

## СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

© 2017 ЛУГОВА В. М., ЄРМОЛЕНКО О. А.

УДК 331.101.3:334.722

Лугова В. М., Єрмоленко О. А.

## Соціально-психологічні аспекти мотивації підприємницької діяльності

Метою статті є дослідження мотивації підприємницької діяльності та соціально-психологічних аспектів, що її визначають. У статті обґрунтовано актуальність дослідження соціально-психологічних аспектів мотивації. Уточнено перелік і сутність понять, пов'язаних із поняттям «мотивація». Визначено специфічні особливості особистих потреб підприємців. Розглянуто групи мотивів підприємницької діяльності. Досліджено психологічні властивості особистості підприємця. Обґрунтовано роль позитивної Я-концепції у забезпеченні мотивації підприємницької діяльності. Визначено цінності та ціннісні орієнтації, характерні для підприємців. Розглянуто особливості українського менталітету, які найбільш яскраво простежуються в діяльності та поведінці підприємців. Визначено особливості нормативної регуляції поведінки людини в сучасному суспільстві.

**Ключові слова:** мотивація, підприємницька діяльність, мотивація підприємницької діяльності, соціально-психологічні аспекти мотивації.

Табл.: 1. Бібл.: 24.

**Лугова Вікторія Миколаївна** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та соціальних наук, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: lugovavika@gmail.com

**Єрмоленко Олексій Анатолійович** – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та соціальних наук, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: oleksii.yermolenko@m.hneu.edu.ua

УДК 331.101.3:334.722

UDC 331.101.3:334.722

## Луговая В. Н., Ермоленко А. А. Социально-психологические аспекты мотивации предпринимательской деятельности

Целью статьи является исследование мотивации предпринимательской деятельности и социально-психологических аспектов, определяющих ее. В статье обоснована актуальность исследования социально-психологических аспектов мотивации. Уточнены перечень и сущность понятий, связанных с понятием «мотивация». Определены специфические особенности личных потребностей предпринимателей. Рассмотрены группы мотивов предпринимательской деятельности. Исследованы психологические свойства личности предпринимателя. Обоснована роль положительной Я-концепции в обеспечении мотивации предпринимательской деятельности. Определены ценности и ценностные ориентации, характерные для предпринимателей. Рассмотрены особенности украинского менталитета, которые наиболее ярко прослеживаются в деятельности и поведении предпринимателей. Определены особенности нормативной регуляции поведения человека в современном обществе.

**Ключевые слова:** мотивация, предпринимательская деятельность, мотивация предпринимательской деятельности, социально-психологические аспекты мотивации.

Табл.: 1. Библ.: 24.

**Луговая Виктория Николаевна** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и социальных наук, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: lugovavika@gmail.com

**Ермоленко Алексей Анатольевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики и социальных наук, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (просп. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: oleksii.yermolenko@m.hneu.edu.ua

Luhova V. M., Yermolenko O. A.

## Socio-Psychological Aspects of Entrepreneurial Motivation

The aim of the article is to study entrepreneurial motivation and socio-psychological aspects that determine it. In the article, the urgency of the study of socio-psychological aspects of motivation is substantiated. The list and essence of concepts related to the concept «motivation» are specified. The features of personal needs of entrepreneurs are determined. The groups of entrepreneurial motives are considered. The psychological properties of an entrepreneur's personality are examined. The role of the positive self-identity in providing entrepreneurial motivation is substantiated. The values and value orientations typical for entrepreneurs are determined. The peculiarities of the Ukrainian mentality that are most clearly traced in the activity and behavior of entrepreneurs are considered. Specific features of normative regulation of human behavior in modern society are determined.

**Keywords:** motivation, entrepreneurial activity, entrepreneurial motivation, socio-psychological aspects of motivation.

Табл.: 1. Библ.: 24.

**Luhova Viktoriia M.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Social Sciences, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: lugovavika@gmail.com

**Yermolenko Oleksii A.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Social Sciences, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: oleksii.yermolenko@m.hneu.edu.ua

**Вступ.** Сучасна теорія підприємництва розглядає підприємницьку діяльність як катализатор соціально-економічного розвитку будь-якого суспільства. Підприємництво є одним із ключових інститутів ринкової економіки, а підприємець є головним суб'єктом економічної діяльності і ринкових відносин. Активізація діяльності підприємницьких структур вирішує ряд найактуальніших завдань з оздоровлення соціально-економічної ситуації у країні і становлення умов, що сприяють ефективності ринкової моделі розвитку. Унікальність підприємницьких здібностей полягає в тому, що саме завдяки їм здійснюється взаємодія інших економічних ресурсів. З науково-практичної точки зору сучасне підприємництво розглядається як особливий стиль новаторського господарювання, в основі якого лежить пошук нових оптимальних можливостей і орієнтація на інноваційну діяльність.

