підприємництва інтерпретується як центральне динамічне утворення, що концентрує в собі властивості особистості в цілому. Таким чином мотив досягнення розглядається як універсальна підприємницька особистісна риса, яка обумовлює всі інші характеристики підприємницької діяльності [51].

Теорія локусу контролю Дж. Роттера, яка розглядає суб'єктивне ставлення до впливу власної діяльності на подальші події як ключовий параметр очікуваного зв'язку «дія-наслідок», акцентує увагу на визначенні рівня суб'єктивного контролю, тобто усвідомленні відповідальності за власні дії. У сучасній психологічній науці локус контролю трактується як глибинний і стійкий компонент системи саморегуляції особистості, а також як один із основних механізмів, що впливають на здатність долати життєві труднощі, сприяють саморозвитку та самореалізації [36].

Локус контролю (інтернальний або екстернальний) відображає рівень самостійності, відповідальності та активності особистості у досягненні поставлених цілей. Концепт прийняття відповідальності та контролю над обставинами широко досліджувався у численних роботах, присвячених

підприємству, з використанням цієї теорії. Особи з інтернальним локусом контролю демонструють високий рівень відповідальності [12].

Внутрішній локус контролю є «передумовою успіху для підприємців і може бути важливим модератором успішного використання досягнень та інших характеристик підприємницької діяльності» [52, р. 448]. Фактично, внутрішній локус контролю може бути тим, що відрізняє підприємців від непідприємців. «Проактивність і внутрішній локус контролю значною мірою пов'язані зі специфічними підприємницькими рисами, тобто підприємці, як правило, мають певну конфігурацію рис, які забезпечують виживання та успіх у їхній діяльності» [54, р. 93].

Загалом, можна констатувати, що підприємець відіграє інноваційну роль. Таке співвідношення функцій має аксіологічно нейтральний характер, оскільки обидві необхідні в соціальному розвитку. Не можна не відзначити ще одну характеристику для визначення підприємництва — це високий рівень ризику, пов'язаний з домінуванням цільової установки на прибуток, непередбачуваністю підсумків інноваційних процесів, участю в бізнесі особистого капіталу підприємця й повною свободою його дій. Цей критерій є неоднозначним, оскільки в літературі обговорюються не тільки рівні й види ризику (фінансовий, соціальний, моральний, психологічний), але й суб'єктивність сприйняття ступеня ризику, готовність до прийняття на себе різних видів ризику. У багатьох дослідження виявлено: підприємництво є особливим видом діяльності (найчастіше підприємців порівнюють з менеджерами), який пов'язаний з ризиком, що виникає в процесі організації нового потенціалу або прибуткової справи.

Дослідники стверджують, що для ефективного та успішного здійснення підприємницької діяльності важливо враховувати когнітивні фактори й можливості когнітивної сфери особистості. Серед них виділяють високий рівень розвитку інтелектуальних функцій, комбінаторних здібностей, здатність до абстрактного мислення, а також високу лабільність і організованість розумових процесів. Особливо значущими є «відсутність схильності до «застрявання» у вирішенні завдань, поєднання креативності та прагматичності в аналізі ситуацій» [26, с. 103].

Г. Синицина підкреслює, що розуміння способу мислення підприємця є ключем до усвідомлення його особистості та діяльності, зокрема її зародження й розвитку. Дослідження підприємництва через призму когнітивного підходу допоможе глибше зрозуміти психологічні механізми, які керують підприємцем [40].

Досліджуючи стартапи підприємців, Л. Бузеніц та Дж. Барні прийшли до висновку, що для підприємців характерна схильність до надмірної впевненості та до використання евристики репрезентативності – здійснення людиною інтуїтивних оцінок на основі сформованих стереотипів при ігноруванні іншої важливої інформації.

Ф. Найт, обґрунтовуючи особливі підприємницькі якості, зазначає, що будь-яка ділова ситуація є унікальною та непередбачуваною, тобто невизначеною. Тому основні риси суб'єктів підприємництва полягають у здатності до інтуїтивного прогнозування, вірі у правильність своїх суджень та переконаності в необхідності й доцільності ухвалення ризикованих рішень [24].

З позиції міждисциплінарного підходу до вивчення підприємництва та з урахуванням багатогранності його психологічного аналізу, мотивація підприємницької діяльності розглядається як внутрішній стимул, що спонукає особистість до підприємництва. Її основою є прагнення досягати успіху, свободи, проявляти ініціативу та інноваційність через усвідомлення ризиків діяльності та постійне вдосконалення власної особистості.

## **1.2. Психологічні особливості становлення мотиваційної сфери особистості в студентському віці**

Мотиваційна сфера особистості завжди була предметом уваги багатьох дослідників. Мотиваційна сфера особистості є психологічним феноменом, який об'єднує всі структурні утворення особистості: характер, емоції, спрямованість, здібності, стани, психічні процеси. Її стабільність є центральним фактором збереження цілісності особистості [13].

Аналіз і узагальнення різноманітних теорій мотивації загалом, а також тих, що спрямовані на вивчення мотивації у професійній діяльності, дозволяють розглядати два загальні підходи до їх змістових характеристик і оцінок. Перший підхід ґрунтується на змістових аспектах мотивації, тобто на оцінці потреб і факторів, які визначають поведінку. До цієї групи відносять теорію ієрархії потреб А. Маслоу, теорію подвійної мотивації Ф. Херцберга, теорію потреб у досягненні результатів Л. Макклєнда та теорію існування, приналежності та зростання К. Альдерфера. До другої групи, яку називають процесуальними теоріями, віднесені ті, що досліджують, як особистість вибирає конкретний тип поведінки. Це включає теорії очікувань В. Врума, теорію справедливості Дж. Адамса та теорію постановки цілей Е. Локка.

Узагальнюючи, слід зауважити, що обидва напрями теорій переважно фокусуються на аспектах потреб особистості як на детермінантах, що визначають ключові мотиви її діяльності, зовнішньої та внутрішньої мотивації і т.д. Кожен з визначених підходів вносить свій внесок у розуміння концепцій та механізмів мотивації, при цьому охоплюючи лише обмежену частину впливу на особистість, таку як досягнення життєвих цілей, задоволення професійною діяльністю, соціальна приналежність, особистий інтерес до роботи, прагнення отримувати не лише матеріальні вигоди, а й моральне задоволення від праці, внутрішні переконання, індивідуальні цінності та перспективи.

Мотиваційна сфера особистості не постає системою мотивів, а є ядром особистості, в якому перетинаються її властивості [34]. Будь-яка властивість особистості більше чи менше, безпосередньо чи опосередковано впливає на мотиваційний процес, завданням якого є підключення енергії для виконання діяльності, яку особистість виконує протягом життя. Властивість – це сторона предмета, що зумовлює його відмінність або подібність з іншими предметами і проявляється у взаємодії з ними.

Тлумачення терміна «мотив» у сучасній науковій літературі характеризується широким розмаїттям формулювань. Для Ф. Подшивайлова мотив – усвідомлена потреба, яка супроводжується бажанням її задовольнити [34].

Т. Шанскова позиціонує мотиви як усвідомлені спонукання поведінки та діяльності особистості, які є її властивістю та які виникають при найвищій формі відображення потреб [47]. Н. Клименко відзначає, що мотив – це інтегральний спосіб організації активності людини, будь-яка її спонука, детермінантами якої є як внутрішні, так і зовнішні причини [19].

Аналіз визначень терміну «мотив» показав, що всі вони мають спільну суть: мотив є складним психологічним явищем, яке усвідомлює спонукання людини до певної поведінки або діяльності, що спрямована на задоволення її потреб [8, с. 151].

Мотиви виникають, розвиваються і формуються на основі потреб. Мотиви є відносно самостійними, оскільки потреби не визначають чітко їх сукупність, силу та стійкість. Потреби є сутністю, «механізмом» усіх видів людської активності, тоді як мотиви є конкретними проявами цієї сутності.

Мотиваційна сфера особистості виступає в двох значеннях: як складна ієрархізована сукупність мотивів (що спонукає, направляє й регулює її поведінку) і як заснована на цій мотивації (в розумінні «сукупність мотивів») система її відношень до дійсності. Це складне, багатостороннє, багаторівневе психічне утворення, що являє собою ієрархізовану, динамічну, мотиваційну систему, в якій потреби, мотиви і цілі певним чином підпорядковані, взаємопов'язані й взаємозумовлені.

Ф. Подшивайлов визначає мотиваційну сферу особистості як «сукупність мотиваційних утворень, що включають диспозиції (мотиви), потреби, цілі, атитюди, поведінкові патерни, інтереси; складну систему різноманітних мотивів (мотиваційних установок, потреб, інтересів тощо), що відображають різні аспекти діяльності людини та її соціальні ролі» [34, с. 27]. Також він вказує, що це «ядро (центр) особистісного простору, де перетинаються всі осі координат (особистісні властивості), що визначають характер мотиваційних процесів» [34, с. 29].

Мотиваційна сфера особистості не являє собою систему мотивів, а є ядром особистості, у якому перетинаються всі її властивості. Будь-яка властивість особистості більшою чи меншою мірою, прямо чи опосередковано впливає на мотиваційний процес, завданням якого є підключення енергії для виконання усієї

діяльності, яку особистість виконує упродовж життя. Властивість – це сторона предмета, що обумовлює його відмінність або подібність із іншими предметами і проявляється у взаємодії з ними. Кожна окрема річ володіє безмежною кількістю властивостей, єдність яких є її якістю. Стосовно особистості властивостями виступають, наприклад, сила та динамічність нервових процесів, екстраверсія – інтроверсія, адаптивність, ціннісні орієнтації тощо, єдність яких утворює її якість – індивідуальність.

Мотивація – це динамічний процес конкретизації, усвідомлення потреби, виникнення бажання, утворення мотиву та формування наміру здійснити задоволення потреби. При цьому весь мотиваційний процес може займати доли секунди, і його окремі складові не завжди розгорнуто актуалізуються у свідомості людини. Мотив – це усвідомлена потреба, яка супроводжується бажанням її задовольнити; намір – результат усвідомлення і обґрунтування плану дій, спрямованих на задоволення потреби. Когнітивний контроль – свідомий процес залучення афективної енергії (тобто фізичної енергії організму, опосередкованої бажаннями) для виконання дій, спрямованих на задоволення усвідомленої потреби; когнітивний контроль певною мірою супроводжує мотиваційний процес, починаючи з формування бажання. Мотиваційна сфера особистості – це ядро (центр) простору особистості, у якому перетинаються всі осі координат (особистісні властивості), що визначають характер мотиваційних процесів [34].

Аналіз психологічної літератури загалом описує мотиваційну сферу особистості як складну системну цілісність, що об'єднує різноманітні мотиваційні утворення, властиві людині. Ця проблема, в основному, розглядається через призму механізмів, які спонукають особистість до активності.

Становлення мотиваційної сфери студента обумовлюється його особливостями. Поняття студентського віку є досить поширеним у науковій літературі з вікової та педагогічної психології.

Вперше особливості студентів як соціально-психологічної та вікової групи були розглянуті психологічною школою Б. Ананьєва. Подальші дослідження М. Балущка, М. Дьяченко, Л. Кандилович, М. Кузнецова, Л. Подоляк, В. Роменця,

Н. Чепелевої та В. Юрченка підтвердили, що в студентському віці інтенсивно розвивається вся структура особистості, супроводжуючись певними психічними новоутвореннями та особливостями. Це пов'язано з продовженням психічного розвитку, структурними змінами особистості через інтеграцію в нові соціальні спільноти, що веде до переструктурування психічних функцій в межах інтелекту [49].

У психології термін «студентство» визначається як особлива соціальна група, що є своєрідною спільнотою людей, об'єднаних спільною діяльністю навчання в закладі вищої освіти [15].

Л. Подоляк і В. Юрченко розглядають студентство як молодь, що знаходиться на етапі персоналізації, що здійснюється через цілеспрямоване освоєння навчальних, професійних і соціальних ролей. Це відбувається шляхом свідомого набуття професійних знань, умінь та навичок, а також формування професійних характеристик під час навчання в закладах вищої освіти [33].

С. Вітвицька визначає студентство як специфічну соціальну групу, яка формується під впливом різних соціальних факторів суспільства. Для цієї групи характерні особливі умови життя, праці та побуту, специфічна соціальна поведінка та психологія. Основною діяльністю студентів є здобуття знань і підготовка до майбутньої професійної діяльності [10].

