



Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
Міністерство освіти і науки України

Кваліфікаційна праця
на правах рукопису

ВЕТРОВА НАТАЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА

УДК 159.9

ДИСЕРТАЦІЯ

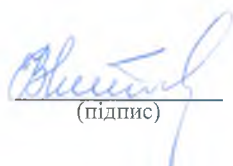
**«ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СТУДЕНТСЬКОМУ ВІСІ»**

Спеціальність 053 Психологія

(Галузь 05 Соціальні та поведінкові науки)

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело


(підпис)

Н. В. Ветрова
(ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник: Фоменко Карина Ігорівна, доктор психологічних наук,
професор

Харків – 2023

АНОТАЦІЯ

Ветрова Н. В. Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентському віці. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 Психологія (галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки). – Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди, Харків, 2023.

У роботі представлено аналіз науково-теоретичних концепцій і підходів до вивчення проблеми мотивації підприємницької діяльності у студентів, виявлено та описано її психологічну специфіку, типологію, регулятивні чинники та психолого-педагогічні умови розвитку.

Визначено наукову новизну та теоретичну значущість наукової праці, які полягають у тому, що:

Уперше:

- визначено типологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентському віці;

- визначено регулятивний потенціал полівмотивованості до підприємницької діяльності, за умови якої у студентів актуалізується спрямованість на побудову кар'єри та інтерес до змісту праці;

- показано негативний вплив зниження вмотивованості на працю та підприємницької мотивації на актуалізацію кар'єрних орієнтацій та мотивів збагачення;

розширено уявлення про:

- вікову специфіку розвитку підприємницьких мотивів у студентському віці, що характеризується динамічністю, ієрархічністю, сталістю прояву мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності; типологічні особливості підприємницької мотивації в юнацькому віці;

- студентський вік в якості сенситивного для розвитку підприємницької мотивації періоду як вираження прагнення до досягнень,

свободи, ініціативності, інноваційності через усвідомлення ризиків підприємництва й удосконалення власної особистості;

дістали подальшого розвитку:

- засоби психологічного супроводу розвитку мотивації до підприємницької діяльності у студентському віці.

Практичне значення роботи полягає у створенні типології підприємницької мотивації особистості, впровадженні розвивальної програми по сприянню підприємницькій мотивації у студентів.

Результатом теоретичного аналізу є обґрунтування типології підприємницької мотивації у студентському віці, ролі підприємницьких мотивів у саморегуляції трудової діяльності особистості. Мотивацію підприємницької діяльності визначено як спонукання особистості до підприємництва, в основі якого – прагнення досягнень, свободи, ініціативності, інноваційності шляхом усвідомлення ризиків підприємництва й удосконалення власної особистості. Психологічними чинниками реалізації підприємницького потенціалу осіб студентського віку як суб'єкта трудової діяльності виступають мотиваційно-ціннісні та кар'єрні орієнтації, рівень суб'єктивного контролю, дієвість та ефективність як регуляторні властивості особистості.

У ході констатувального дослідження визначено вікову специфіку підприємницьких мотивів в залежності від своєрідності провідної діяльності, яка характеризується динамічністю прояву мотивів на різних етапах студентського віку, ієрархічністю та тривалістю у часі – стійкістю.

Емпірично виявлено чотири типологічних профіля підприємницької мотивації: «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації», «Полівмотивованість на підприємство», «Знижена вмотивованість на підприємство», серед яких два останні є найбільш характерними для студентів.

Визначено 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.

Окреслено регуляторні особливості трудової діяльності студентів із різними профілями підприємницької мотивації: при зниженій вмотивованості на підприємництво задоволеність оплатою праці та усі регулятори трудової діяльності виражені найслабше, кар'єрні орієнтації на служіння та виклик пригнічені, натомість при полівмотивованості на підприємництво студентам властиве внутрішнє спонукання до трудової діяльності, вмотивованість на збагачення, найвищі показники кар'єрних орієнтацій на досягнення професійної компетентності, автономії, стабільності роботи та місця проживання, підприємництво, а при мотивації самореалізації у підприємстві студенти характеризуються поєднанням зовнішнього та внутрішнього мотиву праці.

Визначено залежність прояву кар'єрних орієнтацій та грошових атитюдів, рівня задоволеності працею від типу підприємницької мотивації та стильових особливостей саморегуляції трудової діяльності особистості студентів. Показники кар'єрних орієнтацій на менеджмент, підприємництво та інтеграцію стилів життя є зниженими за умови поєднання амотивованості на працю та зниженої мотивації до підприємницької діяльності. Показники кар'єрної орієнтації на досягнення самостійності та незалежності та підприємницького мотиву збагачення знижені в усіх студентів з амотивацією до праці, крім тих що вмотивовані на самореалізацію у підприємстві. За умови інтроєктованого регулювання трудової діяльності та зниженої підприємницької мотивації студентам властиве зниження мотиву збагачення для досягнення незалежності та самостійності.

Розроблена програма розвитку мотивації підприємницької діяльності в осіб студентського віку спрямована на розвиток мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємництва шляхом усвідомлення ними сутності підприємницької діяльності, можливості корегування власного стилю

саморегуляції, формування мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємництво з урахуванням вікових особливостей студентів. Критерієм розвитку мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємництва є підвищення міри вираженості показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність по закінченні участі в програмі.

Програма передбачає інструментально-регулятивний та розвивально-мотиваційний блоки. Інструментально-регулятивний блок програми спрямований на формування у студентів розуміння поняття підприємницької діяльності та механізмів посилення підприємницької мотивації, розвиток уявлення про себе як про активного суб'єкта трудової діяльності, усвідомлення власних регулятивних можливостей формування внутрішньої мотивації. Реалізується у формі проведення тренінгу з розвитку мотивації до підприємницької діяльності і передбачає теоретичний, інформаційно-смісловий, інформаційно-діагностичний, корекційно-розвивальний, рефлексивно-смісловий, рефлексивний сегменти. Розвивально-мотиваційний блок спрямований на розвиток ключових детермінант підприємницької мотивації і є комплексом різноформатних зустрічей: on-line-кейси з успішними підприємцями-практиками, групові коучинг-сесії, перегляд освітніх серіалів у Національній онлайн-школі для підприємців (за вибором), індивідуальні консультації.

Ефективність комплексного поєднання тренінгової форми роботи теоретично-діагностичного змісту, індивідуального психологічного консультування, мотиваційного впливу під час зустрічей із успішними підприємцями-практиками, групових форм навчання, самонавчання, групової взаємодії доведена результатами зрізу знань по закінченні апробації програми.

Перевірка статистично значущої різниці у вираженні показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність до та після впровадження програми виявила зростання показників у досліджуваних експериментальної групи як в порівнянні з показниками контрольної групи,

так і відносно міри власних показників до участі у програмі. Таким чином, учасники програми отримали позитивний вплив щодо розвитку мотиваційної готовності до підприємництва, що доводить ефективність програми розвитку мотивації осіб студентського віку до підприємницької діяльності.

Основні положення роботи й отримані у дисертаційному дослідженні результати можуть бути використані під час професійної підготовки та підвищення професійного рівня психологів при викладанні навчальних курсів «Загальна психологія», «Вікова психологія», «Основи психологічного консультування».

Ключові слова: мотив, мотивація, мотиваційна сфера, професійні мотиви, мотиви підприємницької діяльності, особистість, студент, студентський (юнацький) вік, саморегуляція, суб'єкт трудової діяльності, задоволеність працею, гроші, власність, кар'єрні орієнтації, мотиваційно-ціннісні орієнтації.

SUMMARY

Vietrova N. V. Psychological features of motivation of entrepreneurial activity in student age. – Qualifying scientific work on manuscript rights.

Dissertation for obtaining the scientific degree of Doctor of Philosophy in specialty 053 Psychology (field of knowledge 05 Social and behavioral sciences). – Kharkiv National Pedagogical University named after H. S. Skovoroda, Kharkiv, 2023.

The work presents an analysis of scientific and theoretical concepts and approaches to the study of the problem of motivation of entrepreneurial activity among students, its psychological specificity, typology, regulatory factors and psychological and pedagogical conditions of development are revealed and described.

The scientific novelty and theoretical significance of the scientific work have been determined, which consist in the fact that:

First:

- the typological features of the motivation of entrepreneurial activity at the student age are determined;

- the regulatory potential of political motivation for entrepreneurial activity has been determined, under the condition of which the focus on building a career and interest in the content of work is actualized among students;

- the negative impact of a decrease in work motivation and entrepreneurial motivation on the actualization of career orientations and enrichment motives is shown;

an expanded view of:

- the age-specific nature of the development of entrepreneurial motives in the student age, which is characterized by dynamism, hierarchy, the stability of the manifestation of the motives of commercial success, freedom and independence; typological features of entrepreneurial motivation in youth;

- student age as a sensitive period for the development of entrepreneurial motivation as an expression of the desire for achievements, freedom, initiative,

innovativeness through awareness of the risks of entrepreneurship and improvement of one's personality;

received further development:

- means of psychological support for the development of motivation for entrepreneurial activity in student age.

The practical significance of the work consists in creating a typology of entrepreneurial motivation of an individual, implementing a development program to promote entrepreneurial motivation in students.

The result of the theoretical analysis is the substantiation of the typology of entrepreneurial motivation in student age, the role of entrepreneurial motives in the self-regulation of an individual's labor activity. Motivation Entrepreneurial activity is defined as the motivation of an individual to entrepreneurship, based on the desire for achievements, freedom, initiative, innovativeness through awareness of the risks of entrepreneurship and improving one's personality. Psychological factors of implementation entrepreneurial potential of students of student age as a labor subject motivational, value and career orientations, level of subjective control, effectiveness and efficiency as regulatory properties personality.

In the course of the ascertainment study, the age specificity of entrepreneurial motives was determined depending on the originality of the leading activity, which is characterized by the dynamic manifestation of motives at different stages of student age, hierarchy and duration in time – stability.

Four typological profiles of entrepreneurial motivation were empirically identified: "Moderate motivation for entrepreneurial activity", "Motivation for self-realization in entrepreneurship in the organization", "Semi-motivation for entrepreneurship", "Low motivation for entrepreneurship", among which the last two are most typical for students.

Five styles of self-regulation of subjects of labor activity with different types of entrepreneurial motivation are defined: autonomous regulation, balanced regulation, motivation to work, introjected regulation, externally motivated regulation, named according to the most pronounced type of self-regulation.

The regulatory features of the labor activity of students with different profiles of entrepreneurial motivation are outlined: with reduced motivation for entrepreneurship, satisfaction with work pay and all regulators of labor activity are expressed the weakest, career orientations towards service and challenge are suppressed, on the other hand, with semi-motivation for entrepreneurship, students have an intrinsic motivation for labor activity , motivation for enrichment, the highest indicators of career orientations for the achievement of professional competence, autonomy, stability of work and place of residence, entrepreneurship, and in the motivation of self-realization in entrepreneurship, students are characterized by a combination of external and internal motivation for work.

The dependence of the manifestation of career and monetary orientations is determined attitudes, the level of job satisfaction from the type of entrepreneurial motivation and stylistic features of the self-regulation of an individual's labor activity students Indicators of career orientations for management, entrepreneurship and integration of lifestyles are reduced under the condition of a combination of motivation for work and reduced motivation for entrepreneurial activity. Indexes career orientation to achieve self-reliance and independence and Enrichment of entrepreneurial motive is reduced in all students with motivation to work, except for those motivated for self-realization in entrepreneurship. By conditions of introjected regulation of labor activity and reduced students with entrepreneurial motivation are characterized by a decrease in the motive of enrichment to achieve independence and independence.

The developed program for the development of entrepreneurial motivation among students is aimed at developing the motivational readiness of students for entrepreneurship by making them aware of the essence of entrepreneurial activity, the possibility of correcting their own style of self-regulation, forming motivational and value orientations for entrepreneurship, taking into account the age characteristics of students. The criterion for the development of motivational readiness of student-age persons for entrepreneurship is an increase in the degree

of expressiveness of indicators of motivational and value orientations for entrepreneurial activity upon completion of participation in the program.

The program includes instrumental-regulatory and developmental-motivational blocks. The instrumental-regulatory block of the program is aimed at forming students' understanding of the concept of entrepreneurial activity and the mechanisms of strengthening entrepreneurial motivation, the development of the idea of oneself as an active subject of labor activity, awareness of one's own regulatory opportunities for the formation of internal motivation. It is implemented in the form of conducting training on the development of motivation for entrepreneurial activity and includes theoretical, informational-meaningful, informational-diagnostic, corrective-developmental, reflexive-meaningful, reflective segments. The development and motivational block is aimed at the development of key determinants of entrepreneurial motivation and is a complex of meetings of various formats: online case studies with successful practicing entrepreneurs, group coaching sessions, viewing of educational series at the National Online School for Entrepreneurs (by choice), individual consultations.

The effectiveness of a complex combination of a training form of work with theoretical and diagnostic content, individual psychological counseling, motivational influence during meetings with successful entrepreneurs-practitioners, group forms of training, self-study, and group interaction was proven by the results of the knowledge section after the program was approved.

The verification of a statistically significant difference in the expression of indicators of motivational and value orientations to entrepreneurial activity before and after the implementation of the program revealed an increase in the indicators of the subjects of the experimental group both in comparison with the indicators of the control group and in relation to the measure of their own indicators before participating in the program. Thus, the participants of the program received a positive impact on the development of motivational readiness for entrepreneurship, which proves the effectiveness of the program for the development of student-age motivation for entrepreneurial activity.

The main provisions of the work and the results obtained in the dissertation research can be used during professional training and raising the professional level of psychologists when teaching the courses "General Psychology", "Age Psychology", "Basics of Psychological Counseling".

Key words: motive, motivation, motivational sphere, professional motives, motives of entrepreneurial activity, personality, student, student (youth) age, self-regulation, subject of labor activity, job satisfaction, money, property, career orientations, motivational and value orientation.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дослідження

1. Ветрова, Н. В. (2020). Наукові підходи до дослідження мотивації підприємницької діяльності у студентському віці. *Теорія і практика сучасної психології*, (1)1, 150-154. <https://doi.org/10.34142/23129387.2021.64.06>
2. Ветрова, Н. В. (2021). Специфіка мотиваційної спрямованості особистості студентського віку на підприємницьку діяльність. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди «Психологія»*, 64, 97–109. <https://doi.org/10.34142/23129387.2021.64.06>
3. Ветрова, Н. В., & Хуї, Денг. (2023). Психологічна співмірність трудової саморегуляції та мотиваційних детермінант підприємницької діяльності. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди «Психологія»*, 68, 131-144. <https://doi.org/10.34142/23129387.2023.68.09>
4. Ветрова, Н. В. (2019). Психологічні особливості розвитку мотивації підприємницької діяльності в студентському віці: актуальність проблеми. У Хомуленко, Т. Б. (Ред.), *Харківський осінній марафон психотехнологій* (с. 80-82). Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. <http://surl.li/lzldx>
5. Ветрова, Н. В. (2020). Феномен підприємництва: психологічний аспект. У Хомуленко, Т. Б. (Ред.), *Харківський осінній марафон психотехнологій* (с. 60-61). Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. <http://surl.li/lzlhlm>
6. Ветрова, Н. В. (2021). Мотиваційний механізм суб'єктів підприємництва в теоріях мотивації. У Комаровського М. Л. (Ред), «Science, innovations and education: problems and prospects» (с. 289-294). CPN Publishing Group. <http://surl.li/lvmag>
7. Фоменко, К. І., Ветрова, Н. В., Кальніцький, С. В., & Єрмоленко, І. М. (2021). Комплекс методів діагностики трудової мотивації. У Хомуленко, Т. Б. (Ред.), *Харківський осінній марафон психотехнологій*

(с. 31). Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. <http://surl.li/lzlw>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

8. Ветрова, Н. В. (2023). Тренінг особистісного вдосконалення підприємця. У Хомуленко, Т. Б. (Ред.), *Харківський осінній марафон психотехнологій* (с. 20-25). Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. <https://zenodo.org/record/7499820>

ЗМІСТ

ВСТУП	16
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСІБ СТУДЕНТСЬКОГО ВІКУ	21
1.1. Наукові підходи до психологічної характеристики здійснення підприємницької діяльності	21
1.2. Психологічні особливості становлення мотиваційної сфери особистості в студентському віці	42
1.3. Особа студентського віку як суб'єкт трудової діяльності	53
Висновки до першого розділу	63
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСІБ СТУДЕНТСЬКОГО ВІКУ	67
2.1. Методологія та організація дослідження психологічних особливостей розвитку мотивації підприємницької діяльності в осіб студентського віку	67
2.2. Вікова динаміка підприємницьких мотивів в залежності від специфіки провідної діяльності	73
2.3. Типологічні особливості підприємницької мотивації суб'єктів трудої діяльності	86
2.4. Регулятивно-стильові особливості суб'єкта трудової діяльності з різними типами мотивації підприємницької діяльності	105
Висновки до другого розділу	141
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА ЗАСОБИ РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СТУДЕНТСЬКОМУ ВІЦІ	148
3.1. Теоретико-методологічні засади формування мотивації підприємницької діяльності	148
3.2. Структура та зміст програми з розвитку мотивації до підприємницької діяльності осіб студентського віку	160
3.3. Контрольні дослідження ефективності програми розвитку мотивації	173

до підприємницької діяльності в осіб студентського віку	
Висновки до третього розділу	186
ВИСНОВКИ	189
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	192
ДОДАТКИ	213

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні реалії функціонування українського суспільства вимагають від молодого покоління більшої мобільності та гнучкості в організації власної діяльності, що вже сьогодні передбачає включення студентів до інших її видів, окрім провідної – навчально-професійної, – зокрема до трудової та підприємницької. За даними соціологічних досліджень минулих років близько 40% українських студентів денної форми навчання у вільний від навчання час працюють, будучи вмотивованими на включеність у трудову діяльність через купівельну неспроможність стипендії, необхідність оплачувати навчання у виші, прагнення бути самостійними та низку інших причин (Годлевська & Гречанюк, 2008). Проте сьогодні ця частка студентів є значно більшою через рейтингове обмеження виплат стипендій, вимушеність студентів перебувати за кордоном та інші соціально-економічні чинники. На тлі доступності та варіативності можливостей працевлаштування для студентів, за даними наших опитувань та бесід (2019-2023 рр.), більшість із них виявляються незадоволеними рівнем оплати та змістом їх праці, що вмотивовує їх опановувати підприємницьку діяльність. Утім існує суперечність між високим соціальним запитом в оволодінні молоддю підприємницькими навичками та недостатнім науковим обґрунтуванням проблеми мотивації підприємницької діяльності студентів. Крім того, актуальною виявляється проблема формування готовності студентів до здійснення підприємницької діяльності з урахуванням їх провідних мотивів ведення власного бізнесу.

Вищезазначене є достатньою підставою для визначення необхідності і доцільності здійснення дослідження психологічних особливостей мотивації підприємництва у студентів, зокрема її типології, зв'язку із саморегуляцією трудової діяльності та психолого-педагогічних умов розвитку у юнацькому віці.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.
Дисертацію виконано в межах науково-дослідної роботи кафедри психології

Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди «Психологія розвитку суб'єктів педагогічного процесу» (державний реєстраційний номер 0121U100712 від 20.01.2021 р.).

Тему дисертаційного дослідження Ветрової Наталії Володимирівни «Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентському віці» затверджено на засіданні Вченої ради Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди від 28.10.2019 р., протокол № 7.

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

Задачі дослідження:

- 1) теоретично обґрунтувати психологічні передумови становлення підприємницької мотивації у студентському віці;
- 2) визначити вікову динаміку розвитку підприємницьких мотивів у студентів;
- 3) дослідити типологію підприємницької мотивації студентів та її роль у рівні розвитку регуляторів трудової діяльності;
- 4) визначити рівень розвитку кар'єрних орієнтацій, задоволеності працею, грошових атитюдів в залежності від типу підприємницької мотивації та стильових особливостей саморегуляції трудової діяльності особистості;
- 5) розробити розвивальну програму, спрямовану на розвиток підприємницької мотивації студентів.

Об'єкт дослідження: підприємницька мотивація особистості студента.

Предмет дослідження: типологічні особливості та умови розвитку підприємницької мотивації особистості у студентському віці.

Методологічною та теоретичною основою дослідження виступили: психологічні уявлення про особистість як активного суб'єкта діяльності та поведінки (К. Абульханова-Славська, Б. Ананьєв, О. Леонт'єв, С. Максименко, С. Рубінштейн), теоретичні положення про підприємницьку

мотивацію особистості (Л. М. Карамушка, С. Д. Максименко, Н. А. Побірченко, К. Фоменко, Н. Ю. Худякова), концепції саморегуляції поведінки і діяльності (Е. Десі, Ч. Карвер, О. Конопкін, М. Кузнецов, В. Моросанова, В. Олефір, К. Фоменко, М. Шейєр), теоретичні положення про саморегуляцію трудової діяльності (К. Фоменко), студентський вік (Б. Ананьєв, О. Рибалко, К. Фоменко, Т. Хомуленко); методологічні засади психологічного супроводу розвитку особистості студента (Г. Костюк, М. Кузнецов, С. Максименко, В. Панок, С. Шандрук, Т. Хомуленко).

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* (параметричні та непараметричні критерії порівняння вибірок, кластерний аналіз, дисперсійний аналіз) 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 типологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентському віці;
- визначено регулятивний потенціал полівмотивованості до підприємницької діяльності, за умови якої у студентів актуалізується спрямованість на побудову кар'єри та інтерес до змісту праці;
- показано негативний вплив зниження вмотивованості на працю та підприємницької мотивації на актуалізацію кар'єрних орієнтацій та мотивів збагачення;

розширено уявлення про:

- вікову специфіку розвитку підприємницьких мотивів у студентському віці, що характеризується динамічністю, ієрархічністю, сталістю прояву мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності; типологічні особливості підприємницької мотивації в юнацькому віці;

- студентський вік в якості сенситивного для розвитку підприємницької мотивації періоду як вираження прагнення до досягнень, свободи, ініціативності, інноваційності через усвідомлення ризиків підприємництва й удосконалення власної особистості;

дістали подальшого розвитку:

- засоби психологічного супроводу розвитку мотивації до підприємницької діяльності у студентському віці.

Практичне значення дисертаційного дослідження полягає у створенні типології підприємницької мотивації особистості, впровадженні розвивальної програми із сприяння підприємницькій мотивації у студентів.

Основні положення роботи й отримані у дисертаційному дослідженні результати можуть бути використані у ході професійної підготовки та підвищення професійного рівня психологів при викладанні навчальних курсів «Загальна психологія», «Вікова психологія», «Основи психологічного консультування».

Теоретичне значення роботи полягає в обґрунтуванні типології підприємницької мотивації у студентському віці та ролі підприємницьких мотивів у саморегуляції трудової діяльності особистості.

Результати дисертаційного дослідження впроваджені у навчальний процес Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди (довідка від 16.05.2023 р. № 14) та ДУ «Інститут охорони здоров'я дітей та підлітків НАМН України» (від 15.08.2023 р. № 216).

Особистий внесок здобувача. У публікаціях, написаних одноосібно та у співавторстві, доробок здобувача складають: узагальнення теоретичних положень, збір емпіричних даних, обробка та інтерпретація отриманих

результатів. Розробки та ідеї, що належать співавторам, у дисертації не використовуються.

Апробація результатів дослідження. Результати дисертаційного дослідження доповідалися та були схвалені на *Міжнародних науково-практичних конференціях*: «Modern science: problems and innovations» (23-25.08.2020 р., Стокгольм, Швеція), «Science, innovations and education: problems and prospects» (15-17.09.2021 р., Токіо, Японія), «Science, modern trends and society» (14-16 серпня 2023 р., Більбао, Іспанія), *всеукраїнських* – «Харківський осінній марафон психотехнологій» (Харків, 2019-2023 рр.); на засіданнях кафедри психології ХНПУ імені Г.С. Сковороди (у 2019-2023 рр.).

Публікації. Основні положення дисертації відображені у 8 публікаціях, з яких 3 – у наукових фахових виданнях України з психології.

Структура і обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Список використаних літературних джерел налічує 193 найменування, з яких 39 – англійською мовою. Повний обсяг дисертації 214 сторінок. Основний зміст викладено на 177 сторінках. Робота містить 42 рисунки, 24 таблиці.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСІБ СТУДЕНТСЬКОГО ВІКУ

1.1. Наукові підходи до психологічної характеристики здійснення підприємницької діяльності

Феномен підприємництва набув широкої затребуваності в площині формування й розвитку соціально орієнтованої ринкової економіки. Розуміння цього явища як поняття змінювалось і розширювалось з огляду на історично-економічні та соціальні умови світової спільноти. На сьогодні в науковій думці усталено погляд на підприємництво як на соціальне динамічне явище, яке в своїй сутності є багатовимірним, багатогранним і, як наслідок, – міждисциплінарним. Залежно від соціально-економічного розвитку суспільства воно є предметом досліджень в економіці (З. С. Варналій, Б. Кірхгоф та ін.), соціології (Дж. Гребліскайте, Т. О. Нельга, Н. І. Фединець та ін.), філософії (В. О. Зубов, Р. Хофман та ін.), психології (Л. М. Карамушка, Н. Ю. Худякова, Ю. В. Красилова, О. В. Креденцер, Ю. Ф. Пачковський та ін.). Відповідно до цього, визначення цього поняття характеризується полісемантичністю та вивченням його з позицій різних підходів.

Аналізуючи еволюцію поглядів на економічну сутність підприємництва О. О. Волошина та Д. Д. Бруєв (2017) визначають традиційний підхід, маржиналістський, теорія підприємництва як дії в умовах невизначеності, теорія підприємництва як новаторства. Т. Ю. Шафранська та О. В. Коломієць (2012) групують різнобічність поглядів щодо розуміння сутності підприємництва в декілька підходів умовно: атрибутивний, процесуальний, діяльнісний, функціональний та інституціональний. К. Х. Корунка, Х. Франк, М. Люгер і Дж. Мюглер (2003) пропонують конфігураційний підхід – вивчають підприємництво та фігуру підприємця в контексті ресурсів, середовища та процесу запуску.

Абдулаєва І. Б. (2010), аналізуючи основні психологічні підходи до дослідження феномену підприємницької діяльності, зазначає про виокремлення в науковій літературі особистісного, поведінкового та когнітивного підходів. Натомість Булавіна О. А., характеризуючи підприємництво з економічної точки зору, стверджує, що особистісний, поведінковий та когнітивний підходи актуально синтезувати, так як і підприємницька поведінка, і, тим більше, підприємницька діяльність базовані на особистісних характеристиках підприємця, що становлять особистісний потенціал підприємницької діяльності. ...Унікальність особистісного потенціалу забезпечує такий когнітивний процес, як економічне мислення підприємця (розглядаємо його як різновид професійного мислення), що зі свого боку формує комерційний інтелект суб'єкта підприємницької діяльності. (Булавіна, 2020, с. 108)

Виокремлення різних підходів при вивченні підприємництва залежить від внутрігалузевих об'єктивних та суб'єктивних чинників.

Підприємництво як явище розглядалося зарубіжними вченими-економістами, починаючи з XVIII-XIX ст.ст. Одну з перших концепцій розробив французький економіст Річард Кантільйон (1680-1734) у своїй науковій праці «Есе про природу торгівлі взагалі». В особі підприємця він вбачав людину, яка діє в умовах ризику, зумовленого тим, що торговці, фермери, ремісники та інші дрібні власники купують за конкретною ціною, а продають за невизначеною. Р. Кантільйон увів у науковий обіг поняття «підприємець» (фр. Entrepreneur – посередник) та «підприємництво», поставив підприємця в центр економічної системи суспільства, зробив його об'єктом наукового вивчення й тим самим поклав початок подальшим теоретичним дослідженням у цій галузі (Квасниця, 2012). Від Р. Кантільйона в науці йде традиція вважати наявність ризику основною характеристикою підприємницької діяльності.

Вагомим внеском у дослідженні феномену підприємництва є праці багатьох вчених-економістів. А. Сміт (1723-1790), будучи прихильником

розвитку конкуренції між підприємцями і противником великих монополій, розглядав підприємця як власника або організатора економічного процесу, який іде на певний ризик заради отримання прибутку. Ж. Бодо (1797 р.) розширив поняття «підприємництво» й висловив думку про те, що підприємець – це особа, котра несе відповідальність за справу, за яку береться; котра планує, контролює, організовує й володіє підприємством. Жан Батист Сей (1767-1832) викладаючи свою думку щодо сутності й функцій підприємництва, вказував на активний, інноваційний його характер, пов'язаний не тільки з пошуком, але й з потребою у створенні нових комбінацій факторів виробництва. Завдяки Й. фон Тюнену (1783-1850), представнику німецької класичної школи, в науці з'являється змістовне поєднання ризику й інновації як основної характеристики підприємництва. Німецький соціолог М. Вебер (1864-1920) досліджував розвиток підприємницького духу й значення протестантської етики та релігії в його формуванні (Гаєвська & Марченко, 2019). Англійський економіст А. Маршалл (1842-1924) та його послідовники велику увагу приділяли організаторській функції підприємця, виділяючи особливі підприємницькі здібності, і вважали, що не кожен бажаючий може бути підприємцем.

Достатньо глибоко теорію підприємництва розвинув Й. Шумпетер (1883-1950). У своїх працях він зазначав, що в ринковій економіці існує сила, що врівноважує ринок. Одну з головних ролей у своїй теорії дослідник віддавав інноваціям, які, на його думку, спонукають економіку до зростання. Хтось має управляти цими інноваціями та реалізовувати їх. Таким «реалізатором інновацій» у його вченні виступало підприємництво. За цією концепцією, підприємництво, впроваджуючи інновації, створює ріст на ринку (Іванченко, 2019). Й. Шумпетер визнавав людину підприємцем до тих пір, поки вона вводить інновацію. Такий погляд на підприємця як на новатора став своєрідним фундаментом теорії підприємництва. Традиції Й. Шумпетера були продовжені іншими

науковцями, зокрема соціологами, маркетологами, фінансистами, психологами.

Велике значення в розвитку теорії підприємництва мають дослідження представників американської школи у ХХ ст. – Е. Долана, П. Друкера, Д. Ліндсея, Л. Фон Мізеса, Р. Рамелта, Г. Саймона, П. Самуельсона, Р. Хізрича. Підприємництво вони розглядають як складне комплексне явище, для якого характерні новаторство, ризик, самостійність у прийнятті рішень і особиста відповідальність за здобуті результати. Підприємець визначається як особистість, що володіє такими якостями, як компетентність, комунікабельність, здатність ризикувати, відповідати за свої дії, уміння оперативно приймати рішення, організовувати людей.

Фактично до 40-х років ХХ ст. підприємництво було предметом вивчення переважно економічних наук. Із середини ХХ ст. воно стає об'єктом пізнання соціальних наук (Landström & Benner, 2010). Змінило вектор у дослідженні даного феномену в тому числі й вчення Австрійської економічної школи, в основі якого – акцент на вивченні психологічних особливостей поведінки споживачів. Основними теоретико-методологічними засадами Австрійської економічної школи є індивідуалізм, дискретність аналізу, економічний лібералізм, опора на суб'єктивно-психічні оцінки економічних процесів і явищ – суб'єктивізм. Представники школи сповідували теорію «граничної корисності», яка «тлумачить цінність блага через його суб'єктивну граничну корисність для ізольованого раціонального суб'єкта, що господарює» (Троян, 01.11.2022). В основу економічної діяльності вони закладали психологію суб'єкта господарювання, яка зумовлює його потреби, мотиви діяльності й усю його економічну поведінку.

Суб'єктивно-психологічний підхід до аналізу економічних процесів і їхніх факторів, започаткований виразниками Австрійської економічної школи, погляди засновника економічної теорії розвитку підприємництва Й. Шумпетера щодо новаторської функції підприємця стали поштовхом до вивчення феномену підприємницької діяльності з точки зору психологічної

науки. Значну роль у цьому відіграли також об'єктивні (кризовий стан економіки, розширення зони ризиків, загострення конкурентоспроможності товарів на зовнішньому ринку) та суб'єктивні (особистісні характеристики суб'єктів підприємницької діяльності – ініціативність, амбіційність, схильність до творчості, гнучкість, сміливість, самостійність, упевненість у собі, адекватність самооцінки, надійність, владність, відповідальність, урівноваженість) чинники.

Зарубіжні та вітчизняні науковці достатньо широко дискутують щодо психологічних особливостей підприємницької діяльності. Дослідженню даної проблеми присвячена наукова практика зарубіжних вчених Р. Баума, А. Карсруда, К. Корунки, Н. Крюгера, М. Люгера, Дж. Б. Майнера, Дж. Мюглера, М. Пітерса, М. Рейлі, Х. Франка, Дж. Фрезе, Р. Хізрича та ін. Серед українських наукових діячів психологічними аспектами підприємництва переймалися Л. М. Карамушка, О. В. Креденцер, Ю. В. Красилова, О. К. Любчук, В. В. Москаленко, С. Д. Максименко, Т. А. Нельга, Ю. Ф. Пачковський, Н. А. Побірченко, Т. В. Скрипаченко, Н. Ю. Худякова, О. А. Філь, Г. С. Яновська та ін.

У зарубіжній і вітчизняній науковій психологічній літературі підприємництво розглядається як особливий тип поведінки людини (Ю. Ф. Пачковський, Р. Хізрич та ін.), як різновид діяльності – професійної або трудової (Л. М. Карамушка, Н. Ю. Худякова, О. В. Креденцер та ін.), як модель особистості (Д. Макклелланд та ін.), як гра (В. В. Лагутін, Н. А. Побірченко та ін.), як активність людини (Ю. В. Красилова, Т. Ю. Шафранська, О. В. Коломієць та ін.). В. В. Москаленко зазначає, що найбільше дане явище аналізується як діяльність, як поведінка, як модель особистості (Москаленко, 2003). Останні три десятиліття все більше дослідників вивчають підприємницьку діяльність з урахуванням ролі когнітивних процесів під час її здійснення, тобто в розрізі когнітивної теорії (Р. А. Барон, Т. В. Коломієць, Т. Ю. Кулаковський). У результаті аналізу наукових досліджень приходимо до висновку, що підприємницька діяльність

як психологічний феномен розглядається з позицій діяльнісного, поведінкового, особистісного, когнітивного підходів.

В рамках діяльнісного підходу підприємництво вивчається в порівнянні з іншими видами дій людини. Аналізуються як їх спільні ознаки, так і характерні саме для даного роду занять. В той же час підприємництво аналізується як специфічний вид професійної, трудової, економічної діяльності, що сприяє розвитку особистості, її творчій активності в процесі самореалізації. Типовими для цього підходу є розуміння підприємництва як: своєрідної економічної активності громадян, що характеризується ініціативністю і спрямованістю задовольняти потреби суспільства та отримання прибутку; інтелектуальної діяльності людини, яка енергійна, ініціативна, цілеспрямована; перетворюючої і соціально-організуючої діяльності як різновиду творчої (Шафранська & Коломієць, 2012).

Є. В. Сірий, посилаючись на міждисциплінарність у вивченні підприємницької діяльності, характеризує структуроутворювальні аспекти цього явища в системі соціологічної концептуалізації. Він стверджує, що вільна свідома діяльність «є і функцією, і суттю, і життєдіяльністю підприємця» (Сірий, 2008, с.225). А отже, «поняття «діяльність» найадекватніше виражає активність підприємця і є відправною точкою в дослідженні соціальної суті підприємництва» (Сірий, 2008, с.225). У своїй діяльності підприємець, роблячи її, за висловом К. Маркса «...предметом своєї волі і своєї свідомості» (Сірий, 2008, с.226), «спрямовує свою активність на об'єкти своєї діяльності або на інших суб'єктів. Ця активність, зазвичай, виступає в тих формах, які зумовлюються самим характером діяльності» (Сірий, 2008, с.226).

А. Д. Молдован означає підприємництво як особливий «різновид активності людини, що характеризується ініціативністю й самостійністю у виборі стратегічних напрямів, способів і методів діяльності, усвідомленням ризиків, цілісною зорієнтованістю на досягнення комерційного успіху шляхом створення новітньої продукції» (Молдован, 2021, с. 38).

Як особливий вид професійної діяльності трактує підприємництво О. В. Креденцер, аргументуючи свою точку зору наявністю в даній діяльності власного предмету праці, певними психологічними вимогами, що висуваються цією діяльністю до її суб'єкта (підприємця) тощо (Креденцер, 2005). Дослідниця вважає, що для суб'єкта це – професійна діяльність, яка включає в себе замисел, створення та здійснення дій певної підприємницької одиниці (Креденцер, 2020).

Л. М. Карамушка та Н. Ю. Худякова не співвідносять підприємництво з професійною діяльністю і зазначають, що, маючи на меті окреслення особливостей підприємницької діяльності як відмінної від праці, деякі вчені вводять поняття «економічна діяльність». Дослідниці погоджуються з думкою, що порівняно з трудовим функціонуванням і професіоналізмом підприємництво є «вищою формою ділової активності..., воно не має необхідних психологічних ознак праці і, як наслідок, не є працею в психологічному розумінні» (Карамушка & Худякова, 2011, с. 14).

Дана точка зору продовжує позицію Й. Шумпетера щодо того, що підприємництво не може розглядатися як професія. На його думку, в статусі підприємця неможливо перебувати тривалий час: підприємцем вчений визнає лише особу, яка здійснює інновацію (нову комбінацію) і яка перестає бути підприємцем, як тільки заснована ним «справа» починає далі функціонувати як стабільна система (Асаул, 2009).

В розрізі економічної діяльності зарубіжні та вітчизняні вчені співвідносять підприємницьку діяльність із типом економічного мислення, економічною активністю людини та за методом господарювання. Як тип економічного мислення особистості підприємництво передбачає орієнтацію на інноваційний характер діяльності, комерційний успіх, перспективність, ініціативність, самостійність та незалежність суб'єктів під час прийняття управлінських рішень. Н. Ахмад та А. Хофман, презентуючи розуміння підприємницької діяльності міжнародною Організацією економічного співробітництва та розвитку (OECD), зазначають, що підприємницька

діяльність передбачає підприємливі дії людини щодо створення або розширення економічної діяльності шляхом виявлення та використання нових продуктів, процесів або ринків (Ahmad & Hoffman, 2007).

Як економічна активність особистості підприємницька діяльність розкривається з точки зору вивчення пов'язаних із нею типових способів мислення, почуття та поведінки особистості. Й. Шумпетер вивчає підприємницьку активність з точки зору розвитку господарства й визначає його форму та зміст як «здійснення нових комбінацій» (Яновська, 2019, с. 34). А відтак основними рисами підприємця є інноваційність та готовність до творчої діяльності (Яновська, 2019).

Ю. В. Красилова вбачає в підприємницькій діяльності 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. Авторка відмічає, що в порівняння з особами, які не займаються підприємницькою діяльністю, підприємцям притаманна більша спонтанність поведінки, імпульсивність та глибина переживань (Красилова, 2004).

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» (Лугова & Єрмоленко, 2017, с. 297).

Американські вчені К. Макконнелл та С. Брю під підприємництвом розуміють особливий вид діяльності, в основі якої лежить низка неодмінних умов і вимог: підприємець виступає ініціатором поєднання землі, капіталу і праці в процес виробництва товарів чи надання послуг з метою отримання прибутку; підприємець вкладає кошти, витрачає час і працю, ризикує своєю

діловою репутацією через результати виробництва і бере на себе за них відповідальність; підприємець також виступає як новатор, що оновлює побут новими продуктами, новими технологіями виробництва, новими формами організації підприємства. Підприємець ризикує (Макконнелл & Брю, 1993).

З. С. 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» (Варналій, 2002, с. 25).

А. С. Краєвська підкреслює, що підприємці реалізують інтереси через власну господарську діяльність, вони максимально прагнуть досягти економічного успіху. При цьому важливим є те, що перевагу мають продуктивно-творчі, а не споживацькі мотиви, тобто прибуток знову повертається у виробництво. (Краєвська, 2016).

Н. В. Сментина зазначає, що підприємництво – це не будь-яка господарська діяльність, це особливий вид діяльності, особливість якого полягає в самостійності, ініціативності, систематичності, ризикованості, спрямованості на одержання прибутку або власного доходу (Сментина та ін., 2019).

О. В. Бондаренко та О. П. Зоря вбачають в підприємстві «результат заповзятливості господарюючих суб'єктів (підприємців), які реорганізували економічне життя суспільства на засадах більшої господарської доцільності. В економічному розумінні підприємницька діяльність людини (як суб'єкта господарювання) постає центральною функцією, фундаментальним «механізмом» будь-якої господарської (економічної) системи» (Бондаренко & Зоря, 2010, с. 330).

Аналіз підприємницької діяльності, проведений із позицій теорії діяльності, виявляє її різноманітність за видами (професійна, трудова, економічна діяльності), різноплановість за типами (за типом економічного

мислення, економічної активності, за методом господарювання), за направленістю (отримання підприємницького доходу, досягнення економічного успіху).

Основу поведінкового підходу психологічної характеристики підприємницької діяльності складають різноманітні поведінкові теорії підприємництва, концептуальним стрижнем яких є аналіз особливого типу поведінки – підприємницької. Проблема підприємницької поведінки, її основні ознаки, предиктори та детермінанти досліджувались ученими І. Ансоффом, П. К. Власовим, Л. М. Карамушкою, О. В. Креденцер, С. Д. Максименком, В. В. Москаленко, Ю. Ф. Пачковським, Ю. М. Швалбом, Й. Шумпетером, Р. Хізричем, М. Пітерсом та ін. В межах даного підходу постулюється твердження, що підприємцем є будь-яка людина, яка в своїй поведінці виявляє специфічні для підприємництва ознаки і при цьому не обов'язково займається підприємницькою діяльністю (не є власником певного підприємства). На думку вчених, детермінує підприємницьку поведінку стресова ситуація, й необхідність діяти сприймається суб'єктивно як фактор стресу. Саме це відображає істотну відмінність в особистості непідприємця й підприємця (Синицина & Рачкован, 2019).

На думку Й. Шумпетера, підприємницька поведінка – це особливий тип поведінки, коли дії (в господарстві) суб'єкта відрізняються від дій інших. Значна напруга духовних сил, незвичних вчинків, уміння діяти в незвичних обставинах, свобода від буденності, відсутність правил у прийнятті рішень визначає своєрідність суб'єктів цього типу. Така поведінка характеризується наявністю чуття, здогаду, необґрунтованим на той момент поглядом на речі, здатністю відрізнити істотне й несуттєве в ситуації невизначеності (Креденцер, 2020).

Ф. Хайек наголошує на тому, що підприємництво – це переважно характеристика поведінки людини, а не особлива форма соціально-економічної діяльності. Мета такої поведінки – пошук і дослідження нових економічних можливостей. На його думку, всякий індивід, чия поведінка

відрізняється пошуковим стилем, є потенційним підприємцем (Креденцер, 2005).

Р. Хізрич відстоює думку про певну модель підприємницької поведінки, яка є ключовим моментом у формуванні підприємницької спрямованості особистості і заперечує можливість існування типового підприємницького профілю, оскільки впевнений, що «... підприємцями не народжуються; вони розвиваються» (Яновська, 2019).

І. Кірцнер вважав, що «підприємцем є людина, яка вміє сприймати ринкову інформацію як невизначену, схильну до змін у певній ситуації. А тому функція підприємця полягає у пошуку таких ситуацій і використанні їх з вигодою для себе. Підприємцем є і спекулянт, який може придбати товар за низькою ціною, а продати за вищою, і виробник, який грає на різниці між ціною ресурсів і ціною готового продукту» (Волошина & Бруєв, 2017, с. 145). Тобто, вчений акцентував на вивченні поведінки підприємців під час нерівноважних станів економіки, коли вони вільні входити на ринки. Така свобода підприємців сприяє розвитку процесу динамічного суперництва – конкуренції, коли вони демонструють можливості для отримання прибутку. А ринковий процес таким чином спрямовується у напрямку досягнення рівноваги (О. З. Ватаманюк & Ватаманюк, 2017).

Перспективним є підхід, що включає аналіз підприємницьких намірів із застосуванням теорії запланованої поведінки. Дану позицію пропонують Н. Ф. Крюгер, М. Д. Рейлі, А. Карсруд. Використовуючи прийом конкуруючих моделей, вчені порівнюють дві засновані на намірах моделі з точки зору їх здатності передбачати підприємницькі наміри: теорію запланованої поведінки (ТРВ) Айзена та модель підприємницької події (SEE) Шаперо. Вони вбачають в підприємництві такий тип планованої поведінки, для якого ідеально підходять моделі намірів. (Krueger et al., 2000).

Ю. Ф. Пачковський характеризує підприємництво як особливий різновид людської діяльності і поведінки, в основі якого незвичайна чутливість до змін і велике бажання щось змінити для себе в житті (елемент

ініціативи); сміливість брати на себе відповідальність за можливі поразки та невдачі і ризикнути (елемент ризику); забезпечення реалізації і впровадження нових технологічних можливостей (винаходів, інновацій) (елемент новаторства); самостійність міркувань при прийнятті важливих рішень (елемент свободи); орієнтованість на діяльну трансформацію навколишнього світу, побудову нових взаємин (елемент активності). В дослідженні підприємництва вчений дотримується принципу міждисциплінарності, інтегруючи методологічні та теоретичні підходи сучасної соціології та психології. При цьому виділяються чотири концептуальні шляхи аналізу підприємництва: з позицій ризику, інноваційності, активності та соціокультурності (Карамушка & Худякова, 2011).