Особлива роль підприємництва в економічному прогресі, багатоаспектність цього феномена зумовлюють необхідність дослідження підприємництва, а особливо чинників, які активізують підприємницьку діяльність, спонукають людину до її здійснення.

Проблеми підвищення ефективності діяльності засобами мотивації знайшли відображення в дослідженнях Д. Богині [1], М. Дороніної [2], А. Колота [3], М. Семікіної [4], Б. Трейсі [5], П. Форсіта [6] та інших вітчизняних і російських учених, в роботах яких розглянуто різні аспекти мотиваційних процесів в економічній системі. Значно менше досліджено питання мотивації підприємницької діяльності. Як зазначає О. Акімова, численні дослідження, присвячені проблемам мотивації, зачіпають лише питання мотивації найманих працівників, в той час як механізм мотивації підприємницької діяльності також вимагає детального та глибокого дослідження і прийняття суспільством, оскільки саме підприємницька діяльність сприяє розвитку виробництва, відтворення суспільного продукту, створення конкурентоспроможних товарів і послуг, що в кінцевому підсумку стимулює розвиток економіки держави в цілому [7]. Серед науковців, які аналізували сутність, зміст та особливості мотивації підприємницької діяльності, слід зазначити О. Акімову [7], Л. Карамушку та Н. Худякову [8], а також Л. Проданову та О. Котляревського [9].

Таким чином, питання, пов'язані із дослідженням мотивації підприємницької діяльності і розробкою заходів щодо її розвитку потребують подальших наукових досліджень, що обумовило актуальність теми статті.

**Метою статті** є дослідження мотивації підприємницької діяльності, соціально-психологічних аспектів, що її визначають.

Сьогодні не існує однозначного визначення поняття «мотивація підприємницької діяльності», що пов'язано із міждисциплінарністю цього явища. Мотивація підприємницької діяльності є предметом дослідження економічних, психологічних, соціальних наук, при цьому кожна з них зосереджується на своєму специфічному аспекті. Економічні науки досліджують підприємницьку діяльність з позиції її ролі в економіці, досліджують підходи до створення умов, механізмів реалізації та розвитку підприємництва. Соціологію, в першу чергу, цікавить особистість підприємця як представника певної соціальної групи, соціальні умови по-

яви цього соціального типу та його вплив на окремі соціальні групи та суспільство в цілому. Психологія акцентує увагу на психологічній структурі особистості підприємця, внутрішніх чинниках активності особистості.

Частіше за все поняття «мотивація» використовують для позначення системи факторів, що обумовлюють поведінку (цілі, інтереси, потреби, мотиви, наміри) [1–4]. Однак, як вже було зазначено, поняття «мотивація» не може обмежуватися лише рамками психологічного аналізу, оскільки воно включає й інші аспекти поведінки особистості: соціальний, соціально-економічний, морально-етичний.

Як зазначають Л. Станкевич та П. Полякова, мотивація є своєрідним видом духовної діяльності, яка розглядається, насамперед, як розумовий процес, істотними елементами якого виступають усвідомлювані потреби, засоби та цілі, що завжди зіставляються із системою особистих, групових і суспільних цінностей [10]. На необхідності врахування соціальних аспектів при дослідженні мотивації наголошує і К. Водоп'янов [11], зазначаючи, що глибинний зміст мотиваційного процесу, його природа обумовлені соціальним буттям людини, системою наявних суспільних відносин. Адже особистість є як суб'єктом, так і об'єктом соціальних впливів. Суспільство здатне диктувати оптимальні способи й умови задоволення потреб особистості, обмежувати деякі з них. Також з ускладненням суспільної організації та підвищенням рівня розвитку суспільства відбувається формування нових мотивів, а деякі мотиви, навпроти, стають неактуальними в нових умовах [11]. Тому при дослідженні мотивації підприємницької діяльності слід враховувати і психологічні, і соціальні аспекти цього явища. Тобто, крім потреб, мотивів, психологічних властивостей особистості підприємця та його самосвідомості, слід дослідити систему цінностей та ціннісних орієнтацій, соціальні норми, особливості менталітету, соціальні очікування та установки стосовно підприємницької діяльності.

Основні складові мотивації – потреби, інтереси, цінності пронизують усі сфери суспільного життя, всі соціальні відносини. Тому вони є загальними поняттями для всієї сукупності суспільних наук, кожна з яких торкається цієї проблематики більшою чи меншою мірою. Трудова поведінка підприємця (а отже, і мотивація) вкрай складне явище, адже в ній органічно переплітаються об'єктивне та суб'єктивне, загальне й особливе, соціальне, економічне, морально-психічне і біопсихічне, вольове й емоційне, свідоме та несвідоме. Отже, при її дослідженні будемо спиратися, в першу чергу, на досягнення таких наук, як економіка, соціологія, психологія.