Л. Жданюк, подаючи різні варіанти розуміння науковцями поняття студентства (як соціальної групи, особливість якої полягає в схожості системи ціннісних орієнтацій студентів різних спеціальностей, у головній ролі соціального престижу студентської мотиваційної сфери, в активній співдії студентів із різноманітними соціальними інститутами, у бажанні віднайти сенс життя та нові ідеї; як особливої спільності людей, які організаційно об'єднані інститутом вищої освіти; як об'єднання молодих людей, для яких характерний один вид діяльності – навчання, орієнтоване на спеціальну освіту, які приблизно одного віку (18–25 років), мають єдині цілі і мотиви, на одному освітньому рівні, період існування такого об'єднання обмежений часом (в середньому – 5 років); як сенситивний період «для розвитку основних соціогенних потенцій людини, часом, коли

відбувається оволодіння особистістю повним комплексом соціальних ролей дорослої людини» [16, с. 30]; як специфічна соціальна категорія, особлива спільність людей, що об'єднані інститутом вищої освіти), зазначає, що це специфічна особлива соціальна група, що характеризується особливими умовами навчання, побуту й проживання, трудової діяльності та активною соціальною поведінкою і системою цінностей. Дослідниця узагальнює існуючі погляди щодо відмітних рис студентського віку (характер діяльності – регулярне оволодіння й засвоєння нових дій, нових знань і нових способів навчальної діяльності, самостійність у здобуванні знань; головні соціальні ролі і приналежність до молоді – великої соціальної групи; оволодіння знаннями й професійними вміннями, активним споживанням культури, високий освітній рівень та рівень соціальної активності, пізнавальної мотивації) й визначає головні характеристики осіб студентського віку: співдія з різноманітними соціальними групами, громадськими організаціями, неформальними утвореннями, професійне самовизначення, пошук життєвих смислів, бажання до змін та перетворень життя, прагнення до втілення інноваційних винаходів, підтримка прогресивних поглядів, жага досягнень, активна життєва позиція [16].

Студентський період охоплює вік від 17–18 до 23–25 років. В рамках соціально-психологічного підходу цей етап вважається пізньою (зрілою) юністю (старшим юнацьким віком) або другим етапом юності, а також початковим періодом зрілості, як визначали це Б. Ананьєв та його послідовники. Л. Виготський позначив цей період як «початок зрілого життя», чітко розмежувавши дитинство та дорослість, зазначивши, що «вік від 18 до 25 років є швидше початковою ланкою в ланцюзі дорослого життя, ніж заключним етапом дитячого розвитку» [7, с. 27]. Це розуміння студентського віку стало основою для подальших наукових досліджень.

Новоутворення цього періоду полягають у зміні соціальних ролей, становленні когнітивної сфери, розвитку інтелекту, вдосконаленні рефлексії, відкритті потенційних можливостей, а також у трансформації мотивації та ціннісних орієнтацій відповідно до нового провідного виду діяльності – навчально-професійного. Це підтверджує думка Б. Ананьєва, який підкреслює, що

«перетворення мотивації та ціннісних орієнтацій, з одного боку, і інтенсивне формування спеціальних здібностей через професіоналізацію, з іншого, виділяють цей період як центральний для розвитку характеру та інтелекту» [14, с. 167].

З психологічної точки зору, період студентського навчання є складним етапом, що впливає на всі системи організму, має свої особливості, а також кризові моменти та спад. Студентський вік є «сенситивним періодом для індивідуального самоствердження, коли провідну роль у мотиваційній сфері студента відіграють різноманітні мотиви, пов'язані з академічною саморегуляцією» [23, с. 25]. Під час цього періоду відбувається переоцінка значущості ціннісних орієнтирів, переосмислення місця в суспільстві та прийняття відповідальності за результати власної діяльності, а також розвиток прагнення досягнень і професійного самовизначення, що виражено в мотивах особистості.

Навчально-пізнавальні мотиви визначають прагнення студента до досконалого володіння знаннями, вміннями й навичками професійної діяльності. Серед навчально-пізнавальних мотивів, які становлять цілісну структуру навчальної діяльності, науковці виділяють внутрішні та зовнішні [17]. Внутрішні – мотиви, що виникають завдяки змісту та процесу навчання у закладі вищої освіти, – професійно зорієнтовані, та власне пізнавальні: самоактивність особистості, високий пізнавальний інтерес, пізнавальні результати навчальної діяльності, певні спонукання до пізнавальної активності в процесі учіння (усвідомлення власного обов'язку, розуміння важливості навчальної діяльності для опанування певною спеціальністю). До зовнішніх належать мотиви, котрі поза межами навчальної діяльності, вузькоособистісні, орієнтовані на зовнішню атрибутику вищої освіти, на досягнення успіху та запобігання невдач: соціальні (задоволення вимог батьків і рідних, інших важливих людей за якісне навчання; можливість застосувати набуті знання в майбутньому в соціально-корисних видах діяльності), престижні (одержання диплому про вищу освіту, прагнення отримати схвалення з боку референтних осіб; прагнення бути в центрі уваги, отримати високий соціальний статус; бажання бути прийнятим, визнаним завдяки своїм індивідуальним якостям тощо), прагматичні (уникнення неприємностей, що можуть виникати у випадку

незадоволення вимог, очікувань або потреб інших людей; контрактна форма навчання, звичка сумлінно навчатися, отримання високих балів заради стипендії, отримання певних преференцій за успіхи в навчанні тощо) [46].

Академічна мотивація є важливою, оскільки студенти з високим рівнем мотивації значно активніше залучаються до навчальної діяльності, що позитивно впливає на їх досягнення в процесі професіоналізації [27].

Професійні мотиви, інтегровані в структуру навчальної мотивації студентів, поєднуються з академічними мотивами, формуючи навчально-професійну мотивацію. Ці мотиви сприяють орієнтації особистості на задоволення потреб у праці, самоствердженні та самореалізації. Вони визначаються як здатність особистості усвідомлювати як внутрішні, так і зовнішні потреби, які можуть бути задоволені через виконання професійних завдань, спонукаючи до самовдосконалення, самоосвіти та просування кар'єрою. Професійна мотивація спрямована на освоєння навчальних дисциплін, спілкування та самовдосконалення, що проявляється в прагненні до володіння обраною професією. При низькому рівні професійної мотивації, в свою чергу, знижується рівень професійної підготовки майбутніх фахівців.

У процесі навчання в закладі вищої освіти мотиваційна сфера студентів зазнає динамічних змін, що пов'язано зі зміною ведучих мотивів від навчально-пізнавальних до навчально-професійних і далі – до професійних.

Учені відзначають, що структура та динаміка навчально-пізнавальних, навчально-професійних та професійних мотивів, які регулюють навчальну діяльність студента, залежить від умов та курсу навчання у закладі вищої освіти. Здебільшого за час навчання у студентів знижується інтерес до обраної професії. Провідні мотиви вступу до закладу вищої освіти в процесі професійної підготовки не завжди трансформуються в наміри працювати за обраним напрямом, тобто не стають професійними мотивами. Так, розглядаючи дослідження зарубіжних науковців, Ф. Подшивайлов описує результат аналізу специфіки процесу розвитку професійної мотивації на першому, третьому та п'ятому курсах: виявлено, що до середини навчання студенти переживають мотиваційну кризу як наслідок

невиправданих очікувань від навчально-професійної діяльності початку навчання [34]. Натомість на завершальному етапі навчання студенти-випускники усвідомлюють свої життєві цінності, дальні життєві цілі та особистісні сенси [50].

Студент порівнює потенційні професійні мотиви з ієрархією своїх особистісних цінностей. В результаті цього процесу переосмислюються моральні норми, змінюються світогляд, переконання, ідеали та соціальні установки. Ціннісно-смісловий компонент навчально-професійної діяльності спричиняє перехід від навчально-професійних до професійних мотивів, що вносить динамічні зміни в мотиваційну сферу особистості. Таким чином, головними складовими мотиваційної сфери студента є комплекси навчально-професійних і професійних мотивів, які, з одного боку, є відносно незалежними, а з іншого — взаємодіють та взаємно впливають один на одного в процесі свого розвитку.

### **Висновки до першого розділу**

У розділі зроблено аналіз підприємництва як економічного і психологічного феномена. Розглянуто різні аспекти цього поняття, зокрема, з економічної, соціальної та психологічної точок зору. В цілому, підприємництво є складним та багатогранним явищем, яке потребує комплексного підходу до вивчення, з урахуванням різноманітних факторів, що включають інновації, мотивацію, поведінку і соціальні наслідки цієї діяльності.

Мотиваційна сфера особистості – це комплексне психічне утворення, яке об'єднує різні аспекти діяльності людини, зокрема її потреби, мотиви, цілі та установки. Вона визначає спрямованість поведінки особистості та забезпечує енергетичний потенціал для реалізації її діяльності. Мотивація в цілому є динамічним процесом, що включає усвідомлення потреби, формування мотиву і наміру досягнути цілей, а також певний когнітивний контроль для досягнення бажаного результату.

У сучасній психології виокремлюють два основні підходи до мотивації: змістовні та процесуальні теорії. Змістовні теорії досліджують потреби та фактори,

що визначають поведінку, серед яких можна згадати теорії Маслоу, Херцберга та Макклєнда. Процесуальні теорії зосереджуються на процесах, через які особистість вибирає конкретні типи поведінки, як це описано в теоріях Врума, Адамса та Локка.

Мотиваційна сфера особистості не є простою сукупністю мотивів, а є її ядром, де перетинаються різноманітні властивості, такі як ціннісні орієнтації, професійні прагнення, внутрішні переконання та інтереси. Вона визначає, як особистість реагує на зовнішні стимули та внутрішні потреби, і в який спосіб організує свою діяльність. Це особливо важливо в студентському віці, коли відбувається активне формування особистості, інтеграція в нові соціальні ролі та розширення професійної діяльності.

Студентський вік, як період інтенсивної зміни в особистісному розвитку, є важливим для формування мотиваційної сфери. Саме в цей період відбувається активне самовизначення, розвитку професійних навичок і ціннісних орієнтацій, що відображаються на рівні мотивації. Враховуючи цей контекст, розуміння студентської мотивації стає критичним для забезпечення успішного навчання та розвитку молоді.

## РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ СТУДЕНТІВ

### 2.1. Методи і організація дослідження

Із метою виявлення психологічних особливостей розвитку мотивації підприємницької діяльності у студентів було проведено емпіричне дослідження. Вибір і обґрунтування методик дослідження психологічних особливостей розвитку мотивації підприємницької діяльності здійснювались на основі проведеного нами теоретичного аналізу проблеми.

Дослідження проводилося в три етапи.

На першому етапі визначено теоретико-експериментальні підходи до вирішення проблеми дослідження; конкретизовано методи та підібрано комплекс методик, розроблено програму та методичку дослідження психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності.

На другому етапі сформовано репрезентативну вибірку досліджуваних, дібрано пакет взаємодоповнюючих методик.

На третьому етапі здійснено емпіричне дослідження щодо зміни підприємницьких мотивів у різні вікові періоди з урахуванням типу провідної діяльності та визначення типів підприємницької мотивації у суб'єктів трудової діяльності, здійснено математико-статистичну обробку первинних емпіричних даних.

Емпіричну вибірку респондентів склали студенти та люди, які займаються підприємницькою діяльністю. Студенти – здобувачі вищої освіти денної та заочної форм навчання першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів освіти Університету імені Альфреда Нобеля і Бердянського державного педагогічного університету віком від 18 до 25 років.

Люди, які займаються підприємницькою діяльністю, – підприємці, що мають власну справу в сфері торгівлі (інтернет-магазин (електронна комерція)), послуги

для населення (салони краси, освітні курси, консультаційні послуги (психологія, коучинг)), готельно-ресторанного бізнесу (кафе, кав'ярні), творчості (арт-студії, майстер-класи (живопис), фотографія), сільського господарства та екологічного бізнесу (пасіка, виготовлення меду), здоров'я та спорту (студії йоги, дієтологічні консультації, продаж здорового харчування), розваг та дозвілля (організація свят, івентів, квестів), нерухомості (агентства з продажу та оренди нерухомості) з досвідом підприємницької діяльності від 3 до 32 років віком від 27 до 58 років. Всього 74 респондента, з них 58 студентів і 16 підприємців. Тестування здійснювалось індивідуально в електронному вигляді в гугл-формах.

Методи математико-статистичної обробки даних включали: первинну описову статистику; частотний аналіз; аналіз відмінностей у розподілі ознак в незалежних і залежних групах досліджуваних за допомогою t-критерію Стьюдента і кластерний аналіз методом k-середніх.

З урахуванням теоретичних узагальнень була розроблена добірка психодіагностичних інструментів, яка включає такі методики.

*Опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності К. Фоменко [45]* передбачає діагностування специфіки спрямованості суб'єкта на підприємницьку діяльність за мотивами: комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, влади, вимушеності, самоствердження, інноваційності, ризику, глорістичними та афіліативними.

1. Мотив комерційного успіху є ключовим для підприємця як на етапі становлення, так і під час стабілізації підприємницької діяльності. Досягнення високого доходу та прибутку забезпечує відчуття фінансової захищеності для себе та близьких, сприяє самореалізації, дає відчуття свободи й стабільності, а також відкриває можливості для внеску в розвиток суспільства.

2. Мотив свободи та самостійності включає можливість вільно розпоряджатися фінансами, досягнення матеріального благополуччя, задоволення власних потреб, автономію та незалежність від бюрократичного контролю [18, с. 72].

3. Мотив самореалізації виражає прагнення розкрити свій творчий потенціал, реалізувати здібності та таланти, займатися цікавою діяльністю та приносити користь суспільству.

4. Мотив інноваційності відображає бажання впроваджувати нові ідеї та технології, які відповідають сучасним умовам, розвиватися у відповідності до інноваційних тенденцій, самореалізуватися та досягати комерційного успіху.

5. Мотив влади характеризується потребою контролювати соціальне середовище, впливати на поведінку інших людей і підпорядковувати їх своїм рішенням [45, с. 282].

6. Мотив вимушеності активізується, коли в людини немає інших можливостей забезпечити своє існування, коли є потреба подолати матеріальну кризу після втрати роботи або бажання скористатися наявними обставинами для поліпшення матеріального чи соціального становища.

7. Мотив самоствердження виражається у прагненні відчувати себе самодостатнім, досягти внутрішнього комфорту та самоповаги [18, с. 72], а також у бажанні здобути повагу оточення та суспільне визнання.

8. Мотив ризику характеризує готовність суб'єкта приймати сміливі, орієнтовані на успіх рішення та ризикувати задля досягнення поставлених цілей.

9. Глорістичний мотив відображає прагнення здобути славу, повагу, суспільне визнання та продемонструвати свою перевагу, відчуючи задоволення від усвідомлення власної цінності та захоплення з боку інших.

10. Афіліативний мотив ґрунтується на потребі взаємодії з іншими людьми та спілкуванні, яке приносить задоволення і взаємно збагачує обидві сторони [45, с. 281]. Він виражає бажання бути частиною спільноти та прагнення налагоджувати контакти з друзями, яким суб'єкт довіряє, або з колегами, чия компетентність викликає впевненість і з якими він хоче співпрацювати для створення власної справи [45, с. 281].

*Методика діагностики кар'єрних орієнтацій Е. Шейна [44].* Методика дозволяє виявити домінуючу кар'єрну орієнтацію серед запропонованих:

стабільність, професійна компетентність, служіння, менеджмент, автономія, виклик, інтеграція стилів життя, підприємництво.

*Методика А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (MBBS)* (модифікований україномовний варіант М. Сімків) [41]. Методика призначена для визначення домінуючого типу грошових настанов, провідних уявлень про гроші та особливостей фінансової поведінки. Вона включає чотири шкали, де ключове значення мають як високі, так і низькі показники: грошова одержимість, влада (сила), економність, неадекватна поведінка з грошима.

*Методика діагностики саморегуляції трудової діяльності* [53]. Оригінальний передбачає опитування за такими шкалами: внутрішня мотивація (власне спонукання), ідентифікація (ідентифіковане регулювання), інтроєктоване регулювання, зовнішнє регулювання трудової діяльності, що відображають чотири способи регуляції трудової діяльності залежно від напрямку мотивації: «внутрішня саморегуляція або мотивація, яка передбачає інтерес і насолоду під час діяльності, та зовнішня регуляція (ідентифікаційна, інтроєктована та зовнішня регуляція), яка вимагає зовнішніх цінностей трудової діяльності» [53].

*Методика «Мотиви, що спонукають оволодівати власністю» А. Карнишева, Т. Бурменко та О. Іванова* (модифікований україномовний варіант І. Соханя) спрямована на виявлення мотивів фактичного привласнення: мотиви «потреби», прагматично-матеріальні мотиви, підприємницькі мотиви, мотиви незалежності та самоствердження.

*Методика задоволеністю працею* передбачає діагностування соціальних, внутрішньоорганізаційних та особистісних компонентів задоволеністю працею (роботою) за наступними шкалами: задоволеність заробітною платою, задоволеність організацією праці, задоволеність керівництвом, задоволеність колективом, задоволеність процесом та змістом роботи.

Ранжування за шкалами виявляє задоволеність працею, що пов'язано з лояльністю організації, залученістю респондента безпосередньо до роботи та задоволеністю життям в загальному контексті.

Математико-статистичні розрахунки та графічне представлення результатів виконано і здійснено за допомогою програмного пакета для статистичного аналізу Statistica 10.0.

## **2.2. Зміни підприємницьких мотивів у різні вікові періоди з урахуванням типу провідної діяльності**

Процес формування і розвитку мотивів професійної діяльності у закладі вищої освіти безпосередньо пов'язаний із розвитком системи смисложиттєвих орієнтацій [1]. Ціннісні орієнтації особистості формують уявлення про професію, що дозволяє прогнозувати вибір професії та характер виконуваної професійної діяльності.

Розглядаючи підприємництво як сферу професійної діяльності, нами, з метою визначення схильності студентів до підприємницької діяльності, здійснено перевірку рівності середніх значень мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємців та студентів за допомогою t-критерію Стьюдента (див. табл. 2.1–2.7).

У таблиці 2.1 представлено показники прояву мотивів підприємницької діяльності у студентів-бакалаврів 1 курсу та людей, які займаються підприємницькою діяльністю.

Між студентами 1 курсу та підприємцями було виявлено статистично значущу різницю в мотиваційно-ціннісних орієнтаціях щодо підприємницької діяльності, зокрема за мотивами самореалізації та влади. Середні показники мотиву самореалізації у студентів 1 курсу вищі, ніж у підприємців. Для першокурсників самореалізація має пріоритетне значення: вони обирають професію, щоб розвивати свої здібності, перевірити свої таланти та реалізувати особистісний потенціал.

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у майбутніх бакалаврів (1 курс) і підприємців**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи респондентів		t	p
	Студенти 1 курсу	Підприємці		
Мотив комерційного успіху	29,50±4,01	31,15±3,38	-1,88	0,06
Мотив свободи і самостійності	28,89±4,00	30,40±3,53	-1,68	0,09
Мотив самореалізації	29,35±4,45	31,04±2,64	-2,01	0,04
Глорістичний мотив	22,57±5,36	19,88±5,85	1,95	0,05
Мотив влади	23,28±5,98	18,97±6,25	2,89	0,005
Мотив вимушеності	18,92±5,22	20,43±5,59	-1,14	0,25
Афіліативний мотив	29,60±4,60	27,65±5,22	1,61	0,11
Мотив самоствердження	24,50±5,47	23,75±6,16	0,52	0,60
Мотив інноваційності	26,92±4,42	28,70±5,41	-1,45	0,15
Мотив ризику	27,53±4,25	25,68±5,84	1,44	0,15

Перші спроби усвідомлення своєї приналежності до обраної професійної спільноти, а також розуміння себе і своєї роботи в майбутньому житті відбуваються на фоні адаптаційного процесу. Адаптація допомагає компенсувати відсутність звичних способів поведінки в нових умовах і забезпечує оптимальне пристосування до нових життєвих ситуацій та видів діяльності. У цих нових умовах формується система моральних самооцінок, а також завершується створення образу «Я». Самореалізація стає важливим етапом у практичному вираженні цього образу.

Підтвердження того, що існує превалювання у студентів 1 курсу, порівняно з підприємцями, мотиву влади знаходимо також у наукових працях Т. Сили. Вчений у процесі емпіричного дослідження виявив статистично значущий зв'язок між самореалізацією та прагненням до влади [39]. Прагнення до домінування та впливу на інших, як прояв бажання досягти переваги, є характерним для початківців, з огляду на психологічні особливості їхнього віку.

Студенти 2 курсу, порівняно з першокурсниками, демонструють суттєві відмінності у мотиваційно-ціннісних орієнтаціях підприємницької діяльності.

Аналіз за t-критерієм Стьюдента виявив статистично значущі різниці як у мотивах самореалізації та влади (які притаманні студентам 1 курсу), так і в мотивах комерційного успіху, свободи і самостійності, інноваційності. У порівнянні з підприємцями, прояви цих мотивів слабші, за винятком мотиву влади. Таким чином, продовжується процес самореалізації студентів та їхнє прагнення до переваги, яке також виражається в бажанні бути матеріально забезпеченими, самостійними, а також у готовності відкриватися новим можливостям і випробовувати себе в незнайомій діяльності.

Таблиця 2.2

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у майбутніх бакалаврів (2 курс) і підприємців**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи респондентів		t	p
	Студенти 2 курсу	Підприємці		
Мотив комерційного успіху	28,74±4,43	31,16±3,39	-3,28	0,001
Мотив свободи і самостійності	27,59±4,82	30,41±3,54	-3,54	0,0005
Мотив самореалізації	28,58±4,74	31,05±2,65	-3,25	0,001
Глорістичний мотив	20,78±6,26	19,89±5,85	0,83	0,40
Мотив влади	21,78±5,72	18,98±6,26	2,71	0,007
Мотив вимушеності	19,51±5,14	20,43±5,59	-0,99	0,32
Афіліативний мотив	27,03±5,49	27,66±5,22	-0,66	0,51
Мотив самоствердження	23,75±5,22	23,75±6,16	0,002	0,99
Мотив інноваційності	26,51±5,15	28,70±5,42	-2,38	0,01
Мотив ризику	24,90±5,46	25,68±5,85	-0,79	0,43

Спостерігається більш активне працевлаштування студентів на 2 курсі, незалежно від форми навчання. Адаптуючись до нових умов іншого середовища, студенти зміцнюють свою життєву орієнтацію на емоційному (соціальні почуття), когнітивному (усвідомлене спрямування на форми життєдіяльності) та поведінковому (готовність до певної діяльності) рівнях.

На третьому курсі у студентів переважають мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації та влади (див. табл. 2.3). Інтенсивність прояву цих мотивів у порівнянні з підприємцями, подібна до ситуації, що

характерна для студентів 2 курсу: мотив влади домінує, тоді як мотиви комерційного успіху, свободи, самостійності та самореалізації виражені слабше. Відсутність виразності мотиву інноваційності свідчить про те, що студенти починають втрачати відчуття новизни своєї діяльності та переходять до стабільнішого поведінкового шаблону в нових умовах. Для мотиваційної сфери студентів 3-ого курсу характерна певна криза, викликана невиправданими очікуваннями від навчально-професійної діяльності на початку навчання.

Таблиця 2.3

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у майбутніх бакалаврів (3 курс) і підприємців**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи респондентів		t	p
	Студенти 3 курсу	Підприємці		
Мотив комерційного успіху	28,68±4,66	31,15±3,39	-2,78	0,007
Мотив свободи і самостійності	27,95±4,56	30,41±3,54	-2,74	0,008
Мотив самореалізації	28,92±4,37	31,05±2,65	-2,69	0,009
Глорістичний мотив	20,00±6,52	19,89±5,85	0,08	0,93
Мотив влади	23,24±6,07	18,98±6,26	3,09	0,003
Мотив вимушеності	19,89±6,88	20,43±5,59	-0,39	0,69
Афіліативний мотив	26,16±5,39	27,66±5,22	-1,27	0,21
Мотив самоствердження	23,89±5,68	23,75±6,16	0,11	0,92
Мотив інноваційності	26,46±5,32	28,70±5,42	-1,87	0,06
Мотив ризику	26,66±5,09	25,68±5,85	0,81	0,42

На четвертому курсі для студентів найбільш актуальними є мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації (див. табл. 2.4). В порівнянні з підприємцями ці мотиви виявляються менш вираженими, що є цілком закономірним. Четвертий курс – це період, коли студентам зазвичай від 22 до 25 років, що відповідає останньому етапу пізньої (зрілої) юності (старший юнацький вік) або першому етапу зрілості, згідно з класифікацією О. Вегнера [7]. Так, у цей період людина знаходиться на межі дорослості. Завершується етап соціально-психологічного та особистісного самовизначення, вирішено питання професійного вибору, і формуються основи самостійності особистості. Це пояснює виразність

зазначених мотивів: чітко окреслюються напрямки для самореалізації, стабілізується уявлення про шляхи досягнення матеріального добробуту.