Розглядаючи усю сукупність підприємців під кутом характерних (типових) поведінкових дій і функцій, які вони виконують у системі виробничих і економічних відносин, вченими розроблено різноманітні типології підприємця. Вони базуються на особистісних рисах, мотивах діяльності й поведінки, орієнтації щодо ринкового середовища. Одну з перших загальних типологій запропонував Й. Шумпетер. Вона базується на соціальній приналежності підприємців. Розвиваючи його ідеї, Е. Хойс презентував типологію, в основу якої покладено характер поведінки підприємця на ринку. (Пілецька, 2007).

М. Вебер і В. Зомбарт, класифікуючи та описуючи (відповідно до створеної ними класифікації) підприємців на основі їхніх індивідуально-психологічних і поведінкових особливостей, висловити точку зору, що класичний підприємець включає в сублімованому вигляді «риси завойовницького типу – «авантюрну» уяву, азарт і готовність до ризику» (Компанієць & Полякова, 2021, с. 68). Описані авторами види прояву підприємницької активності пояснюються індивідуально-психологічними особливостями суб'єктів підприємницької діяльності. Вони запропонували типологію, що передбачає чотири типи особистості підприємців:

- 1) раціональний тип;
- 2) авантюрний тип;
- 3) міщанський тип;
- 4) підприємницький тип (Компанієць & Полякова, 2021).

Е. Фроліх і Й. Піхлер (1998) розробили власну типологію підприємців з урахуванням особливостей застосування стилю діяльності. Е. Гойс в основу типології поклав діяльнісне навантаження підприємця. А. Журавльов, Є. Дорофеев, В. Позняков типологізували за рівнем ділової активності, Я. Рощина – за стилем проведення дозвілля. Т. І. Заславська підґрунтям типології підприємців взяла характеристики бізнес-прошарку. В. Хмелько розробив типологію підприємців на основі їхньої стратифікації в сучасному українському суспільстві (Буторіна, 2018). Залежно від домінуючої мотивації підприємницької діяльності типологію підприємців запропонували українські вчені Л. М. Карамушка та Н. Ю. Худякова (2011), Л. С. Пілецька (2007).

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» (Яновська, 2019, с. 48).

Зачинателями вивчення даного феномену в рамках зазначеного напрямку є Шумпетер (1934), пізніше – Макклелланд (1967). Об'єктами досліджень цих та багатьох інших вчених стали особливі якості підприємця, їхні особисті риси й характеристики. Вчені припустили, що підприємець має унікальну особистість, порівняно з непідприємцем. Саме унікальні риси власної особистості сприяють, на думку дослідників, досягненню підприємцем успіху у його справі (Абдулаєва, 2010). У 70-80 р.р. минулого століття напрямок у дослідженні підприємництва змінився: дане явище пояснювалось переважно за допомогою економічних і стратегічних теорій (Kirchhoff, 1997). Починаючи від 90-х років ХХ ст., вчені знову звернулись до особистісного підходу, оскільки «підприємництво є фундаментально особистим» (Baum et al., 2007). Проте вектор вивчення психологічних особливостей підприємництва відхилився від дослідження рис особистості в бік дослідження особистих характеристик підприємця. Одиницею аналізу в цих новітніх підходах є особистість підприємця, включаючи дії, вибір і параметри процесу. В дослідженнях підтверджується вагомість характеристик особистості на основі її широких показників (Brandstätter, 1997) або при розробці типологій підприємницького успіху (Miner, 1997). Аналізується важливість підприємницької мотивації для успіху підприємницької діяльності, досліджується взаємозв'язок «орієнтації на підприємницьке ставлення», широко визначеної особистісної конструкції і результативності (Korunka et al., 2003, para 2).

Було виявлено значні індивідуальні відмінності у навичках, ставленні, пізнанні, цінностях, мотивах, цілях і навіть особистому здоров'ї підприємців та непідприємців. Встановлено різницю між успішними й неуспішними підприємцями (Baum et al., 2007). Аналізується важливість раніше менш спостережуваних параметрів, таких як проактивність, контроль дій, психічне здоров'я та особиста ініціатива (Korunka et al., 2003).

Проблема підприємництва 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 (Сердюк, 2022). 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).

Зарубіжні вчені Т. М. Беглі і Д. П. Бойд; Дж. А. Горнадей і Дж. Абауд; О. К. Макклелланд, Дж. В. Аткинсон, Р. А. Кларк і Е. Л. Лоуелл; А. Раух і М. Фрезе; Р. Х. Брокгауз; Дж. Роттер; Девід Л. Халл, Джон Л. Бослі та Джеральд Г. Уделл; Тіммонс, Дж.А., Л. Е. Смоллен і А. Л. М. Дінгі та інші в дослідженнях щодо відмінностей між підприємцями й непідприємцями та потенційних предикторів підприємницького успіху виявили три детермінантні характеристики особистості, які водночас є інтрапсихологічними характеристиками підприємницької діяльності: висока потреба в досягненнях, внутрішній локус контролю, схильність до ризику (Korunka et al., 2003).

Висока потреба в досягненнях як детермінантна психологічна характеристика підприємця є семантичним ядром мотиваційно-когнітивної теорії потреби досягнення, яка поряд із психоаналітичною теорією мотивації підприємницької діяльності складають динамічну теорію мотивації стосовно аналізу особистості підприємця. Активізація особистісного потенціалу людини в її ціннісно-мотиваційному вимірі досліджували вчені О. Злобіна, Дж. Мовен, Г. Морнінгстар, Є. Сірий, В. Семиченко, Дж. Тропман та інші (Зоря, 2010).

Теза про наявність у підприємця високорозвиненої потреби в досягненні, яка, в свою чергу, обумовлює певний набір поведінкових характеристик і особистісних рис, лежить в основі гіпотези Д. Макклелланда, автора мотиваційно-когнітивної теорії потреби досягнення: підприємці

повинні мати високий коефіцієнт мотивації досягнення (n Ach). Фактично емпіричні дослідження Д. Макклелланда стали однією з перших спроб визначити психологічний профіль підприємця. Особам із мотивацією досягнення, на думку вченого, властиві такі характеристики: погляд на ситуацію досягнення як на чинник, що приваблює; переконання в успішності справи; знаходження інформації, щоб оцінити власний успіх; готовність до відповідальності і рішучості у ситуаціях невизначеності; велике прагнення до досягнення мети; одержання значного задоволення від оригінальних завдань; бажання виконувати нехай і складну, проте реальну роботу; здатність бути зібраним в ситуації змагань або перевірки власних здібностей; бажання розумного ризику; реалістичність домагань; велика напористість при виникненні труднощів; зростання ступеню домагань у разі досягнення успіху та його зниження у разі невдачі (Пілецька, 2007).

Іншим напрямом динамічної теорії мотивації стосовно аналізу особистості підприємця є психодинамічна теорія мотивації підприємницької діяльності М. Кетс-де-Вріза. Представником французького психоаналізу запропонована «реактивна модель» підприємця, відповідно до якої він (підприємець) розглядався крізь призму мотивованого аутсайдера, особи, яка досягла успіху, незважаючи на сильні психологічні потяги та конфлікти (Baum et al., 2007). Для нього характерний низький рівень терпимості до фрустрації й напруги, низький об'єм уваги, а перше враження, інтуїція часто стають кінцевим рішенням. Такий психотип підприємця має імпульсивний, невротичний стиль поведінки, що виражається в безпосередності переживань, когнітивній відповіді, вираженні імпульсу. Дії підприємця є результатом високої імпульсивності психологічних процесів і характеризуються раптовістю, швидкістю, стрімкістю, оперативним плануванням для задоволення миттєвої цілі, що сприяє успіху діяльності. Для підприємця характерні гіперактивність й імпульсивність, нонконформістський супротив, честолюбство, які мають компенсаторну природу характерологічного пристосування до надмірного контролю в період

дорослішання. Таким чином, підприємницькі дії є результатом функціонування механізму компенсації, який призводить до того, що базові відчуття неповноцінності, тривожності обертаються в зовнішній діяльності прагненням до абсолютного контролю, влади, автономії. А відтак, символом успіху для підприємця стає прагнення створити контрольовану ним організаційну структуру, де він буде беззаперечним лідером і матиме можливість маніпулювати. Таким чином підприємець демонструє свою здатність створювати нову реальність, вирішувати й компенсувати фрустрацію дитинства. Подібний стиль поведінки підприємця М. Кетс-де-Вріз трактує як «ідентифікацію з патерном агресора»: його дії розглядаються як захисна реакція проти авторитетів (Kets de Vries, 1985).

Мотиваційно-динамічні концепції особистості підприємця Д. Макклелланда й М. Кетс-де-Вріза характеризуються як адаптивні тенденції дослідження особистості, оскільки розглядають його поведінку як таку, що з самого початку спрямована на досягнення цілі – на успіх або компенсацію дитячих фрустрацій.

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 (Яновська, 2019).

Теорія локусу контролю Дж. Роттера, яка трактує суб'єктивне відношення до впливу власної діяльності на подальші події як найважливіший параметр будь-якого очікування поєднання «дія-наслідок», акцентує на визначенні рівня суб'єктивного контролю, тобто стану відповідальності за власні дії. В сучасній психологічній науці локус контролю розглядається як глибинний, стійкий елемент структури саморегуляції особистості, як один із найважливіших механізмів, що визначають здатність людини долати життєві труднощі, здатність до саморозвитку, самореалізації (Саннікова, 2013).

Локус контролю – інтернальний/екстернальний – відображає ступінь самостійності особистості, її відповідальності та активності в досягненні цілей. Концепт прийняття на себе відповідальності та контролю над обставинами досліджувався в численних розвідках щодо вивчення підприємництва, виконаних в розрізі даної теорії. Високий рівень відповідальності діагностується у осіб із інтернальним локусом контролю (Дмишко, 2008; Безрукова, 2013).

Вчені Пандей і Теварі (1979), Раух і Фрезе (2000), Таджеддіні і Мюллер (2009) підтвердили гіпотезу про те, що особистості з інтернальним локусом контролю досягають більшої результативності в підприємстві, оскільки ставлять у залежність власний успіх від дій, які будуть ними виконуватися. Відповідальність за події у власному житті вони покладають на себе, виходячи з переконання, що людина може контролювати своє життя, вільно приймати рішення і втілювати їх. Підприємці вірять у власні сили здійснювати такий контроль свого життя (Максименко & Карамушка, 2010).

Внутрішній локус контролю є «передумовою успіху для підприємців і може бути важливим модератором успішного використання досягнень та інших характеристик підприємницької діяльності» (Anderson, 1977, p. 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» (Luca & Robu, 2016, p. 93).

Схильність (толерантність) до ризику як особистісна характеристика підприємця передбачає стійку здатність працювати в екстремальних ситуаціях підвищеного ризику та невизначеності, уміння здійснювати вибір із двох або кількох можливих варіантів рішення, мобілізацію особистісних якостей в умовах прояву ризикованої поведінки, готовність провокувати ризик заради екстенсивного розвитку власної справи.

Підприємці мають прораховувати ризики своїх дій, перш ніж їх здійснювати, оцінювати переваги та недоліки прийняття ризику, адже він проявляється на всіх етапах підприємницької діяльності незалежно від її сфери. Ризик – як небезпека невдачі й непередбачених втрат – прямо пов'язаний як із прибутковістю, так і з економічними втратами. Його ступінь істотно варіює під впливом фактору часу, багатьох інших об'єктивних та суб'єктивних чинників, які перебувають у безперервній динаміці. (Вишневська, 2016).

Толерантність до ризику визначається як основна риса успіху підприємців. Це доводив Дж. Мілль, який вважав, що прийняття ризику є ключовою якістю підприємця, що відрізняє його від інших суб'єктів господарської діяльності (Стовбун & Москаленко, 2017). Особистості в бажанні займатися підприємницькою діяльністю ризикують кар'єрою, фінансами, сім'єю, репутацією. Лише у випадку, якщо вони здатні терпіти ризики, можуть мати підприємницькі наміри та розпочати власну справу (Karabulut & Tuğba, 2016). При цьому слід розуміти, що повне усунення ризику неможливе через його об'єктивно-суб'єктивну, ймовірнісну природу.

Зазвичай підприємці змушені миттєво реагувати на виклики ринку, який характеризується невизначеністю, швидкозмінністю процесів. Вони часто приймають рішення, будучи обмеженими в часі та ресурсах щодо вивчення ситуації. А отже, змушені покладатися на інсайт, інтуїцію, практичність мислення – «спрацьовує» когнітивний компонент підприємницької компетентності. З огляду на це, вчені звернулись до вивчення когнітивних та темпераментних структур особистості підприємців. У психологічній науці виокремлено когнітивний підхід до аналізу підприємницької діяльності.

Основоположними в даному підході є фундаментальні дослідження в галузі інтелекту, зроблені М. Л. Смульсон. Вагомими є методологічні розробки в сфері когнітивної психології С. Д. Максименка та І. Д. Пасічника; роботи іноземних вчених Дж. Б. Барні, Р. А. Барона та С. Н. Галіо, Е. де Боно,

Л. В. Бузеніца, Д. Буkenога, Х. Ванден Брока, К. Вандерхейдена, Д. Канемана, А. Ньюела, Д. Халпберна (Кулаковський, 2017). В рамках когнітивного підходу підприємці розглядаються як такі, що шукають та створюють нові продукти, уявляють майбутнє, оцінюють ризик та шляхи отримання вигоди, сприймають та впізнають можливості – тобто використовують мислення.

Науковці запевняють, що повноцінному й успішному здійсненню підприємницької діяльності сприятиме врахування когнітивних факторів, можливості когнітивної сфери особистості, до якої вони відносять високо розвинені інтелектуальні функції, комбінаторні здібності; уміння мислити абстрактно; високий рівень лабільності та організованості розумових процесів; «відсутність схильності до «застрягання» в рішенні задач, поєднання креативності та прагматичної орієнтації в аналізі ситуації» (Лантух, 2020, с. 103). Г. А. Синицина зазначає, що розуміти, як мислить підприємець, означає розуміти суть його особистості, діяльності: її виникнення й розвиток. Вивчення підприємництва з позицій когнітивного підходу сприятиме глибокому усвідомленню психологічних механізмів, що керують підприємцем (Синицина, 2019).

Прибічники когнітивного підходу аналізують такі феномени, як «підприємницьке мислення», «ментальні моделі», «евристики», «можливість», «позитивний капітал», які вивчаються як детермінанти підприємницького успіху (Абдулаєва, 2010).

Теорією когнітивного підходу постулюється твердження, що вирішення проблем на кшталт формування підприємницької ідеї, розробки стратегії досягнення підприємницького успіху, оцінки альтернатив та ризиків набуває форми або алгоритмів (правил, яких можна не розуміти, але за допомогою яких можна прийняти рішення), або евристики (правил, які зрозумілі, але гарантії, що рішення правильне, не дають) (Кулаковський, 2017). Рішення також може бути прийняте як результат раптового усвідомлення взаємозв'язку або роботи інтуїції. На думку

Т. Ю. Кулаковського, «саме в когнітивних процесах, що виходять за межі усвідомленого алгоритмізованого мислення, може бути віднайдено ключ до розуміння феномена підприємця» (Кулаковський, 2017, с. 119).

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 (Busenitz & Barney, 1997).

Ф. Найт в обґрунтуванні особливих підприємницьких якостей виходить із того, що будь-яка ділова ситуація характеризується унікальністю і не може бути спрогнозована завчасно, тобто є невизначеною. А відтак, основні ознаки суб'єктів підприємницької діяльності вбачаються в інтуїтивному передбаченні, його вірі в правильності власних суджень, в переконаності щодо потреби й доцільності ухвалення ризикованих рішень (Кульбіда, 2002).

С. Гагліо та Д. Катц описали можливі процеси сприймання та обробки інформації, спираючись на які підприємець буде створювати нові товари, послуги та сервіси, тобто спробує знайти інноваційний підхід до задоволення потреб споживачів (Carsrud & Brännback, 2009).

У межах когнітивного підходу аналізу підприємницької діяльності вчені розглядають притаманні підприємцям когнітивні упередження, які призводять до прийняття помилкових рішень (Р. Барон, Дж. Руссо, П. Шумейкер, М. Саймон, С. Хаутонта, К. Аквіно, Л. Бузеніц, Дж. Барні, С. Тейлор, Дж. Браун, Т. В. Коломієць, Т. Ю. Кулаковський). Когнітивні упередження спричиняються високим рівнем невизначеності, браком часу, нестачею інформації / інформаційним перевантаженням, емоційним напруженням – дефіцитом ресурсів для прийняття виваженого раціонального рішення.

Міждисциплінарність у вивченні підприємництва генерує багатоаспектність у формулюванні його визначення. Це зумовлює різноплановість та різнобічність у психологічному аналізі даного явища. Тим

не менше представники наукової спільноти незалежно від позиції щодо розгляду підприємницької діяльності єдині в поглядах щодо її основних ознак і визначають їх як ризик, мотивація досягнення, свобода, ініціатива, інноваційність.

Виходячи з позицій міждисциплінарності у вивченні явища підприємництва, враховуючи багатоаспектність його психологічного аналізу, розглядаємо *мотивацію підприємницької діяльності* як спонукання особистості до підприємництва, в основі якого – прагнення досягнень, свободи, ініціативності, інноваційності шляхом усвідомлення ризиків діяльності й удосконалення власної особистості.

1.2. Психологічні особливості становлення мотиваційної сфери особистості в студентському віці

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 (Дуб & Галян, 2012).

Поняття мотиваційної сфери особистості у дослідженнях українських та зарубіжних науковців В. М. Галузяка, М. М. Заброцького, С. С. Занюка, І. Б. Зарубінської, Г. С. Костюка, І. В. Жадан, С. Д. Максименка, Б. Г. Ананьєва, Дж. Аткинсона, Л. І. Божович, Л. С. Виготського, П. Я. Гальперіна, Є. П. Ільїна, Д. Б. Ельконіна, В. Є. Клачка, О. М. Леонтєва, Д. М. Леонтєва, А. Маслоу, Г. Олпорт, К. Роджерса, Б. Скіннер, С. Л. Рубінштейна, З. Фрейда, Г. Хола, Х. Хекхаузена та ін. характеризується різнобічністю щодо його вивчення з точки зору дефініції, підходів, структури, теорій.

Походження та динаміку мотиваційної сфери людини пояснює розроблена А. Н. Леонтьєвим (1975) теорія діяльності, відповідно до якої мотиваційна сфера знаходить свій початок в практичній діяльності. Так, поведінці в цілому відповідають потреби людини; системі діяльностей, з яких складається поведінка, – різноманітні мотиви; набору дій, що формують діяльність, – упорядкований набір цілей. У продовження цієї тези В. Г. Асєєв (1970) зазначає, що мотиваційна система розуміється не як первинне духовне начало, не як першоджерело людської активності, а як складно побудований регулятор людської життєдіяльності, який відображає в своїй структурі та змісті особливості об'єктивної дійсності, складовою якої є і зовнішній для людини світ, і сама людина в усіх її об'єктивних характеристиках. Змістовно поняття мотиваційної сфери особистості співвідноситься з поняттями потреба, мотив, мотивація.

Діяльнісний підхід став підґрунтям дослідження проблеми мотивації у психолого-педагогічній науці: слідом за О. М. Леонтьєвим у наробках вчених термін «діяльність» пов'язується з терміном «мотив», який являє собою «...те об'єктивне, що відповідає потребі, спонукає і спрямовує діяльність» (Яворовська та ін., 2013, с. 17). Діяльнісний підхід, базуючись на принципі єдності людської психіки та діяльності, є основою системності у вивченні мотиваційної сфери людини. «В діяльнісному підході мотив є цілісним способом організації активності індивіда, інтегральним побудником і регулятором діяльності» (Яворовська та ін., 2013, с. 17).

Тлумачення терміна «мотив» у сучасній науковій літературі характеризується широким розмаїттям формулювань. О. М. Леонтьєв (1971) визначає мотив як предмет потреби, причини вибору дій і вчинків людини. У «New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language» представлено тлумачення мотиву (motive) як відчуття необхідності, бажання, страху тощо, що спонукає індивідуума до дії (*New Webster's Dictionary and Thesaurus of the English Language*, 1993, р. 653). Для Ф. М. Подшивайлова (2015) мотив – усвідомлена потреба, яка супроводжується бажанням її

задовольнити. За В. П. Сладкевичем (2001), це внутрішня спонuka особи до діяльності, пов'язана з задоволенням певних потреб. Шанскова Т. І. (2010) позиціонує мотиви як усвідомлені спонукання поведінки та діяльності особистості, які є її властивістю та які виникають при найвищій формі відображення потреб. Н. О. Клименко (2005) відзначає, що мотив – це інтегральний спосіб організації активності людини, будь-яка її спонuka, детермінантами якої є як внутрішні, так і зовнішні причини.

У результаті аналізу визначень терміна «мотив» виявлено, що всі вони «мають єдину сему: це складне психологічне утворення, усвідомлене спонукання людини до певної поведінки чи діяльності, пов'язаної з прагненням задовольнити свої потреби» (Вєтрова, 2020, с. 151).

Мотиви виникають, розвиваються і формуються на основі потреб. Вони є відносно самостійними, оскільки потреби точно не визначають сукупність мотивів, їхню силу і стійкість. Якщо потреби становлять сутність, «механізм» всіх видів людської активності, то мотиви є конкретним виявленням цієї сутності (Колодїйчук & Черторижський, 2010).

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 (Ковальов, 1982). 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 (Леонтьєв, 1984).

У результаті вивчення досліджень зарубіжної психології відмітимо висновок вчених про те, що мотиваційну сферу складають зовнішні та внутрішні спонuki (стимули, підкріплення, потреби; потяги, мотиви тощо), соціальні й біологічні спонuki (життєві цілі, ідеали, цінності; голод, спрага, самозбереження), власне спонuki й когнітивні змінні (мотиви досягнення успіху та уникнення невдач і суб'єктивні можливості успіху й неуспіху в

теорії досягнень Дж. Аткинсона) (Орлов, 1989). Мотиваційна сфера охоплює спонування – як усвідомлені (потреби, інтереси, цілі, стимули, мотиви, нахили), так і неусвідомлені (прагнення, установки, бажання, інстинкти) (Бугрименко, 2006).

Дослідник Ф. М. Подшивайлов (2015) наводить визначення, в яких мотиваційна сфера особистості характеризується як:

- «сукупність мотиваційних утворень, що є у даної людини: диспозицій (мотивів), потреб, цілей, атитюдів, поведінкових патернів, інтересів;

- складна система різнохарактерних мотивів (мотиваційних установок, потреб, інтересів тощо), що відображають різні сторони діяльності людини і її соціальні ролі» (Подшивайлов, 2015, с. 27);

- «ядро (центр) простору особистості, у якому перетинаються всі осі координат (особистісні властивості), що визначають характер мотиваційних процесів» (Подшивайлов, 2015, с. 29).

М. А. Кузнецов, К. І. Фоменко, Л. О. Жданюк посилаються на розуміння мотиваційної сфери особистості студента як складного структурного цілісного утворення, що визначається системою змістоутворюючих, діяльнісних, комунікативних та емоційно чуттєвих психологічних умов і засобів в процесі професійного становлення (Кузнецов та ін., 2019).

Аналіз психологічної літератури узагальнено розкриває мотиваційну сферу особистості як складну системну цілісність, що об'єднує притаманну людині сукупність мотиваційних утворень. Дана проблема розглядається переважно крізь призму спонукальних механізмів активності особистості. Основними структурними компонентами мотиваційної сфери особистості, слідом за А. М. Леонтєвим (1984), виділяються такі мотиваційні утворення, як мотив, потреба, мета. Кожна з потреб може бути реалізована в багатьох мотивах, кожен із мотивів може бути забезпечений послідовністю поставлених цілей. Також основними поняттями, що розкривають сутність

мотиваційної сфери особистості є бажання, нужда, когнітивний контроль (воля), наміри, мотивація.

Становлення мотиваційної сфери особистості студентського віку 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 категорії було охарактеризовано психологічною школою Б. Г. Ананьєва. Подальші дослідження М. В. Балушка, М. І. Дьяченко, Л. О. Кандибович, М. А. Кузнецова, Л. Г. Подоляк, В. А. Роменця, Н. В. Чепелевої, В. І. Юрченка засвідчили інтенсивний розвиток всієї структури особистості людини в студентському віці, якому притаманні певні психічні новоутворення і психічні особливості, оскільки відбувається подальший психічний розвиток людини, особистість змінюється структурно через входження в нові соціальні спільноти, переструктуровуються психічні функції всередині інтелекту (Яворовська, 2013).

У психологічній науці поняття «студентство» розуміється як специфічна соціальна категорія, своєрідна спільнота людей, організаційно об'єднаних навчанням у закладі вищої освіти (Єфіменко, 2012).

Л. Г. Подоляк, В. І. Юрченко визначають студентство як молодь, що перебуває в стадії персоналізації, яка базується цілеспрямованим засвоєнням навчальних, професійних і соціальних функцій через свідоме оволодіння професійними навичками, знаннями та вміннями, набуття професійних характеристик під час навчання у закладах вищої освіти (Подоляк & Юрченко, 2011).

С. С. Вітвицька (2000) наводить визначення студентства як особливої соціальної групи, сформованої різними соціальними утвореннями суспільства, для якої характерні особливі умови життя, праці, побуту, особлива суспільна поведінка і психологія, а набуття знань і самопідготовка до роботи в майбутньому є головним і, фактично, єдиним заняттям.

Жданюк Л. О., 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» (Жданюк, 2017, 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 (Жданюк, 2017).

Результатом емпіричних досліджень у психологічному полі особистостей студентського віку науковців П. А. Просецького, Є. Л. Скворчевської, К. І. Фоменко, Т. Б. Хомуленко став висновок про те, що студентство як своєрідний соціальний феномен, у порівнянні з іншими групами суспільства, характеризується більш складною соціальною ситуацією розвитку й досить високою мотивацією досягнення та пізнання.

Студентський період життя припадає переважно на вік від 17-18 до 23-25 років. Представниками вікової психології в рамках соціально-психологічного підходу цей етап визначається як пізня (зріла) юність (старший юнацький вік) або як другий період юності чи перший період зрілості (Ананьєв Б. Г. та його послідовники). Л. С. Виготський назвав даний етап «початком зрілого життя», вперше в психологічній науці чітко відмежувавши дитинство від дорослості: «Вік від 18 до 25 років становить швидше початкову ланку в ланцюзі дорослих віків, ніж заключну ланку в дитячому розвитку...» (Вегнер, 2014, с. 27). Таке розуміння студентського віку знайшло відображення у подальших науково-психологічних дослідженнях.

Як зазначає Л. М. Яворовська (2013), студент як людина певного віку і як особистість може характеризуватись в трьох аспектах: 1) психологічний – цілісність психологічних процесів, станів і властивостей особистості. Головне в даному аспекті – психічні властивості (спрямованість, темперамент, характер, здібності), які впливають на перебіг психічних процесів, прояв психічних утворень, виникнення психічних станів; 2) соціальний: втілення суспільних відносин, якостей, породжуваних приналежністю студента до певної соціальної групи, національності; 3) біологічний – тип вищої нервової діяльності, будова аналізаторів, безумовні рефлекси, інстинкти, фізична сила, статура тощо, що зумовлено переважно спадковістю і вродженими задатками, проте змінюється під впливом умов життя.

Вивчення студента в такому ракурсі розкриває його якості й можливості, вікові та особистісні особливості й засвідчує, що студентський вік характеризується складністю становлення особистісних рис, досягненням найвищих, «пікових» результатів, що пов'язано з певними новоутвореннями психологічного, соціального й біологічного розвитку, які торкаються пізнавальної, мотиваційної, емоційної та вольової сфер психіки людини. Новоутвореннями цього періоду є те, що змінюється характер соціальних ролей, відбувається становлення когнітивної сфери, вдосконалюється інтелект, розвивається рефлексія, розкриваються потенційні можливості, відбувається перетворення мотивації й усієї системи ціннісних орієнтацій згідно з новим (для даного періоду) провідним типом діяльності – навчально-професійним (Єфіменко, 2012). Показовою в даному контексті є думка Б. Г. Ананьєва, відомого значним внеском у проблему вивчення особливостей студентства: «Перетворення мотивації, всієї системи ціннісних орієнтацій, з одного боку, інтенсивне формування спеціальних здібностей у зв'язку з професіоналізацією, з іншого – виділяють цей вік як центральний період формування характеру та інтелекту» (Дубінка, 2012, с.167).

З точки зору психологічного змісту, період навчання студента є доволі складним, впливає на всі системи організму, має свої специфічні особливості, кризи розвитку й спади. Студентський вік – це «сенситивний період для особистісного індивідуального самоствердження, коли у мотиваційній сфері студента провідну роль відіграють різнопланові мотиви, які пов'язані з мотивами провідної діяльності – мотивами академічної саморегуляції студента» (Кузнєцов та ін., 2019, с. 25). Переоцінка зрілим юнаком (юнкою) значимості ціннісних орієнтирів, переосмислення свого місця в суспільстві, прийняття на себе відповідальності за результати життєдіяльності, жага досягнень, професійне самовизначення приховані в мотивах особистості.

Професійне самовизначення студента, як одне із головних новоутворень даного періоду, опосередковується його провідною діяльністю – навчально-професійною, енергетичним ресурсом якої є

навчально-професійна мотивація. На основі аналізу наукової літератури українські дослідники В. Г. Дуб та І. М. Галян (2012) стверджують, що мотивація навчально-професійної діяльності – це взаємовідношення цілей, яких студент хоче досягти, і внутрішньої активності його особистості. Її складники – навчально-пізнавальні, навчально-професійні та професійні мотиви, – врегульовуючи навчально-професійну діяльність студента, модифікують його мотиваційну сферу (Дуб & Галян, 2012).

Навчально-пізнавальні мотиви визначають прагнення студента до досконалого володіння знаннями, уміннями й навичками професійної діяльності. Серед навчально-пізнавальних мотивів, які становлять цілісну структуру навчальної діяльності, науковці виділяють внутрішні та зовнішні (Ільченко, 2019). 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 прийнятним, 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) (Чаусова, 2018).

Від рівня сформованості внутрішніх та зовнішніх навчально-пізнавальних мотивів залежить ефективність і успішність навчально-пізнавальної діяльності. Вона буде продуктивною й плідною у випадку домінування внутрішніх мотивів над зовнішніми.

Навчально-професійні мотиви корелюються із поняттям академічної мотивації, яке вживається переважно в зарубіжних дослідженнях. Вітчизняні вчені Л. О. Жданюк, М. А. Кузнецов, К. І. Фоменко, посилаючись на визначення Д. Шанка, Д. Пінтріха, Дж. Месе, характеризують академічну мотивацію як «процес, отриманий у результаті будь-якої дії (наприклад, вибір завдань, зусилля, наполегливість) і вербалізації (наприклад, «я люблю історію»), на основі чого розпочинається цілеспрямована фізична або розумова активність» (Кузнецов та ін., 2019, с. 21). У. Вількесманн, Х. Фішер та А. Вірджилліто стверджують, що мотивація «операціоналізується як основне «чому» поведінки», тобто є втіленням казуалізації поведінки, а отже, академічна мотивація розуміється як поштовх до прийняття певного рішення щодо здійснення навчальної діяльності (Wilkesmann at al., 2012, p. 2). Значущість академічної мотивації полягає в тому, що значно активніше в діяльності, що сприяє в навчанні й подальших досягненнях під час професіоналізації, проявляють себе вмотивовані студенти (Левченко, 2011). Уплітаючись у структуру навчальної мотивації осіб студентського віку, професійні мотиви пов'язуються з академічними мотивами і формують навчально-професійну мотивацію.

Професійні мотиви є спонуками до спрямування активності особистості на задоволення потреб у праці, самоствердженні, самореалізації і визначаються як «здатність особистості усвідомлювати предмети актуальних потреб як внутрішніх, так і зовнішніх, які б задовольнялися за допомогою професійного виконання поставлених завдань і спонукали до самовдосконалення, самоосвіти, просування по кар'єрних

сходах» (Купчак, 2020, с. 108). Вони орієнтовані на зміст навчальної дисципліни, спілкування, самовдосконалення й виявляються у прагненні до оволодіння обраною професією. У разі невисокого рівня професійної мотивації детермінується недостатній рівень професійної підготовки майбутніх фахівців.

Мотивація навчально-професійної діяльності студентів складає сукупність мотивів (пізнавальних, соціальних, професійних) і спричиняє зацікавлене ставлення до навчання як основи професійної діяльності (Дуб & Галян, 2012). Тобто, студент, який осмислив потребу знань, необхідних для майбутньої фахової діяльності, й свою професію усвідомив як джерело задоволення власних духовних і матеріальних потреб, буде активніше проявляти себе в навчанні. Стрижнем особистості майбутнього фахівця є структура мотивів студента, що формується в період навчання.

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. М. 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 (Подшивайлов, 2015). Натомість на завершальному етапі навчання студенти-

випускники усвідомлюють свої життєві цінності, дальні життєві цілі та особистісні сенси (Яновська та ін., 2010).

Така ситуація є закономірною у світлі перетворення системи ціннісних орієнтацій відповідно до навчально-професійної мотивації, оскільки мотивація та цінності взаємопов'язані в межах навчально-професійної діяльності: внутрішня мотивація ґрунтується на особистісних цінностях. Відбувається співвіднесення студентом потенційних професійних мотивів із ієрархією особистісних цінностей. Переосмислюються моральні норми, змінюється світогляд, переконання, ідеали, соціальні установки. Ціннісно-смысловий блок навчально-професійної діяльності детермінує трансформацію навчально-професійних мотивів у професійні, вносячи таким чином динамічні зміни в мотиваційну сферу особистості.

Таким чином, основними компонентами мотиваційної сфери студента є комплекси навчально-професійних і професійних мотивів які є, з одного боку, відносно незалежними утвореннями, з іншого, – компонентами єдиної системи, взаємодіючими і взаємообумовленими в своєму розвитку.

1.3. Особа студентського віку як суб'єкт трудової діяльності

В українському суспільстві останнім часом спостерігається тенденція до трудової зайнятості переважної більшості студентської молоді. Значна кількість осіб студентського віку вже працює під час вступу до закладу вищої освіти. Особливо це характерно для абітурієнтів заочної форми навчання. Чималий відсоток і тих, хто працевлаштовується, вже будучи здобувачем вищої освіти. Так, зокрема, у досліджуваній нами вибірці серед здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти 1 курсу – 4 % працюючих, 2-го курсу – 25 %, 3 курсу – 81 %, 4 курсу – 84 %; серед здобувачів другого (магістерського) рівня освіти – 86 % працюючих; серед аспірантів – 77 %.

Спостерігаємо, що з кожним наступним роком навчання відсоток працюючих здобувачів збільшується.

Студенти прагнуть отримати можливість практичної орієнтації з подальшою перспективою виходу на ринок праці, оскільки без досвіду роботи їхні можливості обмежені: роботодавці більш зацікавлені в майбутньому працівнику з досвідом, аніж у випускнику без досвіду. А відтак, молодь шукає потенціал для альтернативного працевлаштування, й підприємницька діяльність в цій ситуації є оптимальним виходом. Як показують дослідження науковців, місце роботи студентів під час навчання у більшості не відповідає їх майбутньому фаху (близько 70 % випадків), а понад 50% випускників змушені працевлаштовуватися за суміжним фахом, отримувати іншу освіту або ж займатися підприємницькою діяльністю (відповідно до професійних компетенцій або альтернативно) (Оксамитна, 2011; Чорна & Чорний, 2015).

Вступаючи до закладу вищої освіти, особа студентського віку зазвичай має на меті отримання знань, умінь і навичок, які відповідають певній спеціальності і в подальшому детермінують її професійний розвиток. Мотивація її діяльності визначається професійною вмотивованістю, пізнавальними мотивами, мотивами особистісного престижу. Потрапляючи в нові життєві умови, першокурсник деякий час переживає задоволення від досягнутої мети (вступ до закладу). Проте пізніше починає відчувати труднощі навчального, соціально-психологічного, професійного та психофізіологічного характеру: змінюється форма навчання, соціальний статус індивіда, його оточення, життєвий устрій. Відбувається різкий перехід до самостійного життя, що є доволі незвичним. Студент входить у процес соціалізації, самовиявлення особистісних якостей. Адаптувавшись до нових умов, він стикається з новими викликами: з'являються сумніви щодо правильності вибору професії; посилюється потреба в незалежності і самостійності, в першу чергу – від батьків. Наслідком реагування на ці виклики є працевлаштування студента.

Науковці (Беннет Д., Гречанюк Н. М., Годлевська В. Ю., Даролія Р., Маккарті С., Картер С., Романова Н. Ф. та ін.) вказують на різні причини такого явища: від прагнення до фінансово-економічної незалежності до прагнення особистісного та професійного розвитку – недостатність матеріального забезпечення (низька стипендія, проживання одноосібно від батьків при прагненні бути самостійним, малозабезпеченість родини (один із батьків не працює або неповна сім'я), створення студентом власної сім'ї, народження дитини); здобуття досвіду та необхідних практичних навичок, можливість професійного зростання; необхідність оплачувати навчання студентами-контрактниками; відсутність інтересу до навчання; належне соціальне забезпечення на потенційному місці роботи, отримання фінансової можливості здійснювати різноманітні бажання, наявність яких характерна для студентського віку (Годлевська, 2008; Карамушка & Ходакевич, 2017). Дослідники Інституту демографії та соціальних досліджень імені М. В. Птухи вказують на можливість, у разі працевлаштування студента, отримання ним часового та вікового лагу, необхідного для розвитку фахового спеціаліста і, як наслідок, одержання більш високооплачуваної роботи, розширення поля працевлаштування (Л. Лісогор, 2016).

Ці причини формують мотиви трудової діяльності осіб студентського віку, одні з яких є близькими в перспективі (збільшення фінансових статків тощо), інші – віддаленими (набуття трудового, професійного досвіду). Не дивлячись на протилежність векторів мотивів у часовому вимірі, можна говорити про їхню взаємозалежність, оскільки між навчально-професійною та трудовою діяльністю студентів існує взаємозв'язок: чим більше студенти зростають професійно, тим дужче зростає їх потреба в поєднанні навчання з роботою і зароблянні власних грошей (Подоляк & Юрченко, 2006; Карамушка & Ходакевич, 2017). Таким чином, особа студентського віку одночасно є суб'єктом як навчально-професійної, так і трудової діяльності, або суб'єктом праці.

У науці існує декілька підходів щодо бачення поняття «суб'єкт». Один із них, найпоширеніший, – підхід до людини як суб'єкта діяльності. Зокрема, К. І. Фоменко, наводить думку, що «проявом суб'єкта є діяльність, у процесі якої з урахуванням конкретних обставин вибудовується спосіб об'єднання намірів, бажань та мотивів (Рубинштейн, 2003). Таким чином, суб'єкт розглядається як джерело причин буття, оскільки саме він завдяки внутрішнім психічним умовам визначає і спрямовує свою діяльність в реальному житті (Хазова, 2003). ...Саме суб'єкт ... є первинним: його потреби і мотиви – вихідні мотиватори діяльності. Первинні цілі не є наслідком попередніх, вони визначаються станом суб'єкта, а в процесі діяльності формуються нові потреби, мотиви і цілі (Леонтьєв, 1975)» (Фоменко, 2018, с. 34). У наукових дослідженнях переважає думка, що в співвідношенні категорій «суб'єкт» і «особистість» поняття «суб'єкт» є родовим до поняття «особистість», оскільки «... особистість є, по-перше, атрибутивною характеристикою кожного людського суб'єкта, але не самим цим суб'єктом, а по-друге, такою психологічною характеристикою суб'єкта, яка регулює його відносини з об'єктивною дійсністю» (Велитченко, 2008, с. 75).

Із позицій концептуального підходу для розвитку суб'єкта характерний принцип поступового становлення здатності бути автором власного життя: взаємодія з різними соціальними партнерами має різнорівневі можливості (Фоменко, 2018). Отож, особа, яка стає суб'єктом трудової діяльності вже в студентському віці, розширюючи соціальне коло, поглиблює власний соціальний досвід і таким чином стає на шлях усвідомленої життєдіяльності. Припускаємо, що вона як суб'єкт перебуває на другій стадії з трьох, де перша – недостатньо адекватне усвідомлення власних істинних спонукань, неусвідомленість щодо міри впливу на обставини, вияв якостей суб'єкта в актах цілепокладання; друга – свідоме співвіднесення цілей та мотивів дій, прагнення передбачити їх результативність; третя – творення власного життя, вирішення актуальних протиріч розвитку суспільства

власними діями (Фоменко, 2018). У процесі трудової діяльності особистість студентського віку перебуває в процесі усвідомлення пропорційності цілей і мотивів, соціалізуючись, стоїть на порозі становлення творця свого життя.

Науковцями розроблено різні теорії розвитку суб'єкта діяльності. Дубасенюк О. А. та Якса О. Е. наводять одну з них, яка окреслює стадії розвитку суб'єкта праці відповідно до вікового розвитку людини, згруповані в періоди: допрофесійний розвиток суб'єкта праці, період «вибору професії» (раннє, дошкільне, молодше шкільне дитинство), проектування професійного «старту» і життєвого шляху (підлітковий вік і рання юність); період професійної підготовки і подальшого становлення професіонала. Початковою стадією останнього періоду є студентські роки – час, коли культивуються основні ціннісні уявлення, що характеризують ту чи іншу професійну спільноту, засвоюється система, яку вони складають, відбувається опанування необхідними для майбутньої професійної діяльності спеціальними знаннями, вміннями, навичками; формується професійна придатність і трудова мотивація (Дубасенюк & Якса, 2009).

Сучасні дослідники не мають єдиної думки відносно дефініції понять трудової мотивації. Тим не менше, його змістовим ядром визначається розуміння мотивації трудової діяльності як складного процесу, формування якого здійснюється в залежності від впливу таких факторів, як потреби, цілі, мотиви, стимули, мотиваційні чинники тощо (Калюжна, 2020). Фактично, трудова мотивація – відображення того, як людина обгрунтовує свій спосіб участі у трудовій діяльності.

Базисом трудової діяльності людини є мотиви, що формуються в залежності від різних видів потреб – матеріальних, соціальних чи культурних – і становлять так зване мотиваційне ядро: мотиви забезпечення життєво важливих благ, в основі яких покладена матеріальна заінтересованість і орієнтація на заробіток; мотиви життєвого призначення з переважаючою орієнтацією на зміст праці; мотиви престижу з орієнтацією на

статусність. У разі одночасної реалізації цих мотивів говорять про повне задоволення суб'єкта своєю працею.

Задоволеність працею розглядається вченими як інтегральна характеристика, яка відображає збалансованість відгуків на вимоги працівника до змісту, характеру й умов праці та суб'єктивної оцінки щодо можливостей їх реалізації (Губа & Кондратенко, 2017). Особа приймає свою працю у разі, коли праця викликає суб'єктивно необхідний рівень задоволеності: в одних випадках – від процесу роботи, в інших – від його результату. Як демонстрація ставлення особи до роботи, що вона виконує, задоволеність працею трактується і як ставлення особистості, і як установка, як оцінка, емоційний стан, почуття, мотив (Поденко, 2019). Це суб'єктивна оцінка і комплексний показник, що обумовлюється змістом, характером праці, умовами праці, зарплатою, відносинами в колективі і є визначальним у трудовій адаптації суб'єктів діяльності. Задоволеність працею детермінує ефективність результату будь-якої трудової діяльності, зокрема і підприємницької.

Учені В. А. Семиченко, В. Ф. Моргун, Н. М. Мишко, Н. О. Юдіна, досліджуючи вплив мотивації на діяльність, зазначають про забезпечення нею вибіркової активності і спрямованості діяльності; вивчають мотивацію як складний механізм, «який співвідносить вплив зовнішніх для особистості чинників активності з цілим комплексом тих внутрішніх якостей і можливостей людини, які характеризують її як суб'єкта діяльності» (Калюжна, 2020, с. 159). Трудова діяльність людини окреслюється сукупністю мотивів, які регулюють її поведінку на різних структурних етапах розвитку мотивації професійної діяльності: на етапі вибору професії або спеціальності, вибору місця роботи, безпосередньої реалізації професійної діяльності. Мотиви трудової діяльності детермінують формування в особистості професійних мотивів (Шевченко & Джоган, 2017). Сутність останніх для осіб студентського віку розуміється як усвідомлення предмету їх актуальних потреб (навчання для здобуття вищої освіти,

саморозвиток, професійний розвиток, самопізнання, підвищення соціального статусу тощо), комплекс процесів і чинників, що скеровують особистість до вивчення своєї майбутньої професійної діяльності (Кириченко & Колодяжна, 2021).

Трудова мотивація студентів може суттєво відрізнятися від навчальної мотивації за змістом. Почасти здобувачі освіти орієнтуються на формальне засвоєння знань, успішне складання сесії, схвалення з боку батьків чи викладачів, тим самим демонструючи перевагу зовнішньої мотивації. При цьому вони не усвідомлюють, що зовнішня мотиваційна орієнтованість не сумісна з бажанням успішно самореалізуватись в професії. Відсутність реалістичного уявлення про сутнісні ознаки майбутньої фахової діяльності стає на заваді студентам (особливо першокурсникам), керованим зовнішніми чинниками, у досягненні професійного успіху (Калюжна, 2020).