Розглянемо сутність понять, пов'язаних із мотивацією (табл. 1): потреба, мотив, психологічні властивості особистості, Я-концепція (психологічний аспект мотивації), цінності, ціннісні орієнтації, менталітет і соціальні норми (соціальний аспект мотивації), та дослідимо їх роль у забезпеченні мотивації підприємницької діяльності.

Вивчення проблем мотивації починається з визначення поняття «потреби», адже саме потреби активізують організм, направляють його поведінку на пошук того, що необхідно організму. Потреби спонукають людей до дії, до певної діяльності, у цьому полягає їх головна роль. Говорячи про потреби особистості, частіше за все мають на увазі

Таблиця 1

## Сутність понять, пов'язаних із поняттям «мотивація»

Аспекти мотивації	Поняття	Сутність
Психологічні	Потреба	відображення в свідомості людини потреби в чомусь організму (біологічні потреби) і особистості (соціальні і духовні потреби), що викликає внутрішню напругу (потребовий стан) і призводить до психічної активності, спрямованої на пошук необхідного для досягнення цілі об'єкта
	Мотив	складне психологічне утворення, яке служить для обґрунтування певних дій і спонукає до свідомих вчинків
	Психологічні властивості особистості	стійкі індивідуальні психологічні особливості, що проявляються у поведінці та діяльності особистості, своєрідні та типові для кожної людини: спрямованість, темперамент, характер, здібності
	Я-концепція	динамічна система уявлень людини про саму себе, що включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних природних властивостей; самооцінку; суб'єктивне сприйняття, що характеризує вплив на власну особистість зовнішніх факторів
Соціальні	Цінності	уявлення суб'єкта, суспільства, соціальної групи про головні та важливі цілі життя і праці, а також про основні засоби досягнення цих цілей
	Ціннісні орієнтири	стале відношення до певних матеріальних і духовних благ, цінностей, ідеалів, які спонукають людину до їх досягнення та служать орієнтиром у поведінці та цілях
	Менталітет	сукупність найбільш сталих когнітивних та емоційно-вольових установок, притаманних більшості індивідумів цієї спільноти (нації), які надають їм поведінці певну спрямованість
	Соціальні норми	правила поведінки, що склалися стихійно чи установлені свідомо

систему потреб – певним чином організовану сукупність типів і класів потреб, внутрішньопов'язаних між собою і підпорядкованих деяким закономірностям формування і актуалізації. Окрім потреб, які притаманні всім людям, підприємці мають ряд специфічних особливостей особистих потреб. В тому числі це потреби в спілкуванні з колегами-підприємцями, в причетності до товариства підприємців, в повазі до себе як представника ділового світу, в специфічній надійності і міцності свого підприємницького положення в суспільстві в цілому і в колі колег-підприємців, зокрема, в особливій формі підприємницького самовираження, в усвідомленні власної значущості як підприємців, в свободі підприємництва та в особливій підприємницькій творчості [12].

Потреби й інтереси у свідомості людини перетворюються на мотив. Саме він спонукає людину до цільової діяльності. Н. Худякова визначила такі групи мотивів підприємницької діяльності:

- 1) безпосередні мотиви (мотиви комерційного успіху; мотиви свободи і незалежності; мотиви ініціативи і активності; мотиви інноваційності та ризику);
- 2) опосередковані мотиви (мотиви самореалізації; мотиви поваги і самоповаги; мотиви соціальних контактів і групової належності; мотиви вимушеності).

До того ж автор пропонує розрізняти та досліджувати окремо мотиви приходу до підприємництва та мотиви підприємницької діяльності на етапі стабілізації діяльності [13].

Важливу роль у здійсненні підприємницької діяльності відіграють психологічні властивості особистості. Окремі автори наголошують на необхідності наявності підприємницьких здібностей у особи, яка прагне займати-

ся підприємницькою діяльністю. Підприємницькими здібностями володіють далеко не всі, вони рідкісні та своєрідні. За оцінками зарубіжних і російських експертів, навіть у країнах із розвинутою економікою налічується не більше 5–6 % населення з підприємницькими здібностями [14]. Г. Шайхутдінова згрупувала ці здібності таким чином:

- 1) характеристики лідерства: прагнення до самостійності, почуття перспективи, переконливості, наполегливості в досягненні поставлених цілей;
- 2) особливі інтелектуальні здібності: компетентність, проникливість, оригінальність, аналітичний склад розуму, вміння генерувати ідеї, розвинена інтуїція, освіченість;
- 3) комунікативні здібності: контактність, готовність і вміння вирішувати конфлікти, вміння підбирати собі компаньйонів і виконавців, вміння йти проти течії;
- 4) економічні характеристики: прагнення до придбання конкуруючих переваг, множення багатства, до інновацій та їх здійснення, дій зі встановлення ринкової рівноваги;
- 5) соціальні характеристики: ініціативність, організаторський талент, ділова культура, вміння здійснювати організацію і реорганізацію соціально-економічних механізмів, готовність ризикувати;
- 6) фізичні характеристики та здібності: фізичне, психічне й емоційне здоров'я [14].