Таблиця 2.4

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у майбутніх бакалаврів (4 курс) і підприємців**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи респондентів		t	p
	Студенти 4 курсу	Підприємці		
Мотив комерційного успіху	28,67±3,35	31,16±3,39	-2,78	0,007
Мотив свободи і самостійності	28,24±3,45	30,41±3,54	-2,33	0,02
Мотив самореалізації	29,29±3,16	31,05±2,65	-2,35	0,02
Глорістичний мотив	19,67±5,49	19,89±5,85	-0,14	0,89
Мотив влади	20,57±4,87	18,98±6,26	1,03	0,31
Мотив вимушеності	18,95±4,62	20,43±5,59	-1,05	0,29
Афіліативний мотив	27,05±5,69	27,66±5,22	-0,43	0,67
Мотив самоствердження	23,81±3,22	23,75±6,16	0,04	0,97
Мотив інноваційності	27,71±3,86	28,70±5,42	-0,75	0,46
Мотив ризику	26,62±3,53	25,68±5,85	0,68	0,50

Динаміка прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у майбутніх бакалаврів показує розширення спектра мотивів підприємницької діяльності з 1 до 2 курсу, а потім його часткове звуження на 3 і 4 курсах. Така особливість розвитку підприємницької мотивації у майбутніх бакалаврів пов'язана з мотиваційною кризою середини навчання, що виникає через невиправдані очікування від навчально-професійної діяльності на початку навчання [34]. На завершальному етапі бакалаврату мотивація стабілізується завдяки усвідомленню студентами особистісних сенсів, життєвих цінностей і цілей [50].

Під час порівняння середніх значень мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність магістрантів та підприємців була виявлена суттєва різниця за мотивами комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, ризику та влади (див. табл. 2.5). При цьому мотив влади, як показало дослідження, традиційно переважає у студентів порівняно з підприємцями. Прояв мотиву ризику

можна пов'язати з завершальним етапом, з точки зору вікової психології, періоду зрілої юності, коли формуються постійні риси характеру, стабілізуються психічні процеси. На цьому етапі індивід уже має сформовані потреби та мотиви, розвинену самосвідомість, здатність до рефлексії та свідомо координує мету своєї діяльності, регулюючи власну поведінку. Ризик може бути проявом поведінки індивіда, коли він самостійно приймає рішення, що містять ризик, часто непередбачувані, і бере на себе відповідальність за їх реалізацію, готовий діяти в умовах невизначеності. Актуалізація мотиву ризику вказує на здатність магістрантів ефективно працювати в екстремальних ситуаціях.

Таблиця 2.5

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у майбутніх магістрів і підприємців**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи респондентів		t	p
	Магістранти	Підприємці		
Мотив комерційного успіху	29,55±2,67	31,80±4,81	2,39	0,02
Мотив свободи і самостійності	28,45±3,25	30,80±5,35	2,18	0,03
Мотив самореалізації	28,61±2,47	30,94±5,16	2,38	0,02
Глорістичний мотив	23,23±6,29	19,97±7,63	-1,89	0,06
Мотив влади	24,71±6,72	19,17±6,11	-3,49	0,0009
Мотив вимушеності	22,23±5,44	20,97±6,20	-0,88	0,38
Афіліативний мотив	27,87±4,83	27,66±5,74	-0,16	0,87
Мотив самоствердження	26,35±6,49	24,20±5,76	-1,42	0,16
Мотив інноваційності	26,52±5,99	28,60±5,76	1,44	0,16
Мотив ризику	22,00±5,94	25,94±4,55	2,99	0,004

Отже, порівняння показників прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів та підприємців виявило такі результати: статистично значущими є середні значення мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, влади та інноваційності (див. табл. 2.6). Вираженість перших чотирьох мотивів у студентів є меншою, ніж у підприємців, що є закономірним. Натомість мотив влади є більш вираженим у студентів, що частково можна пояснити віковими особливостями початкової стадії зрілості. Це також відображає завищену самооцінку, характерну для юнацького максималізму

та ідеалістичних уявлень про досягнення матеріального благополуччя і особистої свободи в контексті навчально-професійної та трудової діяльності.

Таблиця 2.6

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів і підприємців**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи респондентів		t	p
	Студенти	Підприємці		
Мотив комерційного успіху	28,73±4,54	31,56±2,81	-3,79	0,0002
Мотив свободи і самостійності	27,63±4,78	30,54±3,52	-3,66	0,0003
Мотив самореалізації	28,42±4,75	31,03±2,73	-3,34	0,0009
Глорістичний мотив	21,03±6,00	19,69±6,13	1,29	0,19
Мотив влади	21,93±5,77	19,00±6,43	2,92	0,004
Мотив вимушеності	19,45±5,35	20,15±5,57	-0,76	0,45
Афіліативний мотив	26,78±5,59	27,56±5,24	-0,82	0,41
Мотив самоствердження	23,43±5,39	23,79±6,42	-0,38	0,71
Мотив інноваційності	26,07±5,30	28,54±5,69	-2,69	0,008
Мотив ризику	24,84±5,55	25,74±6,15	-0,94	0,35

Успішність підприємницької діяльності, на думку вчених, залежить від адекватності її мотивації. Мотивація повинна відповідати етапам розвитку особистості підприємця та відповідним характеристикам його діяльності [18]. У структурі мотивації головну роль мають відігравати провідні мотиви: комерційний успіх, свобода і самостійність, самореалізація, інноваційність, ризик. Якщо домінують інші мотиви, такі як влада, самоствердження, вимушеність, глоріфікація або афіліативність, це вказує на неадекватність мотивації до підприємницької діяльності. Такі мотиви можуть бути зумовлені нечітким уявленням про підприємницьку діяльність у свідомості майбутнього підприємця, недостатнім усвідомленням власних прагнень і цінностей, а також впливом сімейних традицій або консультаціями з неформальних джерел (поради друзів, знайомих тощо) [18].

Ураховуючи вираженість у студентів таких мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність, як мотив комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності та влади, а також незначущість мотиву ризику, який є важливим у підприємництві, мотивацію студентів до

підприємницької діяльності не можна вважати повністю адекватною. Відсутність вираженості мотиву ризику та високий рівень значущості мотиву влади свідчать про недостатньо сформований у студентів образ підприємницької діяльності. Це означає, що вони не готові до прийняття рішень у складних ситуаціях і не мають достатнього бажання брати на себе відповідальність, натомість схильні до прагнення домінувати над іншими.

У процесі аналізу наукової літератури та проведеного дослідження нами визначено ознаки успішності підприємницької діяльності (див. табл. 2.7): багатогранність, композиція, підпорядкованість, інтенсивність, стабільність.

*Таблиця 2.7*

### **Характеристики мотивації успішної підприємницької діяльності**

Характеристика	Змістові показники характеристики мотивації, що сприяють успішності підприємницької діяльності
Багатогранність	розвиненість мотивації за змістом (вираженість достатньої кількості мотивів)
Композиція	наявність різних груп мотивів, пов'язаних смисловими зв'язками
Підпорядкованість	висока розвиненість провідних мотивів підприємницької діяльності: комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності, ризику
Інтенсивність	висока міра осмислення підприємцями власних мотивів, особливо провідних у підприємницькій діяльності
Стабільність	збереження впливу мотивів у процесі розвитку діяльності

Багатогранність мотивації означає різноманіття її змісту, тобто вираження широкого спектру провідних мотивів підприємницької діяльності. Композиція мотивації передбачає наявність різних груп мотивів, об'єднаних смисловими зв'язками. Підпорядкованість мотивів визначається пріоритетними мотивами підприємницької діяльності, серед яких основними є мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності, ризику. Інтенсивність мотивації характеризується глибиною усвідомлення мотивів і вимагає високого рівня розуміння власних стимулів, особливо тих, що є основними в

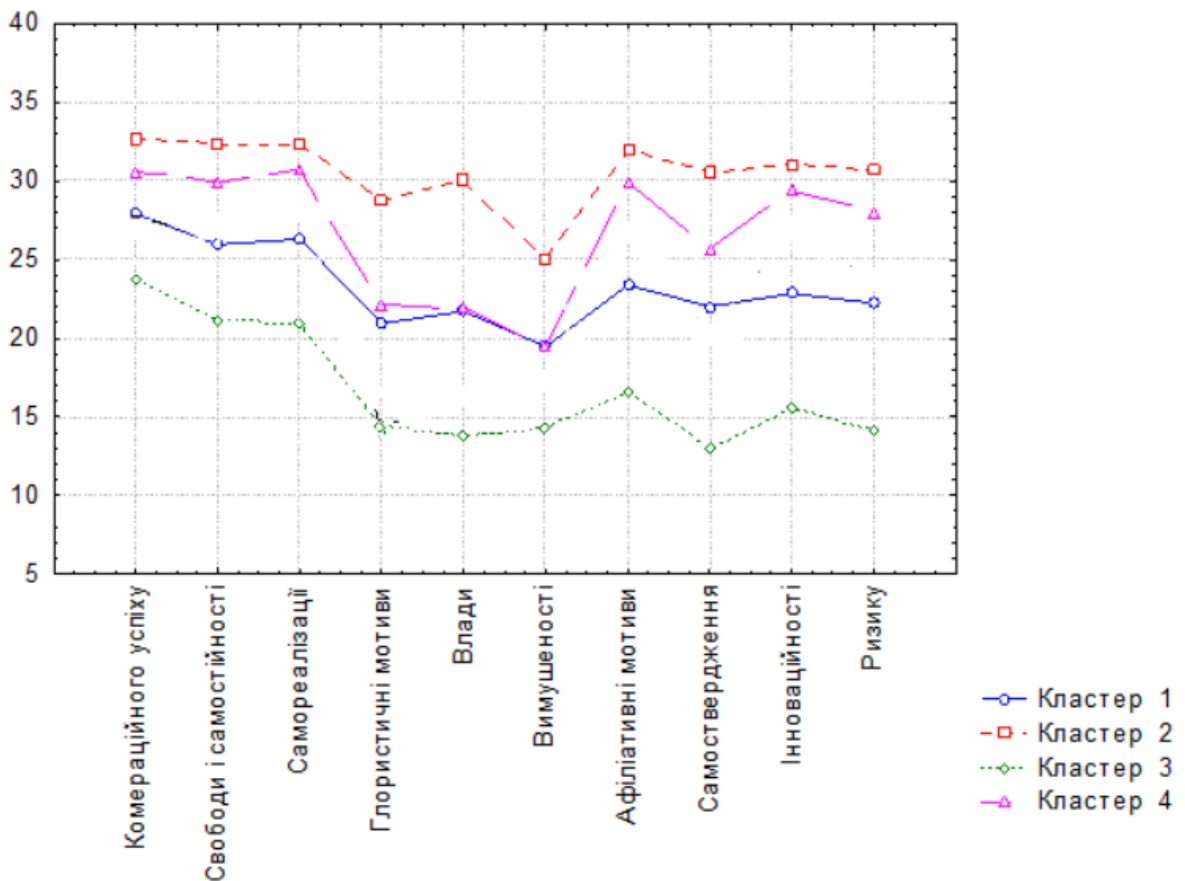
підприємницькому процесі. Стабільність впливу мотивів на розвиток діяльності є показником їх стійкості.

Аналіз частоти вираження мотивів підприємницької діяльності серед студентів і магістрантів показує, що мотив самореалізації є постійно вираженим. Мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності значущі для представників усіх груп, за винятком студентів 1 курсу. Мотив влади має значення для студентів 1–3 курсів бакалаврату та для магістрантів. Мотив інноваційності рідко зустрічається і є характерним для студентів 2 курсу. Мотив ризику є вираженим серед магістрантів. Афіліативний мотив зовсім не проявляється. Зважаючи на ступінь вираженості різних мотивів у групах респондентів, можна зробити висновок, що найбільш стійкими серед студентів є мотиви самореалізації, комерційного успіху, свободи і самостійності.

### **2.3. Типи підприємницької мотивації у суб'єктів трудової діяльності**

Для вивчення типів підприємницької мотивації у серед учасників дослідження був проведений кластерний аналіз мотиваційних орієнтацій на підприємництво за допомогою програми Statistica 10.0 методом k-середніх. Кластеризація базувалася на підприємницьких мотивах, таких як комерційний успіх, свобода і самореалізація, влада, вимушеність, самоствердження, інноваційність, ризик, глористичний та афіліативний мотиви.

У результаті обробки отриманих даних, виходячи з домінуючих мотивів підприємницької діяльності, вся вибірка досліджуваних (n=74) була поділена на 4 групи, які склали профілі підприємницької мотивації (див. рис. 2.1).