Аналіз класифікацій мотиваційних факторів трудової діяльності, зокрема в роботах О. А. Магопєць, А. М. Колота, І. Ф. Комарницького, І. О. Баклицького, засвідчує наявність у спонуканнях як внутрішньої, так і зовнішньої природи. Так, Ю. Калюжна в дослідженні особливостей навчальної та трудової мотивації посилається на точку зору, що будь-яка діяльність має комплекс мотивів, пов'язаних із досягненням результату діяльності (завоювання престижу, набуття статусності, отримання диплому (для студента), розробка нового продукту); із переживанням позитивних емоцій безпосередньо від процесу праці; отриманням винагороди за діяльність (одержання заробітної плати, прихильність керівництва, здобуття популярності, підвищення за посадою тощо); із прагненням уникнути покути за невиконання чи неякісне виконання діяльності (упереджене ставлення оточуючих, керівництва, звільнення тощо) (Калюжна, 2020). Тобто, трудова мотивація формується мотивами зовнішньої та внутрішньої мотивації.

Як зазначає Т. В. Гадеєва, між цими двома видами мотивації існує як феноменологічна, так і функціональна відмінність, оскільки вони мають протилежні сутнісні вектори (Гадеєва, 2012). Внутрішня мотивація

передбачає інтринсивно мотивовану поведінку і, відповідно, її внутрішню регуляцію – діяльність, обумовлену інтересом та отриманням задоволення від неї. Провідним чинником поведінки в даному аспекті є бажання суб'єкта самому контролювати події власного життя. На противагу цьому, зовнішня мотивація пов'язана з зовнішньо-регульованою поведінкою суб'єкта, яка потребує зовнішньої цінності діяльності і зовнішніх контролюючих чинників. Виходячи з цього та ґрунтуючись на теорії самодетермінації американських психологів Е. Дісі та Р. Раяна, дотичної до позитивної психології, українська вчена К. І. Фоменко розглядає наступні способи регуляції трудової діяльності: внутрішня саморегуляція або мотивація, яка передбачає інтерес і насолоду під час діяльності – власне спонукання, та зовнішня регуляція – ідентифікаційне, інтроєктоване та зовнішнє регулювання, яке вимагає зовнішніх цінностей трудової діяльності (Фоменко, 2017).

Внутрішня і зовнішня регуляція трудової діяльності передбачають той чи інший мотиваційний компонент. Розуміння способу саморегуляції трудової саморегуляції у суб'єкта дає можливість визначити його мотиви діяльності. Сукупність мотивів діяльності – мотивація – є складною, проте динамічною системою, яка реагує на зміни, що відбуваються у внутрішній структурі особистості та в зовнішніх умовах її життєдіяльності. Відтак, вектор мотивації та саморегуляції (зокрема трудової) суб'єкта діяльності є змінним внаслідок пертурбацій в його житті та внутрішньому світі, спричинених як незалежними від суб'єкта обставинами, так і за його бажанням при можливій допомозі спеціаліста.

На сьогоднішній день, у часи нестабільної економічної ситуації, для суспільства, особливо для такої його частини, як молодь, гостро постає питання забезпечення матеріальними благами. Саме завдяки їх досягненню задовольняються бажання й потреби суб'єктів діяльності й визначається перспектива на успішність їх існування в сучасному суспільстві. Основним,

якщо не єдиним, засобом досягнення матеріальних благ є саме трудова діяльність.

Потреби суб'єктів, поряд із причинами, що обумовлюють вибір діяльності, та суб'єктивними переживаннями (емоціями як формами саморегуляції поведінки й діяльності) є мотивуючими факторами в системі мотивації діяльності. На думку О. А. Богуцького, трудова мотивація містить у собі чотири основних компоненти: матеріальну зацікавленість (досягнення матеріальних благ), особистий інтерес до роботи (задоволеність працею), відносини в колективі та зміст роботи з погляду суспільних інтересів (реалізація соціальних потреб) (Богуцький, 2005). Матеріальні блага у вигляді грошей виступають одним із зовнішніх збудників трудової мотивації. До такого висновку прийшов Ф. Герцберг, розробляючи мотиваційну теорію двох факторів, в межах якої розмір заробітної плати та стабільність її виплати відніс до гігієнічних мотивуючих факторів (Колот, 1998). Про високий дохід (високу заробітну плату) як головний мотиваційний фактор трудової діяльності говорять Кобзиста І. Л. та Махмудов Х. З., вивчаючи мотиваційні фактори сучасної молоді на ринку праці (Кобзиста & Махмудов, 2017). Карамушка Л. М. і Ходакевич О. Г. у своєму дослідженні психологічних особливостей ставлення студентської молоді до грошей посилаються на точку зору, що «ставлення до грошей, відчуття себе багатим чи бідним впливає на професійні орієнтації молоді» (Карамушка & Ходакевич, 2017, с. 35). Дослідниці зазначають, що у студентів, які починають набувати трудовий досвід під час навчання, очікування щодо оплати праці по закінченні закладу освіти більш об'єктивні в порівнянні з очікуваннями студентів, які не поєднують навчання з роботою й мають завищені сподівання. Велика вірогідність того, що такі неадекватні очікування заважатимуть ефективній адаптації молодих фахівців без досвіду роботи на ринку праці (Карамушка & Ходакевич, 2017).

Гроші є символічним еквівалентом власності (Губеладзе, 2021). Досягнення матеріальних благ, як відображення матеріальної зацікавленості

в структурі трудової мотивації, базується на почутті власності, мотиваційна функція якого полягає в спонуканні суб'єкта до дії або, навпаки, в перешкоджанні цій дії (Губеладзе, 2019). Власність має як об'єктивний (правовий), так і суб'єктивний психологічний вимір, сутністю якого є психологічне переживання суб'єкта щодо приналежності йому певного «щось» (предмета, чи матеріального об'єкта, чи результату інтелектуальних дій тощо) (Губеладзе, 2021). На думку дослідників психологічної природи власності, дієвість (поряд з ефективністю), як один із основоположних мотивів психологічного привласнення, визначає загальний напрямок і концентрацію активності суб'єкта – наскільки він буде продуктивним, активним, вмотивованим, цілеспрямованим, результативним у своїй діяльності (Dittmar, 1992; Губеладзе, 2021).

Заробітна плата, добробут, кваліфікація, кар'єра, соціальний стан – ціннісні орієнтації та установки, які поряд із домінуючими потребами й мотивами складають систему професійної спрямованості (Кокун, 2012). У структурі психологічної готовності до трудової та професійно-трудової діяльності ціннісні орієнтації й установки є ядром орієнтаційного компоненту; складною інтегративною мотиваційно-смісловою структурою особистості, «що характеризує її цілісність і спрямованість, проявляється в цілях, ідеалах, переконаннях, життєвих планах, якостях особистості та її активності» (Шайгородський, 2009, с. 72). Вони формуються під впливом виховання, середовища, в якому відбувалось становлення суб'єкта діяльності, особливостей його характеру, і є відображенням сприйняття особистістю тих чи інших цілей як найважливішого фактору, що детермінують її мотивацію та поведінку. З точки зору сучасної психологічної науки, ціннісні орієнтації здійснюють регулюючу функцію у визначенні поведінки суб'єкта і напрямку його професійної діяльності, є базисом формування кар'єрних орієнтацій.

У межах суб'єктивно-діяльнісного підходу кар'єрні орієнтації розглядаються «як ціннісні орієнтації у професійній діяльності, якими

суб'єкт керується при виборі та моделюванні свого професійного шляху» (Перегончук & Фальчук, 2018, с. 62). Відповідно до теорії кар'єрних орієнтацій американського психолога Е. Шейна, особистісні цінності, які мають дієвий вплив на трудову діяльність суб'єкта, детермінують його кар'єрні орієнтації. Осмислення таких цінностей впливає на спрямування професійної діяльності й задоволеність нею.

Потребнісно-мотиваційна підсистема психіки, наряду з когнітивною, емоційною, комунікативною, активаційно-енергетичною підсистемами, забезпечує адаптивність поведінки та успішність суб'єкта діяльності (Мирошник, 2020). Трудова діяльність осіб студентського віку сприяє формуванню їх суб'єктної позиції у власному житті та соціальному оточенні. Регуляторні властивості особистості, такі як ціннісні орієнтації, рівень суб'єктивного контролю, дієвість складають особистісні передумови реалізації підприємницького потенціалу осіб студентського віку як суб'єкта трудової діяльності.

Висновки до першого розділу

1. Підприємницька діяльність як психологічний феномен розглядається з позицій діяльнісного, поведінкового, особистісного, когнітивного підходів.

Діяльнісний підхід спирається на принцип єдності людської психіки та діяльності й визначає системність у вивченні мотиваційної сфери людини.

Основу поведінкового підходу складають поведінкові теорії підприємництва, концептуальним стрижнем яких є аналіз підприємницької поведінки як особливого типу поведінки людини.

У рамках особистісного (суб'єктного) підходу підприємництво досліджується як модель особистості, підприємець – як суб'єкт діяльності, що втілює в життя певну систему цінностей, свою індивідуальність у цілому, реалізує особистісну суб'єктність та здатність до самодетермінації. Базові

якості психологічного портрету підприємця інтерпретуються через блоки інтелектуальних, комунікативних, мотиваційно-вольових, ділових якостей. Проблема мотивації підприємницької діяльності розглядається як базис успішності підприємця та як сукупність підприємницьких мотивів, що обумовлює всі інші психологічні характеристики підприємництва. Мотиваційний вимір розкриває особистісний потенціал суб'єкта підприємницької діяльності і становить концептуальні засади її аналізу.

Когнітивний підхід до аналізу підприємницької діяльності передбачає вивчення можливостей когнітивної сфери особистості підприємця: високий рівень розвитку інтелектуальних функцій, схильність до абстрактного мислення, розвинені комбінаторні здібності, високі лабільність і організованість розумових процесів, відсутність схильності до «застрявання» в рішенні задач, поєднання креативності та прагматичної орієнтації в аналізі ситуації. Аналізуються феномени, які вченими розглядаються як чинники підприємницького успіху: підприємницьке мислення, ментальні моделі, евристики, можливості, позитивний капітал.

2. Психологічний аналіз підприємницької діяльності характеризується різноплановістю та різнобічністю через багатоаспектність у формулюванні визначення цього поняття, яка є наслідком міждисциплінарності у його вивченні. Основними психологічними ознаками підприємницької діяльності, визначеними науковою спільнотою, є мотивація досягнення, свобода, ініціатива, інноваційність, ризик. Мотивація підприємницької діяльності в дослідженні розуміється як спонукання особистості до підприємництва, в основі якого – прагнення досягнень, свободи, ініціативності, інноваційності шляхом усвідомлення ризиків діяльності й удосконалення власної особистості.

3. Мотиваційна сфера особистості студентського віку у своєму становленні обумовлюється професійним самовизначенням як головним новоутворенням, й опосередковується його провідною діяльністю – навчально-професійною, енергетичним ресурсом якої є навчально-

професійна мотивація, що структурується навчально-пізнавальними, навчально-професійними та професійними мотивами. Структура та динаміка цих регулюючих навчальну діяльність студента мотивів залежить від умов та курсу: у середині свого навчання студенти відчують мотиваційну кризу, яка є наслідком передусім невиправданих очікувань від навчально-професійної діяльності на його початку.

Мотиваційна сфера особистості студентського віку характеризується динамічністю, що пов'язано із трансформацією ведучих мотивів від навчально-пізнавальних до навчально-професійних, які, в свою чергу, трансформуються у професійні внаслідок змін у ціннісно-смисловому блоці. Особистісні цінності мають дієвий вплив на трудову діяльність суб'єкта й детермінують його кар'єрні орієнтації.

4. При умові працевлаштування під час навчання в закладі вищої освіти особа студентського віку одночасно є суб'єктом навчально-професійної і суб'єктом трудової діяльності. Трудова діяльність осіб студентського віку сприяє формуванню їх суб'єктної позиції у власному житті та соціальному оточенні. Як суб'єкт трудової діяльності особа студентського віку перебуває в процесі усвідомлення пропорційності цілей і мотивів власної особистості, поглиблює свій соціальний досвід і таким чином стає на шлях усвідомленої життєдіяльності. Трудова мотивація формується мотивами зовнішньої та внутрішньої мотивації. Підприємницька мотивація характеризується регулятивно-стильовими особливостями суб'єкта трудової діяльності. Вектор мотивації та трудової саморегуляції суб'єкта діяльності коригується внаслідок змін у його внутрішньому світі через незалежні від суб'єкта обставини або за його бажанням при можливій допомозі спеціаліста.

5. Загальний напрямок і концентрацію активності суб'єкта підприємницької діяльності визначає дієвість (поряд з ефективністю) як один із основоположних мотивів психологічного привласнення. Матеріальні блага у вигляді грошей, які є символічним еквівалентом власності, виступають одним із зовнішніх збудників підприємницької мотивації як трудової.

Ефективність результату підприємницької діяльності детермінується задоволеністю працею.

Мотиваційно-ціннісні орієнтації, рівень суб'єктивного контролю, дієвість та ефективність як регуляторні властивості особистості, матеріальні блага як зовнішній збудник підприємницької мотивації є підґрунтям особистісних передумов реалізації підприємницького потенціалу осіб студентського віку як суб'єкта трудової діяльності.

РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСІБ СТУДЕНТСЬКОГО ВІКУ

2.1. Методологія та організація дослідження психологічних особливостей розвитку мотивації підприємницької діяльності в осіб студентського віку

Із метою виявлення психологічних особливостей розвитку мотивації підприємницької діяльності в осіб студентського віку було проведено емпіричне дослідження, результати якого були отримані у період з 2019 по 2023 роки. Основні принципи даного дослідження визначалися специфікою вирішуваних завдань, і насамперед – вивченням розвитку мотивації до здійснення підприємницької діяльності у студентів.

Вибір і обґрунтування методик дослідження психологічних особливостей розвитку мотивації підприємницької діяльності, її прогностичних параметрів та психологічних детермінант здійснювались на основі проведеного нами теоретичного аналізу проблеми.

Дослідження проводилося в чотири етапи.

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

На другому етапі сформовано репрезентативну вибірку досліджуваних, окреслено її оптимальні параметри під час попереднього (пілотажного) дослідження, дібрано пакет взаємодоповнюючих методик.

На третьому етапі здійснено емпіричне дослідження щодо визначення співмірності психологічних детермінант мотивації підприємницької діяльності та трудової саморегуляції, здійснено математико-статистичну обробку первинних емпіричних даних.

На четвертому етапі розроблено і впроваджено програму розвитку мотивації підприємницької діяльності, здійснено узагальнення результатів дослідження та їх представлення у тексті дисертації.

Емпіричну вибірку досліджуваних склали особи студентського віку та особи, зайняті підприємницькою діяльністю. Особи студентського віку – здобувачі вищої освіти денної та заочної форм навчання першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів освіти Харківського торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету, Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди, аспіранти Харківського національного університету мистецтв імені І. П. Котляревського віком від 18 до 25 років. Особи, зайняті підприємницькою діяльністю, – підприємці, що мають власну справу в сфері роздрібної торгівлі, нерухомості, ресторанного бізнесу, послуг, будівництва з досвідом підприємницької діяльності від 3 до 32 років віком від 27 до 58 років. Всього 302 досліджуваних, з них 258 студентів і 44 підприємця. Тестування здійснювалось індивідуально з використанням паперових бланків та 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 непараметричних (Н Краскела-Уоллеса) та параметричних (t-Стюдента) критеріїв;
- двофакторний дисперсійний аналіз (2-Way ANOVA);
- кластерний аналіз методом k-середніх (k-means) на основі евклідової дистанції.

Із урахуванням теоретичних узагальнень сформована добірка психодіагностичних інструментів, до якої увійшли наступні методики.

Опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності
К. І. Фоменко (Фоменко, 2020) 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 визначальним для підприємця, як на етапі становлення, так і на етапі стабілізації підприємницької діяльності. Забезпечення високого рівня доходу, досягнення прибутку надає відчуття матеріальної захищеності як для себе, так і для своїх близьких, відчуття самореалізації, свободи та стабільності, можливості здійснити вклад в розвиток суспільства.

2. Мотив свободи і самостійності передбачає «можливість вільно розпоряджатись грошима, фінансове благополуччя, матеріальна свобода у задоволенні власних потреб, автономія, свобода від бюрократичного опікування» (Карамушка & Худякова, 2011, с. 72).

3. Мотив самореалізації відображає бажання розкрити свій творчий потенціал, проявити та реалізувати свої здібності й таланти, займатися цікавою справою, приносити користь суспільству.

4. Мотив інноваційності вказує на бажання суб'єкта реалізувати нову ідею, запроваджувати нові технології, що відповідають умовам сучасності, прагнення розвиватись відповідно до інновацій сучасності, таким чином самореалізуючись і досягаючи комерційного успіху.

5. Мотив влади «визначається як потреба, бажання контролювати соціальне оточення, впливати на поведінку інших людей і підкоряти їх собі» (Фоменко, 2020, с. 282).

6. Мотив вимушеності регулює діяльність суб'єкта у разі відсутності в нього іншої можливості забезпечити своє існування, наявності бажання вийти з матеріальної кризи після втрати роботи чи бажання використати наявні можливості/обставини для покращення матеріального чи соціального становища.

7. Мотив самоствердження полягає у прагненні суб'єкта почуватися самодостатнім, «знайти внутрішній комфорт і самоповагу» (Карамушка & Худякова, 2011, с. 72) та бажання досягнення поваги серед свого оточення, суспільного визнання.

8. Мотив ризику відображає сміливість суб'єкта приймати спрямовані на успіх рішення, готовність ризикувати задля досягнення поставлених цілей.

9. Глорістичний мотив відображає потребу людини завоювати славу, пошану, суспільне визнання, повагу й прагнення показати свою перевагу, продемонструвати свою цінність як особистості, відчути радість від захоплення тобою.

10. Афіліативний мотив базується на потребі у взаємодії з іншими людьми, в спілкуванні, «яке приносить задоволення і взаємно збагачує обидві сторони» (Фоменко, 2020, с. 281), бажанні бути частиною певної спільноти й відображає для суб'єкта «прагнення спілкуватися з окремими людьми – друзями, яким суб'єкт потенціальної або реальної підприємницької діяльності довіряє, або колегами, у компетентності яких суб'єкт переконаний та у співпраці з якими він прагне створити власну справу» (Фоменко, 2020, с. 281).

Методика діагностики кар'єрних орієнтацій Е. Шейна (Угрин, 2017). Методика дозволяє виявити домінуючу кар'єрну орієнтацію серед запропонованих:

1. Стабільність.
2. Професійна компетентність.
3. Служіння.
4. Менеджмент.
5. Автономія.
6. Виклик.
7. Інтеграція стилів життя.
8. Підприємництво.

Перевірка внутрішньої узгодженості україномовного варіанту методики на психометричній вибірці (n=231) показала її придатність (статистика альфа Кронбаха становить 0,765).

Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса. Методика передбачає три шкали спрямованості особистості: на себе, на спілкування, на справу.

Перевірка внутрішньої узгодженості україномовного варіанту методики на психометричній вибірці (n=231) показала її придатність (статистика альфа Кронбаха становить 0,731).

Методика А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (MBBS) (модифікований україномовний варіант М. Сімків «Шкала грошових уявлень та поведінки» (ШГУП) (Сімків, 2012).

Методика спрямована на діагностування переважаючого типу грошових настановлень і виявлення провідних грошових уявлень та особливостей грошової поведінки. Методика передбачає чотири шкали, значимими для яких є високі та низькі показники:

1. Грошова одержимість.
2. Влада (сила).
3. Економність
4. Неадекватна поведінка з грошима.

Методика діагностики саморегуляції трудової діяльності (Fomenko, 2017). Оригінальний опитувальник розроблений відповідно до теорії самодетермінації Е. Десі та Р. Райана (Deci, 1975; Deci, Connell & Ryan, 1989; Ryan & Deci, 2000), передбачає шкали: 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,

інтроспектована та зовнішня регуляція), яка вимагає зовнішніх цінностей трудової діяльності» (Fomenko, 2017).

Методика «Мотиви, що спонукають оволодівати власністю» А. Карнишева, Т. Бурменко та О. Іванова (модифікований україномовний варіант І. В. Соханя, 2021) спрямована на виявлення мотивів фактичного привласнення:

1. Мотиви «потреби».
2. Прагматично-матеріальні мотиви.
3. Підприємницькі мотиви.
4. Мотиви незалежності та самоствердження.

Методика задоволеністю працею (Іванова, Рассказова & Осин, 2012) передбачає діагностування соціальних, внутрішньоорганізаційних та особистісних компонентів задоволеністю працею (роботою) за наступними шкалами:

1. Задоволеність заробітною платою.
2. Задоволеність організацією праці.
3. Задоволеність керівництвом.
4. Задоволеність колективом.
5. 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.

Перевірка внутрішньої узгодженості україномовного варіанту методики на психометричній вибірці (n=231) показала її придатність (статистика альфа Кронбаха становить 0,864).

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

2.2. Вікова динаміка підприємницьких мотивів в залежності від специфіки провідної діяльності

Навчально-професійна діяльність, як провідна для студентів, характеризується певною особливістю. З одного боку, це навчання як специфічна форма засвоєння знань у тій чи іншій галузі науки, з іншого – розвиток спеціальних компетентностей, характерних для конкретної професії. Стрижнем особистості майбутнього фахівця є структура мотивів студента, що формується в період навчання.

Основними передумовами вибору професії вчені вважають наявність розвинутих інтересів, цілей, ціннісних орієнтацій, достатній рівень розвитку самосвідомості, сформовані мотиваційно-ціннісні настанови (Галян, 2013). Процес формування і розвитку мотивів професійної діяльності безпосередньо пов'язаний із розвитком системи смисложиттєвих орієнтацій (Антонова, 2010). Ціннісні орієнтації особистості формують ціннісні уявлення про професію. Вони дають можливість передбачити вибір людиною професії та характер виконуваної нею професійної діяльності (Managerhelp, 2014).

Розглядаючи підприємництво як сферу професійної діяльності, нами, з метою визначення схильності осіб студентського віку до підприємницької діяльності, здійснено перевірку рівності середніх значень мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємців та студентів різних рівнів вищої освіти за допомогою *t*-критерію Стьюдента (Таблиці 2.1- 2.7).

У таблиці 2.1 представлено показники прояву мотивів підприємницької діяльності у студентів-бакалаврів 1 курсу та осіб, які займаються підприємницькою діяльністю. Статистично значущу різницю щодо мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів 1 курсу та підприємців виявлено за мотивами самореалізації та влади: середні значення мотиву самореалізації у першокурсників вищі, ніж у зайнятих підприємницькою справою. Самореалізуватися для здобувача-початківця є прерогативним: у прагненні виявити свої здібності/переконатися

у вже виявлених здібностях та талантах він обрав ту чи іншу майбутню професійну діяльність для втілення свого індивідуального потенціалу.

Таблиця 2.1.

Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів – здобувачів 1 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та осіб, що займаються підприємництвом

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Студенти 1 курсу	Особи, що займаються підприємництвом		
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

Здійснювані перші спроби усвідомлення власної приналежності до обраної професійної спільноти, розуміння про себе й про свою роботу в подальшому житті відбуваються на фоні адаптації, яка компенсує нестачу в нових умовах звичної поведінки й забезпечує оптимальне пристосування

індивіда до нових життєвих умов і нової діяльності. В таких нових умовах відбувається генерування системи моральних самооцінок, завершується формування образу «Я». Самореалізація виступає необхідним елементом практичного вираження образу власного «Я».

Кореляційний аналіз, проведений Т. І. Силою під час вивчення соціально-психологічних установок особистості як фактору самореалізації молоді, виявив статистично значущий зв'язок між самореалізацією і владою (Сила, 2007). Прагнення домінування над іншими, потяг до впливу на людей як вияв прагнення до переваги є характерним для здобувачів-початківців відповідно до психологічних особливостей їхнього віку. За дослідженнями Гекаса, образ «Я» особи студентського віку є незмінним в ціннісному аспекті й водночас проявляє мінливість в аспекті можливостей впливу та влади (Єзерницький & Ренке, 2010). Це пояснює превалювання у студентів 1 курсу, порівняно з особами, що займаються підприємницькою діяльністю, мотиву влади.

Студенти 2 курсу, в порівнянні зі студентами першого року навчання, мають значні відмінності щодо прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємницької діяльності. Аналіз за t-критерієм Стьюдента виявив статистично значущі різниці як за мотивами самореалізації та влади (що характерно для 1 курсу), так і за мотивами комерційного успіху, свободи і самостійності, інноваційності (Таблиця 2.2). Міра їх прояву слабша в порівнянні з мотивацією на справу в підприємців, окрім мотиву влади. Отож, здійснюється подальший процес самореалізації студентів і їхнього прагнення до переваги, яке проявляється також у бажанні бути матеріально впевненим, самостійним та, у зв'язку з цим і задля цього, бути відкритим до всього нового й готовим до випробування себе в раніше незнаній діяльності. Прослідковується більш активне працевлаштування здобувачів вищої освіти на 2 курсі незалежно від форм навчання: у нашій вибірці досліджуваних кількість працюючих студентів збільшилась на 21%. Адаптувавшись до умов іншого середовища, студенти стверджуються в життєвій орієнтації на

емоційному (соціальні почуття), когнітивному (виражає свідому спрямованість на форми життєдіяльності) та поведінковому (виражає готовність зайнятися тією чи іншою діяльністю) рівнях.

Таблиця 2.2.

Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів – здобувачів 2 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та осіб, що займаються підприємництвом

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Студенти 2 курсу	Особи, що займаються підприємництвом		
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

На третьому курсі для студентів є актуальними мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації та влади (Таблиця 2.3). Міра прояву цих мотивів відносно осіб, які займаються підприємницькою

діяльністю, подібна до ситуації, характерної для студентів 2 курсу: превалює мотив влади й менш вираженими є мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації. Відсутність вираженості мотиву інноваційності свідчить про те, що студенти втрачають відчуття новизни діяльності, випрацьовують стабільність поведінки в нових умовах.

Таблиця 2.3.

**Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій
на підприємницьку діяльність у студентів – здобувачів 3 курсу першого
(бакалаврського) рівня вищої освіти та осіб, що займаються
підприємництвом**

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Студенти 3 курсу	Особи, що займаються підприємництвом		
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

Для мотиваційної сфери студентів-третьокурсників характерна певна криза, спродукована невинуватими очікуваннями від навчально-професійної діяльності на початку навчання. Як наслідок цього, – все більше студентів працевлаштовуються: за даними нашої вибірки на 3 курсі працює 81 % здобувачів, що на 56 % більше в порівнянні з 2 курсом, коли працювало 25 % досліджуваних. При чому переважна більшість працює не за обраним фахом.

На 4 курсі для студентів найбільш актуальними є такі мотиви підприємницької діяльності, як мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації (Таблиця 2.4). У порівнянні з підприємцями вони менш виражені, що вбачається закономірним. 4 курс – час, що охоплює вік студентів орієнтовно від 22 до 25 років – останній етап періоду, який вчені визначають як період пізньої (зрілої) юності (старший юнацький вік) або як другий період юності чи перший період зрілості (Вегнер, 2014). Людина стає на порозі дорослості. Завершена стадія соціально-психологічного й особистісного самовизначення, вирішено завдання професійного самовизначення, затверджується самостійність особистості. Цим пояснюється вираженість вищеназваних мотивів: усвідомлюються напрямки щодо самореалізації, стабілізується уявлення про шляхи досягнення матеріального добробуту.

Динаміка прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємництво у студентів-бакалаврів демонструє розширення діапазону мотивів підприємницької діяльності від 1 до 2 курсу й подальше його деяке звуження на 3 і 4 курсах. Така специфіка процесу розвитку підприємницької мотивації здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти обумовлена мотиваційною кризою середини навчання в закладі вищої освіти через невинуватність очікувань від навчально-професійної діяльності на початку навчання (Подшивайлов, 2015; Хомерікі, 2015). На кінцевому етапі опанування бакалаврського рівня вищої освіти відбувається стабілізація

мотивації через усвідомлення випускниками особистісних сенсів, життєвих цінностей і дільних життєвих цілей (Яновська та ін., 2010).

Таблиця 2.4.

Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів – здобувачів 4 курсу першого (бакалаврського) рівня вищої освіти та осіб, що займаються підприємництвом

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Студенти 4 курсу	Особи, що займаються підприємництвом		
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

Під час перевірки рівності середніх значень мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність студентів-магістрантів та підприємців виявлено значущу різницю в мотивах комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, ризику, влади (Таблиця 2.5).

Таблиця 2.5.

Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у студентів – здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти та осіб, що займаються підприємництвом

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Студенти-магістри	Особи, що займаються підприємництвом		
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

При цьому мотив влади має традиційно виражену (в межах нашого дослідження) перевагу у студентів над підприємцями. Прояв мотиву ризику можна пов'язувати із завершальним етапом, з точки зору вікової психології, періоду зрілої юності особи студентського віку, коли становлюється постійний характер, стабілізуються всі психічні процеси. Індивід має сформовані потреби й мотиви, розвинену самосвідомість, рефлексію, осмислено координує мету діяльності, регулює власну поведінку.

Ризик може виступати актом поведінки суб'єкта, коли він самостійно приймає ризиковані, часто несподівані рішення й несе відповідальність за їх здійснення, готовий діяти в становищі невизначеності. Актуалізація мотиву ризику свідчить про стійку здатність студентів-магістрантів працювати в екстремальних ситуаціях.

Прояв мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у здобувачів-аспірантів порівняно з особами, що займаються підприємництвом, представлено в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6.

Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у здобувачів третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти (аспірантів) та осіб, що займаються підприємництвом

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Аспіранти	Особи, що займаються підприємництвом		
Мотив комерційного успіху	28,16±5,56	31,16±3,39	3,06	0,003
Мотив свободи і самостійності	26,50±5,86	30,41±3,54	3,79	0,0003
Мотив самореалізації	26,93±5,67	31,05±2,65	4,37	0,00004
Глорістичний мотив	21,61±5,91	19,89±5,85	-1,38	0,17
Мотив влади	21,14±5,78	18,98±6,26	-1,68	0,09
Мотив вимушеності	19,41±5,29	20,43±5,59	0,88	0,38
Афіліативний мотив	24,45±6,23	27,66±5,22	2,62	0,01
Мотив самоствердження	21,34±6,41	23,75±6,16	1,79	0,08
Мотив інноваційності	23,30±6,19	28,70±5,42	4,36	0,00004
Мотив ризику	21,02±6,12	25,68±5,85	3,65	0,0004

Установлено, що актуальними для цієї групи здобувачів залишаються мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, ризику, інноваційності. Вперше проявляється афіліаційний мотив. Міра прояву цих мотивів у осіб студентського віку поступається мірі прояву мотивів у підприємців. Значущість афіліативного мотиву в аспірантів свідчить про наявність у них потреби стати успішним через налагодження контактів та зв'язків; прагнення вибудувати партнерські відносини на рівних позиціях; про схильність до стилю спілкування, що характеризується невимушеністю, відкритістю, впевненістю, та сміливістю.

Основу мотиву інноваційності в мотиваційній структурі особистості аспіранта, як можемо припустити, складає інтерес до здійснюваної діяльності – науково-дослідної. Мотиви інноваційності формуються під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів (Савіна та ін., 2014). На рівні аспірантури мотивацію новаторства можна охарактеризувати як зовнішню позитивну з переважанням мотивів соціальної корисності (Повідайчик, 2019): бажання розробити й реалізувати власну ідею детермінується прагненням здійснити внесок в спільну справу, задоволенням власних амбіцій для досягнення статусності.

Таким чином, порівняння показників прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у осіб студентського віку та осіб, що займаються підприємництвом, виявило наступне. Статистично значущими є середні значення мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, влади, інноваційності (Таблиця 2.7).

Вираженість перших чотирьох мотивів у студентів нижча, ніж у підприємців, що вбачається закономірним. Натомість мотив влади превалює у здобувачів, що в певній мірі пояснюється віковими особливостями першого періоду зрілості й відображає деяку завищеність їх самооцінки через юнацький максималізм та ідеалістичні цінності досягнення матеріальної забезпеченості й особистої свободи як суб'єктів навчально-професійної та трудової діяльності.

Таблиця 2.7.

Показники прояву мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність у осіб студентського віку та осіб, що займаються підприємництвом

Мотиваційно-ціннісні орієнтації	Групи досліджуваних		t	p
	Особи студентського віку	Особи, що займаються підприємництвом		
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

Запорукою успішності підприємницької діяльності вчені вважають адекватність її мотивації. Тобто, мотивація має відповідати розвитку особистості самого підприємця, ознакам, функціям і складовим його підприємницької діяльності (Карамушка & Худякова, 2011). У структурі мотивації більшою мірою мають бути представлені її провідні мотиви: комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності, ризику. Переважання інших мотивів (влади, самоствердження, вимушеності,

глюрістичного й афіліативного) виявляє неадекватність мотивації до підприємницької діяльності, яку дослідниці пояснюють недостатньо й нечітко сформованим у суб'єкта образом підприємницької діяльності у свідомості майбутнього підприємця, низьким рівнем усвідомлення суб'єктом власних прагнень і бажань, цінностей, стереотипізацією традицій сім'ї, орієнтацією на інформаційні джерела побутового характеру (поради друзів, інших «знаючих» людей тощо) (Карамушка & Худякова, 2011).

Враховуючи вираженість у здобувачів вищої освіти таких мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність, як мотив комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності, влади, незначущість мотиву ризику, який є одним із провідних у здійсненні підприємництва, мотивацію підприємницької діяльності у осіб студентського віку не можна назвати адекватною: не є значущим мотив ризику, натомість висока значущість мотиву влади. Це свідчить, що у свідомості осіб студентського віку недостатньо сформований образ підприємницької діяльності; вони не готові до прийняття рішень в екстремальних ситуаціях і відповідальності за них, схильні до надмірного домінування над іншими.

Ознаками успішності підприємницької діяльності (Таблиця 2.8) вчені визначають її множинність, структурність, ієрархічність, силу і стійкість мотивів (Карамушка & Худякова, 2011).

Під множинністю розуміється розвиненість мотивації за змістом, тобто вираженість достатньої кількості провідних мотивів підприємницької діяльності. Структура мотивації передбачає наявність різних груп мотивів, пов'язаних смисловими зв'язками. Ієрархія мотивів визначається провідними мотивами підприємницької діяльності, де високі місця посідають мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності, ризику. Сила мотивації характеризується глибиною усвідомлення мотивів і передбачає високу міру осмислення підприємцями власних мотивів, особливо тих, які є провідними в підприємницькій діяльності. Збереження

впливу мотивів у процесі розвитку діяльності є показником їх стійкості (Карамушка & Худякова, 2011).

Таблиця 2.8.

Характеристики мотивації успішної підприємницької діяльності

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

Аналізуючи частоту вираженості мотивів підприємницької діяльності у осіб студентського віку від 1 курсу бакалаврату до аспірантури, простежуємо абсолютну повторюваність мотиву самореалізації. Мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності є значущими для представників усіх груп, окрім студентів 1 курсу. Мотив влади значущий для 1-3 курсів бакалаврського рівня вищої освіти й для здобувачів магістерського рівня вищої освіти. Мотив інноваційності повторюється рідко й характерний для студентів 2 курсу і аспірантів. Аналогічно – мотив ризику, що характерний для магістрантів та аспірантів. Зовсім не повторюється афіліативний мотив,

який є значущим для аспірантів. Враховуючи такий ступінь вираженості мотивів у різних групах досліджуваних, вважаємо, що найбільш стійкими для осіб студентського віку є мотиви самореалізації, комерційного успіху, свободи і самостійності.

2.3. Типологічні особливості підприємницької мотивації суб'єктів трудової діяльності

Із метою вивчення типологічних особливостей підприємницької мотивації суб'єктів трудової діяльності, які брали участь у дослідженні, у програмі Statistica 10.0 був проведений кластерний аналіз показників мотиваційних орієнтацій на підприємництво методом k-середніх. В основу кластеризації покладено підприємницькі мотиви: комерційного успіху, свободи і самореалізації, влади, вимушеності, самоствердження, інноваційності, ризику, глористичний та афіліативний мотиви.

У результаті обробки отриманих даних, виходячи з домінуючих мотивів підприємницької діяльності, вся вибірка досліджуваних (n=302) була поділена на 4 групи, які склали типологічні профілі підприємницької мотивації (Рис. 2.1).

Кластер 1 – «Помірна мотивація підприємницької діяльності» (18,3 % загальної вибірки досліджуваних). Назва типологічного профілю відображає майже рівномірний рівень домагань суб'єктів щодо мотивів підприємницької діяльності. Найяскравіше виражений мотив комерційного успіху. Дещо слабше – мотиви свободи і самостійності та самореалізації. Всі інші мотиви представлені помірно: майже не розрізняється міра провідних у підприємницькій діяльності мотивів афіліативного та інноваційності, самоствердження та ризику, в порівнянні з якими мотив влади проявляється менше. Глористичні мотиви та вимушеності виражені найслабше.

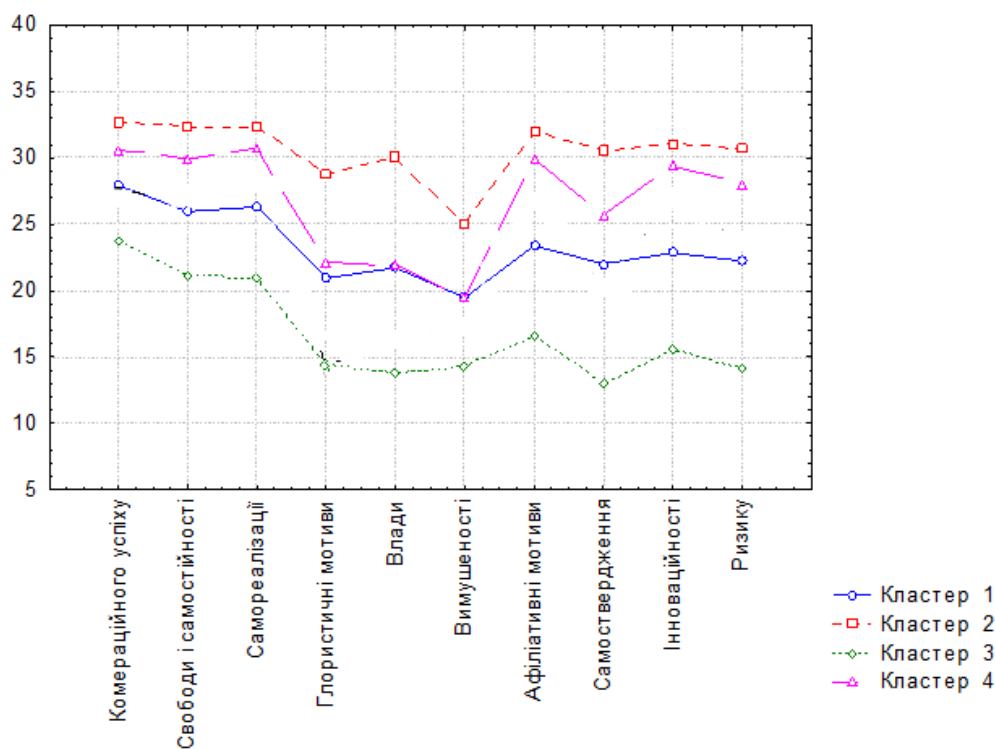


Рис. 2.1. Типологічні профілі підприємницької мотивації досліджуваних

Такий розподіл за силою вираженості мотивів підприємницької діяльності свідчить, що суб'єкти з помірною до підприємництва мотивацією прагнуть в першу чергу почуватися захищеними через матеріальну забезпеченість (мотив комерційного успіху), впевненими та вільними у задоволенні власних потреб через матеріальну свободу (мотив свободи і самостійності). Вони прагнуть реалізувати свій творчий потенціал у цікавій для них справі (мотив самореалізації). В однаковій мірі такі суб'єкти бажають бути частиною колективу (мотив афіліації), відчуваючи при цьому внутрішній комфорт, самоповагу, самодостатність (мотив самоствердження), й готові ризикувати в процесі реалізації тієї чи іншої інноваційної ідеї (мотиви ризику, інноваційності). При цьому вони не претендують на суспільне визнання та пошанування (глористичний мотив), не прагнуть впливати на оточуючих (мотив влади) й не відчувають гострої потреби

розпочати підприємницьку діяльність (мотив вимушеності), хоча й мають певний потенціал щодо цього.

Кластер 2. Типологічний профіль названий «Полівмотивованість на підприємництво» (37,7 % загальної вибірки досліджуваних), оскільки в порівнянні з іншими профілями має найвищі 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 них характерне бажання слави, вшанування, статусності, зокрема шляхом досягнення комерційного успіху та через особистісну схильність до афіліації. Найменш значущий для суб'єктів даного профілю є мотив вимушеності, що виглядає закономірним у світлі розвиненості інших мотивів.

Кластер 3. «Знижена вмотивованість на підприємництво» (36,1 % загальної вибірки досліджуваних). Ця група досліджуваних отримала таку назву, оскільки в порівнянні з іншими кластерами показники за всіма мотивами підприємницької діяльності значно нижчі. Зберігається тенденція значної переваги мотивів комерційного успіху (має найбільшу силу), свободи і самостійності та самореалізації. Значно нижчими, проте майже однаково вираженими, є глористичні мотиви, вимушеності та інноваційності. Ще слабшими є мотиви влади й ризику. Найнижчі показники у мотиву самоствердження. У досліджуваних із цим типом підприємницької мотивації прагнення самоствердитись не є першочерговим і не реалізується матеріальними прагненнями (мотив самоствердження). Для них є мало важливим контролювати діями інших, бути схожими на інших чи якимось чином впливати на них (мотив влади). Вони можуть ризикувати під час впровадження інновацій (мотив ризику, інноваційності) задля слави і пошани (глористичний мотив), проте важливішим для них є спілкування з людьми, яким вони довіряють і з якими почуваються членами одного колективу чи

однієї команди (афіліативний мотив). Таким чином ці досліджувані самореалізуються (мотив самореалізації), в процесі чого почуваються незалежними, цілісними у власних особистісних кордонах (мотив свободи і самостійності), що дає їм можливість досягати успіху в матеріальному забезпеченні (мотив комерційного успіху). Вони мають низький підприємницький потенціал і займатимуться підприємництвом лише у разі відсутності іншої можливості забезпечити своє існування (мотив вимушеності).

Кластер 4. «Мотивація самореалізації у підприємництві в організації» (7,9 % загальної вибірки досліджуваних). Мотиви підприємницької діяльності виражені менш яскраво в порівнянні з мотивами типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємництво». Найбільш розвинений для представників даного типу, на відміну від інших кластерів, мотив самореалізації. Домінуючими також є мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності та афіліативні. В той час як мотиви влади й глористичні виражені слабо. Найслабшим є мотив вимушеності. Таким чином, найважливішим для представників цього типу підприємницької мотивації є потреба в реалізації індивідуальних і особистісних можливостей свого «Я» (мотив самореалізації, свободи і самостійності) у спільній діяльності з іншими людьми задля розвитку власного потенціалу, досягнення успіху в фінансовій сфері, матеріального благополуччя та матеріальної свободи (мотив комерційного успіху). Для їхнього самоствердження важливим є досягнення матеріального та духовного балансу (мотив самоствердження) шляхом взаємодії в колективі (афіліативний мотив). Вони готові ризикувати у впровадженні інноваційних продуктів, проте в разі відчуття підтримки з боку компаньйона (мотив інноваційності, ризику). При цьому слабою є потреба впливати на поведінку інших чи підкоряти їх (мотив влади), досягати над ними переваги та демонструвати свою особистісну цінність з метою відчуття самодостатності (глористичний мотив). До підприємництва вони можуть прийти зазвичай не самостійно, а з близькою по духу людиною й у

разі відсутності іншої можливості приносити користь суспільству та реалізувати свої здібності і таланти (мотив вимушеності).