**Рис. 2.1. Профілі підприємницької мотивації респондентів**

**Кластер 1** – «Помірна мотивація підприємницької діяльності» (18,3 % респондентів). Назва профілю відображає майже однаковий рівень домагань суб'єктів щодо мотивів підприємницької діяльності. Найбільше виражений мотив комерційного успіху, тоді як мотиви свободи і самостійності та самореалізації мають дещо слабшу виразність. Інші мотиви представлені помірно: рівень вираженості афіліативного мотива й інноваційності, самоствердження і ризику майже не відрізняється, тоді як мотив влади проявляється в меншій мірі. Найменш вираженими є глористичні мотиви та мотиви вимушеності.

Такий розподіл мотивів підприємницької діяльності вказує на те, що суб'єкти з помірним рівнем мотивації до підприємництва насамперед прагнуть забезпечити свою матеріальну безпеку (мотив комерційного успіху), відчувати впевненість і свободу у задоволенні власних потреб через фінансову незалежність (мотив свободи і самостійності). Вони хочуть реалізувати свій творчий потенціал у справі, яка їх цікавить (мотив самореалізації). Такі суб'єкти також бажають бути частиною

колективу (мотив афіліації), відчуваючи внутрішній комфорт і самоповагу (мотив самоствердження), і готові ризикувати під час впровадження нових ідей (мотиви ризику, інноваційності). Однак вони не прагнуть до суспільного визнання чи пошани (глористичний мотив), не бажають впливати на інших (мотив влади) і не відчувають сильного тиску на необхідність займатися підприємництвом (мотив вимушеності), хоча і мають потенціал для цього.

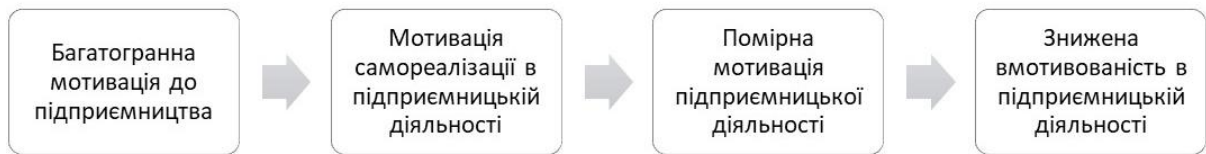
**Кластер 2.** Профіль названий «Багатогранна мотивація до підприємництва» (37,7 % респондентів). Цей профіль виділяється серед інших завдяки найвищим показникам за всіма мотивами підприємницької діяльності. Він характеризується прагненням суб'єктів бути незалежними у прийнятті рішень, готовністю до спілкування, інновацій, ризику та постійного розвитку власного творчого потенціалу. Такі суб'єкти орієнтовані на досягнення прибутку, зокрема для можливості інвестувати у розвиток суспільства. Їх також мотивує бажання слави, визнання та статусу, особливо через досягнення комерційного успіху та схильність до афіліації. Найменш вираженим для них є мотив вимушеності, що виглядає логічним на тлі розвитку інших мотивів.

**Кластер 3.** «Знижена вмотивованість до підприємницької діяльності» (36,1 % респондентів). Ця група учасників дослідження отримала свою назву через значно нижчі показники за всіма мотивами підприємницької діяльності порівняно з іншими кластерами. Водночас, зберігається тенденція до домінування мотивів комерційного успіху (найбільш виражений), свободи і самостійності, а також самореалізації. Мотиви глористичної природи, вимушеності та інноваційності мають значно меншу вираженість, хоча всі вони досить схожі за силою прояву. Мотиви влади та ризику виражені слабше, а найменше вираженим є мотив самоствердження. Для осіб цього профілю прагнення до самоствердження не є пріоритетним, і воно не реалізується через матеріальні цілі. Контроль над іншими людьми, бажання бути схожими на інших чи впливати на них (мотив влади) для них менш важливі. Вони можуть ризикувати, впроваджуючи інновації, заради слави чи визнання (глористичний мотив), але для них важливіше спілкування з людьми, яким вони довіряють, і відчуття приналежності до одного колективу

(афіліативний мотив). Таким чином, їх самореалізація (мотив самореалізації) відбувається через відчуття незалежності та цілісності (мотив свободи і самостійності), що дозволяє досягти комерційного успіху. Однак ці особи мають низький рівень підприємницького потенціалу і, ймовірно, займатимуться підприємництвом лише через відсутність інших варіантів для забезпечення себе (мотив вимушеності).

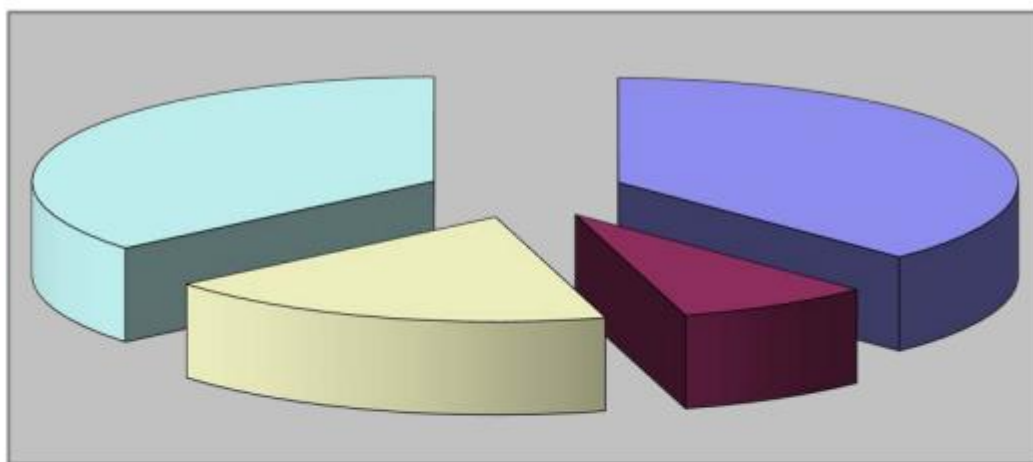
**Кластер 4.** «Мотивація самореалізації у підприємницькій діяльності» (7,9 % респондентів). Мотиви підприємницької діяльності у представників цього типу виражені менш яскраво, ніж у кластері «Багатогранна мотивація до підприємництва». Для них найбільш розвинений мотив самореалізації, який виділяється на тлі інших, а також важливими є мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності та афіліативні мотиви. Мотиви влади і глористичні проявляються слабше, а найслабшим є мотив вимушеності. Таким чином, для цього типу головною потребою є реалізація власних індивідуальних можливостей і розвитку «Я» (мотив самореалізації, свободи і самостійності) через спільну діяльність з іншими людьми, спрямовану на досягнення фінансового успіху та матеріального благополуччя (мотив комерційного успіху). Для самоствердження важливими є досягнення балансу між матеріальним і духовним через взаємодію в колективі (афіліативний мотив). Вони готові ризикувати при впровадженні інновацій, але лише за умови підтримки з боку партнера (мотив інноваційності, ризику). Водночас потреба впливати на інших або підкоряти їх (мотив влади), а також прагнення досягти над ними переваги та демонструвати свою цінність (глористичний мотив) для них не є пріоритетними. Підприємницька діяльність для них часто стає доступною не самостійно, а разом з однодумцем, у разі відсутності інших можливостей принести користь суспільству та реалізувати свої таланти (мотив вимушеності).

Таки чином, за силою прояву мотивів у профілях підприємницької мотивації визначаємо напрям її спрямованості: від найбільш вираженої до найменш вираженої мотивації (див. рис. 2.2).



**Рис. 2.2. Напрямок спрямованості підприємницької мотивації за типологічними профілями**

Розподіл респондентів за профілями підприємницької мотивації показано на рис. 2.3.



- Багатогранна мотивація до підприємництва
- Мотивація самореалізації у підприємницькій діяльності
- Помірна мотивація підприємницької діяльності
- Знижена вмотивованість до підприємницької

**Рис. 2.3. Розподіл респондентів за типологічними профілями підприємницької мотивації**

Зауважимо, що саморегуляція поведінки є важливим аспектом трудової діяльності, що виявляється через емоційно-вольовий компонент у структурі особистості. Вона тісно пов'язана зі свободою та самостійністю, відображаючи рівень психологічної культури індивіда [25, с. 74]. Гнучкість психічної саморегуляції сприяє формуванню позитивного Я-образу, «формуванню надійності

фахівця як системоутворюючого компонента розвитку особистості підприємця» [25, с. 74] й забезпечує цілісність його особистості.

Аналіз середніх значень саморегуляції трудової діяльності серед респондентів усіх типів підприємницької мотивації показав значущість таких типів саморегуляції, як зовнішнє регулювання та власне спонукання (див. табл. 2.8).

Таблиця 2.8

**Середні значення показників саморегуляції у груп респондентів з різними профілями підприємницької мотивації**

Саморегуляція діяльності	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Багатогранна мотивація до підприємництва	Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності		
	1	2	3	4		
Зовнішнє регулювання	26,66±7,87	27,42±7,22	21,80±9,94	27,74±5,41	11,20	0,01
Інтроєктоване регулювання	26,87±8,34	27,58±6,57	23,67±11,24	26,81±5,62	3,34	0,34
Ідентифіковане регулювання	26,92±7,54	27,39±6,70	24,25±9,96	28,28±5,51	1,48	0,68
Власне спонукання	28,27±8,57	29,24±6,37	23,61±10,71	30,47±5,57	12,17	0,007

Порядок зростання показників за обома значущими типами саморегуляції не відповідає вектору спрямованості підприємницької мотивації й ранжується наступним чином від найбільш вираженого до найменш вираженого: зовнішнє регулювання – «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності», «Багатогранна мотивація до підприємництва», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності»; власне спонукання – «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності», «Багатогранна мотивація до підприємництва», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності». Результати аналізу показують, що серед студентів до підприємницької

діяльності схильні ті, чия саморегуляція трудової діяльності ґрунтується на зовнішньому регулюванні та власному спонуканні.

Аналізом виявлено, що показники власного спонукання вищі від середніх зовнішнього регулювання за всіма типологічними профілями.

Враховуючи це та зважаючи на коефіцієнт значущості (зовнішнє регулювання:  $p=0,01$ ; власне спонукання:  $p=0,007$ ), можна припустити ймовірність, що *власне спонукання як тип саморегуляції є більш показовим для підприємницької мотивації*.

Для визначення значущості кар'єрних орієнтацій у структурі мотивації до підприємницької діяльності у групах з різними типами підприємницької мотивації було проведено аналіз середніх значень кар'єрних орієнтацій учасників. Результати емпіричного дослідження, наведені в таблиці 2.9, показують, що для представників кожної групи (кластера) статистично значущими є кар'єрні орієнтації, такі як «професійна компетентність», «автономія», «стабільність роботи», «стабільність місця проживання», «інтеграція стилів життя» та «підприємництво».

Таблиця 2.9

### Середні значення показників кар'єрних орієнтацій у груп респондентів з різними профілями підприємницької мотивації

Кар'єрні орієнтації	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Багатогранна мотивація до підприємництва	Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності		
	1	2	3	4		
Професійна компетентність	5,58±2,15	6,29±1,68	4,65±2,33	5,91±2,10	12,55	0,005
Менеджмент	5,96±2,27	6,50±1,91	5,29±2,50	6,17±2,09	5,92	0,12
Автономія	6,84±2,19	7,08±1,28	5,47±2,65	6,98±1,93	15,37	0,001
Стабільність роботи	7,05±2,38	7,50±1,96	5,59±2,82	6,81±2,34	13,43	0,005
Стабільність місця проживання	4,82±2,63	5,97±2,48	4,47±2,28	5,19±2,65	8,48	0,03
Служіння	7,48±1,96	7,18±1,54	6,47±2,61	7,26±1,71	6,94	0,07
Виклик	6,05±2,01	6,16±1,84	5,55±2,19	6,06±1,81	2,23	0,52
Інтеграція стилів життя	6,81±2,16	7,37±1,65	5,61±2,67	7,11±1,97	15,60	0,001
Підприємництво	6,78±2,08	7,18±1,83	5,82±2,48	6,83±1,94	8,39	0,05

Профіль «Багатогранна мотивація до підприємництва» (кластер 2) відзначається найбільшою вираженістю кар'єрних орієнтацій «стабільність роботи» та «інтеграція стилів життя». Трохи менш вираженими є орієнтації «підприємництво» та «автономія». Найменше розвиненими в цьому профілі є кар'єрні орієнтації «професійна компетентність» та «стабільність місця проживання». Отже, найбільш мотивованими до підприємницької діяльності є суб'єкти, які орієнтовані на безпеку та стабільність роботи, а також ті, хто прагне досягти балансу між різними аспектами життя та спрямовані на саморозвиток і вдосконалення особистості.