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

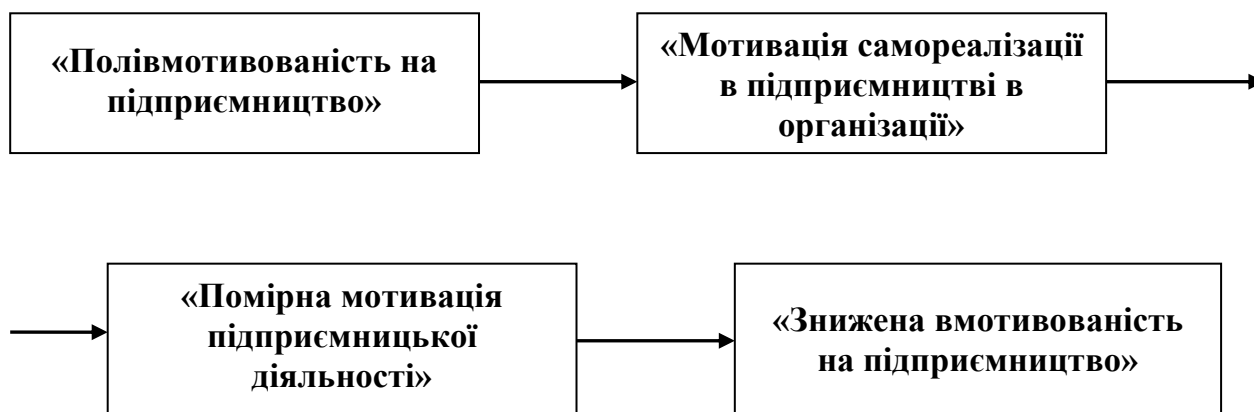


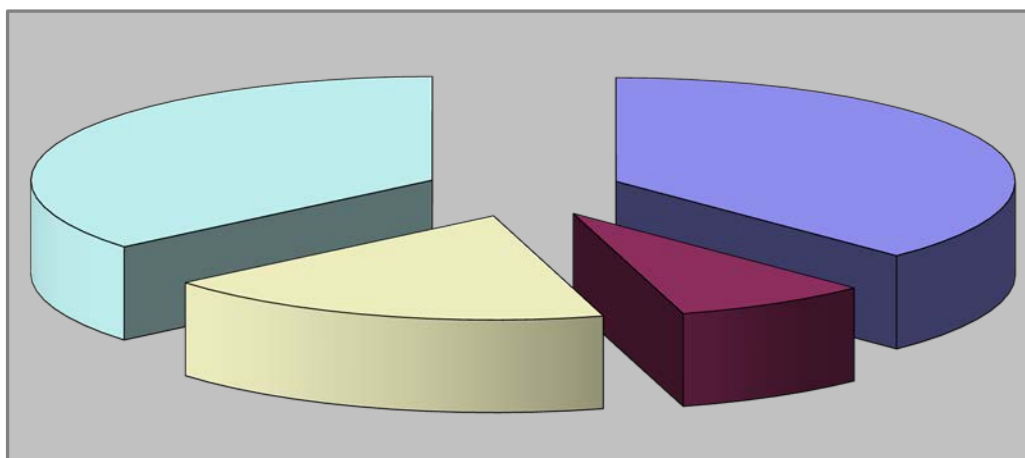
Рис. 2.2. Вектор спрямованості підприємницької мотивації за типологічними профілями.

Розподіл досліджуваних за типологічними профілями підприємницької мотивації показано на рис. 2.3.

Важливим аспектом трудової діяльності є саморегуляція поведінки її суб'єкта. Як особливість емоційно-вольового компонента в структурі особистості, саморегуляція пов'язана зі свободою та самостійністю і відображає її психологічну культуру (В. В. Лантух & Лантух, 2019). Гнучкість психічної саморегуляції сприяє формуванню позитивного Я-образу, «формуванню надійності фахівця як системоутворюючого компонента розвитку особистості підприємця» (Лантух, 2020, с. 74) й забезпечує цілісність його особистості.

У результаті аналізу середніх значень саморегуляції трудової діяльності в досліджуваних усіх типологічних профілів підприємницької

мотивації виявлено значущість таких типів саморегуляції, як зовнішнє регулювання та власне спонукання (Таблиця 2.9).



- Полівмотивованість на підприємництво
- Мотивація самореалізації в підприємстві в організації
- Помірна мотивація підприємницької діяльності
- Знижена вмотивованість на підприємництво

Рис. 2.3. Розподіл досліджуваних за типологічними профілями підприємницької мотивації

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 підприємстві в організації», «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво»; власне спонукання – «Мотивація самореалізації в підприємстві в організації», «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво».

Таблиця 2.9

Середні значення показників саморегуляції у груп досліджуваних суб'єктів трудової діяльності з різними типологічними профілями підприємницької мотивації

Само-регуляція діяльності	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Полівмотивованість на підприємництво	Знижена вмотивованість на підприємництво	Мотивація самореалізації у підприємстві в організації		
	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

Результати аналізу говорять про те, що серед осіб студентського віку до підприємницької діяльності схильні суб'єкти із зовнішнім регулюванням та власним спонуканням як способами саморегуляції трудової діяльності. У світлі теорії самодетермінації Е. Десі та Р. Райана, це, з одного боку, особистості з несамодетермінованою поведінкою, із зовнішнім локусом

каузальності, діяльність яких регулюється зовнішніми контролюючими впливами, і, з іншого, – особистості самодетермінованої поведінки із внутрішнім локусом каузальності, внутрішні регуляторні процеси яких характеризуються усвідомленням власної діяльності, узгодженістю власного «Я».

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 з'ясування вагомості кар'єрних орієнтацій у структурі мотивації до підприємництва у групах досліджуваних з різними типологічними профілями підприємницької мотивації було вивчено середні значення їхніх кар'єрних орієнтацій. Результати емпіричного аналізу, представлені в таблиці 2.10, свідчать, що статистично значущими для суб'єктів кожної групи (кластеру) є кар'єрні орієнтації «професійна компетентність», «автономія», «стабільність роботи», «стабільність місця проживання», «інтеграція стилів життя», «підприємництво».

Типологічний профіль «Полівмотивованість на підприємництво» (кластер 2) характеризується найбільшою вираженістю кар'єрних орієнтацій «стабільність роботи» та «інтеграція стилів життя». Дещо слабшими є «підприємництво» та «автономія». Найменш вираженими в даному профілі кар'єрні орієнтації «професійна компетентність» та «стабільність місця проживання».

Тобто, найбільш мотивовані на підприємництво суб'єкти, орієнтовані на безпеку та стабільність роботи, та суб'єкти, які прагнуть збалансування різнобічності життя й спрямовані на саморозвиток та самовдосконалення особистості.

Таблиця 2.10

Середні значення показників кар'єрних орієнтацій у груп досліджуваних суб'єктів трудової діяльності з різними типологічними профілями підприємницької мотивації

Кар'єрні орієнтації	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Полівмотивованість на підприємництво	Знижена вмотивованість на підприємництво	Мотивація самореалізації у підприємстві в організації		
	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

У типологічному профілі «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» (кластер 4) переважають кар'єрні орієнтації «інтеграція стилів

життя» та «автономія». Незначну розбіжність мають «підприємництво» та «стабільність роботи». Значно нижчими є показники кар'єрних орієнтацій «професійна компетентність» і «стабільність місця проживання». Вважаємо, що найбільшу підприємницьку мотивацію в межах цього профілю мають суб'єкти, зацікавлені в особистісній самореалізації через взаємодію з іншими – з сім'єю, друзями, колегами, оточенням; які прагнуть досягти матеріального благополуччя та духовної рівноваги, інтегруючи всі стилі власного життя й будучи частиною підприємницької організації, що забезпечує достатній рівень свободи, або будучи дотичним до діяльності такої організації.

Для типологічного профіля «Помірна мотивація підприємницької діяльності» (кластер 1) найбільш значущою є кар'єрна орієнтація «стабільність роботи». Подальша почерговість показників наступна: «автономія», «інтеграція стилів життя», «підприємництво», «професійна компетентність», «стабільність місця проживання». Помірну мотивацію до підприємництва мають особи, для яких важливим у першу чергу є робота в організації, соціальні гарантії, безпека та матеріальна захищеність. Характерною особливістю досліджуваних даної групи є слабка (в межах потреби в стабільності) значимість стабільності місця проживання (на противагу стабільності роботи): задля можливості мати сталу роботу вони готові змінити місце проживання.

Типологічний профіль «Знижена вмотивованість на підприємництво» (кластер 3) має наступну вираженість показників за кар'єрними орієнтаціями: «підприємництво», «інтеграція стилів життя», «стабільність роботи», «автономія», «професійна компетентність», «стабільність місця проживання». Представники цього профілю характеризуються невисокими показниками за всіма кар'єрними орієнтаціями. Найбільш виражена підприємницька мотивація – у суб'єктів із кар'єрною орієнтацією «підприємництво» – тих, хто прагне бути фінансово забезпеченим, мати

власну справу, готові до ризику, що вбачається закономірним у даному контексті.

У результаті дослідження виявлено, що кар'єрні орієнтації «професійна компетентність» ($p=0,005$) та «стабільність місця проживання» ($p=0,03$) мають найнижчі середні значення для представників усіх типологічних профілів. В світлі мотивації підприємницької діяльності з високим рівнем вірогідності можна стверджувати, що питання наявності у суб'єктів особливих знань, умінь, ступеня підготовленості, досвіду в тій чи іншій конкретній професії не є принциповим для заняття підприємництвом. Статистично достовірним є й факт того, що не принципово для них проживати в конкретному осідлому місці – вони готові офірувати ним заради досягнень у підприємницькій справі. Отже, суб'єкти з превалюючими кар'єрними орієнтаціями «професійна компетентність» та «стабільність місця проживання» найменш мотивовані на підприємницьку діяльність. Підприємницька мотивація найбільш виявлена у суб'єктів, орієнтованих на «стабільність роботи», «інтеграцію стилів життя» – найактуальніші кар'єрні орієнтації у досліджуваних типологічних профілів «Полівмотивованість на підприємництво», «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації», «Помірна мотивація підприємницької діяльності».

Необхідною умовою професійної самосвідомості, яка безпосередньо пов'язана з мотивацією працівника і є важливою для людських ресурсів, є задоволеність працею. Один із підходів щодо розуміння поняття «задоволеності працею» розглядає задоволеність як мотивацію до діяльності. В теорії А. Маслоу мотивація формується відповідно до ієрархії потреб. Діяльність людини, спрямована на задоволення його первісних потреб, також стимулює й задоволення вищих потреб, таким чином може слугувати мотивуючим джерелом задоволеності. Мотиваційна сфера проходить в своєму розвитку шлях від інтересу до процесу праці до опосередкованого інтересу до її результатів. У цьому, як вважають вчені, й виражається задоволеність працею (Бакуліна, 2015).

Для визначення сутності мотивації підприємницької діяльності нами здійснено аналіз середніх задоволеністю працею (Таблиця 2.11).

Таблиця 2.11

Середні значення показників компонентів задоволеності працею у груп досліджуваних суб'єктів трудової діяльності з різними типологічними профілями підприємницької мотивації

Задоволеність працею	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Полівмотивованість на підприємництво	Знижена вмотивованість на підприємництво	Мотивація самореалізації у підприємстві в організації		
	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

Виявлено, що найбільш значущим для досліджуваних усіх типологічних профілів підприємницької мотивації є «задоволеність

заробітною платою» як результатом власної праці. Найвищим за шкалою «задоволеність заробітною платою» є показник профіля «Полівмотивованість на підприємництво», найнижчим – «Знижена вмотивованість на підприємництво», що вбачається закономірним. Тим не менше, збільшення значущості показників за результатами даного аналізу не є поступовим відповідно до сили прояву підприємницької мотивації за вектором її спрямованості: для представників типу «Помірна мотивація підприємницької діяльності» отриманий прибуток за працю є більш важливим, ніж для досліджуваних із «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» – останні мають більш яскраво виражене альтруїстичне начало, про що свідчать високі показники афіліативного мотиву (Рис. 2.1).

Розглядаючи компонент «задоволеність заробітною платою» у світлі мотивації підприємницької діяльності, вбачається закономірним його значущість ($p=0,003$), оскільки досягнення прибутку є результатом праці підприємця, а комерційний успіх – його провідним мотивом.

Показник профіля «Помірна мотивація підприємницької діяльності» переважає показник типу «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації». Вважаємо, в даному випадку знайшло відображення домінування у представників типологічного профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» мотиву комерційного успіху, в той час як перевага цього мотиву над іншими в типі «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» не настільки очевидна (Рис. 2.1).

Підприємницька діяльність як вид економічної діяльності тісно пов'язана із ціннісним ставленням до грошей, сприйняттям їх як мети або засобу (Карамушка & Ходакевич, 2017). Заробляння грошей – прибуток – кінцевий результат підприємницької діяльності в її психологічній структурі, яка, за визначенням українських дослідників О. В. Бондаренко та О. П. Зоря (2010) включає потреби, мотиви, цілі, предмети, процес, дії, засоби досягнення цілей. Гроші дають можливість задовольняти основні потреби особистості, є засобом мотивації до здійснення трудової діяльності і

важливим показником суб'єктивного економічного благополуччя. Грошові уявлення особистості, особливості його грошової поведінки та грошові настановлення обумовлюють вибір суб'єктом трудової діяльності моделі економічної поведінки, а відтак є вагомим фактором для підприємницької діяльності.

Таблиця 2.12

Середні значення показників грошових настановлень особистості у груп досліджуваних суб'єктів трудової діяльності з різними типологічними профілями підприємницької мотивації

Грошові настановлення особистості	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Полівмотивованість на підприємництво	Знижена вмотивованість на підприємництво	Мотивація самореалізації у підприємстві в організації		
	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

У результаті аналізу середніх значень грошових настановлень особистості в досліджуваних з різними типологічними профілями

підприємницької мотивації виявлено значущість шкал «грошова одержимість» та «неадекватна поведінка з грошима», за якими простежується тяжіння до високих показників за всіма типами груп, окрім «Помірна мотивація підприємницької діяльності» (Таблиця 2.12). Статистично достовірними при цьому є наступні припущення.

Показники профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» є найнижчими по відношенню до інших за обома значимими грошовими настановленнями. Тобто, за умов статистичної достовірності можемо припустити, що представники даного типу підприємницької мотивації менше других сконцентровані на своєму фінансовому становищі, не оцінюють себе по відношенню до інших за об'ємом фінансового капіталу, не вважають гроші визначальними при вирішенні життєвих проблем (шкала «грошова одержимість»), проте ставляться до них позитивно і мають найбільш стійку позицію щодо свого фінансового становища в порівнянні з іншими досліджуваними, найбільш виважені під час здійснення покупок, не відчують провини за витрачені гроші (шкала «неадекватна поведінка з грошима»).

Середні значення грошових настановлень профілю «Полівмотивованість на підприємництво» є найвищими за обома значимими шкалами, що породжує наступні припущення. Мотивовані на комерційний успіх, представники цієї групи більшою мірою, ніж члени інших груп, усвідомлюють гроші як фактор впливу на людей: мотив влади в них розвинений більше, ніж в інших досліджуваних. Гроші для них є фактором особистого успіху і свідченням їхньої компетентності та досягнень (шкала «грошова одержимість»). В той же час вони найменш (в порівнянні з представниками інших типологічних профілів) впевнені у правильності своїх дій щодо фінансових питань, схильні діяти рішуче, а отже легко приймають рішення щодо фінансових вкладень й готові ризикнути, аби досягти комерційного успіху й почуватися матеріально незалежними (шкала «неадекватна поведінка з грошима»).

Привертає увагу середнє значення типологічного профілю «Знижена вмотивованість на підприємництво» за шкалою «грошова одержимість»: воно є вищим від показників профілів «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» та «Помірна мотивація підприємницької діяльності». Тож припускаємо, що представники цього профілю найбільш схильні до «одержимості грошима»: маючи слабку підприємницьку мотивацію, більше ніж інші прагнуть бути матеріально заможними, переконані у всемогутності грошей, надають їм великого значення, будують власну самооцінку у відношенні з фінансово більш забезпеченими суб'єктами. В той же час переважання показника над середніми значеннями профілів «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» та «Полівмотивованість на підприємництво» за шкалою «неадекватна поведінка з грошима», певно, говорить про схильність членів групи «Знижена вмотивованість на підприємництво» до контролю за своїм фінансовим станом, про їхнє вміння адекватно поводитись із грошима. Вони дбають про свій фінансовий стан, проте фінансово обмежені й через надміру пістетне ставлення до грошей не можуть зреалізувати найрозвиненіший в них підприємницький мотив комерційного успіху.

Середні значення типологічного профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» за шкалою «грошова одержимість» є нижчими від показників профілів «Полівмотивованість на підприємництво» та «Знижена вмотивованість на підприємництво». Можемо припустити, що для суб'єктів цього профілю підприємницької мотивації гроші, матеріальне благополуччя є важливим, проте не першочерговим, а супутнім фактором у процесі їхньої самореалізації, яку вони досягають в орієнтації на спільну діяльність з іншими, і аж ніяк не мірилом самодостатності особистості. За шкалою «неадекватна поведінка з грошима» середні значення цього профілю переважають значення типів «Знижена вмотивованість на підприємництво» та «Помірна мотивація підприємницької діяльності», натомість є дещо нижчими в порівнянні з показниками профілю «Полівмотивованість на

підприємництво». На нашу думку, це може свідчити, що суб'єкти профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» загалом не дозволяють грошам управляти їхньою поведінкою, проте схильні до імпульсивних покупок, після чого можуть почуватися винними; з готовністю здійснюють фінансові вкладення у разі організації спільної справи, співпраці з особами, в яких вбачають свого компаньйона.

Підприємницька діяльність – особливий вид господарської діяльності, що здійснюється на основі приватної власності і з власної ініціативи. Наслідками проведеного нами дослідження мотивів фактичного привласнення щодо матеріальних об'єктів власності у представників різних типологічних профілів підприємницької мотивації виявлена значущість прагматичного мотиву майже на абсолютному рівні статистичної значущості (Таблиця 2.13).

Характерними рисами прагматиків є концентрація на матеріальному боці справи, на отриманні прибутку, трактування користі з утилітарної точки зору. Отож, вбачається закономірною у досліджуваних профіля «Полівмотивованість на підприємстві», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємстві» значущість прагматичного мотиву, адже в них серед усіх мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність переважає мотив комерційного успіху.

Щодо типологічного профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» слід зазначити, що прагматичний мотив є значущим, проте вираженим у найменшій, в порівнянні з іншими досліджуваними, мірі. Проаналізувавши кар'єрні орієнтації типологічних профілів підприємницької мотивації, нами виявлено, що самореалізація досліджуваних цього типу (що як мотив має найбільший прояв серед мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємницької діяльності) здійснюється через взаємодію з іншими (зокрема з колегами, компаньйонами, яким суб'єкт довіряє і в компетентності яких впевнений). Вважаємо, цим пояснюється

низький прояв прагматичного мотиву, оскільки, як зазначається вченими, у значній мірі раціонально-прагматичні тенденції проявляються у випадку, якщо процес самореалізації пов'язаний безпосередньо з підприємництвом (Туман-Никифорова & Туман-Никифоров, 2010).

Таблиця 2.13

Середні значення показників мотивів на збільшення власності у груп досліджуваних суб'єктів трудової діяльності з різними типологічними профілями підприємницької мотивації

Мотиви на збільшення власності	Типологічні профілі за кластерами				Н	р
	Помірна мотивація підприємницької діяльності	Полівмотивованість на підприємництво	Знижена вмотивованість на підприємництво	Мотивація самореалізації у підприємстві в організації		
	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

Дещо вищими є середні значення типу «Помірна мотивація підприємницької діяльності». Базуючись на висновках за даними аналізу грошових настановлень досліджуваних цього профілю, можна припустити, що маючи позитивне ставлення до грошей, виваженість і адекватність у фінансових питаннях, вони спрямовують власні дії на отримання конкретних корисних результатів, базуючись на власному практичному досвіді.

Найвищим і з найменшим стандартним відхиленням є показник типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємництво», що вбачається закономірним. На нашу думку, це характеризує досліджуваних із найвищим ступенем прояву підприємницької мотивації як людей, чия життєва стратегія передбачає вчинки, підґрунтям яких є практична користь і отримання позитивних результатів. Їх фінансова енергійність детермінується мотивом власної вигоди. Вважаємо, що в даному випадку можемо відмітити тенденцію до самореалізації суб'єктів (як однієї з провідних для них мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємницької діяльності) через власність, яка дає їм відчуття свободи і самостійності, впевненості і є міцним підґрунтям в реалізації фінансового капіталу для розвитку власної справи й досягнення комерційного успіху.

Привертають увагу показники типологічного профілю з найслабшим проявом підприємницької мотивації – «Знижена вмотивованість на підприємницьку діяльність»: вони вищі в порівнянні з типологічними профілями «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» і «Помірна мотивація підприємницької діяльності» і нижчі щодо показників профілю «Полівмотивованість на підприємництво». Значущість прагматичного мотиву для досліджуваних з найслабшим проявом підприємницької мотивації, на нашу думку, є зрозумілою у світлі того, що ці суб'єкти, як нами виявлено при аналізі їхніх грошових настановлень, оцінюють себе по відношенню до фінансово більш заможних осіб. Багатство у них асоціюється винятково з грошима і підкріплюється цінностями прагматизму. Вважаємо, що прагнучи до статусності і тим самим

демонструючи своє соціальне положення, вони задовольняють потребу у власності, що допомагає їм ідентифікувати себе по відношенню до інших. Вони прагнуть отримувати конкретні корисні результати в будь-якій справі, орієнтовані на доходи (як фінансові, так і матеріальні) з метою збільшення власності. Проте надмірна увага до грошей, і як наслідок, перебільшення їхнього значення заважають адекватній реалізації фінансового капіталу, зокрема для організації власної справи.

Підсумовуючи, зазначимо, що досліджувані всіх груп розглядають власність як умову спокійного життя, яка формує в них відчуття господаря свого життя, прихильність до свого дому, речей. Власність дає можливість витратити кошти відповідно до власного бажання і без обмежень.

Прагматизм у тій чи іншій мірі притаманний представникам усіх типологічних профілів підприємницької мотивації. Значущість прагматичного мотиву вказує на його типовість для підприємницької мотивації.

2.4. Регулятивно-стильові особливості суб'єкта трудової діяльності з різними типами мотивації підприємницької діяльності

Визначення регулятивно-стильових особливостей досліджуваних здійснювалось у програмі Statistica 10.0 за допомогою кластерного аналізу методом k-середніх. Основу кластеризації склали типи саморегуляції: зовнішнє, інтроектоване, ідентифіковане регулювання, власне спонукання.

У результаті обробки отриманих даних, вся вибірка досліджуваних (n=302) була поділена на 5 груп, що склали стилі саморегуляції суб'єктів трудової діяльності з різними типами підприємницької мотивації (Рис. 2.4).

Кластер 1. *Автономне регулювання* (23 % загальної вибірки досліджуваних). Назва стилю саморегуляції відображає перевагу у суб'єктів, які увійшли до даної групи, власного спонукання як типу саморегуляції

трудової діяльності, що свідчить про абсолютну самодетермінованість поведінки та внутрішній локус каузальності.

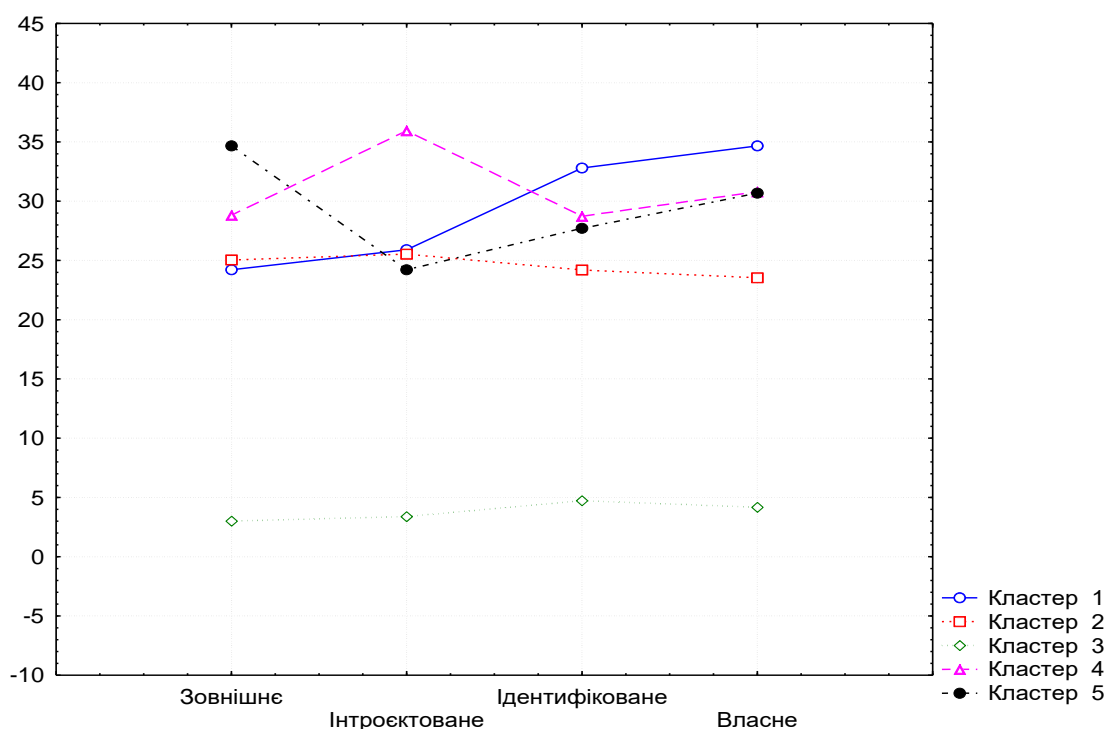


Рис. 2.4. Стилі саморегуляції суб'єктів трудової діяльності з різними типами підприємницької мотивації.

Представники даного класу здатні ефективно взаємодіяти з середовищем, мають безпосередній інтерес до справи, поведуться невимушено, мотивуються самою справою: прагнуть виконати певну діяльність заради відчуття задоволення та радості від неї, при цьому будучи байдужими до будь-яких зовнішніх стимулів і вимог та відчуваючись джерелом змін у навколишньому світі. Провідним чинником їхньої поведінки є усвідомлене бажання самостійно контролювати події власного життя. Таким чином зміцнюється їх почуття власної компетентності, задовольняється прагнення самоствердження.

Кластер 2. *Збалансоване регулювання* (28 % загальної вибірки досліджуваних). Ця група досліджуваних характеризується майже

рівномірним розподілом показників за типами саморегуляції з незначною перевагою інтроєктованого регулювання. Значення за типами саморегуляції від найвищого (інтроєктоване регулювання) до найнижчого (власне спонукання) варіюються в межах одного показника. Представники цього класу мають екстринсивну мотивацію до діяльності, що говорить про невираженість почуття самодетермінації. Продукована ними діяльність не пов'язується з її змістом й обумовлюється позаособистісними обставинами та тиском зовні. Така діяльність має на меті отримання того чи іншого результату як відповіді на виклики зовнішніх чинників.

Кластер 3. *Амотивованість до праці* (5% загальної вибірки досліджуваних). Назва кластера обумовлена істотно низькими показниками усіх типів саморегуляції трудової діяльності, міра вираженості яких варіюється в межах двох одиниць і свідчить про низький рівень регуляції. Переважаючим є показник ідентифікованого регулювання. Регуляторні процеси суб'єктів характеризуються особистісною значущістю й свідомим оцінюванням й водночас відсутністю намірів, недостатністю контролю, некомпетентністю. Локус каузальності до певної міри внутрішній, проте сприйнятливий до впливу зовнішніх підкріплень. Поведінка цілком регульована власним вибором, оцінювання оточення здійснюється крізь призму особистих світоглядних позицій. Властива чутливість по відношенню до референтних осіб. Переконаність в неможливості досягнення результату шляхом цілеспрямованої діяльності, відсутність самоефективності в діяльності детермінують формування паттерну бездіяльної поведінки.

Кластер 4. *Інтроєктоване регулювання* (22% загальної вибірки досліджуваних) як тип саморегуляції виражене найвищим показником у представників однойменної групи, що свідчить про їхню саморегуляцію частково засвоєними правилами та вимогами. У своїй діяльності вони підвладні зовнішньому тиску, проте відгук внутрішнього «Я» на виклики зовні часткові. Така реакція «Его» відбувається з метою демонстрації своїх можливостей або з метою уникнення невдачі. Поведінка суб'єкта може

регулюватися як за власним бажанням, так і залежно від ситуації. Диктовані зовні правила враховуються, проте ставлення до них доволі гнучке. Високий рівень самоконтролю детермінований внутрішнім уявленням оцінки поведінки, сформованим в минулому привитими зовні стереотипами про позитивне й негативне. Внаслідок цього суб'єкти мають завищені вимоги до себе й інших. Вольова регуляція супроводжується егоцентричними факторами: в якості внутрішньої винагороди переживають відчуття гордості й переваги в разі успіху й карають себе відчуттям провини, картаються у разі невдачі. Діяльність здійснюється під впливом внутрішніх причин, проте вони мають контролюючу міжособистісну природу.

Кластер 5. *Зовнішньо-мотивоване регулювання* (22 % загальної вибірки досліджуваних). Назва кластеру обумовлена назвою превалюючого типу саморегуляції трудової діяльності. Для обстежуваних даної групи джерелом активності є зовнішні контролюючі вимоги. Спрямованість на досягнення мети є мотивованою екстринсивно. Характерна фрустрація потреби в компетентності через відсутність здатності ефективно взаємодіяти з середовищем. Діяльність і поведінка регулюються нагородами і покараннями. Властиве тяжіння до нормативності як типу внутрішньої відповідальності, керованість системою заохочень та покарань у діяльності і, як наслідок, – притаманність страху запобігання невдачі. Мотивація досягнень незначна, внаслідок чого наявне прагнення запобігання складних видів діяльності з метою уникнення невдач. Вимогливі до себе, воліють до ідеального (відповідно до власних уявлень) себе. Особиста думка важлива, проте не остаточна по відношенню до думки обраної людини-взірця, вимоги якої апріорі беззаперечні.

Із метою визначення психологічних особливостей підприємницької мотивації на основі двофакторного дисперсійного аналізу проведено дослідження впливу стилів саморегуляції трудової діяльності та сили прояву мотивів у типологічних профілях підприємницької мотивації на гіпотетичні характеристики підприємницької мотивації.

Аналіз кар'єрних орієнтацій виявив наступне.

Середні значення кар'єрної орієнтації «професійна компетентність» за типологічними профілями підприємницької мотивації відносно стилів саморегуляції трудової діяльності значних розбіжностей немає (Рис. 2.5). Переважаючими за показниками орієнтації на професійну компетентність стилями трудової саморегуляції для всіх профілів є збалансоване, інторектоване та зовнішньо-мотивоване регулювання в порівнянні зі стилем «амотивованість до праці», де всі показники кар'єрної орієнтації на професійну компетентність є найнижчими.

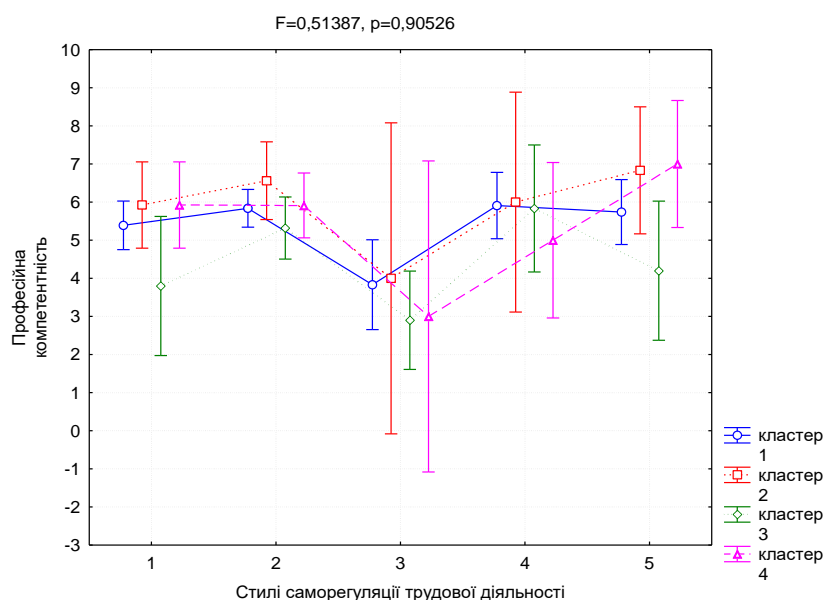


Рис. 2.5. Середні значення кар'єрної орієнтації «професійна компетентність» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Певну перевагу за даною кар'єрною орієнтацією мають досліджувані типологічних профілів «Полівмотивованість на підприємництво» та «Мотивація самореалізації в підприємстві в організації» за умови належності їх до групи осіб стилю трудової саморегуляції «зовнішньо-мотивоване регулювання». Таким чином, можна припустити, що для кар'єрної орієнтації «професійна компетентність» в певній мірі характерне

зовнішньо-мотивоване регулювання для суб'єктів типів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво» та «Мотивація самореалізації в підприємстві в організації». Отже, за умови домінування зовнішніх стимулів у самокеруванні трудової діяльності на тлі орієнтації на різні цінності, що вмотивовують на підприємництво, у студентів більшою мірою актуалізується орієнтація на досягнення майстерності та компетентності у кар'єрному саморозвитку. Для осіб типологічних профілів «Помірна мотивація підприємницької діяльності» та «Знижена вмотивованість на підприємництво» орієнтація «професійна компетентність» від стилів трудової саморегуляції не залежить. Отже, знижена потреба у створенні власного бізнесу взаємозумовлена із відмовою від досягнення професійної компетентності у побудові кар'єри.

Відносно кар'єрної орієнтації «менеджмент» значення показників подібні до описаних вище: значних розбіжностей в показниках середніх значень між типологічними профілями підприємницької діяльності в розрізі стилів трудової саморегуляції не виявлено. Найнижчими є середні стилі «амотивованість до праці» (Рис. 2.6).

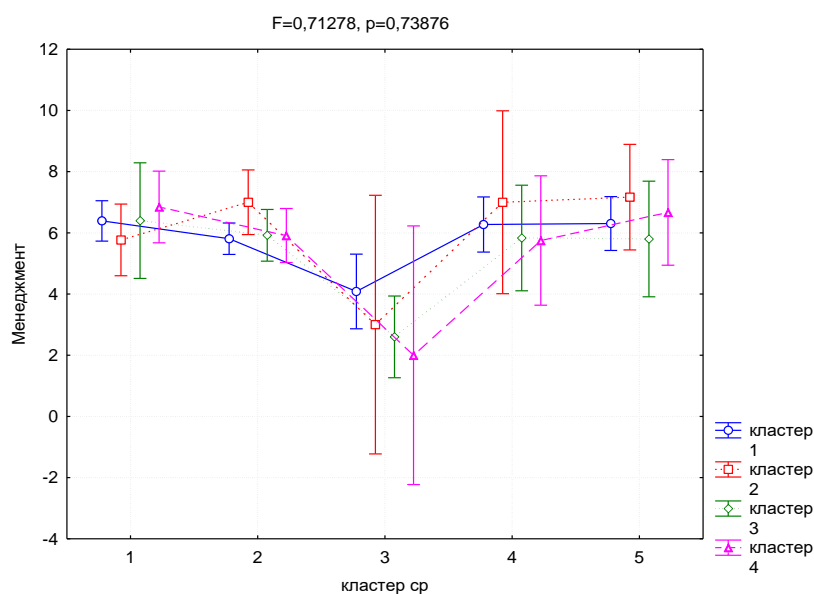


Рис. 2.6. Середні значення кар'єрної орієнтації «менеджмент» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Таким чином, є вірогідною відсутність залежності кар'єрної орієнтації «менеджмент» для типологічних профілів «Полівмотивованість на підприємництво», «Мотивація самореалізації в підприємстві в організації», «Помірна мотивація підприємницької діяльності» та «Знижена вмотивованість на підприємництво» при автономному, збалансованому, інтроєктованому, зовнішньо-мотивованому регулюваннях. «Менеджмент» не властивий суб'єктам усіх типів підприємницької мотивації при амотивованості до праці. Чим меншою мірою студенти вмотивовані на трудову діяльність, тим меншою мірою вони прагнуть до управлінської діяльності у професійній діяльності.

У межах кар'єрної орієнтації «автономія» (Рис. 2.7) найвищий, у порівнянні з іншими стилями трудової самореалізації, показник типологічного профілю «Знижена вмотивованість на підприємництво» для стилю «амотивованість до праці» вбачається закономірним.

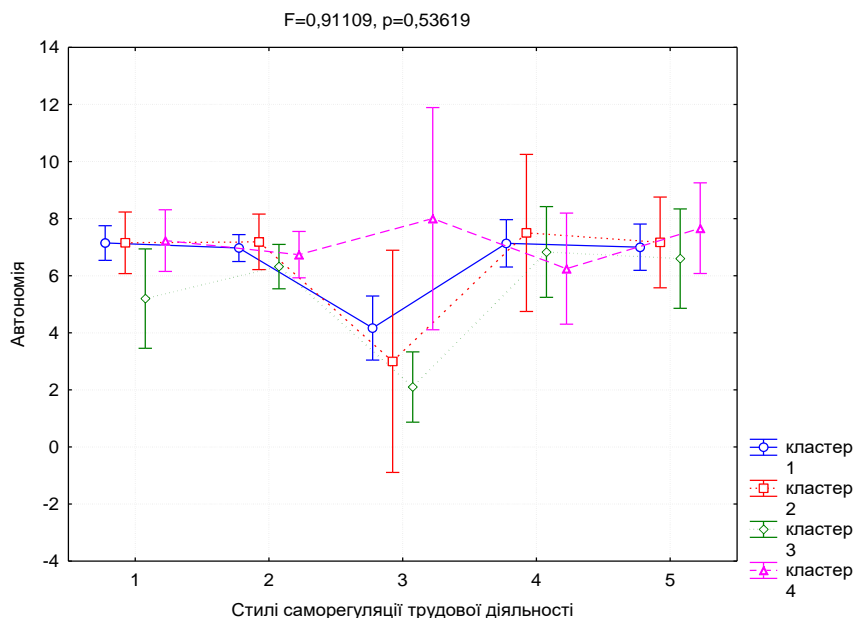


Рис. 2.7. Середні значення кар'єрної орієнтації «автономія» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Адже такі особистості, бажаючи розвивати власний потенціал у спільній діяльності з іншими, прагнуть до збереження власної свободи; їхня поведінка регульована власним вибором й характеризується схильністю до бездіяльності. На противагу цьому, для інших типологічних профілів середні значення в межах амотивованості до праці є майже рівнозначно низькими.

Отже, кар'єрна орієнтація «автономія» не характерна для суб'єктів типологічних профілів «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво» при амотивованості до праці й притаманна особам типу «Мотивація самореалізації в підприємництві в організації» з цим же стилем саморегуляції трудової діяльності.

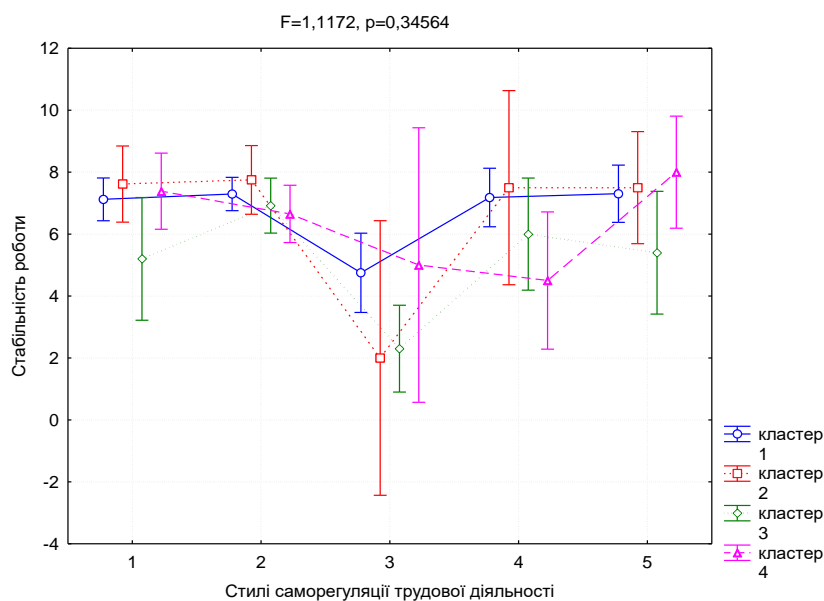


Рис. 2.8. Середні значення кар'єрної орієнтації «стабільність роботи» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Середні значення кар'єрної орієнтації «стабільність роботи» значних розбіжностей між типологічними профілями підприємницької мотивації відносно стилів саморегуляції трудової діяльності не має: майже в одному

полі згруповані середні всіх типів підприємницької мотивації щодо стилів саморегуляції (Рис. 2.8).

Найнижчим для орієнтації «стабільність роботи» є значення профілю «Полівмотивованість на підприємництво» щодо стилю «амотивація до праці», що вбачається закономірним: кар'єрна орієнтація «стабільність роботи» говорить про важливість безпеки та передбачуваності життєвих подій, що протирічить спрямованості суб'єктів цього профілю на ризик заради досягнення прибутку. Наявність амотивованості до праці як стилю трудової саморегуляції цих осіб говорить про те, що відчуваючи недостатню компетентність (самоефективність) ризикової та інноваційної поведінки, вони усвідомлено віддають перевагу бездіяльності.

Також аналізом встановлено, що до стабільності роботи прагнуть суб'єкти типологічного профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» із зовнішньо-мотивованим регулюванням, оскільки середнє значення цього показника є найвищим в порівнянні з іншими профілями підприємницької мотивації відносно до стилів саморегуляції. Таким чином, вважаємо, що кар'єрна орієнтація «стабільність роботи» не залежить від стилів саморегуляції трудової діяльності для профілів «Помірна мотивація до підприємництва» та «Знижена вмотивованість на підприємництво»; не характерна для суб'єктів типу «Полівмотивованість на підприємництво» з амотивованістю до праці; властива для осіб типу «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» із зовнішньо-мотивованим регулюванням.

Аналізом кар'єрної орієнтації «стабільність місця проживання» виявлена відносна рівнозначність середніх показників у всіх типів підприємницької мотивації за представленими стилями трудової саморегуляції, крім профілю «Полівмотивованість на підприємництво», де спостерігається переважання показника середнього значення над іншими типологічними профілями при автономному, збалансованому, інтроектованому регулюваннях та амотивованості до праці (Рис. 2.9). Тобто,

кар'єрна орієнтація «стабільність місця проживання» не залежить від стилів трудової саморегуляції для типологічних профілів підприємницької мотивації «Мотивація самореалізації у підприємництві в організації», «Помірна мотивація до підприємництва» та «Знижена вмотивованість на підприємництво», від зовнішньо-мотивованого регулювання для профілю «Полівмотивованість на підприємництво», натомість характерна для цього типу підприємницької мотивації при амотивованості до праці, автономному, збалансованому, інтроєктованому регулюванні. Студенти з найбільш розвиненою мотивацією до підприємницької діяльності не схильні змінювати місце проживання з метою забезпечення сталості власного бізнесу й гарантій його ефективності.

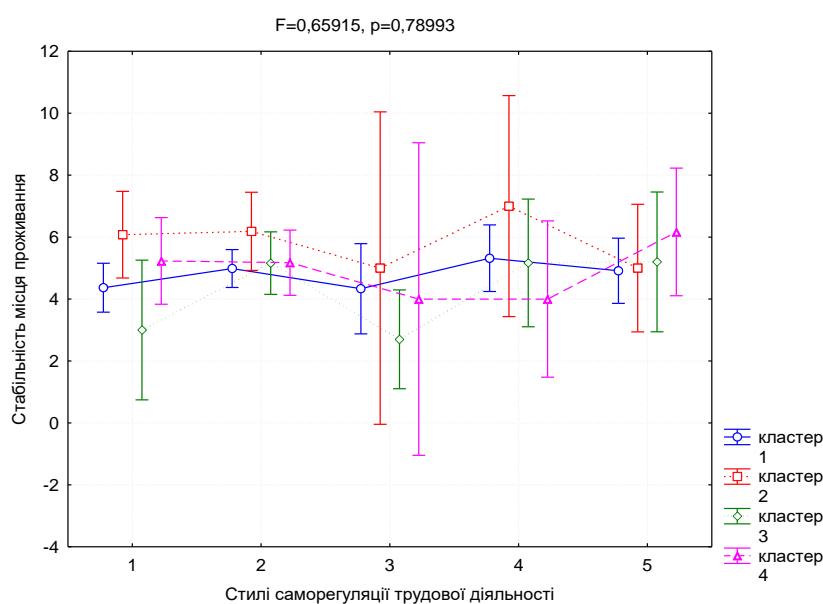


Рис. 2.9. Середні значення кар'єрної орієнтації «стабільність місця проживання» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Загалом порівнюючи середні значення показників кар'єрних орієнтацій «стабільність роботи» та «стабільність місця проживання» за всіма типологічними профілями підприємницької мотивації щодо «амотивованості

до праці», слід відмітити тенденцію до їх підвищення для «стабільність місця проживання». Таким чином, можна припустити, що для всіх досліджуваних стилів трудової саморегуляції «амотивованість до праці» превалюючим межах категорії стабільності є місце проживання.

Для кар'єрної орієнтації «служіння» характерне переважання показників типологічного профілю підприємницької мотивації «Помірна мотивація підприємницької діяльності» при інтроєктованому та зовнішньо-мотивованому регулюванні як над усіма іншими типами підприємницької мотивації, так і при інших стилях саморегуляції (Рис. 2.10).