У типологічному профілі «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» (кластер 4) домінують кар'єрні орієнтації «інтеграція стилів життя» та «автономія». Трохи меншу вираженість мають «підприємництво» та «стабільність роботи». Значно нижчі показники у кар'єрних орієнтаціях «професійна компетентність» і «стабільність місця проживання». Найбільшою підприємницькою мотивацією в межах цього профілю володіють ті суб'єкти, які прагнуть до особистісної самореалізації через взаємодію з близькими – сім'єю, друзями, колегами, оточенням. Вони орієнтовані на досягнення матеріального добробуту та духовної гармонії, інтегруючи всі аспекти свого життя і прагнучи бути частиною підприємницької організації, яка забезпечує достатній рівень свободи або бути залученими до діяльності такої організації.

Для типологічного профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» (кластер 1) найважливішою є кар'єрна орієнтація «стабільність роботи». Далі за значущістю йдуть: «автономія», «інтеграція стилів життя», «підприємництво», «професійна компетентність», «стабільність місця проживання». Особи з помірною мотивацією до підприємницької діяльності орієнтовані на роботу в організації, з особливим акцентом на соціальні гарантії, безпеку та матеріальну стабільність. Характерною особливістю досліджуваних даної групи є слабка (в межах потреби в стабільності) значимість стабільності місця проживання порівняно зі стабільністю роботи: для забезпечення стабільного працевлаштування вони готові змінити місце проживання.

Типологічний профіль «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» (кластер 3) демонструє наступну вираженість кар'єрних орієнтацій: «підприємництво», «інтеграція стилів життя», «стабільність роботи», «автономія», «професійна компетентність», «стабільність місця проживання». Особи цього профілю мають низькі показники за всіма кар'єрними орієнтаціями. Найсильніше виражена мотивація до підприємницької діяльності у тих, хто орієнтований на «підприємництво», тобто прагне до фінансової незалежності, бажає мати власний бізнес і готовий до ризику, що є логічним для даної групи.

За результатами дослідження встановлено, що кар'єрні орієнтації «професійна компетентність» ( $p=0,005$ ) та «стабільність місця проживання» ( $p=0,03$ ) мають найнижчі середні значення серед усіх профілів. У контексті мотивації до підприємницької діяльності можна з високою ймовірністю стверджувати, що наявність специфічних знань, навичок, рівня підготовки та досвіду в конкретній професії не є вирішальним фактором для вибору підприємництва.

Статистично підтверджено, що для таких людей місце постійного проживання не є принциповим – вони готові пожертвувати ним заради успіху в підприємницькій діяльності. Таким чином, особи з домінуючими кар'єрними орієнтаціями на «професійну компетентність» та «стабільність місця проживання» виявляються найменш зацікавленими у підприємстві.

Підприємницька мотивація найбільш виявлена у суб'єктів, орієнтованих на «стабільність роботи», «інтеграцію стилів життя» – найактуальніші кар'єрні орієнтації у досліджуваних типологічних профілів «Багатогранна мотивація до підприємництва», «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності», «Помірна мотивація підприємницької діяльності».

Задоволеність працею є важливою складовою професійної самосвідомості, яка тісно пов'язана з мотивацією працівника і має значення для розвитку людських ресурсів. Один із підходів до трактування поняття «задоволеність працею» розглядає її як стимул до активної діяльності.

В теорії А. Маслоу мотивація формується відповідно до ієрархії потреб.

Людська діяльність, спрямована на задоволення базових потреб, одночасно сприяє задоволенню потреб вищого рівня, що може слугувати джерелом мотивації та задоволеності. У процесі розвитку мотиваційної сфери відбувається перехід від інтересу до самого процесу праці до інтересу, спрямованого на її результати. Саме в цьому, на думку науковців, і проявляється задоволеність працею [2].

Для визначення сутності мотивації підприємницької діяльності нами здійснено аналіз середніх задоволеністю працею (див. табл. 2.10).

Таблиця 2.10

**Середні значення показників компонентів задоволеності працею у груп респондентів з різними профілями підприємницької мотивації**

Задоволеність працею	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Багатогранна мотивація до підприємництва	Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності		
	1	2	3	4		
Задоволеність заробітною платою	5,41±2,68	5,50±2,70	3,88±2,67	5,15±2,55	13,59	0,003
Задоволеність організацією праці	5,14±2,39	5,00±2,62	4,88±2,19	4,51±2,37	2,36	0,50
Задоволеність керівництвом	4,89±2,90	5,55±2,78	4,16±2,77	4,53±2,68	6,10	0,10
Задоволеність колективом	5,71±2,54	5,37±2,47	5,67±2,21	5,11±2,62	2,59	0,49
Задоволеність процесом і змістом праці	5,65±2,96	5,95±2,59	5,45±2,93	5,47±2,82	0,72	0,86

Дослідження показало, що для представників усіх типологічних профілів підприємницької мотивації найбільш значущим фактором є «задоволеність заробітною платою» як результат їхньої праці. Найвищі показники за шкалою «задоволеність заробітною платою» зафіксовано у профілю «Багатогранна мотивація до підприємництва», тоді як найнижчі – у профілю «Знижена вмотивованість у підприємницькій діяльності», що є цілком закономірним. Проте рівень значущості цього показника не зростає лінійно залежно від сили підприємницької мотивації. Для представників профілю «Помірна мотивація

підприємницької діяльності» отриманий прибуток від праці є більш важливим, ніж для тих, хто належить до профілю «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності». Останні демонструють яскраво виражену альтруїстичну спрямованість, що підтверджується високими показниками афіліативного мотиву (див. рис. 2.1).

Аналізуючи компонент «задоволеність заробітною платою» у контексті мотивації підприємницької діяльності, закономірною є його висока значущість ( $p=0,003$ ), оскільки отримання прибутку виступає результатом праці підприємця, а комерційний успіх є одним із його основних мотивів.

Показник профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» перевищує відповідний показник типу «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності». Це можна пояснити домінуванням мотиву комерційного успіху у представників профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності», тоді як для типу «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» цей мотив не має настільки яскраво вираженої переваги над іншими (див. рис. 2.1).

Підприємницька діяльність як форма економічної активності нерозривно пов'язана з ціннісним ставленням до грошей, які можуть сприйматися як мета або засіб [18]. Заробіток та прибуток є кінцевим результатом підприємницької діяльності, що відображає її психологічну структуру. За визначенням українських дослідників О. Бондаренко та О. Зорі [3], ця структура включає потреби, мотиви, цілі, об'єкти, процеси, дії та засоби досягнення цілей. Гроші відіграють важливу роль у задоволенні базових потреб особистості, виступають засобом мотивації до трудової діяльності та є ключовим індикатором суб'єктивного економічного добробуту. Уявлення про гроші, грошова поведінка та фінансові настанови особистості впливають на вибір моделі економічної поведінки, що, у свою чергу, є значущим фактором для підприємницької діяльності.

Аналіз середніх значень грошових настанов особистості серед респондентів із різними типологічними профілями підприємницької мотивації виявив значущість шкал «грошова одержимість» і «неадекватна поведінка з грошима». За

цими шкалами спостерігається схильність до високих показників у представників усіх груп, за винятком профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» (див. табл. 2.11).

Таблиця 2.11

**Середні значення показників грошових настановлень у груп респондентів з різними профілями підприємницької мотивації**

Задоволеність працею	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Багатогранна мотивація до підприємництва	Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності		
	1	2	3	4		
Грошова одержимість	43,66±9,07	48,37±9,02	46,14±8,72	45,43±11,53	8,95	0,03
Влада	20,43±4,97	18,82±4,93	19,43±5,66	21,00±5,76	4,70	0,90
Економність	37,36±7,91	34,13±7,33	37,10±6,64	36,09±7,05	6,77	0,07
Неадекватна поведінка з грошима	27,79±8,8	32,05±8,64	29,69±8,84	30,04±9,87	8,21	0,05

Статистично достовірними є наступні висновки.

Профіль «Помірна мотивація підприємницької діяльності» демонструє найнижчі показники за двома значущими шкалами грошових настанов. Це дозволяє припустити, що представники цього типу підприємницької мотивації менш зосереджені на своєму фінансовому становищі, не схильні оцінювати себе через обсяг фінансового капіталу або вважати гроші визначальним чинником у вирішенні життєвих проблем (шкала «грошова одержимість»). Водночас вони позитивно ставляться до грошей, демонструють стабільне ставлення до свого фінансового стану, зважено підходять до витрат і не відчують провини за витрачені кошти (шкала «неадекватна поведінка з грошима»).

Середні значення грошових настанов для профілю «Багатогранна мотивація до підприємництва» є найвищими за двома ключовими шкалами, що дозволяє зробити такі висновки. Орієнтовані на досягнення комерційного успіху, представники цієї групи більше, ніж інші, сприймають гроші як інструмент впливу на інших, що свідчить про підвищений розвиток мотиву влади. Для них гроші

виступають символом особистого успіху, доказом їхньої компетентності та досягнень (шкала «грошова одержимість»). Водночас, порівняно з іншими типологічними профілями, вони менш впевнені у правильності своїх фінансових рішень, але демонструють рішучість у діях. Це робить їх схильними до сміливих рішень у сфері фінансових вкладень та готовими йти на ризик, щоб досягти комерційного успіху і забезпечити собі матеріальну незалежність (шкала «неадекватна поведінка з грошима»).

Цікавим є середнє значення для типологічного профілю «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» за шкалою «грошова одержимість»: воно перевищує показники профілів «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» та «Помірна мотивація підприємницької діяльності». Це дозволяє припустити, що представники цього профілю більш схильні до «одержимості грошима»: при слабкій підприємницькій мотивації вони мають сильніше прагнення до матеріального достатку, вірять у всемогутність грошей, надають їм надзвичайно великого значення і оцінюють себе у порівнянні з фінансово забезпеченішими особами. Водночас перевищення показника за шкалою «неадекватна поведінка з грошима» над середніми значеннями для профілів «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» та «Багатогранна мотивація до підприємництва» свідчить про схильність представників профілю «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» до контролю за своїм фінансовим станом і здатність раціонально поводитися з грошима. Вони приділяють увагу своєму фінансовому становищу, але через надмірно шанобливе ставлення до грошей та фінансові обмеження не здатні реалізувати найрозвиненіший у них мотив комерційного успіху.

Середні значення за шкалою «грошова одержимість» для типологічного профілю «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» є нижчими порівняно з профілями «Багатогранна мотивація до підприємництва» та «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності». Це дозволяє припустити, що для представників цього профілю гроші та матеріальний добробут є важливими, але не є пріоритетними; вони радше сприймаються як супутній елемент у процесі

самореалізації. Основна увага цих осіб зосереджена на досягненні цілей через співпрацю та взаємодію з іншими, а не на оцінці своєї самодостатності через фінансові показники.

За шкалою «неадекватна поведінка з грошима» середні значення цього профілю перевищують показники профілів «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» та «Помірна мотивація підприємницької діяльності», хоча є трохи нижчими за значення профілю «Багатогранна мотивація до підприємництва». Це може свідчити, що представники профілю «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» здебільшого не дозволяють грошам впливати на їхню поведінку, однак інколи схильні до імпульсивних покупок, після яких можуть відчувати провину. Водночас вони готові вкладати кошти у випадках, коли це стосується організації спільних проєктів або співпраці з партнерами, яких вони вважають надійними компаньйонами.

Підприємницька діяльність є специфічним видом господарської діяльності, що базується на приватній власності та реалізується з ініціативи самого суб'єкта.

Результати нашого дослідження, спрямованого на вивчення мотивів фактичного присвоєння матеріальних об'єктів власності серед представників різних типологічних профілів підприємницької мотивації, виявили високу значущість прагматичного мотиву, яка наближається до абсолютного рівня статистичної значущості (див. табл. 2.12).

Прагматики вирізняються своєю орієнтацією на матеріальний аспект справи, зокрема на отримання прибутку, оцінюючи користь з утилітарної точки зору. Тому не дивно, що у профілях «Багатогранна мотивація до підприємництва», «Помірна мотивація підприємницької діяльності» та «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» прагматичний мотив є значущим, оскільки серед усіх мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у цих групах переважає мотив комерційного успіху.

**Середні значення показників мотивів на збільшення власності у груп  
респондентів з різними профілями підприємницької мотивації**

Задоволеність працею	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Багатогранна мотивація до підприємництва	Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності		
	1	2	3	4		
Мотив потреби	5,70±7,66	5,26±1,35	4,78±1,79	5,23±1,22	1,94	0,58
Прагматичні мотиви	3,90±1,81	5,21±1,28	4,20±2,01	3,74±1,98	19,42	0,0002
Підприємницькі мотиви	3,99±1,75	3,74±2,09	3,84±1,95	4,00±1,87	0,46	0,92
Мотиви незалежності та самоствердження	4,21±2,01	4,00±1,92	4,31±2,17	4,09±1,82	1,77	0,62

Щодо профілю «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності», варто зазначити, що прагматичний мотив є важливим, але виражений у меншій мірі порівняно з іншими групами. Аналізуючи кар'єрні орієнтації типологічних профілів підприємницької мотивації, ми виявили, що самореалізація досліджуваних цього типу (яка є провідною серед їхніх мотиваційно-ціннісних орієнтацій) здійснюється через взаємодію з іншими людьми, зокрема з колегами та компаньйонами, яким вони довіряють і в компетентності яких впевнені. Це, на нашу думку, пояснює менший прояв прагматичного мотиву, оскільки, як зазначають вчені, раціонально-прагматичні тенденції зазвичай більш виражені, коли самореалізація тісно пов'язана з підприємництвом.

Середні значення для типу «Помірна мотивація підприємницької діяльності» дещо вищі. Спираючись на результати аналізу грошових настановлень представників цього профілю, можна припустити, що, маючи позитивне ставлення до грошей і виявляючи виваженість та адекватність у фінансових питаннях, вони орієнтовані на досягнення конкретних практичних результатів, ґрунтуючись на своєму досвіді.

Найвищі значення з найменшим стандартним відхиленням спостерігаються у показниках типологічного профілю «Багатогранна мотивація до підприємництва»,

що є закономірним. Це свідчить про те, що представники цього профілю мають високий рівень підприємницької мотивації та орієнтовані на вчинки, підґрунтям яких є практична користь і досягнення позитивних результатів. Їхня фінансова активність визначається прагненням до особистої вигоди. Вважаємо, що це також вказує на тенденцію до самореалізації через власність, яка надає їм відчуття свободи, самостійності та впевненості, а також є основою для розвитку бізнесу і досягнення комерційного успіху.

Звертає на себе увагу, що показники типологічного профілю «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» є вищими порівняно з профілями «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» та «Помірна мотивація підприємницької діяльності», але нижчими за показниками профілю «Багатогранна мотивація до підприємництва». Згідно з нашим аналізом, прагматичний мотив для представників цього профілю є значущим, оскільки ці особи схильні порівнювати своє фінансове становище з більш заможними людьми. Для них багатство асоціюється здебільшого з грошима і підтримується прагматичними цінностями. Вони орієнтовані на досягнення статусу, що дозволяє продемонструвати своє соціальне становище і задовольняти потребу у власності, яка служить засобом ідентифікації себе серед інших.

Вони орієнтовані на досягнення конкретних корисних результатів у будь-якій справі, прагнучи збільшити свою власність через доходи, як фінансові, так і матеріальні. Однак надмірна увага до грошей і перебільшення їхнього значення можуть заважати ефективній реалізації фінансового капіталу, особливо при організації власної справи.

Підсумовуючи, можна сказати, що всі досліджувані групи вважають власність необхідною умовою для спокійного життя, яка дає їм відчуття господаря свого життя, прив'язує до дому та речей. Власність дає свободу витратити кошти за власним бажанням і без обмежень.

Прагматизм, в тій чи іншій мірі, властивий усім типологічним профілям підприємницької мотивації. Значущість прагматичного мотиву свідчить про його типову роль у підприємницькій мотивації.

## Висновки до другого розділу

Мотивація підприємницької діяльності у студентів характеризується розвиненістю провідних мотиваційно-ціннісних орієнтацій комерційного успіху, самореалізації, свободи і самостійності, влади, інноваційності. Значущість мотивів підприємницької діяльності передбачає наступну їх почерговість від найбільш до найменш значимого: мотив комерційного успіху, самореалізації, свободи і самостійності, інноваційності, влади.

На етапі початку навчання в ЗВО студенти мають розвинені мотиви підприємницької діяльності самореалізації та влади. Мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності та інноваційності, як провідні мотиваційно-ціннісні орієнтації підприємницької діяльності, актуалізуються у студентів на 2-ому році навчання. Специфіка процесу розвитку підприємницької мотивації майбутніх бакалаврів полягає в розширенні діапазону мотивів підприємницької діяльності від 1 до 2 курсу й деяке його звуження на 3 і 4 курсах, а саме: мотиви самореалізації та влади – комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, влади, самостійності – комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації.

На тлі розвинених мотивів підприємницької діяльності комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації та влади мотиваційна криза середини навчання в ЗВО зумовлює розширення видів діяльності студентів, які трансформуються із суб'єктів навчальної діяльності в суб'єкти навчальної і трудової діяльності.

Мотив ризику у студентів продукується на етапі отримання вищої освіти на другому (магістерському) рівні й свідчить про розвиток у них стійкої здатності працювати в екстремальних ситуаціях.

Мотиви підприємницької діяльності комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності у студентів розвинені слабше в порівнянні з мотивами осіб, що займаються підприємництвом. Мотив влади виражений сильніше, що обумовлюється психологічними особливостями цього віку.

Мотивація підприємницької діяльності студентів має характеристики, які свідчать про перспективність її розвитку: динамічність (змінюється міра вираженості мотивів на різних етапах студентського віку: посилюються мотиви комерційного успіху, свободи й самостійності, самореалізації, інноваційності, послаблюється мотив влади); ієрархічність мотивів (підпорядкування по мірі їх актуальності: перші місця посідають провідні підприємницькі мотиви комерційного успіху, самореалізації, свободи і самостійності, мотив інноваційності); тенденція до стійкості мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності.

Успішність підприємницької діяльності студентів ймовірна у разі наявності наступних складових в таких характеристиках її мотивації, як багатогранність (розвиток мотиву ризику), композиція (усвідомлення студентами смислових зв'язків між мотивами підприємницької діяльності), підпорядкованість (посилення мотиву свободи й самостійності, розвиток мотиву ризику, зниження мотиву влади), інтенсивність (осмислення студентами власних підприємницьких мотивів), стабільність (розвиток мотивів ризику (як провідного в підприємницькій діяльності), інноваційності, афіліативного, самоствердження).

Мотивація підприємницької діяльності студентів характеризується недостатньою адекватністю цілям та завданням підприємницької діяльності: не в повній мірі відповідає її ознакам, складовим її характеристик, проявляється нестабільність смислових зв'язків провідних мотивів цієї діяльності. Незначущість мотиву ризику й висока міра вираженості мотиву влади демонструє недостатність сформованості в осіб студентського віку образу підприємницької діяльності, неготовність до прийняття рішень в екстремальних ситуаціях і відповідальності за них, схильність до надмірного домінування над іншими.

Мотивація підприємницької діяльності студентів має потенціал до розвитку, оскільки її структура представлена трьома із чотирьох провідних мотивів – комерційного успіху, свободи та самостійності, самореалізації. Розвиненість мотиву ризику на останніх стадіях цього віку свідчить про перспективу його стійкості.

Кластеризація значень мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність виявила чотири типологічних профілі підприємницької мотивації: «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Багатогранна мотивація до підприємництва», «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності», «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності». Відповідно до міри прояву підприємницьких мотивів почерговість профілів наступна. Досліджувані типу «Багатогранна мотивація до підприємництва» мають найвищі, в порівнянні з іншими, показники по всім мотивам підприємницької діяльності і характеризується прагненням суб'єктів бути незалежними у прийнятті власних рішень, готовими до спілкування, інновацій, ризику, безперервного розвитку власного творчого потенціалу, бажанням забезпечити досягнення прибутку, в тому числі задля можливості здійснити вклад в розвиток суспільства. Для представників типологічного профілю «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності» домінуючою є потреба в реалізації індивідуальних і особистісних можливостей свого «Я» у спільній діяльності з іншими людьми задля розвитку власного потенціалу, досягнення успіху в фінансовій сфері, матеріального благополуччя та матеріальної свободи. До підприємництва вони можуть прийти зазвичай не самотійно, а з близькою по духу людиною й у разі відсутності іншої можливості приносити користь суспільству та реалізувати свої здібності і таланти. Типологічний профіль «Помірна мотивація підприємницької діяльності» відзначається фактично рівномірним рівнем домагань суб'єктів щодо мотивів підприємницької діяльності. Досліджувані мають певну схильність до підприємництва, проте не відчують гострої потреби започаткувати власну справу. Студенти профілю «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності» мають слабо виражені показники мотивів підприємницької діяльності, а відтак – низький підприємницький потенціал і займатимуться підприємництвом лише у разі відсутності іншої можливості забезпечити своє існування.

Мотивація підприємницької діяльності властива студентам із такими способами саморегуляції трудової діяльності, як зовнішнє регулювання і власне спонукання, де останнє є більш показовим для підприємницької мотивації.

Особливостями підприємницької мотивації студентів є задоволеність заробітною платою як компонент задоволеності працею, грошова одержимість та неадекватна поведінка з грошима як базові грошові настановлення, прагматичні мотиви як мотиви, що спонукають на збільшення власності.

Методом кластеризації на основі зовнішнього, інтроєктованого, ідентифікованого регулювання та власного спонукання як типів саморегуляції виявлено п'ять стилів саморегуляції суб'єктів трудової діяльності з різними типами підприємницької мотивації: автономне регулювання, збалансоване регулювання, амотивованість до праці, інтроєктоване регулювання, зовнішньо-мотивоване регулювання, названі відповідно до найбільш вираженого типу саморегуляції. В результаті кластеризації виявлені наступні особливості підприємницької діяльності для осіб студентського віку.

Прагнення створити власну справу може бути притаманним особистостям студентського віку з різними стилями трудової саморегуляції та різною мірою прояву підприємницьких мотивів.

Мотивація підприємницької діяльності детермінується потребою в матеріальній забезпеченості; розумінням власності як джерела прибутку, накопичення фінансового капіталу, інструмента для набуття й підтримання статусності та відчуття власної значущості; усвідомленням стабільності місця проживання як запоруки забезпечення сталості власного бізнесу та гарантій його ефективності.

Мотивація підприємницької діяльності може бути детермінована зовнішніми контролюючими чинниками як джерелом підприємницької активності. За умови домінування зовнішніх стимулів у самокеруванні трудової діяльності на тлі орієнтації на різні цінності, що вмотивовують до підприємництва, у студентів більшою мірою актуалізується орієнтація на досягнення майстерності та компетентності у кар'єрному саморозвитку.

Умотивованість на підприємницьку діяльність у особи студентського віку підсилюється відчуттям нею соціального схвалення, прихильності та емоційних стосунків із людьми й послаблюється нездатністю до ефективної взаємодії з

середовищем, спровокованої страхом запобігання невдачі й тяжінням до нормативності як типу внутрішньої відповідальності.

Високий рівень потреби в підприємницькій діяльності зумовлюється певними особливостями грошової поведінки особистості, що виражається в умінні контролювати фінансове становище, ставленні до грошей як до засобу впливу для досягнення власних цілей.

Студенти, які мотивовані до підприємництва прагненням самореалізації і вбачають можливість цього в організації, усвідомлюють її діяльність як особистісно значущу, не вважають гроші мірилом самодостатності власної особистості, спонукаються альтруїстичними мотивами, пов'язаними з особистісними цінностями солідарності.

Низька потреба в підприємстві осіб, які здійснюють діяльність під впливом внутрішніх причин з контролюючою міжособистісною природою, зумовлюється відмовою від досягнення професійної компетентності у побудові кар'єри, відсутністю прагнення до власності як запоруки свободи й відчуття особистої значущості, незадоволенням колективом, своїми досягненнями, процесом і змістом діяльності.

Відсутність підприємницьких амбіцій властива студентам зі зниженим інтересом до праці, браком цінностей виклику і високих досягнень, прагнення управлінської діяльності та кар'єрного саморозвитку.

## ВИСНОВКИ

На підставі отриманих у ході дослідження результатів можна зробити такі висновки:

1. Розкрити теоретичні основи психологічної характеристики підприємницької діяльності. Розглянуто різні аспекти цього поняття, зокрема, з економічної, соціальної та психологічної точок зору. В цілому, підприємництво є складним та багатогранним явищем, яке потребує комплексного підходу до вивчення, з урахуванням різноманітних факторів, що включають інновації, мотивацію, поведінку і соціальні наслідки цієї діяльності.