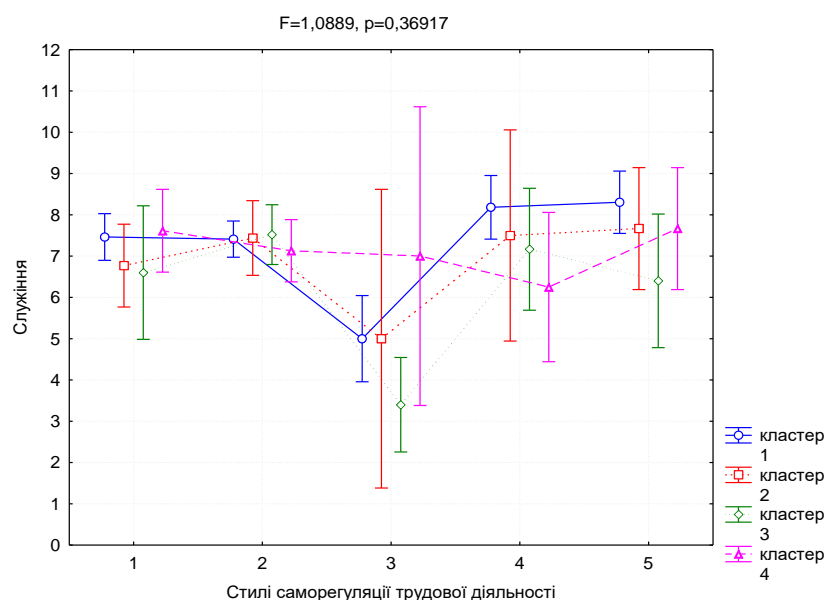


Рис. 2.10. Середні значення кар'єрної орієнтації «служіння» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Тобто суб'єкти з помірною до підприємництва мотивацією, будучи вимогливими до себе, почуваються ресурсно у разі схвалення своєї діяльності. Вони альтруїстичного напрямку поведінки, націлені на колективну співпрацю й головною цінністю для себе вбачають служіння на благо людей.

Низькими для орієнтації «служіння» є середні значення стилю саморегуляції трудової діяльності «амотивованість до праці» для суб'єктів типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво», при чому останні є найнижчими: афіліативність цих осіб узгоджується із зовнішнім підкріпленням (наприклад, схвалення з боку референтної особи), що впливає на їхнє відчуття самоєфективності й сприяє усвідомленому вибору пасивної поведінки.

Середні значення профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» в межах «амотивованості до праці» для кар'єрної орієнтації «служіння» вагоміші в порівнянні з показниками інших типологічних профілів за цим стилем саморегуляції й характеризуються незначною розбіжністю показників за амотивованим, збалансованим, інтроєктованим та зовнішньо-мотивованим регулюванням.

Таким чином, можна припустити, що кар'єрна орієнтація «служіння» властива суб'єктам типологічного профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» при інтроєктованому та зовнішньо-мотивованому регулюванні; не характерна для суб'єктів типів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація до підприємницької діяльності» й «Знижена вмотивованість на підприємництво» при стилі саморегуляції «амотивованість до праці»; не залежить від стилю саморегуляції трудової діяльності для суб'єктів профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації». Отже, прагнення до підприємництва в командному складі обумовлене альтруїстичними мотивами, пов'язаними з особистісними цінностями солідарності.

Кар'єрна орієнтація «виклик» має найнижчі середні значення у досліджуваних профілю «Знижена вмотивованість на підприємництво» за стилем трудової саморегуляції «амотивованість до праці» (Рис. 2.11).

Відмова від підприємницьких амбіцій, відсутність інтересу до створення та ведення власного бізнесу на тлі зниженого інтересу до праці та заробітку загалом властива тим студентам, які не керуються цінностями виклику та високих досягнень, не прагнуть до розв'язання труднощів у професії та кар'єрному саморозвитку.

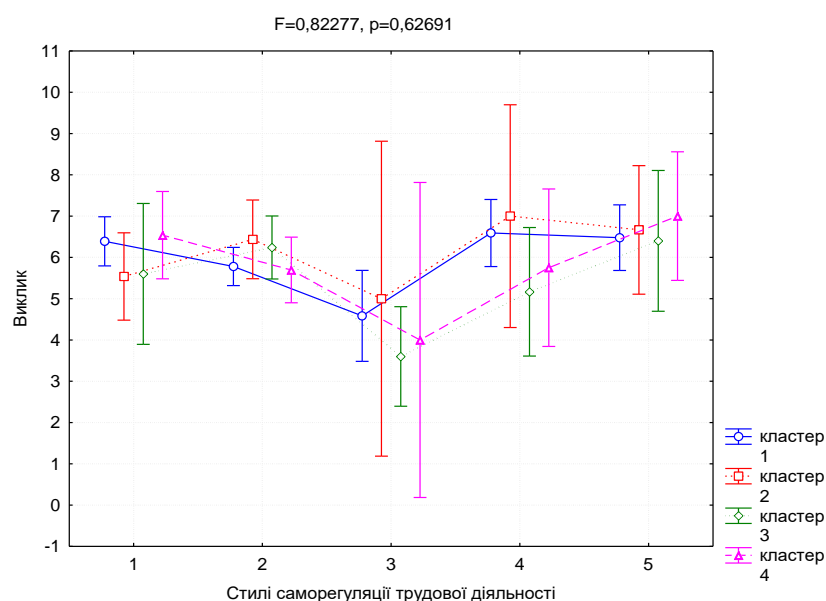


Рис. 2.11. Середні значення кар'єрної орієнтації «виклик» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Припускаємо, що маючи розвинені підприємницькі мотиви досягнення комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, суб'єкти цього типологічного профілю переконані в неможливості досягнення результату шляхом цілеспрямованої діяльності, а відтак подолання перешкод, конкуренція, вирішення складних завдань, що є змістом орієнтації «виклик», для них не є характерним.

Отже, кар'єрна орієнтація «виклик» не залежить від стилів трудової саморегуляції для всіх типологічних профілів підприємницької мотивації й не властива суб'єктам профілю «Знижена вмотивованість на

підприємництво» з амотивованістю до праці. Відмова від підприємницьких амбіцій, відсутність інтересу до створення та ведення власного бізнесу на тлі зниженого інтересу до праці та заробітку загалом властива тим студентам, які не керуються цінностями виклику та високих досягнень, не прагнуть до розв'язання труднощів у професії та кар'єрному саморозвитку.

Середні значення кар'єрної орієнтації «інтеграція стилів життя» за всіма типологічними профілями підприємницької мотивації відносно автономного, збалансованого, інтроєктованого та зовнішньо-мотивованого регулювання вагомих розбіжностей не мають (Рис. 2.12).

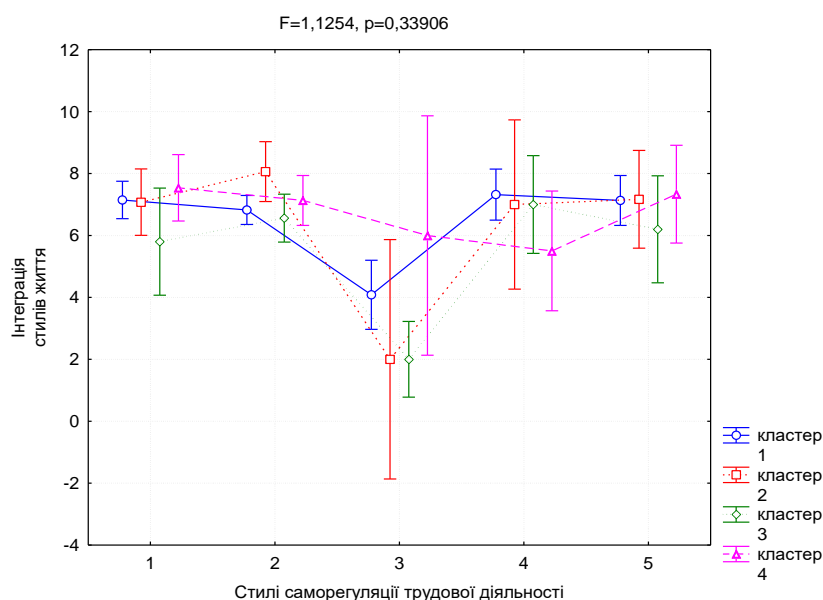


Рис. 2.12. Середні значення кар'єрної орієнтації «інтеграція стилів життя» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Спостерігається зниження показників при стилі саморегуляції трудової діяльності «амотивованість до праці» у суб'єктів типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво». Всі середні значення профілю «Мотивація

самореалізації у підприємстві в організації» характеризуються незначною розбіжністю показників за стилями саморегуляції з деяким пониженням при інтродюкованому регулюванні. Найвищим в кар'єрній орієнтації «інтеграція стилів життя» є показник типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємстві» відносно збалансованого регулювання.

Виходячи з вищезазначеного, припускаємо, що кар'єрна орієнтація «інтеграція стилів життя» не залежить від стилю саморегуляції трудової діяльності для суб'єктів типологічного профілю підприємницької мотивації «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації»; не властива суб'єктам типів «Полівмотивованість на підприємстві», «Помірна мотивація до підприємницької діяльності» й «Знижена вмотивованість на підприємстві» при амотивованості до праці; характерна для типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємстві» при збалансованому регулюванні як стилі трудової саморегуляції. Тобто, можна вважати ймовірним, що для досліджуваних із найбільш розвиненою до підприємництва мотивацією, які прагнуть бути незалежними у прийнятті власних рішень, отриманий внаслідок власної діяльності результат тим не менше в якійсь мірі є відповіддю на виклики зовнішніх чинників: бажання слави цими людьми, їх прагнення до вшанування, статусності свідчить, що діяльність і поведінка цих осіб обумовлюється в тому числі позаособистісними обставинами.

Кар'єрна орієнтація «підприємство» характеризується акцентністю на стилі саморегуляції «амотивованість до праці»: показники типологічного профілю підприємницької мотивації «Знижена вмотивованість на підприємстві» є найнижчими, а типологічного профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» – найвищими. (Рис. 2.13). Тобто, в першому випадку суб'єкти, почувачись певною мірою автономними (в своїй діяльності регулюються власним вибором), маючи зв'язки з іншими людьми (для них є важливим спілкування з тими, кому вони

довіряють і з ким почуваються членами однієї команди), все ж потребують зовнішнього підкріплення локусу каузальності.

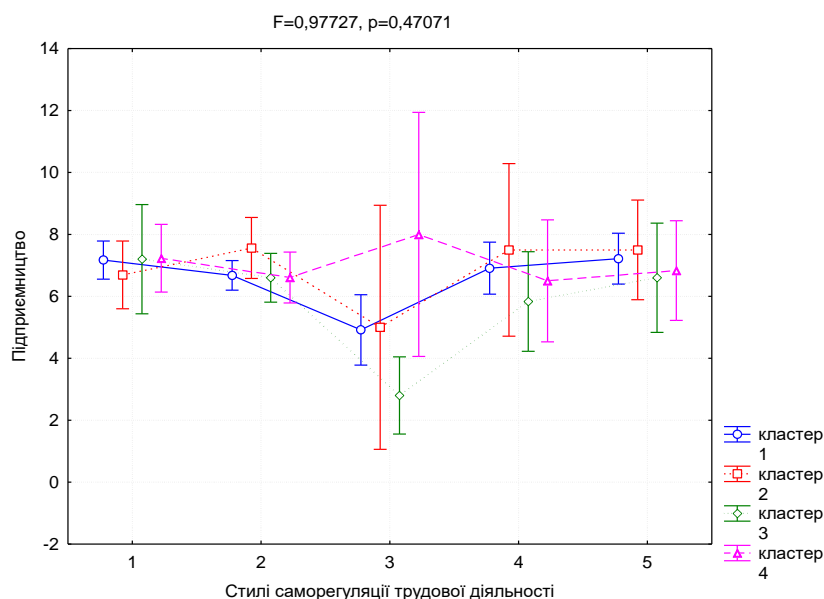


Рис. 2.13. Середні значення кар'єрної орієнтації «підприємництво» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

А відтак в певній мірі їхня поведінка не є самостійною, що не характерно для кар'єрної орієнтації «підприємництво». У другому випадку (найвищий показник типологічного профілю «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації») для суб'єктів властиве прагнення самореалізуватись у підприємстві, хоча, відчуваючи недостатню компетентність (самоефективність) у справі, вони усвідомлено віддають перевагу бездіяльності. Тобто, можна вважати вірогідним, що у світлі підприємницької мотивації кар'єрна орієнтація «підприємництво» не залежить від саморегуляції трудової діяльності для типологічних профілів «Полівмотивованість на підприємництво» й «Помірна мотивація підприємницької діяльності», від автономного, збалансованого, інтроєктованого і зовнішньо-мотивованого регулювання для профілів

«Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» й «Знижена вмотивованість на підприємство»; не властива типологічному профілю підприємницької мотивації «Знижена вмотивованість на підприємство» при амотивованості до праці; характерна для осіб типу «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» при стилі саморегуляції «амотивованість до праці». Тобто, 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, інструменту для набуття й підтримання статусності, відчуття власної значущості.

Визначенню психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності сприяв двофакторний дисперсійний аналіз залежності мотивів на збільшення власності від стилів саморегуляції трудової діяльності та типологічних профілів підприємницької мотивації. Міру залежності мотиву потреби від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації представлено на рис. 2.14. У результаті проведеного аналізу виявлено, що найвищий рівень мотиву потреби характерний для осіб типологічного профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» з амотивованістю до праці як стилем саморегуляції трудової діяльності. Ці суб'єкти потребують допомоги й матеріальної підтримки, проте не відчують самоєфективності в будь-якій справі і, як наслідок, мають бездіяльну поведінку. Їхнє небажання працювати є усвідомленим. При цьому вони прагнуть до спокійного забезпеченого життя й у своїх негараздах звинувачують обставини.

Таким чином, можна припустити, що для осіб типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємство», «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» й «Знижена вмотивованість на підприємство» мотив потреби не залежить від стилю

трудової саморегуляції; для осіб типу «Помірна мотивація підприємницької діяльності» мотив потреби не залежить при автономному, збалансованому, інтроєктованому і зовнішньо-мотивованому регулюванні і є характерним для цього типу за стилем трудової саморегуляції «амотивованість до праці». Тобто, мотивація підприємницької діяльності детермінується потребою в матеріальній забезпеченості та соціальній безпеці.

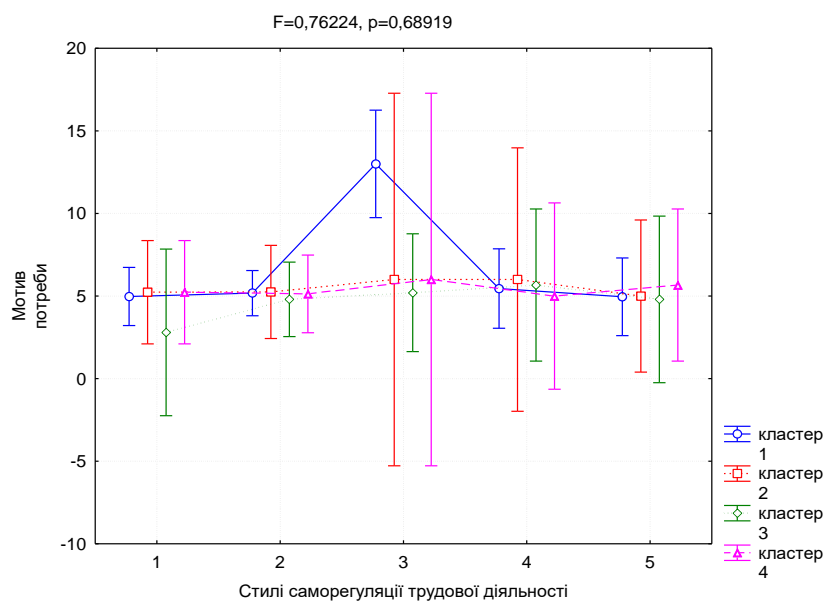


Рис. 2.14. Середні значення мотиву потреби в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Аналіз залежності від стилю трудової саморегуляції та типологічних профілів підприємницької мотивації прагматично-матеріального мотиву виявив, що тип «Полівмотивованість на підприємництво» за всіма стилями саморегуляції має найвищі показники (Рис. 2.15). Прагматично-матеріальний мотив: не залежить від стилю саморегуляції для таких типологічних профілів підприємницької мотивації, як «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації», «Помірна мотивація підприємницької діяльності» й «Знижена вмотивованість на підприємництво»; характерний для суб'єктів із найбільш вираженими мотивами підприємницької діяльності – типологічного профілю

«Полівмотивованість на підприємництво», не обумовлюючись стилем трудової саморегуляції. Тобто, усі суб'єкти цього типу підприємницької мотивації мають прагнення збільшити власність задля отримання можливості реалізувати свій фінансовий капітал.

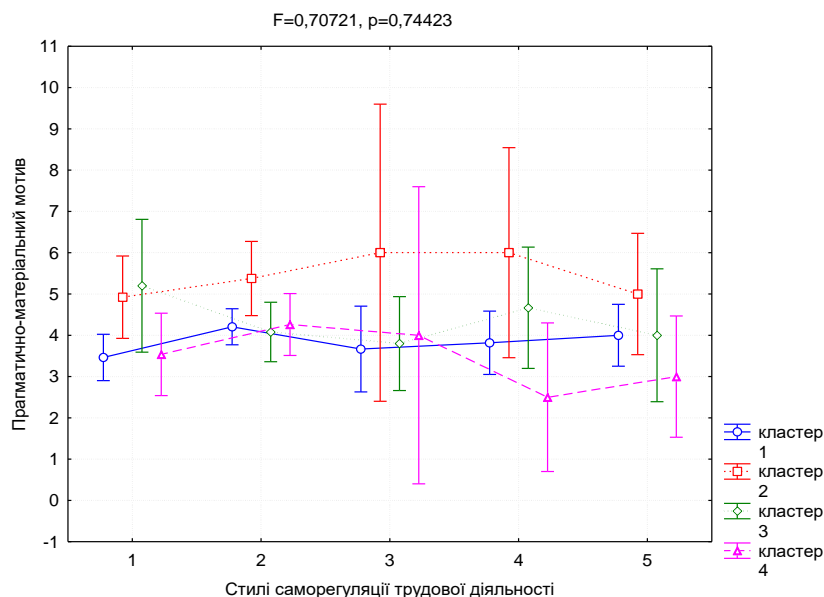


Рис. 2.15. Середні значення прагматично-матеріального мотиву в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Підприємницький мотив як відображення прагнення власності в якості джерела прибутку характеризується незалежністю від стилю трудової саморегуляції для всіх типів підприємницької мотивації, крім профіля «Полівмотивованість на підприємництво» при інтроєктованому регулюванні (Рис. 2.16). Діяльність суб'єктів цього типологічного профілю в бажанні досягнення прибутку шляхом збільшення власності регулюється частково засвоєними правилами та вимогами. А отже, підприємницький мотив не залежить від автономного, збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання та амотивованості до праці для типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємництво» й характерний для нього при

умові інтроєктованого регулювання. Тобто, висока потреба в створенні власної справи взаємозумовлена із прагненням власності в якості джерела прибутку.

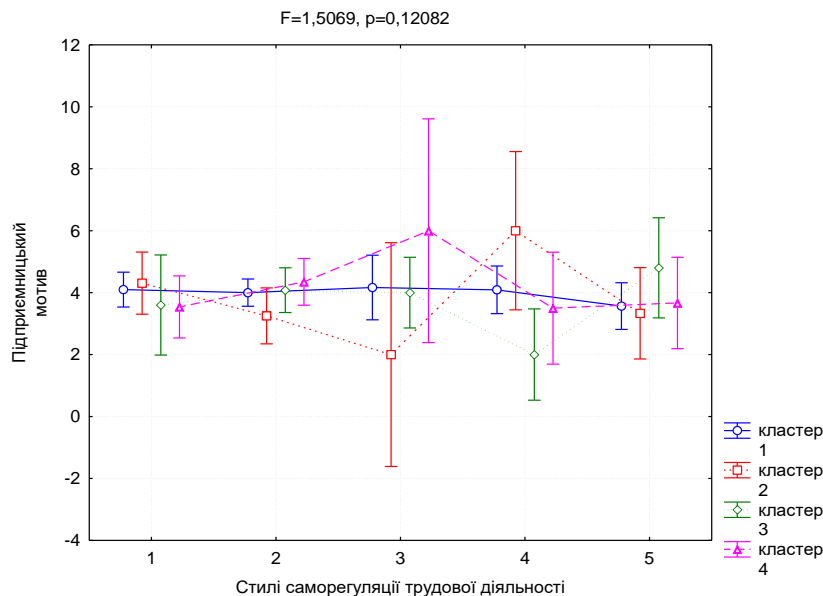


Рис. 2.16. Середні значення підприємницького мотиву в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Середні значення мотиву незалежності й самоствердження за всіма показниками типів підприємницької мотивації мають незначні розбіжності, за винятком типологічного профілю «Знижена вмотивованість на підприємництво» при інтроєктованому регулюванні (Рис. 2.17). Низькі показники в такій позиції вказують на ймовірність того, що у суб'єктів цього типу прагнення до власності як запоруки свободи й відчуття особистої значущості нівелюються високим рівнем самоконтролю, спричиненим усталеними раніше уявленнями про позитивне й негативне.

Таким чином, є вірогідним те, що для типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації», «Помірна

мотивація підприємницької діяльності» мотив незалежності й самоствердження не залежить від стилю саморегуляції, для типу «Знижена вмотивованість на підприємництво» – не залежить від стилю саморегуляції при автономному, збалансованому, «амотивованості до праці», зовнішньо-мотивованому регулюванні; не властивий суб'єктам типу «Знижена вмотивованість на підприємництво» за умови інтроектованого регулювання. Отже, високий рівень самоконтролю нівелює прагнення до власності як запоруки свободи й відчуття особистої значущості й обумовлює низьку потребу в підприємницькій діяльності.

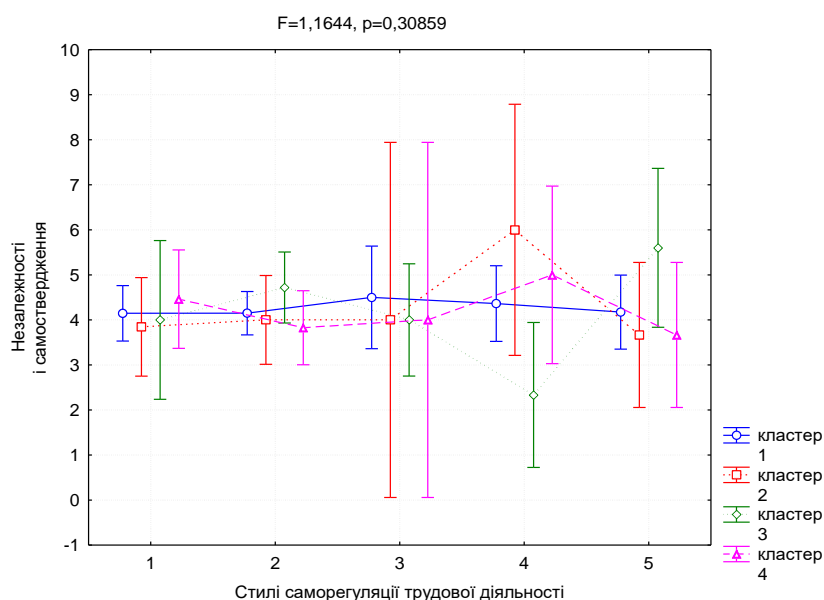


Рис. 2.17. Середні значення підприємницького мотиву незалежності і самоствердження в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Двофакторний дисперсійний аналіз залежності соціальних, внутрішньо організаційних та особистісних компонентів задоволеністю працею від від стилів саморегуляції трудової діяльності та типологічних профілів підприємницької мотивації виявив наступне.

Середні значення компонента задоволеності працею «задоволеність заробітною платою» типологічного профілю підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво» при збалансованому та зовнішньо-мотивованому регулюваннях є переважаючими в порівнянні з іншими профілями (Рис. 2.18).

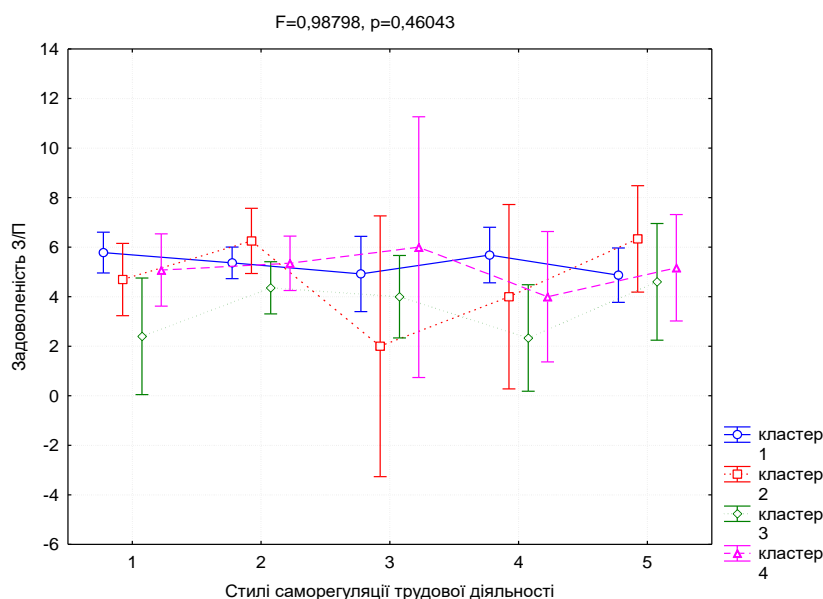


Рис. 2.18. Середні значення «задоволеності заробітною платою» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Для осіб з типом підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво» «задоволеність заробітною платою» залежить від збалансованого та зовнішньо-мотивованого регулювання. Тобто, суб'єкти цього профілю найбільш мотивовані на підприємницьку діяльність, проте виражають задоволеність своїми прибутками ті з них, для кого отримання результату, зокрема фінансового, є відповіддю на виклики зовнішніх чинників і чия активність підпорядковується зовнішнім вимогам.

Суб'єкти зі «зниженою вмотивованістю на підприємництво» за всіма стилями саморегуляції в компоненті «задоволеність заробітною платою»

мають низькі, в порівнянні з іншими типами підприємницької мотивації, середні з акцентом на автономному та інтроєктованому регулюванні. Враховуючи превалювання у таких осіб мотиву комерційного успіху, припускаємо, що найменш задоволені отримуваною фінансовою винагородою як суб'єкти з внутрішньо мотивованою діяльністю, так і суб'єкти, діяльність яких мотивується зовні, а особливо ті, хто її здійснює з метою демонстрації своїх можливостей чи з метою уникнення невдачі. Таким чином, ймовірним є: незалежність від стилю саморегуляції компонента «задоволеність заробітною платою» для типологічних профілів підприємницької мотивації «Помірна мотивація підприємницької діяльності» та «Мотивація на самореалізацію в підприємництві в організації»; від автономного, інтроєктованого регулювання та амотивованості до праці – для профілю «Полівмотивованість на підприємництво», від збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання й амотивованості до праці – для профілю «Знижена вмотивованість на підприємництво»; залежність «задоволеності заробітною платою» для типу «Полівмотивованість на підприємництво» від збалансованого та зовнішньо-мотивованого регулювання й для типу «Знижена вмотивованість на підприємництво» від автономного та інтроєктованого регулювання.

«Задоволеність організацією праці» як компонент задоволеності працею під час аналізу виявив найвищий показник в типологічному профілі підприємницької мотивації «Знижена вмотивованість на підприємництво» при автономному регулюванні й найнижчий – в профілі «Мотивація самореалізації в підприємництві в організації» при інтроєктованому регулюванні (Рис. 2.19). В інших типологічних профілях розбіжність показників цього компонента задоволеності працею відносно стилю саморегуляції трудової діяльності незначна.

Відтак, є вірогідною незалежність компонента «задоволеність організацією праці» для суб'єктів типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація

підприємницької діяльності» від усіх стилів трудової саморегуляції; для суб'єктів типу «Знижена вмотивованість на підприємництво» – від збалансованого, інтроєктованого та зовнішньо-мотивованого регулювання та амотивованості до праці; для суб'єктів типу «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації» – від автономного, збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання та амотивованості до праці.

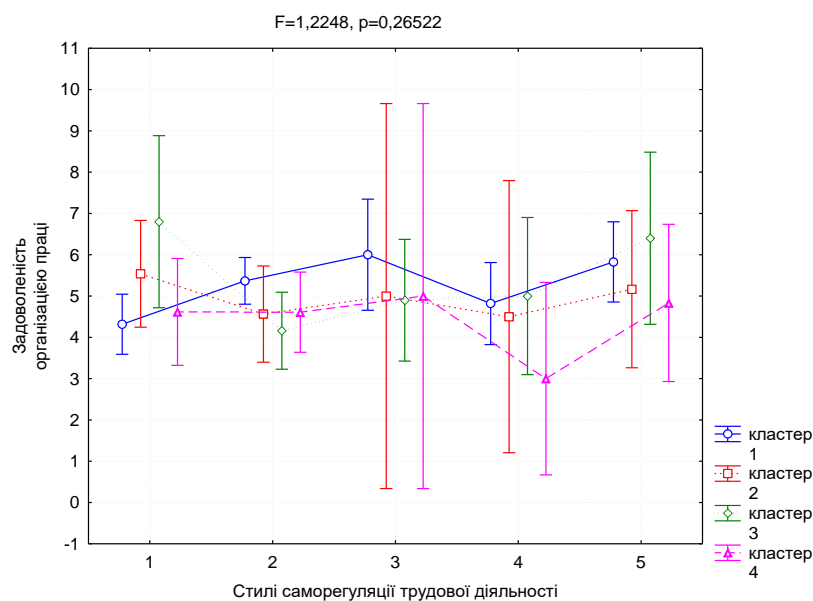


Рис. 2.19. Середні значення «задоволеності організацією праці» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

«Задоволеність організацією праці» притаманна представникам профілю «Знижена вмотивованість на підприємництво» при умові автономного регулювання й не властива людям з мотивацією самореалізації в підприємстві в організації при умові інтроєктованого регулювання. Отож, можна припустити, що для суб'єктів, які регулюються у виконанні діяльності внутрішніми мотивами, але мають знижену вмотивованість на підприємництво, фактором задоволеності організацією праці є ефективна взаємодія з людьми, відчуття командної єдності у здійсненні справи.

Суб'єкти, які мотивуються до підприємництва прагненням самореалізації і вбачають можливість цього в організації, будучи частково підвладними зовнішньому тиску й бажаючи демонструвати свої можливості й уникати невдач, зазвичай не відчують задоволеності організацією праці.

Аналіз залежності «задоволеності керівництвом» від типологічних профілів підприємницької мотивації та стилів трудової саморегуляції (Рис. 2.20) виявив переважання показників за всіма профілями при автономному регулюванні й показників профілю «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації» при інтроектованому регулюванні.

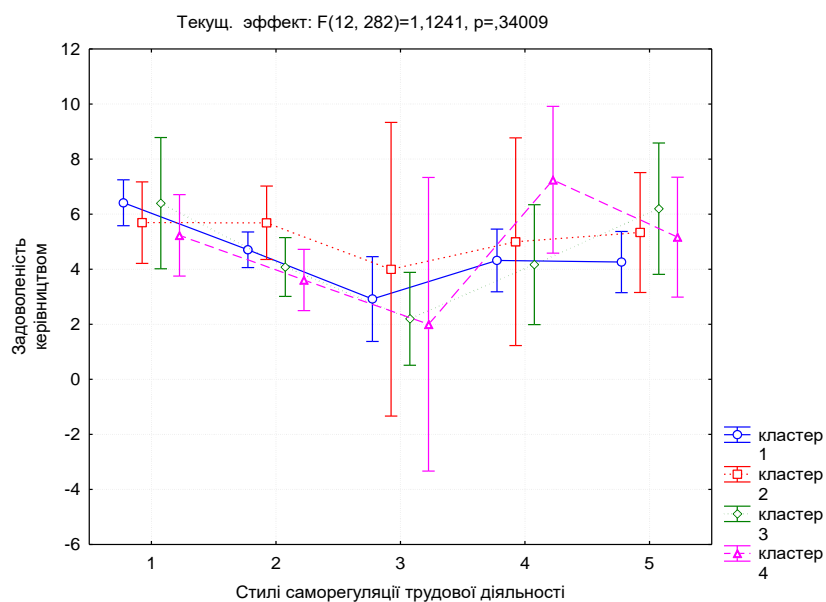


Рис. 2.20. Середні значення «задоволеності керівництвом» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Ймовірною є незалежність «задоволеності керівництвом» від збалансованого, інтроектованого, зовнішньо-мотивованого регулювання й амотивованості до праці для суб'єктів типологічних профілів підприємницької мотивації, «Полівмотивованість на підприємство»,

«Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво»; від збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання й амотивованості до праці – для суб'єктів типу «Мотивація на самореалізацію в підприємництві в організації».

Для осіб із автономним регулюванням – всіх типів підприємницької мотивації та осіб із інтроєктованим регулюванням типу «Мотивація на самореалізацію в підприємництві в організації» «задоволеність керівництвом» як компонент задоволеності працею є характерним. Таким чином, можна припустити, що до задоволеності керівництвом схильні особи, внутрішньо мотивовані до діяльності, й ті, хто регулює свою поведінку та формує власну діяльність частково засвоєними вимогами й правилами.

У результаті аналізу «задоволеності колективом» виявлено, що середні значення усіх типологічних профілів підприємницької мотивації за всіма стилями трудової саморегуляції виражені малорозбіжними показниками, за винятком середнього в типі «Мотивація на самореалізацію в підприємництві в організації» при інтроєктованому регулюванні, яке значно нижче в порівнянні з іншими (Рис. 2.21).

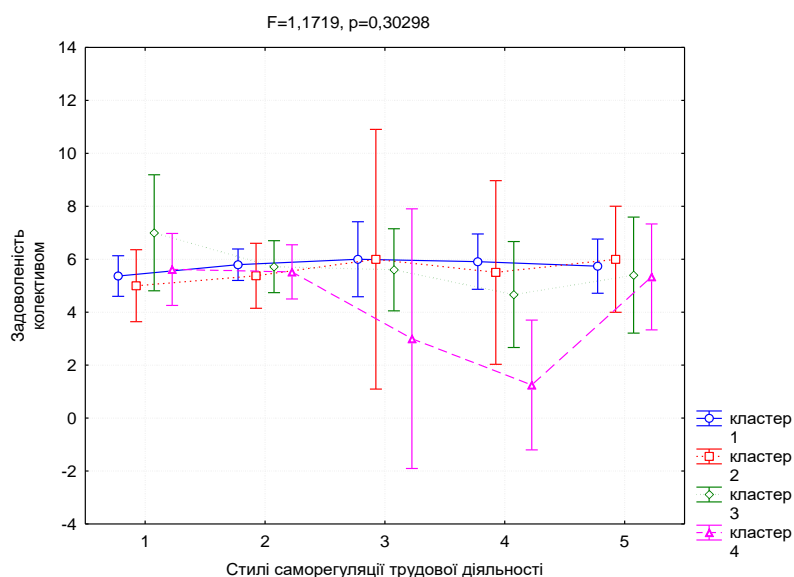


Рис. 2.21. Середні значення «задоволеності колективом» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Тобто, «задоволеність колективом» як компонент задоволеністю працею не залежить від стилів трудової саморегуляції для типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво», для типу «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації» – від автономного, збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання й амотивованості до праці й не характерні в цьому профілі для осіб із інтроєктованим регулюванням. Відтак, вважаємо, що для осіб, які здійснюють діяльність під впливом внутрішніх причин з контролюючою міжособистісною природою, зазвичай притаманне незадоволення колективом.

При аналізі компонента задоволеності працею «задоволеність процесом і змістом роботи та своїми досягненнями» виявлена значна схожість міри показників за всіма типами підприємницької мотивації відносно до стилів трудової саморегуляції із показниками «задоволеності колективом»: середні значення усіх типологічних профілів підприємницької мотивації за всіма стилями трудової саморегуляції виражені малорозбіжними показниками, за винятком середнього в типі «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації» при інтроєктованому регулюванні, яке значно нижче в порівнянні з іншими (Рис. 2.22).

Отже, можемо зробити подібні припущення: «задоволеність процесом і змістом роботи та своїми досягненнями» як компонент задоволеністю працею не залежить від стилів трудової саморегуляції для типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємництво», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємництво», для типу «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації» – при автономному, збалансованому, зовнішньо-мотивованому регулюванні й амотивованості працею і не характерні в цьому профілі для осіб із інтроєктованим регулюванням. Особи, які діють під впливом внутрішніх причин з

контролюючою міжособистісною природою, зазвичай не задоволені процесом, змістом роботи та своїми досягненнями.

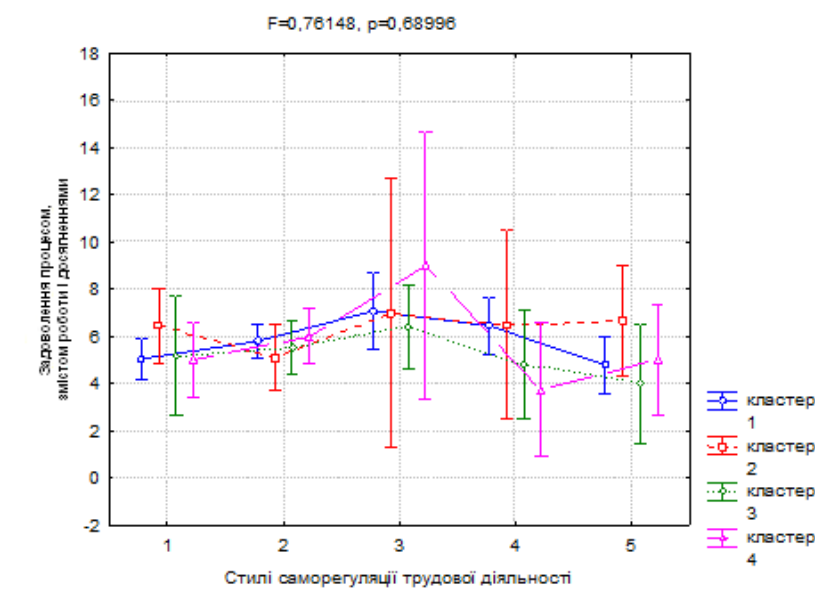


Рис. 2.22. Середні значення «задоволеності процесом і змістом роботи та своїми досягненнями» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Проаналізувавши спрямованості особистостей досліджуваних щодо залежності від типів підприємницької мотивації та стилів трудової саморегуляції, виявлено, що показники «спрямованості на себе» мають незначні розбіжності щодо стилів саморегуляції (Рис. 2.23). Можемо вказати на ймовірність незалежності «спрямованості на себе» від типологічних профілів підприємницької мотивації відносно стилів трудової саморегуляції.

В аналізі «спрямованості на спілкування» (Рис. 2.24) прослідковується коливання показників середніх значень в типологічному профілі «Полівмотивованість на підприємництво» в бік збільшення відносно амотивованості до праці та інтроєктованого регулювання і в бік зменшення відносно зовнішньо-мотивованого регулювання. При чому останній показник

значно нижчий за середні значення всіх стилів саморегуляції у всіх інших типах підприємницької мотивації.

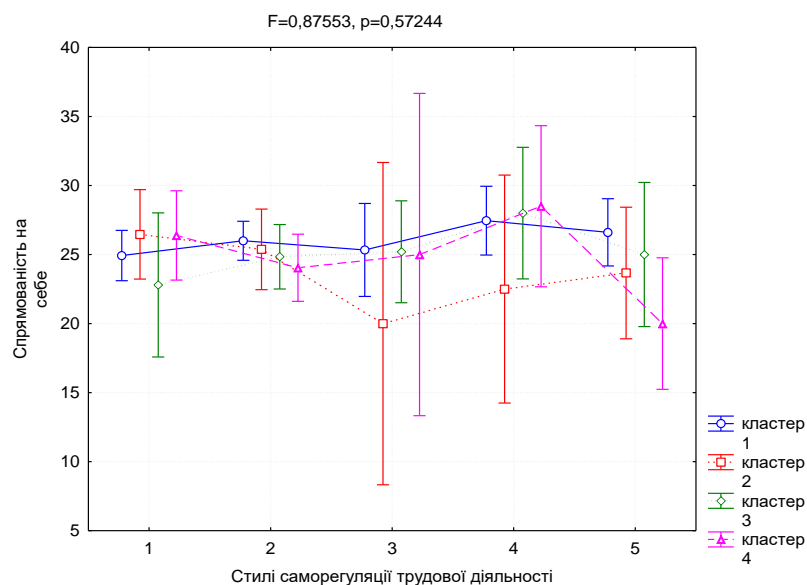


Рис. 2.23. Середні значення спрямованості на себе в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

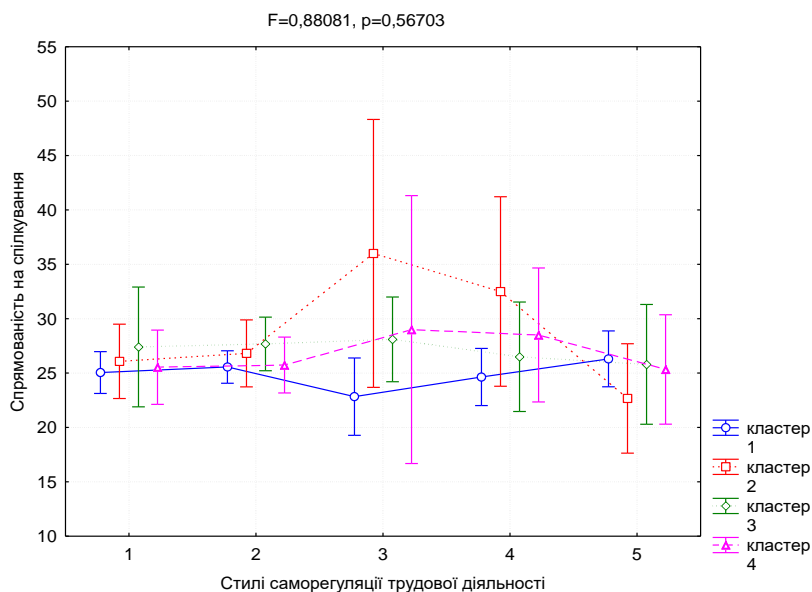


Рис. 2.24. Середні значення спрямованості на спілкування в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Можна припустити, що «спрямованість на спілкування»: не залежить від стилю трудової саморегуляції для типологічних профілів «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємство», від автономного й збалансованого регулювання для «Полівмотивованість на підприємство»; властива суб'єктам типу «Полівмотивованість на підприємство» при інтроектованому регулюванні та амотивованості до праці; не характерна для типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємство» при умові зовнішньо-мотивованого регулювання.

Тобто, припускаємо, що суб'єкти з найбільш вираженою мотивацією до підприємства через відсутність відчуття самоефективності в діяльності («амотивованість до праці»), підпорядкування власної поведінки частково засвоєним правилам та вимогам (інтроектоване регулювання) потребують соціального схвалення, прихильності та емоційних стосунків з людьми. Водночас суб'єкти цього профілю, джерелом діяльності яких є винятково зовнішні контролюючі чинники (зовнішньо-мотивоване регулювання), через тяжіння до нормативності як типу внутрішньої відповідальності й притаманність страху запобігання невдачі не здатні ефективно взаємодіяти з середовищем.

Середні значення «спрямованості на справу» значних розбіжностей в типологічних профілях підприємницької мотивації відносно стилю трудової саморегуляції не мають (Рис. 2.25).

Винятком є тип «Полівмотивованість на підприємство» при зовнішньо-мотивованому регулюванні: показники в цій позиції переважають всі інші в аналізі. Висуваємо припущення про те, що «спрямованість на справу» не залежить від стилю трудової саморегуляції для суб'єктів типологічних профілів «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації», «Помірна мотивація підприємницької діяльності» та «Знижена вмотивованість на підприємство»; для типу «Полівмотивованість на підприємство» – при автономному, збалансованому, інтроектованому

регулюванні та амотивованості до праці; властива суб'єктам профілю «Полівмотивованість на підприємництво» при умові зовнішньо-мотивованого регулювання. Отже, суб'єкти з розвиненими мотивами комерційного успіху, самореалізації, афіліативними мотивами зацікавлені у вирішенні ділових проблем, орієнтовані на ділове співробітництво й виконання роботи якнайкраще, оскільки джерелом їхньої активності є в тому числі зовнішні контролюючі чинники.

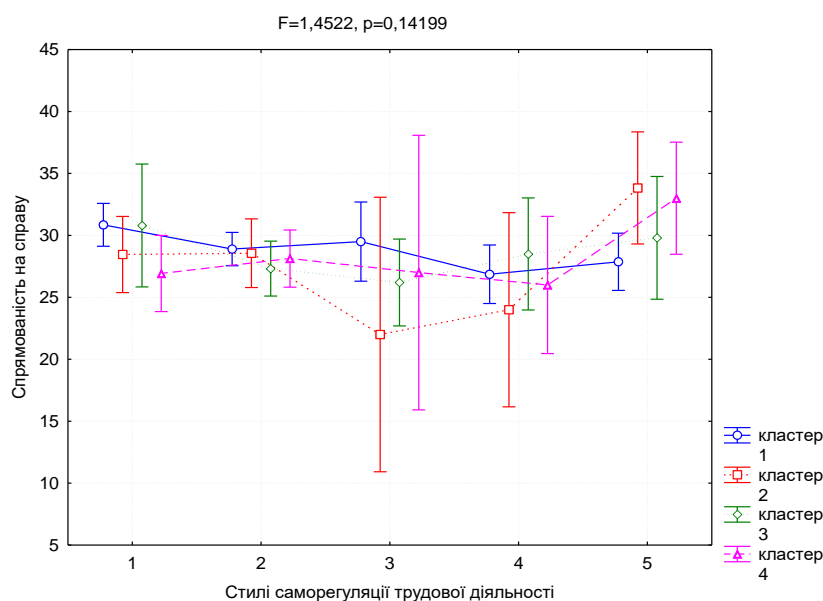


Рис. 2.25. Середні значення спрямованості на справу в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Для визначення психологічних особливостей підприємницької мотивації осіб студентського віку нами був використаний двофакторний дисперсійний аналіз залежності грошових уявлень та особливостей грошової поведінки від стилів трудової саморегуляції в поєднанні з типологічними профілями підприємницької мотивації. В результаті аналізу було виявлено наступне.