2. За результатами теоретичного аналізу мотивації підприємницької діяльності, її було визначено як спонукання особистості до підприємництва, яке ґрунтується на прагненні досягати успіху, свободи, ініціативи та інноваційності через усвідомлення ризиків підприємницької діяльності та самовдосконалення. Психологічними чинниками, що впливають на реалізацію підприємницького потенціалу осіб студентського віку як суб'єктів трудової діяльності, є мотиваційно-ціннісні та кар'єрні орієнтації, рівень суб'єктивного контролю, а також дієвість і ефективність як регуляторні характеристики особистості..

3. Емпіричну вибірку респондентів склали студенти та люди, які займаються підприємницькою діяльністю. Студенти – здобувачі вищої освіти денної та заочної форм навчання першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів освіти Університету імені Альфреда Нобеля і Бердянського державного педагогічного університету віком від 18 до 25 років. Всього 74 респондента, з них 58 студентів і 16 підприємців. Тестування здійснювалось індивідуально в електронному вигляді в гугл-формах. Методи математико-статистичної обробки даних включали: первинну описову статистику; частотний аналіз; аналіз відмінностей у розподілі ознак в незалежних і залежних групах досліджуваних за допомогою t-критерію Стьюдента і кластерний аналіз методом k-середніх. З урахуванням теоретичних узагальнень була розроблена добірка психодіагностичних інструментів, яка включає такі методики: опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької

діяльності К. Фоменко, методика діагностики кар'єрних орієнтацій Е. Шейна, методика А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (MBBS) (модифікований україномовний варіант М. Сімків), методика діагностики саморегуляції трудової діяльності, методика «Мотиви, що спонукають оволодівати власністю» А. Карнишева, Т. Бурменко та О. Іванова (модифікований україномовний варіант І. Соханя), методика задоволеністю працею.

4. Емпіричні дослідження показали, що мотивація підприємницької діяльності у осіб студентського віку має вікову специфіку, яка проявляється у динамічних змінах мотивів на різних етапах студентського життя. Зокрема, спостерігається посилення мотивів комерційного успіху, свободи й самостійності, самореалізації та інноваційності, а також ослаблення мотиву влади. Мотивація підприємницької діяльності характеризується ієрархічністю, де провідними є мотиви комерційного успіху, самореалізації, свободи та самостійності, а також інноваційності. Мотиви комерційного успіху, свободи й самостійності мають тривалу стійкість протягом часу.

5. Визначено типологію мотивації підприємницької діяльності шляхом кластеризації показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність: виявлено профілі «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Мотивація самореалізації в підприємницькій діяльності», «Багатогранна мотивація до підприємництва», «Знижена вмотивованість в підприємницькій діяльності», серед яких два останні є найбільш характерними для студентів.

Представлене дослідження не вичерпує всі аспекти проблеми підприємницької мотивації особистості і вимагає подальших наукових розвідок у напрямі її дослідження у різних вікових групах та у представників різних фахів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонова Н.О. Особливості професійної мотивації студентів психологічного факультету. *Актуальні проблеми психології*, 2010. № 12 (10), II, С. 22–33.
2. Бакуліна О.С. *Мотивація персоналу сільськогосподарських підприємств в умовах реалізації євроінтеграційних пріоритетів* [Дис. канд. екон. наук, Житомирський національний Агроєкологічний університет], 2015. URL: <http://surl.li/mdpdg>
3. Бондаренко О.В., Зоря О.П. Ментальний вимір підприємницької активності: теоретико–методологічні засади дослідження. *Гілея*, 2010. № 35. С. 328–336.
4. Варналій З.С. *Конкуренція і підприємництво*. Знання України, 2015.
5. Ватаманюк О.З., Ватаманюк М.М. Еволюція та сучасне розуміння категорії «підприємець» в економічній науці. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*, 2017. № 27 (2). С. 42–47.
6. Венгер О.П. Психолого-педагогічні особливості розвитку пізнавальної діяльності студентів вищого навчального закладу. [Дис. канд. психол. наук, Національний Університет «Острозька академія»], 2014. URL: <https://theses.oa.edu.ua/DATA/33/VengerOP.pdf>
7. Венгер О.П. (2014). Психолого-педагогічні особливості розвитку пізнавальної діяльності студентів вищого навчального закладу. [Дис. канд. психол. наук, Національний Університет «Острозька академія»]. <https://theses.oa.edu.ua/DATA/33/VengerOP.pdf>
8. Вєтрова Н.В. Наукові підходи до дослідження мотивації підприємницької діяльності у студентському віці. *Теорія і практика сучасної психології*, 2020. № 1 (1). С. 150–154.
9. Вільна енциклопедія. [Електронний ресурс]. URL: <http://uk.wikipedia.org>

10. Вітвицька С.С. Студент як об'єкт педагогічної діяльності. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 2000. № 6. С. 186–188.
11. Волошина О.О., Бруєв Д.Д. Еволюція наукових поглядів на сутність та функції підприємництва. *Науковий Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*, 2017. № 2 (23Е). С. 142–147.
12. Дмишко О.С. Детермінанти та психологічні особливості локусу контролю особистості. *Наука і освіта*, 2008. № 8–9. С. 47–51.
13. Дуб В.Г., Галян І.М. Навчально-професійна мотивація майбутніх педагогів як складова їх професійного становлення. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*, 2012. № 2 (2). С. 415–423.
14. Дубінка М. Деякі особливості становлення студента у процесі навчально-виховної діяльності ВНЗ. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія : Педагогічні науки*, 2012. № 107 (1). С. 166–177.
15. Єфіменко С. Психологічні особливості студентського віку. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія Педагогічні науки*, 2012. № 103. С. 140–149.
16. Жданюк Л.О. Соціально-психологічні особливості студентського віку. *Вісник післядипломної освіти. Серія Соціальні та поведінкові науки*, 2017. № 4–5. С. 28–40.
17. Ільченко О.Ю. Формування стійких мотивів навчально-пізнавальної діяльності студентів: вимога часу. *Філософські обрії*, 2019. № 42. С. 164–167.
18. Карамушка Л.М., Худякова Н.Ю. Мотивація підприємницької діяльності. *Сполом*, 2011.
19. Клименко Н.О. *Формування мотивів навчально-пізнавальної діяльності студентів вищих навчальних закладів гуманітарного профілю* [Автореферат дис. канд. пед. наук, Луганський національний педагогічний університет імені Тараса Шевченка, Луганськ], 2005. URL: <http://surl.li/kjqpg>

20. Козаченко Г., Арзуманян А. Підприємництво та підприємницька діяльність: зміст категорій. *Вісник ЖДТУ*, 2019. № 2 (88). С. 28–35.

21. Креденцер О.В. Основні підходи до розуміння сутності феномену підприємництва. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Філософія. Психологія. Педагогіка, 2005. №3 (1). С. 133–140.

22. Креденцер О.В. Психологічні аспекти підприємницької діяльності у сфері торгового бізнесу. *Актуальні проблеми психології. Т.1: Соціальна психологія. Психологія управління. Організаційна психологія*, 2004. Ч.12. С. 164–167.

23. Кузнєцов М.А., Фоменко К.І., Жданюк Л.О. *Ставлення до навчання студентів з низьким рівнем академічної мотивації*. ХНПУ, 2019. URL: <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/3756>

24. Кульбіда Н.М. Підприємництво та соціальна роль підприємця: психологічна ретроспектива. *Психологія. Збірник наукових праць НПУ імені М.П. Драгоманова*, 2002. № 17. С. 258–262.

25. Лантух І.В. Підходи до функціонального аналізу підприємництва. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*, 2011. № 1 (45). С. 14–18.

26. Лантух, І. В. (2020). *Психологічна структура особистісної надійності суб'єктів підприємницької діяльності*. [Дис. докт. психол. наук, Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України]. URL: <http://psychology-naes-ua.institute/read/2085/>

27. Левченко Т.І. *Мотивація суб'єкта в різних видах діяльності*. Нова Книга, 2011.

28. Лугова В.М., Єрмоленко О.А. Соціально-психологічні аспекти мотивації підприємницької діяльності. *Проблеми економіки*, 2017. № 4. С. 296–301.

29. Макаренко П.М. *Моделі аграрної економіки*. К. : ННЦ ІАЕ, 2005. 682 с.

30. Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. Розвиток підприємництва в аграрному секторі економіки. *Економіка АПК*, 2006. № 4. С.3–10.

31. Молдован А.Д. Підприємницька компетентність фахівця з фізичної культури і спорту: змістові характеристики. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Педагогічні науки*, 2021. № 46. С. 114–129.
32. Москаленко В.В. Підприємництво як предмет дослідження економічної психології. *Актуальні проблеми психології. Том 1. Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія*, 2003. № 11. С. 17–20.
33. Подоляк Л.Г., Юрченко В.І. *Психологія вищої школи*. Каравела, 2011.
34. Подшивайлов Ф.М. Теоретико-методологічні засади визначення поняття мотиваційної сфери особистості. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, 2015. № 10 (41). С. 19–23.
35. Психодіагностичне дослідження управлінських здібностей майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю: констатуючий експеримент. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*, 2005. Вип. III-IV. С. 54–59.
36. Саннікова О.П., Страцинська І.А. Комуникативна креативність інтерналів і екстерналів: порівняльна характеристика. *Наука і освіта*, 2013. № 3. С. 149–153.
37. Сердюк О.А. Психологічні чинники ефективної підприємницької діяльності особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2022. № 2. С. 41–47.
38. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження. *Економіка України*, 2002. № 9. С. 45–51.
39. Сила Т.І. Соціально-психологічні установки особистості як фактор самореалізації молоді. *Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами*, 2007. № 3 (5). С. 93–97.
40. Синицина Г.А., Рачкован О.Д. *Основи бізнесу та підприємницької діяльності*. ХДУХТ, 2019. URL: [https://duikt.edu.ua/uploads/1\\_2065\\_85675251.pdf](https://duikt.edu.ua/uploads/1_2065_85675251.pdf)
41. Сімків М. Модифікований варіант методики А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (ШГУП). *Освіта регіону*, 2012. № 2. С. 295–301.
42. Сірий Є.В. Діяльнісний імператив у системі концептуалізації підприємництва. *Мультиверсум. Філософський альманах*, 2007. № 76. С. 225–240.

43. Сментина Н.В. (Ред). Економіка та організація підприємницької діяльності. ФОП Гуляєва В.М., 2009. URL: <http://surl.li/bxjwm>
44. Угрин О.Г. *Психологія управління: практичний посібник*. ЛьвДУВС, 2017.
45. Фоменко К.І. Опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія*, 2020. № 62. С. 276–292.
46. Чаусова Т.В. Особливості формування мотиваційної сфери навчання підлітків. *Вісник післядипломної освіти, «Серія «Соціальні та поведінкові науки»*, 2018. № 6 (35). С. 121–134.
47. Шанскова Т.І. Мотиваційна орієнтація студентів гуманітарних спеціальностей щодо здобуття другої вищої освіти. *Педагогічний процес: теорія і практика*, 2010. № 3 (II). С. 258–266.
48. Шульженко Ф.П. Соціально-правова держава: сутність, проблеми політичної модернізації: дис. ... доктора юрид. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси (політичні науки)». К., 2009. 412 с.
49. Яворовська Л.М. (Укл.). Психологічні особливості студентського віку. ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. URL: <http://surl.li/hdhzl>
50. Яновська С.Г. Психологічна структура підприємницької активності в малому бізнесі [Дис. канд. психол. наук, Інститут психології імені Г.С. Костюка Національної Академії педагогічних наук України], 2019. URL: <http://psychology-naes-ua.institute/read/1913/>
51. Яновська С.Г., Туренко Р.Л., Солонікіна О.В. Кар'єрні орієнтації студентів на завершальному етапі навчання. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*, 2010. № 43 (902). С. 343–348.
52. Anderson C.R. Locus of control, coping behaviors, and performance in a stress setting: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 1977. No. 62 (4). Pp. 446–451. URL: <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.4.446>
53. Fomenko K. Self-Regulation of Labor Activity: the Means of Psychodiagnostics and the Role in Motivation. *Наука і освіта*, 2017, 11, 98–104.

54. Luca M.R., Robu A. Personality traits in entrepreneurs and self- employed. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Special Issue Series VII: Social Sciences. Law*, 2016. No. 9 (58) 2. Pp. 91–98. URL: <http://surl.li/mdlfw>