Показники грошового настановлення «грошова одержимість» за всіма типами підприємницької мотивації щодо стилів трудової саморегуляції відрізняються неістотно (Рис. 2.26).

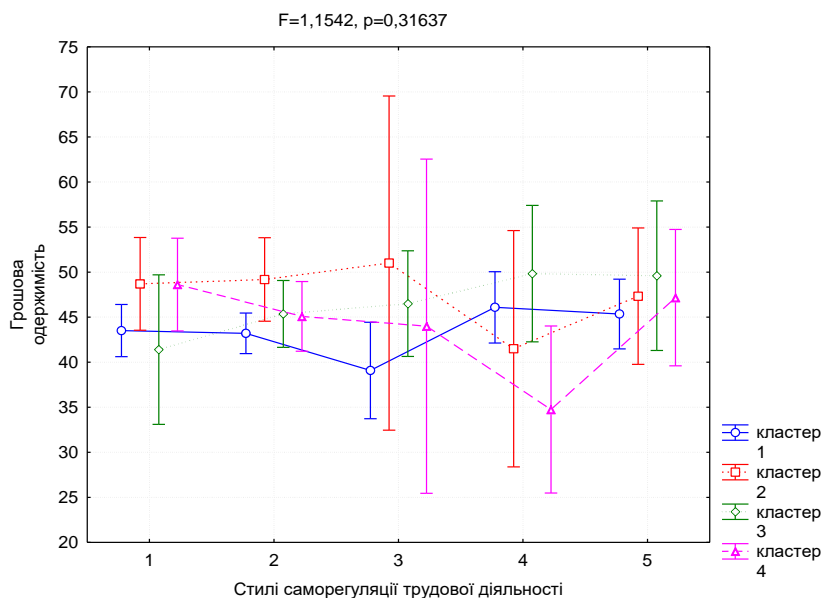


Рис. 2.26. Середні значення грошового настановлення «грошова одержимість» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Привертає увагу низьке середнє значення типологічного профілю «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації» відносно інтроєктованого регулювання. Можна припустити, що грошове настановлення «грошова одержимість» не залежить від стилю трудової саморегуляції для типологічних профілів підприємницької мотивації «Полівмотивованість на підприємстві», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємстві»; не залежить від автономного, збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання та амотивованості до праці для типу «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації»; не характерна для суб'єктів цього ж профілю при інтроєктованому регулюванні. Ймовірно, це може

свідчити, що суб'єкти, які мотивуються до підприємництва прагненням самореалізації і вбачають можливість цього в організації, здійснюючи діяльність заради досягнення певних відчутних результатів і усвідомлюючи її як особистісно значущу, не вважають гроші мірилом самодостатності власної особистості.

Аналізом грошових настановлень «гроші як влада» (Рис. 2.27) за типологічними профілями підприємницької мотивації відносно стилів саморегуляції трудової діяльності значущими виявлено такі середні значення: «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» при збалансованому регулюванні, «Помірна мотивація підприємницької діяльності» при зовнішньо-мотивованому регулюванні, «Знижена вмотивованість на підприємство» при інтроектованому регулюванні. За умов статистичної достовірності можемо припустити, що грошове настановлення «гроші як влада»: не залежить від стилю трудової саморегуляції для типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємство»; від автономного, інтроектованого, зовнішньо-мотивованого регулювання та «амотивованості до праці» для типу «Мотивація самореалізації в підприємстві в організації»; від автономного, збалансованого, інтроектованого регулювання та «амотивованості до праці» для профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності»; від автономного, збалансованого, зовнішньо-мотивованого регулювання та «амотивованості до праці» для типу «Знижена вмотивованість на підприємство»; характерне для суб'єктів профілю «Мотивація самореалізації в підприємстві в організації» зі збалансованим регулюванням, для суб'єктів профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» з зовнішньо-мотивованим регулюванням, для суб'єктів профілю «Знижена вмотивованість на підприємство» з інтроектованим регулюванням. Отже, статистична значущість отриманих показників дає можливість припустити наступне.

Високий рівень розвитку провідних мотивів підприємницької діяльності в суб'єктів типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємництво» детермінується наявністю потреби в грошах як засобу впливу для досягнення власних цілей.

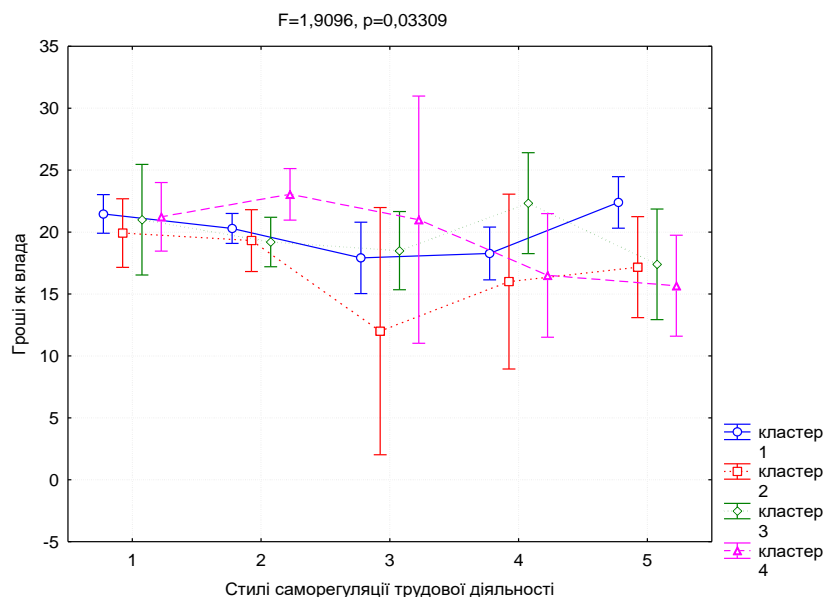


Рис. 2.27. Середні значення грошового настановлення «гроші як влада» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Розвиненість у суб'єктів типу «Мотивація самореалізації у підприємстві в організації» афіліативного мотиву та мотиву самореалізації вказує на відсутність у них потреби впливати на поведінку інших чи підкоряти їх, досягати над ними переваги та демонструвати свою особистісну цінність, а отже, гроші для них не є засобом впливу, предметом гордості чи інструментом досягнення переваги над іншими. Слабко виражене почуття автономності спричинює прагнення задовольнити зовнішні контролюючі вимоги, що проявляється в грошовій поведінці у вигляді готовності вкладати кошти в спільну справу й таким чином підвищувати власну самооцінку.

У суб'єктів профілю «Помірна мотивація підприємницької діяльності» мотив влади, нарівні з глористичним мотивом, виражений найслабше. Характеризуючись залежністю поведінки та підпорядкованістю власної діяльності зовнішнім контролюючим факторам і вимогам, прагнучи задовольнити референтне оточення, представники цього типу підприємницької мотивації не відчувають свою перевагу над іншими завдяки грошам і при вирішенні життєвих проблем, рухомі страхом уникнення невдачі, використовують фінансові можливості з метою відповідності ustalеним нормам цього оточення.

Високий рівень самоконтролю суб'єктів типологічного профілю підприємницької мотивації «Знижена вмотивованість на підприємництво», спричинений ustalеними раніше уявленнями про позитивне й негативне, спонукає їх до прагнення бути кращими. У цьому прагненні вони можуть ризикнути використати фінансові можливості з метою досягнення власних цілей в якості інструмента для впливу на інших людей.

Проаналізувавши середні значення грошового настановлення особистості «економність» щодо залежності від типів підприємницької мотивації та стилів трудової саморегуляції, встановлено, що їх показники не характеризуються істотними розходженнями в межах одного й того ж типологічного профілю та стилю трудової саморегуляції (Рис. 2.28). А отже, можемо вказати на ймовірність незалежності грошового настановлення «економність» від типологічних профілів підприємницької мотивації відносно стилів трудової саморегуляції.

Результати аналізу грошового настановлення «неадекватна поведінка щодо грошей» (Рис. 2.29) продемонстрували вираженість показників типологічного профілю «Полівмотивованість на підприємництво»: відносно збалансованого регулювання середні значення оптимальні, відносно інтродюкованого – найнижчі в порівнянні з іншими середніми як цього, так і інших профілів.

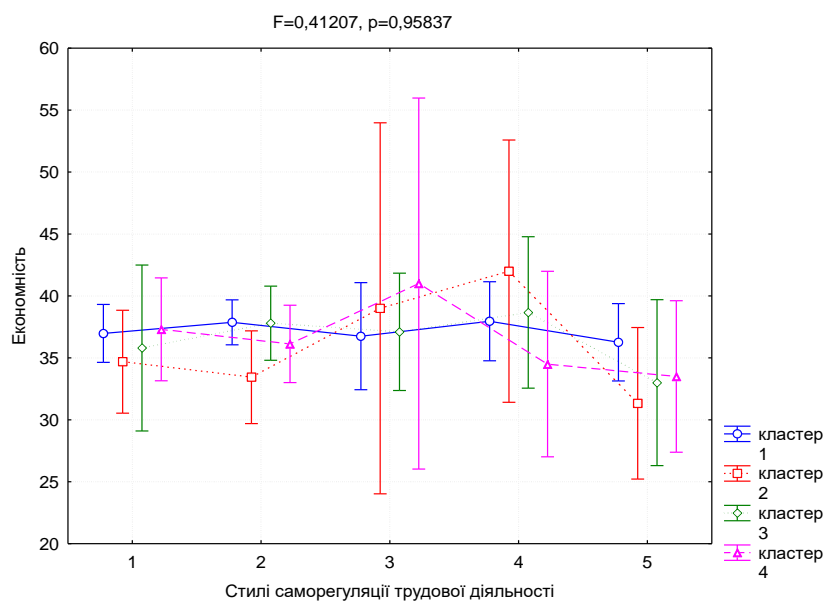


Рис. 2.28. Середні значення грошового настановлення «економічність» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

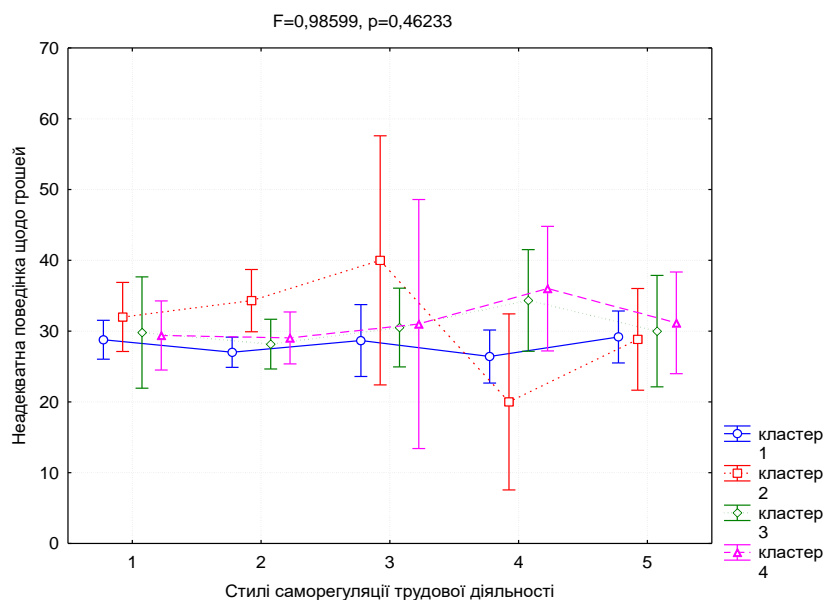


Рис. 2.29. Середні значення грошового настановлення «неадекватна поведінка щодо грошей» в залежності від стилю саморегуляції трудової діяльності й профілів підприємницької мотивації

Можна припустити, що «неадекватна поведінка з грошима» не залежить від стилю саморегулювання для типологічних профілів підприємницької мотивації «Мотивація на самореалізацію в підприємстві в організації», «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Знижена вмотивованість на підприємство», від автономного, зовнішньо-мотивованого регулювання та «амотивованості до праці» для профілю «Полівмотивованість на підприємство»; характерна для типу «Полівмотивованість на підприємство» відносно збалансованого регулювання; не властива типу «Полівмотивованість на підприємство» при інтроектованому регулюванні.

Отже, припускаємо, що суб'єкти з найбільш вираженою мотивацією до підприємства і збалансованим регулюванням поведінки (тобто прагнуть до переваги над іншими і мають до певної міри зовнішній локус каузальності), добре контролюють своє фінансове становище, легко приймають рішення щодо фінансових вкладень, схильні до витрат грошей на інших людей, гроші для них є нормою.

Водночас суб'єкти з найбільш вираженою мотивацією до підприємства та інтроектованим регулюванням (свою поведінку підпорядковують частково засвоєним правилам та вимогам) схильні до сумнівів, недостатньо впевнені в правильності своїх дій щодо фінансових вкладень, що заважає їм бути успішними в підприємстві.

Висновки до другого розділу

1. Мотивація підприємницької діяльності в осіб студентського віку 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 закладі вищої освіти особи студентського віку 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 осіб студентського віку на другому році навчання після закінчення адаптаційного періоду, що знаходить відображення у ствердженні їхньої життєвої орієнтації на емоційному, когнітивному та поведінковому рівнях і має наслідком активізацію студентів у працевлаштуванні.

Специфіка процесу розвитку підприємницької мотивації здобувачів першого (бакалаврського) рівня освіти 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 закладі вищої освіти зумовлює розширення видів діяльності осіб студентського віку, які трансформуються із суб'єктів навчальної діяльності в суб'єкти навчальної і трудової діяльності.

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

Афіліативний мотив підприємницької діяльності має розвиток на етапі навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні освіти й детермінується потребою в досягненні успіху шляхом налагодження контактів та зв'язків, в прагненні вибудувувати партнерські відносини на рівних позиціях, схильність до невимушеного, відкритого стилю спілкування.

Мотиви підприємницької діяльності комерційного успіху, свободи і самостійності, самореалізації, інноваційності в осіб студентського віку

розвинені слабше в порівнянні з мотивами осіб, що займаються підприємництвом. Мотив влади виражений сильніше, що обумовлюється психологічними особливостями цього віку.

2. Мотивація підприємницької діяльності осіб студентського віку 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.

3. Успішність підприємницької діяльності осіб студентського віку ймовірна у разі наявності наступних складових в таких характеристиках її мотивації, як множинність, структура, ієрархія, сила, стійкість:

- множинність: розвиток мотиву ризику;

- структура: усвідомлення особистостями студентського віку смислових зв'язків між мотивами підприємницької діяльності;

- ієрархія: посилення мотиву свободи й самостійності, розвиток мотиву ризику, зниження мотиву влади;

- сила: осмислення особистостями студентського віку власних підприємницьких мотивів;

- стійкість: розвиток мотивів ризику (як провідного в підприємницькій діяльності), інноваційності, афіліативного, самоствердження.

4. Мотивація підприємницької діяльності осіб студентського віку 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.

5. Мотивація підприємницької діяльності осіб студентського віку 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.

6. Кластеризація значень мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність виявила чотири типологічних профілі підприємницької мотивації: «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Полівмотивованість на підприємництво», «Знижена вмотивованість на підприємництво», «Мотивація самореалізації у підприємництві в організації». Відповідно до міри прояву підприємницьких мотивів почерговість профілів наступна.

Досліджувані типу «Полівмотивованість на підприємництво» 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 у підприємстві в організації» 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 самостійно, 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 на підприємництво» мають слабо виражені показники мотивів підприємницької діяльності, а відтак – низький підприємницький потенціал і займатимуться підприємництвом лише у разі відсутності іншої можливості забезпечити своє існування.

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

8. 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.

9. Методом кластеризації на основі зовнішнього, інтроектованого, 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, інтроектоване 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.

РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ТА ЗАСОБИ РОЗВИТКУ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СТУДЕНТСЬКОМУ ВІСІ

3.1. Теоретико-методологічні засади формування мотивації підприємницької діяльності

Питання мотивації підприємницької діяльності на сьогодні є доволі актуальним, оскільки успішне використання потенціалу малого та середнього підприємництва в реалізації соціально-економічних програм розглядається сьогодні фахівцями як вагоме підґрунтя для розвитку економіки, що переживає складні часи, обумовлені тривалим карантинном внаслідок Covid-19 та повномасштабною російською агресією (Проданова & Котляревський, 2017).

Важливу роль в активізації підприємництва відіграє мотиваційний механізм підприємницької діяльності, однією із складових якого є система освітніх інструментів, спрямована на допомогу людині реалізувати бажання бути самостійним суб'єктом підприємницької діяльності, яке детермінується у разі домінування в її системі цінностей прагнення до вдосконалення власної особистості. Така система забезпечує задоволення потреби суб'єкта підприємницької діяльності в постійному підвищенні рівня освіти й кваліфікації і, в економічному контексті, є складовою комплексу соціальних чинників, що є спонукальними мотивами до підприємництва (Проданова & Котляревський, 2017). У психологічному вимірі розвитку підприємництва сприяє усвідомлення сенсу та змісту мотивації до підприємницької діяльності.

В останні, довоєнні, роки введення карантину слугувало розповсюдженню нових форматів щодо залучення громадян до підприємницької діяльності. Питання залучення до підприємництва якнайширшого кола українців вирішується на державному рівні. У містах України державними адміністраціями, громадськими об'єднаннями

організуються освітні хаби, проводяться тренінгові заняття для бажаючих, для переселенців з питань організації підприємницької діяльності. Розробляються програми для навчання підприємництву в межах профорієнтаційної роботи школярів старших класів середньої освіти, вводяться відповідні навчальні дисципліни в закладах фахової передвищої та вищої освіти, створюються школи бізнесу на базі закладів вищої освіти, зокрема в Харківському гуманітарному університеті «Народна українська академія», Вінницькому національному технічному університеті, бізнес-школа Сумського державного університету «Youth&Business», Львівська бізнес-школа Українського католицького університету, бізнес-школа «Крок» Університету економіки і права «Крок» тощо.

Для реалізації завдань із розвитку бізнесу та підприємницької діяльності в Україні залучаються зарубіжні фонди, діють програми бізнесового спрямування, створюються громадські проєкти. Набувають актуальності бізнес-інкубатори, які є важливим елементом сучасної інфраструктури розвитку системи підприємництва в національній економіці. Їх головна мета – надання допомоги й підтримки молоді в підприємницькій діяльності на всіх її етапах: від ідеї до перетворення стартапу в зрілий бізнес. Розвитком стартапів займаються Eo Business Incubator, Open Data Incubator, YEP! (Youth Entrepreneurial Partnership). Останній – академічний інкубатор, який спеціалізується на менторстві в питаннях стартапів для студентів освітніх закладів (Боць, 2021). Бізнес-інкубатори утворюються також при закладах вищої освіти, зокрема діє Центр НУ «Львівська політехніка» (<http://incubator.lp.edu.ua/>), бізнес-інкубатор Київського національного університету економіки України ім. В. Гетьмана (<http://surl.li/lbrqy>), Центр розвитку підприємництва «Бізнес-інкубатор Національного горного університету» ([http:// bi.nmu.org.ua/](http://bi.nmu.org.ua/)), бізнес-інкубатор «Молодіжний бізнес центр» Київського національного університету технологій та дизайну (http://knutd.com.ua/students/Youth_Business_Center.), Полтавський бізнес-інкубатор (<http://polbi.org.ua/>), Ukrainian Future (бізнес-інкубатор Малої

академії наук України) (<https://man.gov.ua/>). Останній діє за моделлю бізнес-ліфта «Коворкінг – бізнес-інкубатор»: у випадку долучення до освітніх програм і сервісів «Ukrainian Future», потенційний юний підприємець зможе доєднатися до спільноти резидентів бізнес-інкубатора.

На підтримку стартапів та малих і середніх підприємств із метою підвищення їхньої конкурентоспроможності на внутрішньому ринку України та на міжнародних ринках із 2019 року діє програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» (Програма USAID KEY), в рамках якої в липні 2022 року було оголошено про запуск грантових проєктів для підтримки підприємців (<https://chemonics.submittable.com/submit>). За протекцією програми «Конкурентоспроможна економіка України» Фондом Східна Європа з березня 2020 року по грудень 2022 року реалізувався проєкт «Школа організацій з розвитку підприємництва», спрямований на залучення малого та середнього підприємництва до місцевого економічного самоврядування, налагодження діалогу між владою та підприємцями та їх конфедерація для місцевого економічного розвитку (<http://surl.li/limoy>). По всіх регіонах України діє Школа малого і середнього підприємництва, метою якої є розвиток підприємницької діяльності шляхом надання якісних актуальних знань та ефективних практичних навичок підприємцям із різним рівнем досвіду. Програма навчання в Школі малого і середнього підприємництва передбачає інтенсивний курс із основних аспектів організації підприємницької діяльності та бізнесу. По закінченні впродовж трьох тижнів слухачі працюють над розробкою власних бізнес-планів, отримуючи консультативну підтримку викладачів Школи (https://kfund.ua/uk/fund_ua/). Розпочато роботу порталу «Дія. Бізнес», на основі якого засновано Національну онлайн-школу для підприємців. У форматі освітніх серіалів усі бажаючі мають можливість безкоштовно пройти навчання щодо головних аспектів власної підприємницької діяльності: як розпочати справу, грамотно вести бухгалтерську звітність, формувати фінансовий план, отримувати

початковий капітал для розвитку бізнес-ідеї, просувати інноваційний продукт тощо (<https://business.dii.gov.ua/school>). Діє державний фонд «Український фонд стартапів», орієнтований на сприяння створенню та розвитку технологічних стартапів, надання їм грантів для підвищення їх конкурентоспроможності (<https://usf.com.ua/#usf-sc-5>). Широко розвивається ринок ділової освіти, де сертифіковані бізнес-тренери, коучі, фасилітатори, бізнес-консультанти, незалежні фахівці, які розробили авторські програми, пропонують можливості розвитку особистості як підприємця у форматі бізнес-консультацій, навчальних програм, тренінгів тощо.

Усі ці організаційні форми з розвитку та популяризації підприємницької діяльності спрямовані як на досвідчену аудиторію підприємців, так і на тих, хто започатковує власну справу. Превалюючими формами роботи в даному контексті є онлайн-спілкування; відеолекції, в яких акцентується на теоретичних (маркетингових, юридичних, фінансових тощо) основах успішного бізнесу; самостійні практичні заняття, мета яких – розробка плану дій для власного стартапу; практичні кейси з провідними українськими підприємцями, які знайомлять зі своїми реальними історіями становлення в підприємницькій діяльності, презентація власних розроблених проєктів із їх обговоренням й отриманням фідбеку від підприємців-практиків тощо. Метою таких організаційних форм роботи є створення траєкторії руху до успіху в підприємстві. Зі стратегічної точки зору, в переважній більшості вони спрямовані на економічний компонент розвитку майбутнього підприємця, розвиток його економічного мислення. Що ж стосується особистісного компонента суб'єкта трудової діяльності, зокрема осіб студентського віку, – розвитку його особистості як підприємця, формування його мотиваційної готовності до підприємництва – цих питань торкаються опосередковано, акцентуючи на матеріально-прибуткових потребах, соціальних інтересах, прагматичних аспектах.

Актуальності набуває психологічне консультування з питання ринку та підприємництва. Це вид психологічної допомоги підприємцям та

бізнесменам у вирішенні проблем психологічної діагностики, корекції, розвитку особистісного потенціалу, професійної орієнтації, підвищення успішності в підприємницькій та бізнес-діяльності, яка здійснюється в індивідуальному або організаційному форматі (Чернявська, 2010). Ця психологічна практика базується на діяльнісному підході, використовує концепцію розвитку особистості К. Роджерса, концепцію креативності, зрілості і психічного здоров'я особистості А. Маслоу, психофізіологічні аспекти регуляції емоційних станів, їх діагностики і профілактики, зокрема в трактуванні Л. П. Грімака, Г. Сельє (Чернявська, 2010).

Психологічне консультування допомагає підприємцю здійснити вибір, прийняти оптимальне рішення; спонукає замислитись над власною поведінкою, розвивати особистість; осмислити особливості власної особистості, які впливають на результативність в підприємницькій справі; допомагає усвідомити власну здатність приймати самостійні рішення та відповідальність за них, сприяє розвитку вольової поведінки; розкриває нові шляхи й напрями для досягнення цілей; сприяє можливості адекватної оцінки щодо успішності в підприємницькій діяльності з позицій психологічних аспектів та реальних обставин.

Психологічне консультування з питання ринку та підприємництва як вид психологічної допомоги має попит серед досвідчених, успішних підприємців і набуло особливої актуальності у світлі сучасних подій. Натомість серед здобувачів освіти, які перебувають на порозі свого становлення як суб'єкта трудової діяльності, така допомога зазвичай не є затребуваною: у кращому випадку – через стереотипність уявлення щодо звернення до психолога лише у разі необхідності вирішення питань інтимно-особистісного характеру, наявності посттравматичних стресових розладів, проблем у сімейних стосунках тощо; у гіршому – через низьку культуру звернення до психологічною допомогою загалом, яка в українському соціумі лише формується. Питання отримання фахової психологічної консультації

щодо корекції розвитку мотиваційної сфери, трудової мотивації для пересічного студента є доволі екзотичним, а отже, потребує популяризації.

Загалом питання мотивації широко вивчається науковцями й знаходить практичне застосування в різній направленості мотиваційних тренінгах, які торкаються питань мотивації досягнень, особистісної причинності, ефективної діяльності, постановки та досягнення цілей (Занюк, 2001), розвитку внутрішньої мотивації (Климчук, 2006), розвитку мотиваційної сфери (Якимчук, 2013), процесу професійної підготовки фахівців (Нікітіна, 2016), професійного та особистісного зростання (Супрун, 2017), академічної мотивації (Кузнецов та ін., 2019), професійної діяльності (Давидова & Пампура, 2022). Питання практичної реалізації процесу розвитку мотивації до підприємницької діяльності у осіб студентського віку широкої розробки не набуло.

Проблема особливостей підприємницької діяльності розглядається науковцями в галузі соціології, економіки, психології. Так, зокрема, О. Котляревським запропоновано алгоритм формування мотивації до підприємництва з позицій економічної науки, який полягає в наступному. Після 1) виникнення матеріальних і соціальних інтересів та потреб, які за необхідності коригуються і уточнюються, 2) визначається зміст і характер дій, видів і сфери підприємницької діяльності, 3) здійснюється пошук механізмів реалізації інтересів і потреб, що супроводжується оцінкою доцільності і ефективності дій. Після 4) отримання матеріального і соціального ефекту і співставлення його з можливістю задоволення потреби відбувається 5) активізація підприємницької діяльності. Кроки 1) – 5) формують мотивацію до підприємницької діяльності (Проданова & Котляревський, 2017).

Теоретичну основу психологічних розвідок в царині підприємництва складають діяльнісний, поведінковий, особистісний, когнітивний підходи, в рамках яких, зокрема, вивчається підприємницька поведінка, підприємницька активність (Ю. В. Красилова, О. В. Креденцер, А. В. Кудінова,

С. Г. Яновська, Ю. Ф. Пачковський), підприємницькі здібності, наміри (Т. Ю. Кулаковський, Ю. Ф. Пачковський, А. В. Юдіна), когнітивні процеси підприємницької діяльності (Т. В. Коломієць, Т. Ю. Кулаковський), особистісна надійність суб'єктів підприємницької діяльності (Д. В. Малєєв, І. В. Лантух), мотиваційний компонент підприємницької діяльності (О. А. Єрмоленко, Л. М. Карамушка, В. М. Лугова, Н. Ю. Худякова).

Вивчаючи мотивацію до підприємництва, В. М. Лугова наголошує на її психологічних та соціальних аспектах. Психологічний аспект включає такі складові, як потребу, мотив, психологічні особливості особистості, «Я»-концепцію особистості. Соціальний аспект передбачає цінності, ціннісні орієнтири, менталітет, соціальні норми (Лугова & Єрмоленко, 2017).

Окрім потреб, притаманних усім людям, підприємці мають характерні саме для них: потреби в спілкуванні з підприємцями-однодумцями, потреби в повазі до себе як до представника ділового світу, в причетності до спільноти підприємців, в усвідомленні власної значущості як підприємця, в підприємницькій творчості (Лугова & Єрмоленко, 2017). Зазначені потреби трансформуються в підприємницькі мотиви, які, за В. М. Луговою та О. А. Єрмоленко, є другою складовою психологічного аспекту підприємницької мотивації.

Учені Л. М. Карамушка та Н. Ю. Худякова запропонували модель мотивації підприємницької діяльності, в якій мотиви класифікуються як безпосередні та опосередковані. До перших відносяться мотиви комерційного успіху, свободи і незалежності, ініціативи і активності, інноваційності й ризику; до других – мотиви самореалізації, поваги і самоповаги, соціальних контактів та групової належності, вимушеності (Карамушка & Худякова, 2011). К. І. Фоменко при розробці опитувальника мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність визначає такі підприємницькі мотиви, як комерційного успіху, самореалізації, глорістичні мотиви, влади, вимушеності, афіліативні мотиви, самоствердження, інноваційності, ризику (Фоменко, 2020).

Важливим ресурсом для успішної підприємницької діяльності є психологічні властивості особистості підприємця, зокрема підприємницькі здібності (як третя, за В. М. Луговою та О. А. Єрмоленко, складова психологічного аспекту підприємницької мотивації) – цілеспрямованість і рішучість, потреба в досягненнях, в незалежності, схильність до творчості, готовність до розумного ризику (Юдіна, 2018).

Один із необхідних компонентів підприємницької мотивації в психологічному аспекті – «Я»-концепція підприємця, яка є результатом процесів професійної самосвідомості, що опосередковує його особистість і професійну діяльність. «Я»-концепція підприємця – це динамічна система уявлень суб'єкта підприємницької діяльності про себе: осмислення власних інтелектуальних, фізичних, поведінкових та інших особливостей. В. М. Лугова та О. А. Єрмоленко наводять такі структурні компоненти «Я»-концепції підприємця, як поведінковий, емоційний, когнітивний. Формуючи в підприємця цілісне ставлення до самого себе, «Я»-концепція об'єднує систему самооцінок, про адекватність якої, на думку вчених, свідчить орієнтована на успіх мотивація досягнень і реальна успішність діяльності (Лугова & Єрмоленко, 2017).

Говорячи про соціальний аспект підприємницької мотивації, дослідниці акцентують на цінностях, ціннісних орієнтирах, менталітеті та соціальних нормах. Цінності та ціннісні орієнтації відіграють провідну роль у створенні світогляду особистості, регуляції її поведінки, виборі професійно-трудового спрямування в студентському віці. В. М. Лугова та О. А. Єрмоленко наводять такі ціннісні орієнтації підприємця, як відчуття самоповаги, результатів своєї праці; самоствердження в престижності діяльності; створення внутрішнього психологічного комфорту; досягнення творчої самореалізації в професійному зростанні; набуття матеріальних благ для відчуття внутрішньої свободи (Лугова & Єрмоленко, 2017). Розвиток менталітету підприємців (як складової соціального аспекту мотивації підприємницької діяльності) можливий саме при наявності об'єктивних

передумов – цінностей та ціннісних орієнтацій: менталітет суб'єкта підприємницької діяльності узагальнено відображає потреби, інтереси, ціннісні орієнтації особистості підприємця, що обумовлюють його підприємницькі мотиви, віддзеркалює рівень його трудової свідомості щодо сприйняття сенсу власної підприємницької діяльності (Терещенко, 2015).

Поряд із цінностями, ціннісними орієнтаціями та менталітетом як соціальними аспектами підприємницької діяльності, її регулювання здійснюється соціальними нормами – правилами поведінки в системі цінностей суспільства, очікуваннями й стандартами, які впливають на дії та вчинки членів суспільства й змінюють його стабільність та єдність (Лугова & Єрмоленко, 2017). Таким чином, розвиток мотивації до підприємницької діяльності передбачає врахування психологічного (потреби – мотиви – психологічні особливості особистості – «Я»-концепція майбутнього підприємця) і соціального аспектів (цінності – ціннісні орієнтири – менталітет – соціальні норми).

Наукові доробки з вивчення розвитку мотивації до підприємництва вказують на важливість і необхідність діагностування як засобу вивчення індивідуально-особистісного потенціалу майбутнього суб'єкта підприємницької діяльності, його підприємницьких здібностей, нахилів, вмотивованості, компетентності. К. І. Фоменко розроблено опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності, який дає можливість визначити специфіку спрямованості суб'єкта на підприємницьку діяльність. Вченою запропоновано десять мотиваційних орієнтацій, які характеризують мотивацію підприємницької діяльності: комерційного успіху, самореалізації, глорістичні мотиви, влади, вимушеності, афіліативні мотиви, самоствердження, інноваційності, ризику (Фоменко, 2020). Тест на загальні здібності до підприємництва (GET TEST) Ю. Ф. Пачковського передбачає діагностику підприємницьких рис за такими характеристиками підприємницької діяльності, як потреба в досягненнях, потреба в

незалежності або автономії, нахил до творчості, вміння йти на зважений ризик, рішучість і цілеспрямованість.

Учені Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України Л. М. Карамушка, О. В. Креденцер, О. А. Філь пропонують в якості психодіагностичного інструментарію опитувальник Дж. Холланда, методику вивчення кар'єрних орієнтацій «Якорі кар'єри» Е. Шейна, тест для визначення готовності до підприємницької діяльності, оцінку мотивації до підприємництва, анкету «Психологічні чинники ефективності підприємницької діяльності» (Карамушка, 2005). За допомогою методики Дж. Холланда визначається певний тип особистості й професії, що відповідають даному типу, в яких людина може досягти вагомих успіхів (Карамушка, 2005). Завдяки методиці «Якорі кар'єри» Е. Шейна з'ясовується провідна кар'єрна орієнтація із восьми запропонованих: професійна компетентність, менеджмент, автономія (незалежність), стабільність роботи та місця проживання, служіння, виклик, інтеграція стилів життя. Якщо ні одна з них не виявлена як провідна, це свідчить про відсутність значимості кар'єри в житті людини. Вчені зазначають, що в контексті орієнтації на підприємницьку діяльність важливим є виявлення притаманності в особі кар'єрної орієнтації «підприємництво» та/або близьких до неї «автономія», «виклик», «менеджмент» (Карамушка, 2005). Обидві зазначені методики дають можливість визначити провідні кар'єрні орієнтації на підприємницьку діяльність.

Тест на визначення психологічної готовності суб'єкта до підприємницької діяльності діагностує його здатність самостійно приймати рішення в робочих ситуаціях; як краще займатися підприємництвом: самостійно чи з партнерами; чи, можливо, взагалі не варто входити в підприємницьку діяльність (Карамушка, 2005). У якості оперативної діагностики вчені пропонують використовувати методику «Оцінка мотивації до підприємництва» Ю. Ф. Пачковського, яка дає можливість визначити основні мотиви до підприємницької діяльності: прагнення незалежності і

самостійності, самореалізації, прагнення до визнання у суспільстві (глюрістичні мотиви), прагнення проявити себе, свої здібності, бажання мати цікаву роботу тощо (Карамушка, 2005). Анкета «Психологічні чинники ефективності підприємницької діяльності» діагностує задоволеність підприємців своєю діяльністю; особистісні якості підприємців, завдяки яким їхня діяльність є успішною; визначення труднощів у діяльності; наявність чи відсутність орієнтованості на психологічний супровід підприємців в їх діяльності. Така методика рекомендується вченими до використання в роботі з досвідченими підприємцями (Карамушка, 2005).

Практичну реалізацію дослідження соціально-психологічних аспектів підприємницької діяльності отримують у запровадженні розроблених науковцями, на основі поєднання академічної та прикладної сфер психологічної науки, комплексних програм, тренінгів з їх розвитку. Так, О. В. Креденцер (2011) розроблено і впроваджено тренінг «Формування підприємницької поведінки в персоналу освітніх організацій для ефективного забезпечення організаційного розвитку»; С. Г. Яновською (2019) – програму розвитку підприємницької активності; А. В. Юдіною (2019) – тренінг «Розвиток підприємницьких здібностей та організаційно-професійних характеристик»; І. В. Лантухом (2020) – програму розвитку особистісної надійності суб'єктів підприємницької діяльності.

У контексті нашого дослідження привертає увагу розроблений Н. Ю. Худяковою «Тренінг розвитку мотивації підприємницької діяльності», спрямований на роботу з майбутніми підприємцями та підприємцями-початківцями. Метою тренінгу є формування психологічних передумов розвитку адекватної мотивації підприємницької діяльності. При цьому вирішуються завдання формування цілісного образу підприємницької діяльності, аналіз ролі мотивації для її успішності, формування в учасників рефлексивних умінь щодо мотивів підприємницької діяльності та особливостей її мотивації залежно від організаційних та соціально-демографічних чинників, формування рефлексивної позиції щодо значущості

мотивів інноваційності, самореалізації, соціальних контактів та групової належності для успішності підприємця. В основу навчальної діяльності покладено інтерактивні та проєктивні техніки групової психологічної роботи. Структура тренінгу включає інформаційно-пізнавальний, діагностичний та корекційно-розвивальний компоненти, які дають можливість реалізувати логіку змісту тренінгу, що передбачає усвідомлення місця підприємницької діяльності в житті підприємця, формування в підприємців уявлень про мотивацію та її роль в діяльності, усвідомлення ними власних мотивів, поглиблення знань про мотивацію підприємницької діяльності та її особливостей, розгляд підприємницької діяльності в широкому соціальному контексті і, як наслідок, розширення поглядів на це явище. Для вирішення поставлених завдань авторкою запропоновано використання під час проведення тренінгу таких методів та прийомів, як міні-лекції, метод незавершених речень, мозковий штурм, метод асоціацій, робота в парах, в малих групах, індивідуальні проблемні завдання, вправи-«креативи», метод міні-проєктів. Навчання в межах цього тренінгу передбачає групову психологічну роботу з майбутніми підприємцями та підприємцями-початківцями й спрямоване на усвідомлення, осмислення та аналіз його учасниками власних підприємницьких мотивів. Натомість робота з особами студентського віку в даному напрямку потребує започаткування і має передбачати комплексність у запровадженні форм та методів роботи.

На шляху професіоналізації, як новоутворення студентського віку, студентам важливо розуміти можливості підприємництва як альтернативного напрямку для самозайнятості. Забезпеченню такого розуміння сприятиме розроблена нами з позицій особистісного підходу до вивчення підприємництва як психологічного феномену програма розвитку мотивації до підприємницької діяльності.

3.2. Структура та зміст програми з розвитку мотивації до підприємницької діяльності осіб студентського віку

Складна економічна ситуація в країні внаслідок карантинних обмежень та тривалої російської агресії поглибила проблеми, які гостро стояли перед студентством ще в доковідні часи: наявність потреби у працевлаштуванні під час навчання в закладі вищої освіти, в першу чергу, через недостатнє матеріальне забезпечення, складнощі під час пошуку роботи за фахом після закінчення навчання й отримання диплому. Підприємницька діяльність, зокрема створення створення стартапів, є виходом для студентів у вирішенні питань особистих фінансів та працевлаштування. На основі результатів емпіричного дослідження психологічних особливостей підприємницької діяльності було розроблено програму розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку. Сьогодні, з огляду на сучасний стан економіки, потребу в її відновленні внаслідок воєнної агресії, актуальність цієї програми вбачається безумовною, оскільки прихід молоді в підприємництво сприятиме підвищенню рівня їхнього життя, задовольнить їхні потреби матеріального та соціального характеру й сприятиме економічному становленню в країні.

Методологічною основою програми стали концепції теорії ієрархії потреб А. Маслоу, трудової мотивації Д. Мак-Клелланда, концепція самодетермінації Е. Дісі та Р. Раяна, теорія потоку (психологія оптимального досвіду) М. Чиксентмигаї, методологія тренінгового навчання (М. Афанасьєв, С. Сисоєва, Т. Хомуленко, Ю. Швалб).

Під час проведення дослідження було виявлено певні аспекти, які відобразили недостатню готовність представників студентства до підприємницької діяльності: несформованість образу підприємницької діяльності, розуміння змісту підприємництва на побутовому рівні – його ототожнення з комерційною діяльністю, з торгівлею; потяг до впливу на людей як вияв прагнення до переваги; слабо розвинене вміння об'єктивно

аналізувати власну особистість, поведінку та діяльність; недостатня сформованість відчуття особистісної причинності в поведінці та діяльності.

Важливими результатами, що покладені в основу програми, є такі, що спрямовані на вмотивованість студентів на підприємництво. А відтак, метою програми стало розвиток мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємницької діяльності. Вважаємо, що готовності студентів до підприємництва сприяє розуміння ними сутності підприємницької діяльності, усвідомлення можливості корегування власного стилю саморегуляції, формування мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємництво, внаслідок чого очікується посилення міри вираженості підприємницьких мотивів шляхом створення умов для їх усвідомлення та переосмислення. Виходячи з цього, завдання програми наступні:

- формування у студентів розуміння поняття підприємницької діяльності та її психологічних особливостей;
- розуміння процесу емоційно-вольової та трудової саморегуляції, розвиток уміння усвідомленого створення «внутрішньої атмосфери» як базису індивідуального стилю поведінки;
- розвиток спрямованості особистості на ціннісно-орієнтовану детермінацію діяльності;
- усвідомлення внутрішніх регулятивних можливостей формування інтринсивної мотивації;
- розвиток мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємницької діяльності.

Критерієм розвитку мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємництва є підвищення міри вираженості показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність по закінченні участі в програмі.

Оптимальній реалізації завдань програми сприяла наступна змістова логіка: 1) об'єктивація знань студентів про підприємницьку діяльність, її психологічні особливості; 2) формування уявлень про особистісну

детермінованість, трудову саморегуляцію, зовнішню та внутрішню мотивацію; 3) усвідомлення специфіки власної спрямованості на підприємницьку діяльність; 4) орієнтування студентів на саморозвиток, розвиток умотивованості на успіх в підприємницькій діяльності.

Програма розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку передбачає проведення діагностики індивідуальних особливостей (здібностей до підприємництва, індивідуального профілю саморегуляції, типу регулювання в трудовій діяльності, мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність), визначення суб'єктивного вектора розвитку мотивації до підприємницької діяльності, розробку перспектив найближчого соціально-економічного розвитку особистості студента.

Структуру програми складають інструментально-регулятивний та розвивально-мотиваційний блоки.

Інструментально-регулятивний блок має на меті:

- розуміння студентами поняття підприємницької діяльності, особистісного аспекту, мотивів та психологічних бар'єрів підприємництва, значення мотивації для успішної підприємницької діяльності;
- розвиток підприємницького інтересу;
- визначення механізмів посилення мотивації підприємницької діяльності;
- розвиток уявлення про себе як про активного суб'єкта трудової діяльності;
- усвідомлення необхідності задоволення потреб в самодетермінації, компетентності та взаємозв'язках як основи психологічного благополуччя і конструктивного соціального розвитку.

Мета розвивально-мотиваційного блоку:

- формування у студентів переживання особистісної причинності (внутрішнього локусу каузальності) в трудовій діяльності;
- розвиток ключових детермінант підприємницької мотивації.

Програма сформована відповідно до принципів системного, комплексного, компетентнісного, діяльнісного, аксіологічного, особистісно-орієнтованого підходів. Основними методами стали обговорення, психологічні вправи, групові проєкти, тренінгові методи (міні-лекція, групові дискусії, обговорення та обмін враженнями, ситуаційні вправи, ігрові елементи, ритуали), презентації, методи розпізнавання і вимірювання індивідуально-психологічних особливостей особистості, метод конкретних ситуацій (кейси), психологічної хірургії (використання метафорично-асоціативних карт), філмотерапія, мотиваційний вплив.

Загальна тривалість впровадження програми розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку – дев'ять місяців, з яких інструментально-регулятивний блок реалізується два місяці, розвивально-мотиваційний блок – сім місяців.

Інструментально-регулятивний блок програми проводиться у формі тренінгу з розвитку мотивації до підприємницької діяльності «Відкрий в собі підприємця» теоретично-діагностичного змісту. Організаційно-змістова побудова тренінгу, наведена нижче, реалізується вступним, основним і підсумковим модулями, що складають теоретичний, інформаційно-смісловий, інформаційно-діагностичний, корекційно-розвивальний, рефлексивно-смісловий, рефлексивний сегменти і передбачає теоретичні знання, вправи корекційно-регулятивного характеру, діагностування.

Тренінгова сесія 1.

Очікувані результати:

- встановлення комунікаційного контакту, ознайомлення з метою тренінгу;
- формування розуміння особистісного аспекту, мотивів та психологічних бар'єрів підприємницької діяльності, уявлення про психологічний портрет підприємця;

- здійснення учасниками самоаналізу особистісних якостей як майбутнього суб'єкта підприємницької діяльності; виявлення власних здібностей до підприємництва;

- активізація розвитку мотивації досягнення;

- усвідомлення можливості саморозвитку й досягнення поставленої мети.

Структурні елементи тренінгової сесії 1 за сегментами представлено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1.

Структурні елементи тренінгової сесії 1 за сегментами

Сегменти тренінгу	Структурні елементи тренінгу
<i>Вступний модуль</i>	
Інформаційно-смісловий	Знайомство.
Інформаційно-смісловий	Вступ.
Інформаційно-смісловий	Правила групової роботи.
Інформаційно-смісловий	Очікування.
<i>Основний модуль</i>	
Теоретичний	Міні-лекція «Підприємництво як вид трудової діяльності».
Інформаційно-смісловий	Вправа «Самоаналіз» (Пачковський, 2006).
Інформаційно-діагностичний	Діагностування здібностей до підприємницької діяльності (методика «Тест на загальні здібності до підприємництва» (GET TEST) (Пачковський, 2001).
Корекційно-розвивальний	Домашнє завдання 1. Написання листа до себе на тему «Моя майбутня кар'єра підприємця» (Федорчук, 2014).
Рефлексивний	Вправа «Хто Я?» (Федорчук, 2014)

Тренінгова сесія 2.

Очікувані результати:

- розуміння поняття саморегуляції, її психологічних основ, видів, індивідуального стилю поведінки;
- ознайомлення та опанування методами та прийомами розвитку саморегуляції;
- розвиток:
 - навички самоспостереження, спостереження за власними фізіологічними процесами;
 - уміння самоаналізу, усвідомлення індивідуальних особливостей власної поведінки;
 - здібностей до емоційно-вольового самоконтролю, вміння усвідомленого створення оптимальної «внутрішньої атмосфери».

Структурні елементи тренінгової сесії 2 за сегментами представлено в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2.

Структурні елементи тренінгової сесії 2 за сегментами

Сегменти тренінгу	Структурні елементи тренінгу
Теоретичний	Міні-лекція «Саморегуляція: ресурс особистісного розвитку».
Розвивальний	Вправа «Знайомство з собою» (Наконечний, 2017).
Інформаційно-діагностичний	Діагностування: визначення індивідуального профілю саморегуляції (опитувальник «Стиль саморегуляції поведінки» В. І. Моросанової).
Корекційно-розвивальний	Домашнє завдання 2. Ознайомитись зі способами саморегуляції, опрацювати їх (за власним вибором) та визначити індивідуальну ефективність.
Рефлексивний	Вправа «Хто Я?» (Федорчук, 2014).

Тренінгова сесія 3.

Очікувані результати:

- ознайомлення з теоретичними аспектами формування мотивації, поняттями внутрішньої та зовнішньої мотивації, основами теорії внутрішньої мотивації та ціннісно-орієнтованої детермінації діяльності;
- зосередження на почуттях як критерії внутрішньої мотивації;
- розуміння впливу зовнішніх факторів на формування мотиваційних процесів;
- усвідомлення власних актуальних життєвих цінностей;
- інвентаризація власних якостей;
- визначення життєвих пріоритетів.

Структурні елементи тренінгової сесії 3 за сегментами представлено в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3.

Структурні елементи тренінгової сесії 3 за сегментами

Сегменти тренінгу	Структурні елементи тренінгу
Теоретичний	Міні-лекція «Рушійна сила діяти – мотивація».
Інформаційно-розвивальний	Вправа «Відчуття потоку» за М. Чикзентмігаї (Климчук, 2014).
Інформаційно-смісловий	Дискусійне обговорення експериментів Марка Леппера (1973).
Корекційно-розвивальний	Домашнє завдання 3. Вправа «Палітра життєвих цінностей» (Лавріненко & Пронікова, 2023).
Рефлексивний	Вправа «Хто Я?» (Федорчук, 2014).

Тренінгова сесія 4.

Очікувані результати:

- усвідомлення внутрішньої мотивації як необхідної умови особистісного зростання;
- осмислення базових потреб в автономії, компетентності та взаємозв'язках як основи детермінованості поведінки та особистісного (психологічного) благополуччя;
- розуміння поняття трудової саморегуляції;
- визначення способу саморегуляції власної трудової діяльності;
- визначення орієнтирів задоволення базових потреб в автономії, компетентності та взаємозв'язках в умовах трудової діяльності як основи конструктивного соціального розвитку;
- розвиток уміння актуалізувати власні ресурсні ситуації;
- усвідомлення внутрішніх регулятивних можливостей формування інтринсивної мотивації.

Структурні елементи тренінгової сесії 4 за сегментами представлено в таблиці 3.4.

Тренінгова сесія 5.

Очікувані результати:

- розуміння студентами мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємницької діяльності, провідних мотивів підприємництва, ролі внутрішніх мотиваційних установок в успішності підприємницької діяльності;
- осмислення сутності мотивів підприємницької діяльності, смислових зв'язків її провідних мотивів;
- визначення специфіки власної спрямованості на підприємницьку діяльність;
- розвиток вмотивованості на успіх, цілеспрямованості, мотивації досягнення.

Структурні елементи тренінгової сесії 5 за сегментами представлено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.4.

Структурні елементи тренінгової сесії 4 за сегментами

Сегменти тренінгу	Структурні елементи тренінгу
Теоретичний	Міні-лекція «Self-motivation – внутрішній ресурс людини для особистісного розвитку та саморегуляції поведінки в трудовій діяльності» (на основі концепції самодетермінації Е. Дісі та Р. Раяна).
Розвивальний	Вправа «Мій трудовий успіх» (Новоодеський професійний коледж, 2020).
Інформаційно-діагностичний	Діагностування за методикою саморегулювання трудової діяльності (Фоменко, 2017).
Інформаційно-смісловий	Груповий проєкт. Розробка системи способів задоволення базових потреб в автономії, компетентності та взаємозв'язках в умовах трудової діяльності.
Рефлексивний	Вправа «Хто Я?» (Федорчук, 2014)
Корекційно-розвивальний	Домашнє завдання 3. Вправа «Я – джерело мого успіху» (Новоодеський професійний коледж, 2020).

Тренінгова сесія 6.

Очікувані результати:

- концентрація уваги на особливостях успішної поведінки через фіксацію почуттів при актуалізації досвіду проживання власного успіху та невдачі;
- аналіз динаміки розвитку особистості;

- розвиток умотивованості на успіх, цілеспрямованість, мотивацію досягнення, професійний розвиток у сфері підприємництва.

Таблиця 3.5.

Структурні елементи тренінгової сесії 5 за сегментами

Сегменти тренінгу	Структурні елементи тренінгу
Теоретичний	Міні-лекція «Мотиваційно-ціннісні орієнтації підприємницької діяльності».
Інформаційно-смісловий	Вправа «Мотиви підприємницької діяльності» (за методикою Фоменко, 2020).
Інформаційно-діагностичний	Діагностування: визначення мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність (опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності К. І. Фоменко, 2020).
Рефлексивний	Вправа «Хто Я?» (Федорчук, 2014).
Корекційно-розвивальний	Домашнє завдання 4. Перегляд кінофільму мотивуючої спрямованості (за рекомендованою тематикою).

Структурні елементи тренінгової сесії 6 за сегментами представлено в таблиці 3.6.

Кожна сесія мотиваційного тренінгу розпочинається з привітання, актуалізації правил роботи в групі, обговорення вражень та аналізу виконання домашнього завдання.

Міні-лекція по закінченні передбачає отримання зворотного зв'язку у вигляді запитань, бесіди, дискусій.

По завершенні вправ аналізується ефективність процесу їх виконання та отриманих результатів: чи легко було виконувати вправу?; що

сподобалось при виконанні вправи?; які труднощі виникали?; як змінювався психологічний стан?; чому навчилися?; які висновки зробили для себе? Наприкінці кожної сесії на етапі рефлексії виконується вправа «Хто я?», метою якої є створення портрету власного «Я» учасника програми та інвентаризація ним його якостей. На завершальній сесії студенти аналізують отриманий портрет «Я» й динаміку власного саморозвитку від сесії до сесії протягом тренінгу.

Таблиця 3.6.

Структурні елементи тренінгової сесії 6 за сегментами

Сегменти тренінгу	Структурні елементи тренінгу
<i>Підсумковий модуль</i>	
Інформаційно-смісловий	Обговорення переглянутих кінофільмів.
Корекційно-розвивальний	Вправи «Власний успіх», «Робота над помилками» (Яновська, 2019).
Корекційно-розвивальний	Вправи «Я зможу!», «Матриця цілей» (Освітній проєкт «На урок», 2020).
Рефлексивно-смісловий	Підсумок вправи «Хто я?».
Інформаційно-смісловий	Проєкт: створення карти-орієнтиру «Мій успіх в підприємстві».
Рефлексивний	Звернення до «Листа до себе».
Рефлексивний	Вправа «Я є! Я маю! Я можу! Я буду!» (Тренінговий центр Наталії Сабліної, 2021).

Діагностування в процесі тренінгу дає можливість учаснику пізнати свої саморегуляційні та мотиваційні можливості, здатність до підприємницької діяльності, психологу-тренеру – спостерігати за кожним із метою визначення напрямку індивідуальної роботи.

Домашні завдання мають аналітичний, корекційно-розвивальний, інформаційно-смісловий, мотиваційно-спрямовуючий характер й орієнтовані

на усвідомлення внутрішніх регулятивних можливостей, розвиток здібностей до емоційно-вольового самоконтролю, осмислення власних актуальних життєвих цінностей, формування мотивації досягнення, інтринсивної мотивації. З метою мотивуючого впливу пропонуються до перегляду художні фільми мотиваційно-орієнтованого спрямування («Тінейджер на мільярд» (Режисер Сонгіос Сугмаканн, 2011), «Пірати силіконової долини» (Режисер Мартін Бьорк, 1999), «Авіатор» (Режисер Мартін Скорсезе, 2004)

Розвивально-мотиваційний блок передбачає онлайн-кейси із успішними підприємцями-практиками, групові коучинг-сесії, участь у проектах Національної онлайн-школи для підприємців, індивідуальні консультації психолога-тренера. Ці форми роботи проводяться один раз на місяць в зазначеній почерговості. Останнє заняття є підсумковим і передбачає аналіз усвідомлення учасниками програми особистісних змін, обмін враженнями, повторне діагностування (Таблиця 3.7).

Таблиця 3.7

Структура розвивально-мотиваційного блоку програми розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку

Термін проведення	Вид роботи
1-й місяць	on-line-кейс із успішним підприємцем-практиком
2-й місяць	групова коучинг-сесія
3-й місяць	on-line-кейс із успішним підприємцем-практиком
4-й місяць	групова коучинг-сесія
5-й місяць	on-line-кейс із успішним підприємцем-практиком
6-й місяць	перегляд освітніх серіалів у Національній онлайн-школі для підприємців (за вибором)
7-й місяць	підбиття підсумків, повторне діагностування

Онлайн-кейси із успішними підприємцями-практиками застосовуються з метою мотиваційного впливу на учасників програми. Такий формат роботи

дає можливість студентам ознайомитись із досвідом організації підприємницької діяльності успішної в цій сфері людини, з її точкою зору на базові особистісні та діяльнісні аспекти підприємництва, критично переосмислити свої підприємницькі мотиви у взаємодії з практиком.

Групові коучинг-сесії проводяться психологом-тренером за рекомендованою або запропонованою студентами тематикою. Рекомендований перелік тем: «Мистецтво самореалізації», «Монетарна поведінка», «Soft-skills в підприємстві», «Психологія конфлікту», «Секрети успішного спілкування», «Позитивне мислення», «Тайм-менеджмент», «Стартап – стартовий крок у підприємницьку діяльність».

Національна онлайн-школа для підприємців – національний проєкт із розвитку підприємництва та експорту, що реалізується Міністерством цифрової трансформації України спільно з Офісом із розвитку підприємництва та експорту з травня 2021 року. Учасниками програми розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку пропонується ознайомитись із освітніми проєктами, що представлені на порталі «Дія» в розділі «Дія. Освіта» (<https://business.diia.gov.ua/school>), й пройти курс за власним вибором.

Індивідуальні консультації передбачають використання прийомів когнітивно-поведінкової терапії, нейролінгвістичного програмування, позитивної психотерапії, роботи з метафоричними асоціативними картами (зокрема, «Де живе твоє натхнення?», «Гроші є!», «Час прийшов», «Перетворення душі»). Кількість і циклічність індивідуальних консультацій визначається психологом-тренером та учасником програми за взаємною згодою.

По завершенні програми були проведені контрольні діагностичні зрізи з метою перевірки її ефективності шляхом порівняння результатів експериментальної і контрольної груп, а також аналіз динаміки показників всередині кожної з цих груп. Математична обробка даних здійснювалася за допомогою пакету математико-статистичних програм Statistica 10.0.

Отримані емпіричні дані піддавалися змістовному якісному аналізу. Результати апробації програми, представлені у вигляді інтерпретації результатів математико-статистичних розрахунків, про що описано в наступному розділі.

3.3. Контрольні дослідження ефективності програми розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку

Програма розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку, розроблена на виконання завдань дисертаційної роботи з урахуванням результатів емпіричного дослідження психологічних особливостей мотивації до підприємницької діяльності осіб студентського віку, була перевірена на ефективність. При цьому порівнювались результати експериментальної та контрольної груп до та після впровадження програми за допомогою методу порівняння результатів вхідної та вихідної діагностики за опитувальником мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності (Фоменко, 2020).

Апробація програми проводилась за участю 24 осіб студентського віку – учасників емпіричного дослідження, результати якого відображені у 2-му розділі дисертації, які склали типологічний профіль підприємницької мотивації «Знижена вмотивованість на підприємництво» і в результаті дослідження виявили найнижчі показники за всіма підприємницькими мотивами, що засвідчило необхідність розвитку в них підприємницької мотивації шляхом посилення міри вираженості підприємницьких мотивів в бік типологічного профіля «Полівмотивованість на підприємництво». Ці студенти в рівнозначній кількості склали експериментальну (основну) та контрольну групи за рандомним принципом.

Апробація програми проводилась за участю 12 осіб студентського віку експериментальної групи (4 здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої

освіти (один – перший рік навчання, три – другий), 2 здобувача другого (магістерського) рівня, 6 аспірантів та 12 осіб студентського віку контрольної групи (4 здобувача першого (бакалаврського) рівня вищої освіти другого року навчання, 2 здобувача другого (магістерського) рівня, 6 аспірантів).

Експеримент здійснювався в три етапи: констатувальний, проміжний (під час тренінгу) і контрольний. Експериментальним впливом передбачалась реалізація програми розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку. Безпосередньо участь в експерименті брала основна група.

Статистична значущість різниці у вираженні показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність до та після проведення програми перевірялася за допомогою непараметричних критеріїв U-Манна-Уїтні та T-Вілкоксона. Динаміка відмінностей показників простежувалась шляхом застосування дисперсійного аналізу для повторних вимірювань.

Наслідки порівняння результатів основної та контрольної груп до впровадження програми наведено в таблиці 3.8.

Динаміка розвитку мотиваційно-ціннісних орієнтацій на констатувальному, проміжному та контрольному етапах прослідковується на рис. 3.1-3.10. Підсумки впровадження програми представлені в таблиці 3.9.

Співставлення показників протягом дії програми в кожній із груп відображено в таблицях 3.10-3.11.

Аналіз показників мотивів підприємницької діяльності студентів до впровадження програми (Таблиця 3.8.) відображає відсутність значущих відмінностей в експериментальній та контрольній групах.

На рис. 3.1 демонструється динаміка розвитку мотиву комерційного успіху на констатувальному, проміжному та контрольному етапах дослідження. Після впровадження програми у студентів експериментальної групи посилилось прагнення до фінансового успіху шляхом підприємницької діяльності. В контрольній групі показники залишились без змін.

Таблиця 3.8.

**Показники мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність
контрольної та експериментальної груп до впровадження програми розвитку
мотивації до підприємницької діяльності**

Показники мотиваційно- ціннісних орієнтацій	Групи досліджуваних		U	z	p
	Експериментальна	Контрольна			
Комерційного успіху	26,25±6,98	25,00±6,56	43,00	1,65	0,09
Свободи і самостійності	21,83±7,39	21,17±5,70	69,50	0,12	0,91
Самореалізації	21,67±5,63	21,08±6,72	70,50	0,06	0,95
Глорістичні мотиви	13,33±3,87	12,67±3,96	45,00	1,53	0,13
Влади	14,25±4,41	12,17±3,61	52,50	1,09	0,27
Вимушеності	15,50±5,09	13,58±4,32	60,50	0,64	0,53
Афіліативні мотиви	17,17±3,83	17,00±5,82	70,00	-0,09	0,93
Самоствердження	12,42±3,45	14,33±4,46	48,00	-1,36	0,17
Інноваційності	15,75±4,39	17,00±6,29	68,00	-0,20	0,84
Ризику	14,08±2,91	14,50±3,83	62,50	-0,52	0,60

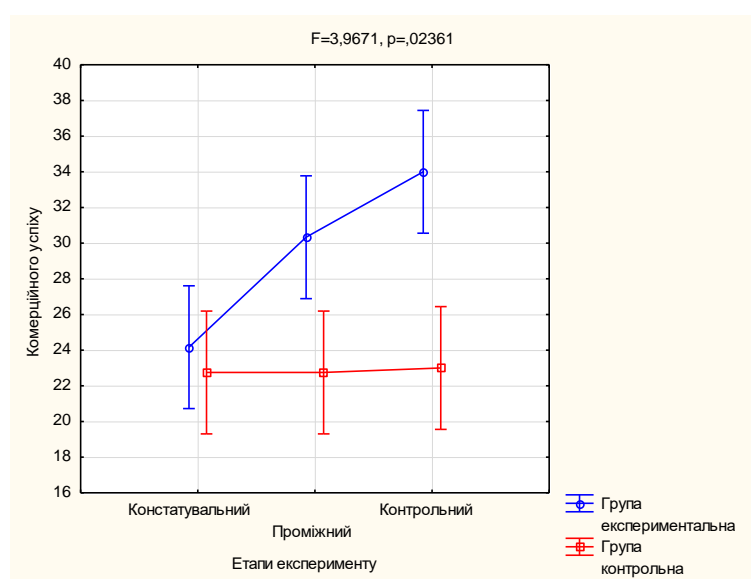


Рис. 3.1. Динаміка показників мотиву комерційного успіху у студентів експериментальної та контрольної груп

Подібна динаміка простежується щодо мотиву свободи і самостійності (Рис. 3.2), який отримав більшого розвитку в представників експериментальної групи після впровадження програми, в той час як у контрольній групі вагомих змін не відбулося. Тобто, студенти експериментальної групи ствердились у своєму прагненні незалежності щодо планування власного життя, самостійності в прийнятті важливих рішень, прагненні фінансової свободи.

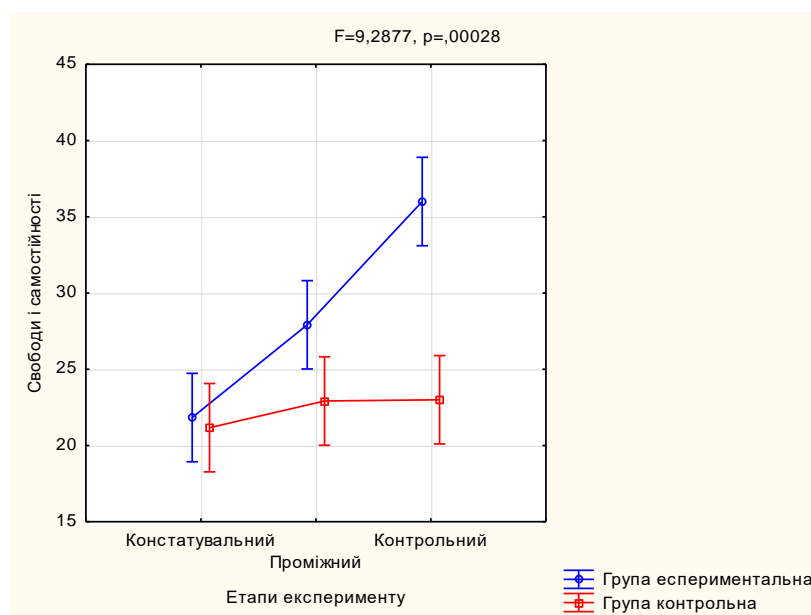


Рис. 3.2. Динаміка показників мотиву свободи і самостійності у студентів експериментальної та контрольної груп

Динаміку глорістичних мотивів представлено на рис. 3.3. Помітним є підвищення показників в експериментальній групі і деяке зниження в контрольній. Таким чином, після проходження програми у студентів спостерігається тенденція посилення бажання знайти внутрішній комфорт, продемонструвати свою цінність як особистості, відчутти визнання в оточенні.

На рис. 3.4 зображено динаміку мотиву самореалізації. Спостерігається розвиток мотиву самореалізації в експериментальній групі й незмінність його

показників у контрольній. Тобто, у студентів експериментальної групи посилилось бажання розкрити свій потенціал і проявити власні здібності в новій справі.

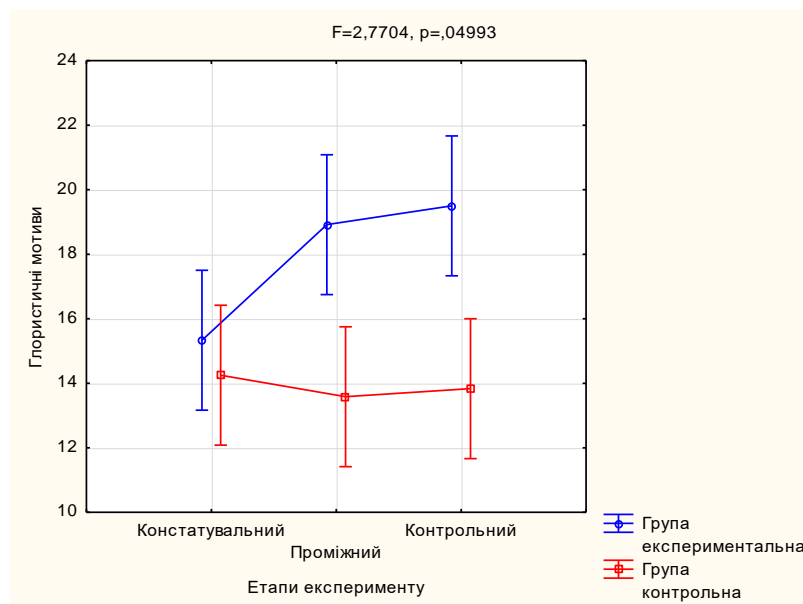


Рис. 3.3. Динаміка показників глористичних мотивів у студентів експериментальної та контрольної груп

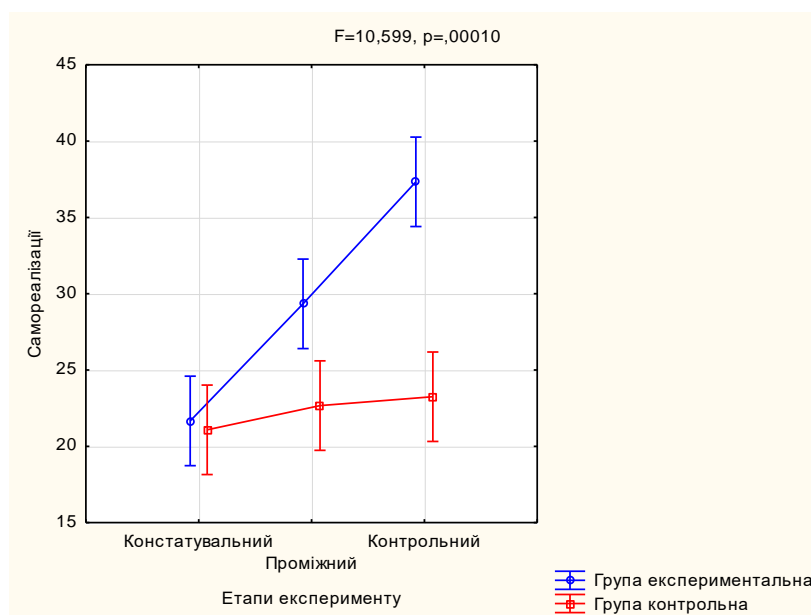


Рис. 3.4. Динаміка показників мотиву самореалізації у студентів експериментальної та контрольної груп

Аналіз динаміки мотиву влади (Рис. 3.5) свідчить про доволі слабке зростання показників в обох групах досліджуваних. Тобто, мотив влади, як реалізація потреби управляти людьми заради досягнення цілей, протягом упровадження програми значного розвитку не набув. Високий рівень вираженості мотиву влади свідчить про неповну адекватність мотивації підприємницької діяльності її цілям та завданням. У контексті того, що мотив влади виражений у осіб студентського віку значно сильніше, ніж у підприємців (про що описано в пункті 2.2 нашого дослідження), і це вказує на несформованість адекватності мотивації підприємницької діяльності студентів її цілям та завданням, його незмінність вбачається радше як позитивно, ніж негативно.

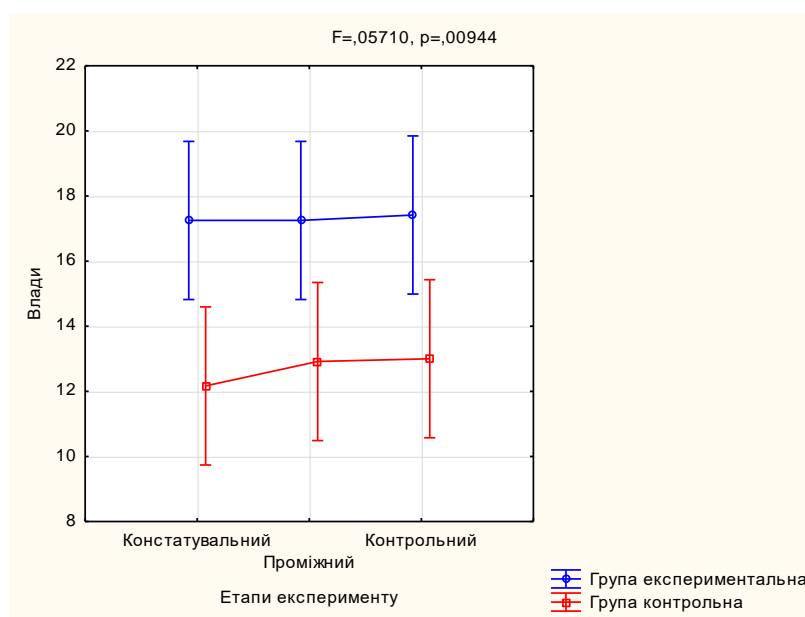


Рис. 3.5. Динаміка показників мотиву влади у студентів експериментальної та контрольної груп

Щодо мотиву вимушеності (рис. 3.6), спостерігається його підвищення в експериментальній групі на проміжному етапі й подальша стійкість на контрольному. Натомість показники в контрольній групі майже без змін. Тобто, після проходження програми студенти експериментальної групи

посилилось бажання розкрити свій потенціал і проявити власні здібності в новій справі.

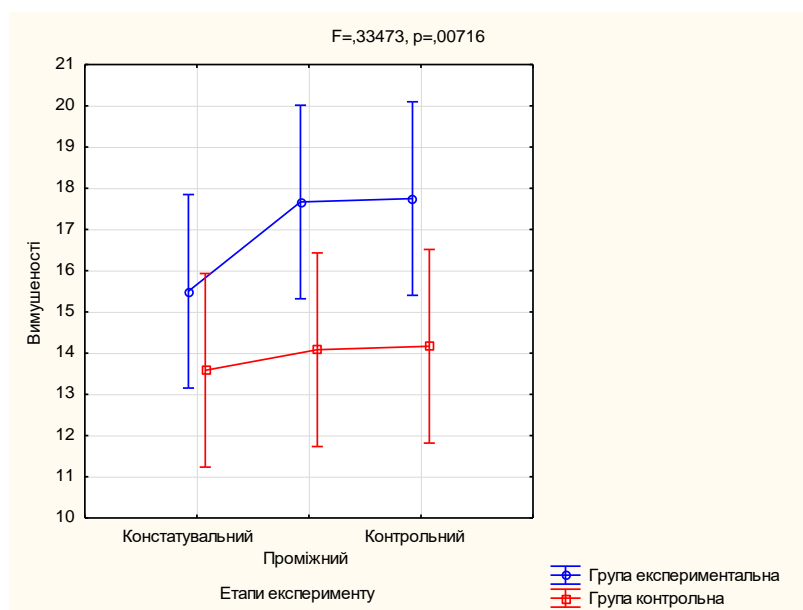


Рис. 3.6. Динаміка показників мотиву вимушеності у студентів експериментальної та контрольної груп

Динаміка руху афіліативних мотивів відображена на рис. 3.7. Показники афіліативних мотивів у експериментальній групі зростають протягом впровадження програми. Натомість міра вираженості афіліативних мотивів у контрольній групі залишається майже без змін. Отже, у студентів збільшується потреба у взаємодії з іншими людьми як засіб позбавлення невпевненості, задоволення прагнення у визнанні, отримання соціальної підтримки, формування невимушеності й впевненості в спілкуванні з оточенням.

Аналіз динаміки показників мотиву самоствердження під час експериментального впливу, що демонструється на рис. 3.8, відображає їх зростання в основній групі й зниження в контрольній. Таким чином, у студентів експериментальної групи посилилась потреба в ствердженні власного «Я», прагнення до життєвого успіху завдяки усвідомленню про

підприємницьку діяльність як можливості досягнення певного статусу в соціумі.

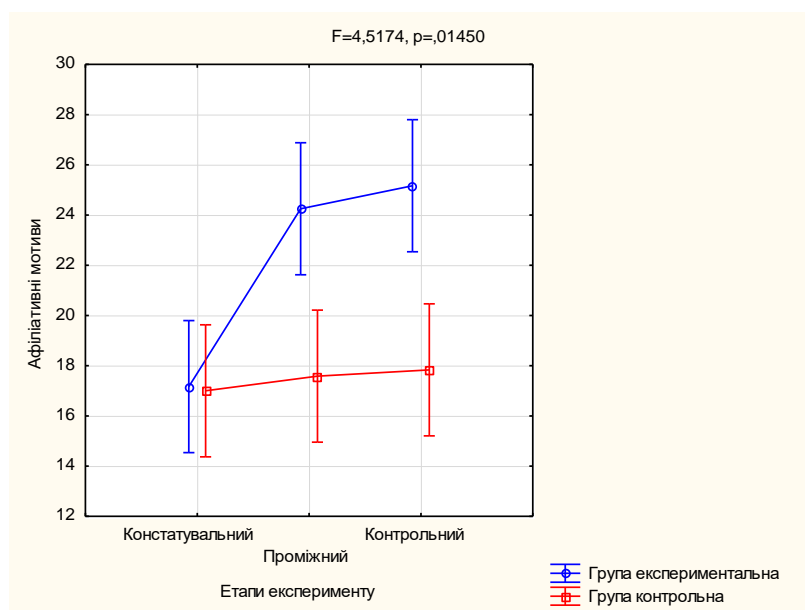


Рис. 3.7. Динаміка показників афіліативних мотивів у студентів експериментальної та контрольної груп

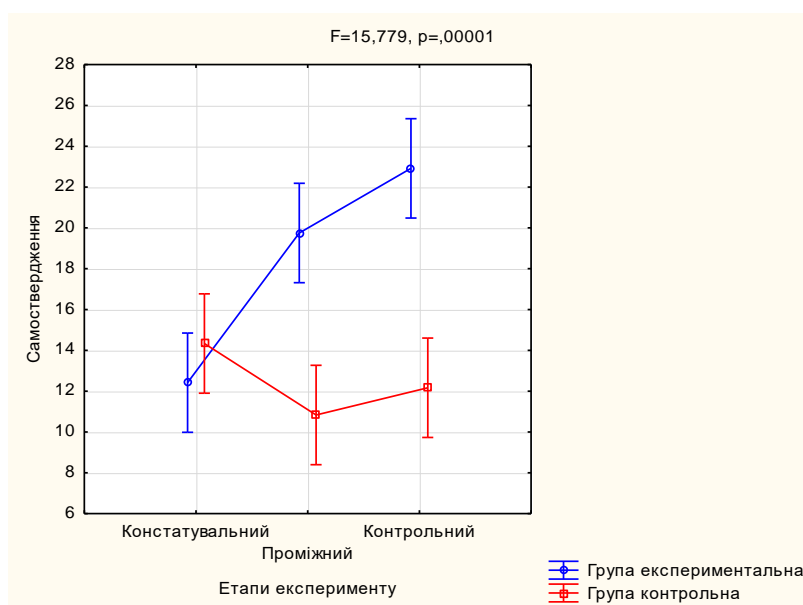


Рис. 3.8. Динаміка показників мотиву самоствердження у студентів експериментальної та контрольної груп

На рис. 3.9 наведено динаміку розвитку мотиву інноваційності: в експериментальній групі показники мотиву зросли. У контрольній групі залишились незмінними. Тобто, внаслідок участі в програмі розвитку мотивації підприємницької діяльності студенти експериментальної групи посилили бажання стати авторами інноваційних проєктів, запровадити нову бізнес-ідею.

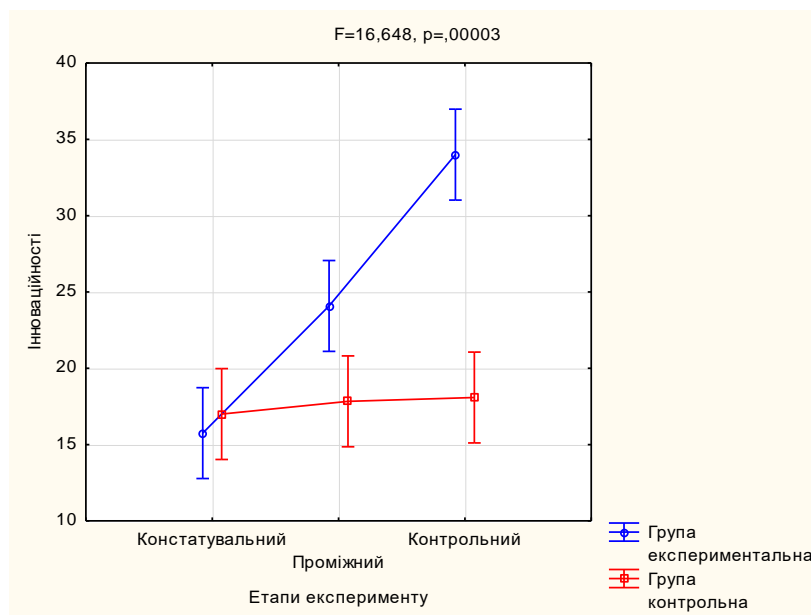


Рис. 3.9. Динаміка показників мотиву інноваційності у студентів експериментальної та контрольної груп

Динаміку показників мотиву ризику зображено на рис. 3.10. Спостерігається посилення цього мотиву в експериментальній групі й незначний приріст показників у контрольній. Тобто, представники експериментальної групи по завершенні участі в програмі відчують у собі готовність до невизначеності, до здійснення ризикової діяльності з метою отримання бажаного результату; стали більш толерантними до ризику, що сприяє створенню в них образу підприємницької діяльності, а відтак – формуванню адекватної її мотивації.

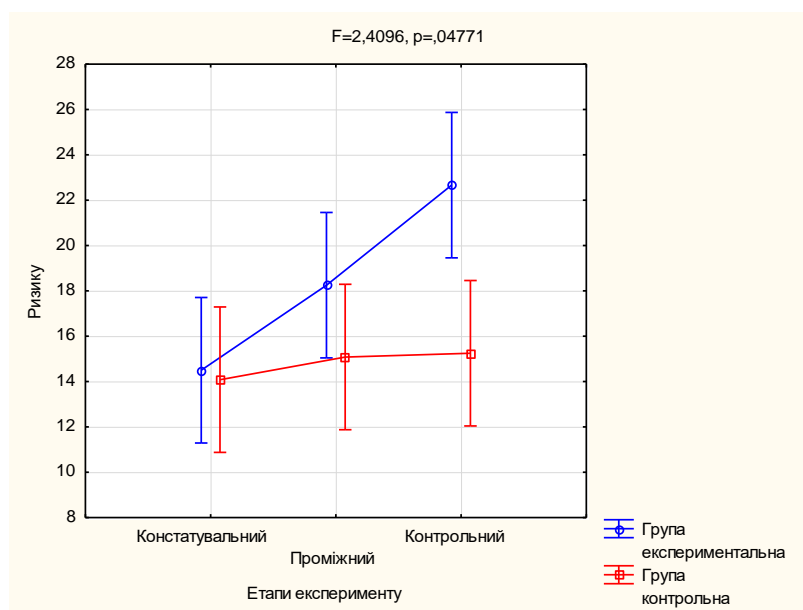


Рис. 3.10. Динаміка показників мотиву ризику у студентів експериментальної та контрольної груп

Результати порівняння показників експериментальної та контрольної груп після реалізації програми розвитку мотивації до підприємницької діяльності представлено в таблиці 3.9. Відповідно до наведених даних, показники мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність в експериментальній групі значно переважають показники контрольної групи, які залишились незмінними. Статистично значущий рівень характерний для всіх мотивів, окрім мотиву влади. Таким чином, можна говорити, що учасники програми отримали позитивний вплив щодо розвитку підприємницької мотивації.

Порівнюючи динаміку показників експериментальної групи (Табл. 3.10), слід зауважити, що міра їхнього зростання є різною. Найбільшу динаміку в підвищенні за умов статистичної значущості мають мотиви комерційного успіху, свободи і самостійності, інноваційності, як провідні мотиви підприємницької мотивації, та мотив самореалізації. Посилились мотиви ризику, самоствердження, вимушеності, афіліативні, глористичні. Майже відсутнє зростання мотиву влади.

Таблиця 3.9.

**Показники мотиваційно-ціннісних орієнтацій
на підприємницьку діяльність контрольної та експериментальної груп
після впровадження програми розвитку мотивації до підприємницької
діяльності в осіб студентського віку**

Показники мотиваційно- ціннісних орієнтацій	Групи досліджуваних		U	z	p
	Експериментальна	Контрольна			
Комерційного успіху	34,00±6,13	23,00±4,88	12,50	3,41	0,001
Свободи і самостійності	36,00±3,04	23,00±3,81	0,00	4,13	0,00003
Самореалізації	37,33±2,87	23,25±4,56	1,00	4,07	0,00005
Глорістичні мотиви	19,50±4,29	13,83±3,41	22,00	2,86	0,004
Влади	17,41±3,43	13,25±3,41	31,00	2,34	0,2
Вимушеності	17,59±3,62	14,16±3,79	37,00	1,99	0,05
Афіліативні мотиви	25,16±4,06	17,83±4,49	18,50	3,06	0,002
Самоствердження	22,91±4,50	12,16±4,88	6,50	3,75	0,0001
Інноваційності	24,83±9,39	17,08±4,66	37,00	1,99	0,04
Ризику	22,66±7,42	15,25±9,22	42,00	1,70	0,009

Показники мотиваційно-ціннісних орієнтацій контрольної групи залишились незмінними (Табл. 3.11). Статистичну значущість має мотив влади, який в експериментальній групі не є статистично значущим і не отримав розвитку.

Слід зауважити, що загалом уся вибірка досліджуваних характеризується більшим рівнем розвитку мотиву влади в порівнянні з особами, зайнятими підприємницькою діяльністю, що не сприяє сформованості адекватності мотивації підприємницької діяльності осіб студентського віку щодо цілей та сутності підприємництва.

Таблиця 3.10.

**Показники мотиваційно-ціннісних орієнтацій
на підприємницьку діяльність у досліджуваних експериментальної
групи протягом впровадження програми розвитку мотивації до
підприємницької діяльності в осіб студентського віку**

Показники мотиваційно- ціннісних орієнтацій	Етапи дослідження		T	z	p
	констатувальний (до впровадження програми)	контрольний (після впровадженн я програми)			
Комерційного успіху	24,17±6,24	34,00±6,13	0	3,06	0,002
Свободи і самостійності	21,83±7,39	36,00±3,05	0	3,06	0,002
Самореалізації	21,67±5,63	37,33±2,87	0	3,06	0,002
Глорістичні мотиви	15,33±3,86	19,50±4,29	7,50	2,47	0,01
Влади	16,08±3,67	17,00±3,43	14	1,01	0,3
Вимушеності	17,17±5,97	18,75±3,62	7	2,18	0,02
Афіліативні мотиви	18,00±4,57	25,17±4,06	0	2,93	0,003
Самоствердження	14,33±4,45	22,92±4,50	0	2,52	0,01
Інноваційності	15,75±4,39	34,00±4,69	0	3,06	0,002
Ризику	14,50±3,83	22,67±7,43	5,50	2,63	0,009

До складу основної групи експерименту увійшли студенти, які на його констатувальному етапі мали показники мотиву влади вищі в порівнянні з показниками контрольної групи. Тим не менше, в основній групі під час експерименту спостерігається відсутність розвитку мотиву влади, що свідчить про врахування програмою розвитку мотивації підприємницької

діяльності фактору розвиненості мотиву влади в осіб студентського віку як вікової особливості. Таким чином, програмою, що орієнтована на посилення провідних мотивів підприємницької діяльності, враховано вікові особливості осіб студентського віку.

Таблиця 3.11.

**Показники мотиваційно-ціннісних орієнтацій
на підприємницьку діяльність у досліджуваних контрольної групи
протягом впровадження програми розвитку мотивації до
підприємницької діяльності в осіб студентського віку**

Показники мотиваційно- ціннісних орієнтацій	Етапи дослідження		T	z	p
	констатувальний (до впровадження програми)	контрольний (після впровадженн я програми)			
Комерційного успіху	22,75±5,41	23,00±4,88	4,50	0,18	0,86
Свободи і самостійності	21,17±5,70	23,00±3,81	0	1,34	0,18
Самореалізації	21,08±6,72	23,25±4,56	0	1,60	0,11
Глорістичні мотиви	14,25±2,67	13,83±3,41	2	0,53	0,59
Влади	12,17±3,61	13,25±3,41	0	2,02	0,04
Вимушеності	13,58±4,32	14,17±3,79	0	1,34	0,18
Афіліативні мотиви	17,00±5,82	17,83±4,49	0	1,34	0,18
Самоствердження	12,42±3,45	12,17±4,88	21	0,18	0,86
Інноваційності	17,00±6,29	18,08±5,12	0	1,34	0,18
Ризику	14,08±2,91	15,25±9,22	31,50	0,13	0,89

Незначні зрушення мотиву влади в бік посилення в учасників контрольної групи можливо пояснити припущенням щодо наявності в них тенденції до розвитку прагнення до влади як індивідуально-психологічної особливості особистості. Загалом такий отриманий ефект потребує додаткового вивчення.

Виявлені перевіркою статистично значущої різниці у вираженні показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність до та після впровадження програми відмінності, зокрема зростання показників у досліджуваних експериментальної групи на противагу контрольній, де показники залишились незмінними (за винятком мотиву влади), емпірично доводять ефективність програми розвитку мотивації підприємницької діяльності у осіб студентського віку.

Висновки до третього розділу

1. Програма розвитку мотивації до підприємницької діяльності в осіб студентського віку має на меті розвиток мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємницької діяльності. Критерієм розвитку мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємництва є підвищення міри вираженості показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність по закінченні участі в програмі.

Методологічною основою програми стали концепції теорії ієрархії потреб А. Маслоу, трудової мотивації Д. Мак-Клелланда, концепція самодетермінації Е. Дісі та Р. Раяна, теорія потоку (психологія оптимального досвіду) М. Чиксентмигаї, методологія тренінгового навчання (М. Афанасьєв, С. Сисоєва, Т. Хомуленко, Ю. Швалб).

2. Програма сформована відповідно до принципів системного, комплексного, компетентнісного, діяльнісного, аксіологічного, особистісно-орієнтованого підходів. Основними методами стали обговорення,

психологічні вправи, групові проєкти, тренінгові методи (міні-лекція, групові дискусії, обговорення та обмін враженнями, ситуаційні вправи, ігрові елементи, ритуали), презентації, методи розпізнавання і вимірювання індивідуально-психологічних особливостей особистості, метод конкретних ситуацій (кейси), психологічної хірургії (використання метафорично-асоціативних карт), фільмотерапія, мотиваційний вплив. Програма розвитку мотивації підприємницької діяльності в осіб студентського віку передбачає інструментально-регулятивний та розвивально-мотиваційний блоки, спрямовані на розвиток мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємництва шляхом усвідомлення ними сутності підприємницької діяльності, можливості корегування власного стилю саморегуляції, формування мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємництво з урахуванням вікових особливостей студентів.

3. Інструментально-регулятивний блок програми спрямований на формування у студентів розуміння поняття підприємницької діяльності та механізмів посилення підприємницької мотивації, розвиток уявлення про себе як про активного суб'єкта трудової діяльності, усвідомлення власних регулятивних можливостей формування внутрішньої мотивації. Реалізується у формі проведення тренінгу з розвитку мотивації до підприємницької діяльності і передбачає теоретичний, інформаційно-смісловий, інформаційно-діагностичний, корекційно-розвивальний, рефлексивно-смісловий, рефлексивний сегменти. Розвивально-мотиваційний блок спрямований на розвиток ключових детермінант підприємницької мотивації і є комплексом різноформатних зустрічей: on-line-кейси з успішними підприємцями-практиками, групові коучинг-сесії, перегляд освітніх серіалів у Національній онлайн-школі для підприємців (за вибором), індивідуальні консультації.

4. Ефективність комплексного поєднання тренінгової форми роботи теоретично-діагностичного змісту, індивідуального психологічного консультування, мотиваційного впливу під час зустрічей із успішними

підприємцями-практиками, групових форм навчання, самонавчання, групової взаємодії доведена результатами зрізу знань по закінченні апробації програми.

5. Перевірка статистично значущої різниці у вираженні показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність до та після впровадження програми виявила зростання показників у досліджуваних експериментальної групи як в порівнянні з показниками контрольної групи, так і відносно міри власних показників до участі у програмі. Таким чином, учасники програми отримали позитивний вплив щодо розвитку мотиваційної готовності до підприємництва, що доводить ефективність програми розвитку мотивації осіб студентського віку до підприємницької діяльності.

ВИСНОВКИ

У дисертації наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукового завдання, що виявляється у визначенні особливостей та умов розвитку підприємницької мотивації студентів. На підставі отриманих у ході дослідження результатів можна зробити такі висновки:

1. За результатами теоретичного аналізу проблеми мотивації підприємницької діяльності її було визначено як спонукання особистості до підприємництва, в основі якого – прагнення досягнень, свободи, ініціативності, інноваційності шляхом усвідомлення ризиків підприємництва й удосконалення власної особистості. Психологічними чинниками реалізації підприємницького потенціалу осіб студентського віку як суб'єкта трудової діяльності виступають мотиваційно-ціннісні та кар'єрні орієнтації, рівень суб'єктивного контролю, дієвість та ефективність як регуляторні властивості особистості.

2. Емпірично визначено, що мотивація підприємницької діяльності осіб студентського віку має вікову специфіку, що характеризується динамічністю прояву мотивів на різних етапах студентського віку, зокрема посиленням мотивів комерційного успіху, свободи й самостійності, самореалізації, інноваційності, послабленням мотиву влади; ієрархічністю підприємницьких мотивів, тобто домінуванням мотивів комерційного успіху, самореалізації, свободи і самостійності, а також інноваційності; тривалою у часі стійкістю мотивів комерційного успіху, свободи і самостійності.

3. Визначено типологію мотивації підприємницької діяльності шляхом кластеризації показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій на підприємницьку діяльність: виявлено профілі «Помірна мотивація підприємницької діяльності», «Мотивація самореалізації у підприємництві в організації», «Полівмотивованість на підприємництво», «Знижена вмотивованість на підприємництво», серед яких два останні є найбільш характерними для студентів.

4. Визначено регуляторні особливості трудової діяльності студентів з різними профілями підприємницької мотивації: при зниженій вмотивованості на підприємництво задоволеність оплатою праці та усі регулятори трудової діяльності виражені найслабше, кар'єрні орієнтації на служіння та виклик пригнічені, натомість при полівмотивованості на підприємництво студентам властиве внутрішнє спонукання до трудової діяльності, вмотивованість на збагачення, найвищі показники кар'єрних орієнтацій на досягнення професійної компетентності, автономії, стабільності роботи та місця проживання, підприємництво, а при мотивації самореалізації у підприємстві студенти характеризуються поєднанням зовнішнього та внутрішнього мотиву праці.

5. Визначено залежність прояву кар'єрних орієнтацій та грошових атитюдів, рівня задоволеності працею від типу підприємницької мотивації та стильових особливостей саморегуляції трудової діяльності особистості студентів. Показники кар'єрних орієнтацій на менеджмент, підприємництво та інтеграцію стилів життя є зниженими за умови поєднання амотивованості на працю та зниженої мотивації до підприємницької діяльності. Показники кар'єрної орієнтації на досягнення самостійності та незалежності та підприємницького мотиву збагачення знижені в усіх студентів з амотивацією до праці, крім тих що вмотивовані на самореалізацію у підприємстві. За умови інтросктованого регулювання трудової діяльності та зниженої підприємницької мотивації студентам властиве зниження мотиву збагачення для досягнення незалежності та самостійності.

6. Програма розвитку мотиваційної готовності осіб студентського віку до підприємницької діяльності передбачала формування у студентів розуміння поняття підприємницької діяльності та її психологічних особливостей, розуміння процесу емоційно-вольової та трудової саморегуляції, розвиток уміння усвідомленого створення «внутрішньої атмосфери» як базису індивідуального стилю поведінки, розвиток спрямованості особистості на ціннісно-орієнтовану детермінацію діяльності,

усвідомлення внутрішніх регулятивних можливостей формування інтринсивної мотивації до професійної діяльності. Залучення студентів до розвивальних впливів програми позначилось на зростанні показників мотиваційно-ціннісних орієнтацій підприємницької діяльності.

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

- Абдуллаєва, І. Б. (2010). Психологічні особливості підприємницької діяльності сфери торгівлі: зарубіжний досвід досліджень. *Актуальні проблеми психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 1(27), 13–20.
- Ананьев, Б. Г., & Кузьмина, Н. В. (Ред.). (1974). *Современные психолого-педагогические проблемы высшей школы*. ЛГУ.
- Антонова, Н. О. (2009). Спрямованість особистості та мотивація професійного становлення студентів психологічного факультету. *Актуальні проблеми психології*, 7(19), 28–31.
- Антонова, Н. О. (2010). Особливості професійної мотивації студентів психологічного факультету. *Актуальні проблеми психології*, 12(10), II, 22–33. https://www.vkomforte.su/wp-content/themes/theme_self/img/kurs-obr.pdf
- Ансофф, И. (б. д.) *Стратегическое управление* Взято 27 листопада 2022 з <http://surl.li/mdsqa>
- Асеев, В. Г. (1970). *Формирование личности и структурный уровень мотивов. Проблемы личности*. Всесоюзное общество невропатологов и психиатров.
- Бакуліна, О. С. (2015). *Мотивація персоналу сільськогосподарських підприємств в умовах реалізації євроінтеграційних пріоритетів* [Дис. канд. екон. наук, Житомирський національний Агроєкологічний університет]. <http://surl.li/mdpdg>
- Балашов, Е. М. (2014). Особливості соціально-психологічних настанов студентів у мотиваційно-потребовій сфері. *Наукові записки національного університету «Острозька академія»*, 30, 8-11. <https://eprints.oa.edu.ua/3571/>
- Безрукова, О. А. (2013). Локус контролю як показник відповідальності особистості за даними. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 7, 87-96.

<https://clio.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/01/10-14.pdf>

- Богуцький, О. А. (2005). Фактори розвитку мотивації праці. *Економіка АПК*, 7, 46-47. <http://surl.li/lvlfld>
- Бондаренко, О. В., & Зоря, О. П. (2010). Ментальний вимір підприємницької активності: теоретико-методологічні засади дослідження. *Гілея: науковий вісник. Збірник наукових праць*, 35, 328-336. <http://surl.li/lvlhz>
- Бугрименко, А. Г. (2006). Внутрішня і зовнішня навчальна мотивація у студентів педагогічного ВНЗ. *Психологічна наука і освіта*, 4, 28-32.
- Булавина, О. А. (2020). Особистісний потенціал підприємницької діяльності: формування економічного мислення та комерційного інтелекту в умовах навчальної дисципліни «Психологія підприємницької діяльності». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Психологія»*, 11, 107-114. doi: 10.25264/2415-7384-2020-11-107-114
- Буторіна, В. Б. (2018). Теоретичні підходи до типології підприємців. *Збірник наукових праць молодих вчених Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*, 9, 4-5.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkpnuen_2013_8_28
- Варналій, З. С. (2002). *Основи підприємництва*. Знання-Прес.
http://univer.nuczu.edu.ua/tmp_metod/531/Varniliy.pdf
- Варналій, З. С. (2015). *Конкуренція і підприємництво*. Знання України.
- Ватаманюк, О. З., & Ватаманюк, М. М. (2017). Еволюція та сучасне розуміння категорії «підприємець» в економічній науці. *Науковий вісник НЛТУ України. Серія економічна*, 27(2), 42-47.
https://nv.nltu.edu.ua/Archive/2017/27_2/1.pdf
- Велитченко, Л. К. (2008). Суб'єкт і його атрибутивні категорії. *Психологія педагогічної взаємодії. «Наука і освіта»*, 4-5, 69-79. <http://surl.li/lvlvu>
- 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>
- Ветрова, Н. В. (2020). Наукові підходи до дослідження мотивації підприємницької діяльності у студентському віці. *Теорія і практика сучасної психології*, 1(1), 150-154. <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2020.1-1.28>
- Ветрова, Н. В. (2021). Мотиваційний механізм суб'єктів підприємництва в теоріях мотивації підприємницької діяльності. У М. Л.Комарытскуу (Ed.), *The 2nd International scientific and practical conference "Science, innovations and education: problems and prospects"* (289-293). CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. <http://surl.li/lvmag>
- Ветрова, Н. В. (2023). Тренінг особистісного вдосконалення підприємця. У Хомуленко, Т. Б. (Ред.), *Харківський осінній марафон психотехнологій* (с. 20-25). Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди. <https://zenodo.org/record/7499820>
- Вишне夫ська, О. А. (2016). Підприємницький ризик в управлінні конкурентоспроможністю підприємства. *Економіка і суспільство*, 7, 232-237. https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/39.pdf
- Вітвицька, С. С. (2000) Студент як об'єкт педагогічної діяльності. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, 6, 186-188. <http://eprints.zu.edu.ua/2143/1/00vssopd.pdf>
- Власов, П. К. (2015). *Психологія організацій: проектування на етапі задуму*. Гуманітарний центр.
- Волошина, О. О., & Бруєв, Д. Д. (2017). Еволюція наукових поглядів на сутність та функції підприємництва. *Науковий Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*, 2 (23Е), 142-147. http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvdgma_2017_2_25
- Гаєвська, Л. М. (2019). *Підприємницька діяльність*. Університет ДФС України. <http://surl.li/lxiwd>

- Галян, О. І. (2013). Мотиваційний аспект професійного вибору майбутніх психологів (на прикладі студентів Центру перепідготовки). *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. серія психологічна*, 2, 194-202. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvldu_2013_2_22
- Годлевська, В. Ю. (2008). Працюючий студент: мотивація, проблеми (б. д.) <http://conf.vntu.edu.ua/humed/2008/txt/Godlevska>
- Горбенко, Ю. Л. (2015). Образ світу в структурі мотиваційної сфери особистості. *Психологія і особистість*, 2(2), 33-46. <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4820/1/Gorbenko.pdf>
- Губа, Н. О., & Кондратенко, В. С. (2017). Психологічні чинники рівня задоволеності працею персоналу страхових компаній. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології»*, 2(12). <http://surl.li/kvtmx>
- Губеладзе, І. Г. (2019). Почуття власності як соціально-психологічний феномен: концептуалізація поняття. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 43(46), 141-148. doi: 10.33120/ssj.vi43(46)
- Губеладзе, І. Г. (2021а). Реалізація почуття власності в соціальних практиках: перспективи досліджень і впровадження в практику. *Вісник Харківського національного університету імені В. Каразіна. Серія «Психологія»*, 60, 63-69. doi: 10.26565/2225-7756-2021-70-08
- Губеладзе І. (2021в). *Соціальна психологія власності*. Талком.
- Данчева, О. В., & Швалб, Ю. М. (1999). *Практична психологія в економіці та бізнесі*. Лібра.
- Дмитренко, Г. А. (2002). *Мотивація и оцeнка персонала*. МАУП. <http://surl.li/lxixt>
- Дмишко, О. С. (2008). Детермінанти та психологічні особливості локусу контролю особистості. *Наука і освіта*, 8-9, 47-51. <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/5723>
- Дуб, В. Г., & Галян, І. М. (2012). Навчально-професійна мотивація майбутніх педагогів як складова їх професійного становлення. *Науковий вісник*

Львівського державного університету внутрішніх справ, 2(2), 415-423.

<http://surl.li/kjnse>

Дубасенюк, О. А., & Якса, Н. В. (2009). Розвиток особистості як суб'єкта праці впродовж життя У Н. Г. Ничкало (Ред.). *Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Професійне становлення особистості: проблеми і перспективи»*, (с. 55-58). Хмельницький національний університет. <http://surl.li/kvooo>

Дубінка, М. (2012). Деякі особливості становлення студента у процесі навчально-виховної діяльності ВНЗ. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія : Педагогічні науки*, 107(1), 166-177. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2012_107%281%29__26

Єзерницький, Л. Й., & Ренке, С. О. (2010). Соціально-психологічна характеристика студентства періоду пізньої юності. *Проблеми сучасної психології*, 10, 215-225.

Єфіменко, С. (2012). Психологічні особливості студентського віку. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка. Серія Педагогічні науки*, 103, 140-149. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2012_103_20

Жданюк, Л. О. (2017). Соціально-психологічні особливості студентського віку. *Вісник післядипломної освіти. Серія Соціальні та поведінкові науки*, 4-5, 28-40. http://nbuv.gov.ua/UJRN/vispdoso_2017_4-5_6

Занюк, С. С. (2001). *Психологія мотивації: теорія и практика мотивування. Мотивационный тренинг*. Ника-Центр.

Зоря, О. П. (2010). *Ментальний чинник сучасного підприємництва в Україні*. [Неопубл. дис. канд-та соціолог. наук]. Класичний приватний університет.

Іванченко, В. О. (2019). Узагальнення наукових поглядів на теорію підприємництва. *Причорноморські економічні студії*, 42, 25-29. http://bses.in.ua/journals/2019/42_2019/6.pdf

- Ільченко, О. Ю. (2017). Формування мотивів навчально-пізнавальної діяльності майбутніх учителів як психолого-педагогічна проблема. *Педагогічні науки*, 69, 57-62.
<https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/566580.pdf>
- Ільченко, О. Ю. (2019). Формування стійких мотивів навчально-пізнавальної діяльності студентів: вимога часу. *Філософські обрії*, 42, 164-167.
<https://doi.org/10.33989/2075-1443.2019.42.202396>
- Калюжна, Ю. І. (2020). Особливості навчальної та трудової мотивації майбутніх психологів. *Психологія і особистість*, 1 (17), 158-168.
<https://doi.org/10.33989/2226-4078.2020.1.195244>
- Карамушка, Л. М. (Ред.). (2005). *Технології роботи організаційних психологів*. «ІНКОС».
- Карамушка, Л. М. & Ходакевич, О. Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей*. КНЕУ.
- Карамушка, Л. М., & Худякова, Н. Ю. (2011). *Мотивація підприємницької діяльності*. Сполом.
- Карнышев, А. Д., Бурменко, Т. Д., & Иванова, Е. А. (2006). *Человек и собственность*. БГУЭП.
- Квасниця, О. В. (2012). Еволюція підходів до трактування сутності підприємництва. *Економічний аналіз*, 10(4), 156-160. <http://surl.li/dnvnu>
- Кириченко, Р. & Колодяжна, А. (2021). Психологічне дослідження навчально-професійної мотивації майбутніх педагогів. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова*, 13(58), 48-59.
[https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series12.2021.13\(58\).05](https://doi.org/10.31392/NPU-nc.series12.2021.13(58).05)
- Клименко, Н. О. (2005). *Формування мотивів навчально-пізнавальної діяльності студентів вищих навчальних закладів гуманітарного профілю* [Автореферат дис. канд. пед. наук, Луганський національний педагогічний університет імені Тараса Шевченка, Луганськ].
<http://surl.li/kjqpg>

- Климчук, В. О., & Горбунова, В. В. (2014). *Внутрішня мотивація учбової діяльності молоді: теорія, методика, програма розвитку*. Вид-во ЖДУ ім. І. Франка. <http://surl.li/kqygk>
- Клочко, В. І. (2012). *Формування мотивації навчально-пізнавальної діяльності студентів технічних спеціальностей*. ВНТУ. <http://surl.li/hnubd>
- Кобзиста, І. Л. (2017). Мотиваційні фактори сучасної молоді на ринку праці. *Причорноморські економічні студії*, 22, 165-168. http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2017_22_38
- Ковалев, В. И. (1982). Мотивационная сфера личности и ее динамика в процессе профессиональной подготовки. *Психологический журнал*, 2(6), 35–44.
- Коkun, О. М. (2012). *Психологія професійного становлення сучасного фахівця*. ДП «Інформ.-аналіт. агенство». <http://surl.li/axnzg>
- Коломієць, Т. В. (2017). Особливості когнітивних процесів суб'єктів підприємницької діяльності. *Глобальні виклики педагогічної освіти в університетському просторі*, 3, 463-465. <http://eprints.zu.edu.ua/25011/>
- Колот, А. М. (1998). *Мотивація, стимулювання й оцінка персоналу*. КНЕУ.
- Компанієць, В. В., & Полякова, О. М. (2021). *Економічна психологія*. УкрДУЗТ. <http://lib.kart.edu.ua/handle/123456789/8577>
- Краєвська, А. С. (2016). Розвиток підприємництва в умовах інституційної невизначеності. *Вісник Вінницького політехнічного інституту*, 3, 33-40, http://nbuv.gov.ua/UJRN/vvpi_2016_3_7
- Красилова, Ю. В. (2004). *Психологічні чинники підприємницької активності особистості* [Автореф. дис. канд. психол. наук, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]. ENPUIR. <http://surl.li/lzphq>
- Креденцер, О. В. (2005). Основні підходи до розуміння сутності феномену підприємництва. *Вісник Національного технічного університету*

України «Київський політехнічний інститут». *Філософія. Психологія. Педагогіка*, (3)1, 133–140.

Креденцер, О. В. (2009). Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу [Автореф. дис. канд. психол. наук, Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України]. <http://surl.li/mabmu>

Креденцер, О. В. (2011). Тренінг «Формування підприємницької поведінки в персоналу освітніх організацій для ефективного забезпечення організаційного розвитку». *Актуальні проблеми психології. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Т. I. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 32, 218-227.

<https://lib.iitta.gov.ua/2065/1/%D0%9A%D1%8032.pdf>

Креденцер, О. В. (2020). Психологічні основи підприємницької активності персоналу освітніх організацій [Дис. докт. психол. наук, Національна академія педагогічних наук України, Інститут психології імені Г. С. Костюка]. Інституційний репозитарій Львівського державного університету фізичної культури. <http://surl.li/maaww>

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

Кулаковський, Т. Ю. (2017). Когнітивний підхід у вивченні феномену підприємця. *Вісник ЖДТУ*, 2, 117-123.

Кульбіда, Н. М. (2002). Підприємництво та соціальна роль підприємця: психологічна ретроспектива. *Психологія. Збірник наукових праць НПУ імені М. П. Драгоманова*, 17, 258-262.

Кульбіда, Н. М. (2005). *Особистісні детермінанти успішної професійної підготовки майбутніх підприємців* [Автореф. дис. канд. психол. наук, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова]. ENPUIR. <http://surl.li/mdruq>

- Купчак, М. Я., & Саміло, А. В. (2020). Професійна мотивація як внутрішній чинник розвитку професіоналізму майбутнього менеджера. *Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*, 21, 107-112. doi: 10.32447/20784643.21.2020.13
- Лавріненко, Л. & Пронікова, І. (2023) Життєві цінності людини. Здоров'я як базова цінність. У Козорог, О. Г., & Лебідь, Н. К., *Навчаємося викладання «Культури добросусідства» дітям і дорослим* (с. 380). ВД «Освіта». <https://kdukraine.com/app/uploads/2023/05/zbirka-kd-pdf.pdf>
- Лантух, І. В. (2011). Підходи до функціонального аналізу підприємництва. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*, 1(45), 14-18. <http://surl.li/majkn>
- Лантух, І. В. (2020). *Психологічна структура особистісної надійності суб'єктів підприємницької діяльності*. [Дис. докт. психол. наук, Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України]. <http://psychology-naes-ua.institute/read/2085/>
- Левченко, Т. І. (2011). *Мотивація суб'єкта в різних видах діяльності*. Нова Книга.
- Лемак М. В., Петрище В. Ю. (2011). *Психологу для роботи: діагностичні методики*. ТОВ «ІВА». https://wp.nmc-pto.rv.ua/DOK/MZPsSl/Psyhologu_dla_roboty.pdf
- Леппер, М. Р., Грін, Д., & Нісбетт, Р. Е. (1973). Підрив внутрішнього інтересу дітей за допомогою зовнішньої винагороди: тест гіпотези «надмірного виправдання». *Журнал особистості та соціальної психології*, 28, 129-137.
- Леонтьєв, А. Н. (1975). *Деятельность. Сознание. Личность*. Политиздат.
- Леонтьєв, А. Н. (2005, 24 березня). *Мотивы*. <https://www.psychology-online.net/articles/doc-307.html>
- Леонтьєв, А. Н. (2009, 18 серпня). *Потребности, мотивы и эмоции*. <https://flibusta.club/b/162335/read>

- Леонтьев, В. Г. (1984). *Исследование мотивационной сферы личности*. Изд-во НГПИ.
- Лісогор, Л. (2012, 21 березня). *Чого прагне молодь – вчитися чи працювати?*
<http://surl.li/kurxz>
- Лугова, В. М., & Єрмоленко, О. А. (2017). Соціально-психологічні аспекти мотивації підприємницької діяльності. *Проблеми економіки*, 4, 296–301.
https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2017-4_0-pages-296_301.pdf
- Макконнелл, К. Р. (1993). *Экономикс: Принципы, проблемы и политика*. Изд-во «Хагар-Демос».
- Мирошник, О. Г. (2020). Рефлексивність та регуляторний потенціал особистості. *Психологія і особистість*, 2(18), 234-246.
<https://doi.org/10.33989/2226-4078.2020.2.211925>
- Молдован, А. Д. (2021). Підприємницька компетентність фахівця з фізичної культури і спорту: змістові характеристики. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Педагогічні науки*, 46, 114-129. doi: 10.15587/2519-4984.2020.191046
- Москаленко, В. В. (2003). Підприємництво як предмет дослідження економічної психології. *Актуальні проблеми психології. Том 1. Економічна психологія. Організаційна психологія. Соціальна психологія. Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України*, 11, 17–20.
- Москаленко, В. В., & Сила, Т. І. (2018). Підприємливість як творчість. *Актуальні проблеми психології*, 1(48), 38-45.
<http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v1/i48/9.pdf>
- Москалець, В. П. (2012). Види діяльності з позицій суб'єктного підходу в психології. *Психологія і суспільство. Український теоретико-методологічний соціогуманітарний часопис*, 4(50), 66-77.
<http://surl.li/kwyoz>

- Мотивація професійної діяльності*. (б. д.) Managerhelp. Управління і менеджмент. <http://www.managerhelp.org/hoks-638-1.html>
- Наконечний, Т. Я. (2017). *Саморуйнівні думки і переконання соціального працівника та способи їх подолання*. ТНЕУ. <http://surl.li/mdptm>
- Нельга, Т. О. (1995). *Моделі та зразки мотивації підприємницької діяльності: порівняльний соціологічний аналіз* [Автореф. дис. канд. соціол. наук, НАН України, Інститут соціології]. ENPUIR. <https://ouci.dntb.gov.ua/en/works/ldxVQoBl/>
- Новоодеський професійний коледж. (2020). *Вправи на розвиток мотивації*. http://nowpal.at.ua/index/vpravi_na_rozvitok_motivaciji/0-41
- Оксамитна, С. М. (2011). *Міжгенераційна класова та освітня мобільність*. НаУКМА. <https://core.ac.uk/download/pdf/149243265.pdf>
- Освітній проєкт «На урок». (2020). *Мотивація в освіті: інструменти, прийоми та принципи*. <http://surl.li/fhsku>
- Орлов, А. Б. (1989). Развитие теоретических схем и понятийных систем в психологии мотивации. *Вопросы психологии*, 5, 27–34. <http://surl.li/mdrws>
- Паустовська, Т. І. (2017). Історико-економічний шлях підприємництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 20, 12-17. <http://global-national.in.ua/archive/20-2017/5.pdf>
- Пачковський, Ю. Ф. (2004). *Підприємництво як предмет соціопсихологічного дослідження (діяльнісно-поведінковий аспект)* [Автореф. дис. докт. соціолог. наук, Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України]. ENPUIR. <https://mydisser.com/en/avtoref/view/20724.html>
- Пачковський, Ю. Ф. (2006). *Психологія підприємництва*. Каравела.
- Перегончук, Н. В., & Фальчук, М. П. (2018). Кар'єра та кар'єрні орієнтації: вивчення змісту понять. *Молодий вчений*, 12(64), 60-64. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2018-12-64-16>
- Пілецька, Л. С. *Психологія бізнесу*. Місто-НВ. <http://194.44.152.155/elib/local/1061.pdf>

- Побірченко, Н. А. (1999). *Формування особистісної готовності учнів загальноосвітньої школи до підприємницької діяльності*. Знання.
- Повідайчик, О. С. (2019). *Теорія і практика підготовки майбутніх соціальних працівників до науково-дослідницької діяльності* [Дис. докт. пед. наук, Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка]. <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/12841>
- Поденко, А. В. (2019). Соціально-психологічні чинники плинності кадрів в організації. У Хомуленко, Т. Б. (Ред.), *Харківський осінній марафон психотехнологій* (с. 185-189). Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди.
<http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/5517>
- Подоляк, Л. Г., & Юрченко, В. І. (2011). *Психологія вищої школи*. Каравела.
- Подшивайлов, Ф. М. (2015). *Психологічні чинники розвитку мотиваційної сфери особистості майбутнього психолога* [Дис. канд. психол. наук, Київський університет ім. Б. Грінченка]. <http://surl.li/malcu>
- Подшивайлов, Ф. М. (2015). Теоретико-методологічні засади визначення поняття мотиваційної сфери особистості. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*, 10(41), 19–23.
<http://otr.iod.gov.ua/images/pdf/2015/10/06.pdf>
- Проданова, Л. В., & Котляревський, О. В. (2017). Дослідження мотиваційного механізму підприємницької діяльності як умови ефективного інкубування бізнесу в національній економіці. *Національна економіка. Інтелект XXI*, 1, 96-103. http://nbuv.gov.ua/UJRN/int_XXI_2017_1_15
- Хоффман, Рід. (2021, 26 серпня). Філософія підприємництва. investory.news.
Взято 22.11.2022 з <https://investory.news/rid-xoffman-filosofiya-pidpriyemnictva/>
- Романова, Н. Ф. (2004). Соціалізація українського студентства: огляд проблеми, шляхи розв'язання. *Український соціум*, 3, 87-92.

- Савіна, Г. Г., Крутій, І. А., & Скоробагатько, О. В. (2014). Колективні та індивідуальні мотиви інноваційної діяльності. *Науковий вісник ЧДІЕУ*, 4(24), 79-83.
- Саннікова, О. П., & Страцинська, І. А. (2013). Комуникативна креативність інтерналів і екстерналів: порівняльна характеристика. *Наука і освіта*, 3, 149-153.
- Сердюк, О. А. (2022). Психологічні чинники ефективної підприємницької діяльності особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2, 41-47.
<http://pj.journal.kspu.edu/index.php/pj/article/view/1269/1224>
- Сила, Т. І. (2007). Соціально-психологічні установки особистості як фактор самореалізації молоді. *Актуальні проблеми навчання та виховання людей з особливими потребами. Збірник наукових праць*, 3(5), 93-97.
<https://ap.uu.edu.ua/article/218>
- Синицина, Г. А., & Рачкован, О. Д. (2019). *Основи бізнесу та підприємницької діяльності*. ХДУХТ.
https://duikt.edu.ua/uploads/1_2065_85675251.pdf
- Сімків, М. (2012). Модифікований варіант методики А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (ШГУП). *Освіта регіону*, 2, 295-301.
- Сірий, Є. В. (2008). Діяльнісний імператив у системі концептуалізації підприємництва. *Мультиверсум. Філософський альманах*, 76, 225-240.
<http://dspace.nbuiv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/77283/20-Siryj.pdf?sequence=1>
- Сладкевич, В. П. (2001). *Мотивационный менеджмент*. Вид-во МАУП.
https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/mn1_2.pdf
- Сментина, Н. В. (Ред.). (2019). *Економіка та організація підприємницької діяльності*. ФОП Гуляєва В.М. <http://surl.li/bxjwm>
- Стовбун, О. А., & Москаленко, О. В. (Укл.). (2017). *Економічна психологія: комплекс навчально-методичного забезпечення бакалаврів всіх*

- спеціальностей, денної форми навчання. НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського».*
- Тадеева, Т. В. (2012). Теорія самодетермінації Дісі-Раяна і навчальна мотивація. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка*, 3, 213–221.
- Тренінговий центр Наталії Сабліної. (2021). *Цікаві статті по психології і корисна інформація*. Взято з <https://www.sablinatz.com/>
- Троян, С. С. *Австрійська школа*. (б. д.). Велика українська енциклопедія. [https://vue.gov.ua/Австрійська школа](https://vue.gov.ua/Австрійська_школа)
- Туман-Никифорова, І. О. & Туман-Никифоров, А. А. (2010). Способность к предпринимательству как имманентная черта сущности человека. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*, 3. 382-388. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchtei_2010_3_62
- Угрин, О. Г. (2017). *Психологія управління: практичний посібник*. ЛьвДУВС.
- Фединець, Н. І., Миронов, Ю. Б., & Гонська, М. Р. (2011). *Соціологія ринку*. Видавництво ЛКА. <https://kerivnyk.info/sociologia-rynku>
- Федорчук, В. М. (2014). *Тренінг особистісного зростання*. «Центр учбової літератури».
- Фоменко, К. І. (2018). *Психологія губристичної мотивації: феноменологія, структура, детермінація*. ХНПУ. <http://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/3758>
- Фоменко, К. І. (2020). Опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія*, 62, 276–292. <https://doi.org/10.34142/23129387.2020.62.16>
- Хазратова, Н. & Луценко, М. (2011). Потреба у власності як соціально-психологічний феномен. *Психологія особистості*, 1(2), 17-23. http://nbuv.gov.ua/UJRN/Po_2011_1_4
- Хекхаузен, Х. (2003). *Мотивація і діяльність*. Питер; Сенс. Електронна версія українською: <http://surl.li/kriyuu>

- Хизрич, Р., & Питерс, М. (1992). *Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха*. Прогресс.
- Худякова, Н. Ю. (2008). *Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності* [Автореф. дис. канд. психол. наук, Інститут психології ім. Г. С. Костюка АПН України]. ENPUIR. <http://surl.li/mansm>
- Худякова, Н. Ю. (2010). Зв'язок успішності підприємця з мотивацією підприємницької діяльності. *Актуальні проблеми психології: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія. Збірник наукових праць, 1(27)*, 43-49. <http://surl.li/manek>
- Чаусова, Т. В. (2018). Особливості формування мотиваційної сфери навчання підлітків. *Вісник післядипломної освіти, «Серія «Соціальні та поведінкові науки»*, 6(35), 121-134. <http://surl.li/manue>
- Чернявська, Т. П. (2010). Бізнес-консультування як різновид психологічної практики. *Наука і освіта*, 4-5, 67-72.
https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2010/4_5_2010/15.pdf
- Чикер, В. А. (2006). *Психологическая диагностика организации и персонала*. Речь. <http://surl.li/mdmno>
- Чорна, І. М., & Чорний, М. М. (2015). Психодіагностика рівня розвитку підприємницьких здібностей у студентської молоді. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Психологічні науки*, 3(48), 187-194.
<https://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/13144>
- Шайгородський, Ю. (2009). Ціннісні орієнтації в психологічній структурі особистості. *Соціальна психологія*, 4(36), 65–73. <http://surl.li/manwq>
- Шамес, Й. А. (2004). Порівняльно-психологічні концепції та методи дослідження мотивації студентів ВНЗ до трудової діяльності. *Nauczyciel i Szkoła, 3-4(24-25)*, 152-157. <http://surl.li/kxmlf>
- Шанскова, Т. І. (2010). Мотиваційна орієнтація студентів гуманітарних спеціальностей щодо здобуття другої вищої освіти. *Педагогічний процес: теорія і практика*, 3(II), 258 – 266. <http://surl.li/manxa>

- Шаповалова, Н. П. (2012). Експеримент В. Шейна з визначення «якорів кар'єри» як найпоширенішої теорії кар'єрних орієнтацій. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школі*, 26(79), 433–441. <http://pedagogy-journal.kpu.zp.ua/archive/2012/26/66.pdf>
- Шафранська, Т. Ю., & Коломієць, О. В. (2012). Підприємництво: еволюція поглядів. *Економічні науки*, 10. <http://surl.li/maostm>
- Шевченко, В. & Джоган, Д. (2017). Мотивація професійної діяльності майбутнього психолога. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*, 1, 203–206. <http://surl.li/gpplb>
- Шемигон, Н. Ю. (2012). Сутність мотиваційно-ціннісного ставлення студентів до майбутньої професійної діяльності. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*, 36, 250–254. <http://surl.li/maohr>
- Шумпетер, Й. (2008). *Теорія економічного розвитку* (В. С. Автономов, Пер.) Прогресс. (Оригінал опубліковано 1982 р.). <http://surl.li/maolt>
- Яворовська, Л. М. (Укл.). (2013). *Психологічні особливості студентського віку*. ХНУ імені В. Н. Каразіна. <http://surl.li/hdhzl>
- Яновская, С. Г. (2002). Особенности мотивационной структуры предпринимательской деятельности. *Вісник Харківського університету*, 550(2), 344–346.
- Яновська, С. Г. (2019). *Психологічна структура підприємницької активності в малому бізнесі* [Дис. канд. психол. наук, Інститут психології імені Г. С. Костюка Національної Академії педагогічних наук України]. <http://psychology-naes-ua.institute/read/1913/>
- Яновська, С. Г., Туренко, Р. Л., & Солонікіна, О. В. (2010). Кар'єрні орієнтації студентів на завершальному етапі навчання. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*, 43(902), 343–348.

- Ahmad, N., & Hoffman, A. (2007). *A Framework for Addressing and Measuring Entrepreneurship*. Entrepreneurship Indicators Steering Group. <https://www.oecd.org/industry/business-stats/39629644.pdf>
- Anderson, C. R. (1977). Locus of control, coping behaviors, and performance in a stress setting: A longitudinal study. *Journal of Applied Psychology*, 62(4), 446–451. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.62.4.446>
- Barney, J. B. (1997). Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision-making. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 9–30. <https://www.oecd.org/industry/business-stats/39629644.pdf>
- Baron, R. A. (1998). Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently than Other People. *Journal of Business Venturing*, 13(4), 275–294. <http://surl.li/mdsss>
- Baum, R., J. Frese, M., & Baron, R. A. (2007). (Eds.). *The Psychology of Entrepreneurship*. *SIOP Organizational Frontiers Series*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum. <http://surl.li/mapgh>
- Begley, T. M. & Boyd D. P. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79-93. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(87\)90020-6](https://doi.org/10.1016/0883-9026(87)90020-6)
- Bennett, D., McCarty, C., & Carter, S. (2015). The impact of financial stress on academic performance in college economics courses. *Academy of Educational Leadership Journal*, 19(3), 25–30. <http://surl.li/mdnzt>
- Bird, B., & Jelinek, M. (1988). The operation of entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship theory and practice*, (13)2, 21-29. <https://doi.org/10.1177/104225878801300205>
- Brandstätter, H. (1997). Becoming an entrepreneur – A question of personality structure? *Journal of Economic Psychology*, 18(2–3), 157-177. [https://doi.org/10.1016/S0167-4870\(97\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0167-4870(97)00003-2)

- Darolia, R. (2014). Working (and studying) day and night: Heterogeneous effects of working on the academic performance of full-time and part-time students. *Economics of Education Review*, 38, 38-50.
- Deci, E., Koestner R., & Ryan, R. (1999). A Meta-Analytic Review of Experiments Examining the Effect of Extrinsic Rewards on Intrinsic Motivation. *Psychological Bulletin*, 125(6):627-668. <http://surl.li/kritx>
- Dittmar, H. (1992). *The social psychology of material possessions: to have is to be*. St. Martin's Press.
- Dubravska, N. M., & Skovliuk D. Yu. (2020). Personality traits of entrepreneur in psychological research. In Aleksieieva, O. R., Kurlishchuk, I. I., Antsibor, A. I., Baranova, S. V., Batsylyeva, O. V., Puz, I. V., Bilousova, L. I., Gryzun, L. E., Burlakova, I. A., Sheviakov, O. V., Velitchenko, L. K., Ma, Fu, Holubenko, T. O., Hrychanyk, N. I., Hryshyna, T. A., Cherepiekhina, O. A., Hudimova, A. Kh., Demchuk, T. P., Dubravska, N. M. ... Zhuravska N. S. *Vector of modern pedagogical and psychological science in Ukraine and EU countries*, 2, 217-233. <https://doi.org/10.30525/978-9934-588-37-2.1.13>
- Ivanova, T. Y., Rasskazova, E. I., & Osin, E. N. (2012). Structure and diagnostic of job satisfaction: development and approbation. *Организацiонная психология*, 2(3), 8-29. <http://surl.li/mdmec>
- Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: the psychology of money usage. *Personality Individual Differences*, 5(5), 501–509. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(84\)90025-4](https://doi.org/10.1016/0191-8869(84)90025-4)
- Fomenko, K. (2017). Self-Regulation of Labor Activity: the Means of Psychodiagnostics and the Role in Motivation. *Наука і освіта*, 11, 98–104. <https://doi.org/10.24195/2414-4665-2017-11-13>
- Frese, M., Gielnik, M. M. (2014). The Psychology of Entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1(1), 413-438. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091326>
- Fröhlich, E., & Pichler, J. H. (1988). *Werte und Typen mittelständischer Unternehmer*. Duncker & Humblot.

- Greblikaite, J., & Andriukaitiene, R. (2016). Philosophy of social entrepreneurship: complex influence of phenomenon. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*, 66, 226-231. <https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/590>
- Karabulut, A. Tuğba. (2016). Personality Traits on Entrepreneurial Intention. ScienceDirect. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 229, 12-21. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.07.109>
- Kets de Vries, M. F. R. (1977). The entrepreneurial personality: A person at the crossroads. *The Journal of Management Studies*, 14, 34-58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.1977.tb00616.x>
- Kets de Vries, M.F.R. (1985). *The Dark Side Entrepreneurship*. Harvard Business Review. https://flora.insead.edu/fichiersti_wp/Inseadwp1985/85-18.pdf
- Kirchhoff, B. (1997). Entrepreneurship economics. In W.B. Bygrave, (Ed.). *The portable MBA in entrepreneurship* (p. 444-474). New York, Wiley.
- Komarkova, I., Gagliardi, D., Conrads, J., & Collado, A. (2015). *Entrepreneurship Competence: An Overview of Existing Concepts, Policies and Initiatives. Final Report of European Commission*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. DOI 10.2791/067979
- Korunka, C., Frank, H., Lueger, M. & Mugler, J. (2003). The entrepreneurial personality in the context of resources, environment, and the startup process – A configurational approach. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), 23–42. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.00030>
- Landström, H., & Benner, M. (2010). Entrepreneurship research: a history of scholarly migration. *Historical foundations of entrepreneurship research*, 10, 15–45. doi:10.4337/9781849806947.00008
- Luca, M. R., & A. Robu. (2016). Personality traits in entrepreneurs and self-employed. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Special Issue Series VII: Social Sciences. Law*, 9(58)2, 91-98. <http://surl.li/mdlfw>

- McClelland, D. C., & Boyatzis, R. E. (1982). Leadership motive pattern and long-term success in management. *Journal of Applied Psychology*, 67(6), 737–743. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.67.6.737>
- McClelland, D. C., & Burnham, D. H. (1995). Power Is the Great Motivator. *Harvard Business Review*, 73, 126-139. <https://hbr.org/2003/01/power-is-the-great-motivator>
- Merriam-Webster. (б. д.). Ukrainian. У *Merriam-Webster.com dictionary*. Взято 17 листопада 2022 з <https://www.merriam-webster.com/dictionary/Ukrainian>
- Miner, J. B. (1997). *A psychological typology of successful entrepreneurs*. Greenwood Publishing Group. <https://psycnet.apa.org/record/1997-36677-000>
- Moore, Dorothy P., & Buttner, E. Holly. (1997). *Women entrepreneurs: moving beyond the glass ceiling*. Thousand Oaks [u.a.] : Sage Publ. <http://surl.li/mavem>
- Ryan, R., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 54–67. doi:10.1006/ceps.1999.1020.
- Schein, E. H. (1990). *Career Anchors: discovering your real values*. Pfeiffer.
- Sarasvathy, Saras D. (2002). Entrepreneurship as economics with imagination Ruffin Series in Business Ethics. *Business Ethics Quarterly*, 3, 95-112. <http://surl.li/mdskf>
- Schein, E. (1996). Career anchors resisted/implications or career development in the 21st century. *Academy of Management Executive*, 10(4), 80-89. doi:10.5465/AME.1996.3145321
- Uygun, R., & Kasimoglu, M. (2013). The Emergence of Entrepreneurial Intentions in Indigenous Entrepreneurs: The Role of Personal Background on the Antecedents of Intentions. *International Journal of Business and Management*, 8(5), 24-40. <http://surl.li/dodre>

- Welsch, Harold P. (Ed.). (2005). *Entrepreneurship: the way ahead*. Taylor & Francis e-Library. <http://surl.li/mdsnb>
- Wilkesmann, U., Fischer, H. & Virgillito, A. (2012). *Academic Motivation of Students – The German Case*. Technische Universität Dortmund Lehrstuhl Organisationsforschung, Weiterbildungs. <http://surl.li/mdlsp>

ДОВІДКИ ПРО ВПРОВАДЖЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ



УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ імені Г.С. СКОВОРОДИвул. Алчевських, 29, м. Харків, 61002, тел. (057) 700-35-23, факс (057) 700-69-09
e-mail: rector@hpu.edu.ua, код ЄДРПОУ 02125585Від 16.05.2023 № 14

На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Ветрової Наталії на тему: «Психологічні особливості мотивації
підприємницької діяльності у студентському віці»

Дана Ветровій Наталії Володимирівні, здобувачу третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти зі спеціальності 053 психологія у Харківському національному педагогічному університеті імені Г.С.Сковороди і засвідчує, що розроблена нею в ході роботи над дисертаційним дослідженням розвивальна програма знайшла відображення в навчальних курсах: «Педагогічна психологія», «Вікова психологія» на факультеті соціальних і поведінкових наук Харківського національного університету ім. Г.С.Сковороди упродовж 2019-2023 років для здобувачів спеціальності «Психологія» ОКР Бакалавр.

Декан факультету соціальних і
поведінкових наук,
Доктор філософських наук, професор



І.Д. Денисенко

285800



НАМН УКРАЇНИ
 ДЕРЖАВНА УСТАНОВА «ІНСТИТУТ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я ДІТЕЙ ТА
 ПІДЛІТКІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ МЕДИЧНИХ НАУК УКРАЇНИ»
 (ДУ «ІОЗДП НАМН»)

проспект Ювілейний, 52-А, м. Харків, 61153 тел./факс: (0572) 62-41-17 тел.:
 (0572) 62-50-19, 62-20-33

e-mail: iozdp@iozdp.org.ua, <http://iozdp.org.ua>, код ЄДРПОУ 02012183

№ 216 від 15.08.23р. На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів наукового дослідження

Видана в тому, що основні положення дисертаційної роботи Ветрової Наталії Володимирівни за темою «Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності у студентському віці» на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 Психологія впроваджені у методичну роботу ДУ «Інститут охорони здоров'я дітей та підлітків НАМН України» упродовж 2021-2023 років.

Практичні результати дисертації, що стосуються психолого-педагогічних засад формування підприємницьких софт-скілс у підлітків та старшокласників активно застосовуються у методичній роботі Інституту.

Директор Інституту
 д-р мед. наук, проф.



Георгій ДАНИЛЕНКО

На електронний документ накладено: 1 (Один) підписи чи печатки:
На момент друку копії, підписи чи печатки перевірено:
Програмний комплекс: eSign v. 2.3.0;
Засіб кваліфікованого електронного підпису чи печатки: ПТ Користувач ЦСК-1
Експертний висновок: №05/02/02-1424 від 05.04.2016;
Цілісність даних: не порушена;



Підпис № 1 (реквізити підписувача та дані сертифіката)
Підписувач: ВЕТРОВА НАТАЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА 2649818622;
Належність до Юридічної особи: ФІЗИЧНА ОСОБА;
Код юридичної особи в ЄДР: 2649818622;
Серійний номер кваліфікованого сертифіката: 248197DDFAB977E504000000DDFDDBC006ED6F703;
Видавець кваліфікованого сертифіката: АЦСК АТ КБ «ПРИВАТБАНК»;
Тип носія особистого ключа: Незахищений;
Тип підпису: Удосконалений;
Сертифікат: Кваліфікований;
Час та дата підпису: 15:10 18.10.2023;
Чинний на момент підпису. Підтверджено позначкою часу для підпису від АЦСК (кваліфікованого надавача електронних довірчих послуг)