Необхідність наявності зазначених якостей у структурі особистості підприємців визначається змістом їх діяльності, для якої характерним є [15; 16]:

- свобода та самостійність рішень його суб'єктів (вільний вибір виду діяльності, партнерів, вільне розпорядження прибутком);

- особиста економічна зацікавленість і відповідальність (підприємець діє заради збільшення власних доходів, несе відповідальність по зобов'язаннях і відшкодовує збитки);
- інноваційний характер діяльності (новаторство, творчість, створення нового товару, послуги, застосування нової технології, організація ділового процесу);
- мобільність (необхідність своєчасно враховувати мінливі вимоги ринку та конкретні запити покупців);
- наявність фактора ризику (можливість втрати ресурсів чи неохочення доходів).

Людина, володіючи набором підприємницьких здібностей, може приймати розумні послідовні рішення, створювати та застосовувати нововведення, йти на допустимий, виправданий ризик, протистояти труднощам.

Опосередковуючою ланкою між особистістю та професійною діяльністю підприємця є професійна самосвідомість – усвідомлене ставлення до своїх потреб і здібностей, потягів і мотивів поведінки, переживань і думок. Результатом процесів самосвідомості є Я-концепція особистості – динамічна система уявлень підприємця про себе, яка включає усвідомлення своїх фізичних, інтелектуальних та інших особливостей; самооцінку та суб'єктивне сприймання зовнішніх чинників, які впливають на неї. У структурі професійної Я-концепції найбільш часто визначають такі компоненти [17]:

- когнітивний компонент – уявлення про свої професійні здібності та можливості, самоідентифікація з представниками професійної групи та професійною діяльністю;
- емоційний компонент – самовідношення до себе як до професіонала, емоційна ідентифікація з професійним середовищем;
- поведінковий компонент – прагнення бути зрозумілим, визначення стилю діяльності, підвищення свого професійного статусу, встановлення професійного контакту з різними партнерами по професійному спілкуванню.

Я-концепція об'єднує систему самооцінок і утворює цілісне ставлення до самого себе, що включає рівень домагань, загальну спрямованість мотиваційної сфери. Так, у сучасних дослідженнях зазначається, що мотивація досягнень, орієнтована на успіх, і реальна успішність діяльності свідчать про адекватну самооцінку. Мотивація уникнення невдач пов'язана з неадекватною самооцінкою: завищеною або заниженою. Я-концепція в цьому випадку, виступає як система саморегуляції людини, виражається в самоповазі чи самолюбстві, в самодостатності або прихненні себе [18].

Розглянемо також соціальні чинники мотивації підприємницької діяльності: цінності, ціннісні орієнтації, трудовий менталітет, соціальні норми.

Проблеми, що пов'язані з людськими цінностями, займають одне з провідних місць у дослідженні соціальної детермінації людської поведінки, її саморегуляції та прогнозування. Формування ціннісних орієнтацій сприяє про-

цесу розвитку особистості в цілому. вони відіграють вирішальну роль в регуляції поведінки, формуванні світогляду, переконань, виборі життєвого шляху, особливо на етапі становлення професійно-трудової діяльності в юнацькому віці. Саме «завдяки цінностям особистість відчуває себе цілісно в оточуючому її світі. Світ цінностей – це, насамперед, світ культури, сфера духовної діяльності людини, її моральної свідомості, оцінок тощо» [19].

Стійка та несуперечлива сукупність ціннісних орієнтацій визначає такі якості особистості, як цінність, надійність, вірність певним принципам та ідеалам, здатність до вольових зусиль в ім'я цих ідеалів і цінностей, активність життєвої позиції, наполегливість у досягненні мети. Суперечливість у ціннісних орієнтаціях породжує непослідовність у поведінці.

Серед характерних ціннісних орієнтацій підприємців О. Тельманова виділила такі [20]:

- набуття внутрішнього комфорту та самоповаги;
- можливість відчути конкретні результати своєї праці;
- володіння свободою творчості, можливість досягти піку творчої самореалізації;
- захищені власне матеріальне становище і матеріальне становище близького оточення;
- професійне зростання в особистісно важливих сферах діяльності;
- перспектива підвищити свій престиж в очах «ближнього і далекого» оточення, утвердитися у власних очах і очах оточуючих;
- досягнення багатства заради внутрішньої свободи і незалежності;
- набуття вміння виживати в складних ситуаціях;
- володіння цікавою роботою, пов'язаною з новими враженнями та спілкуванням з людьми;
- етична відповідальність перед професією (захист гідності професії, розвиток етичних норм і збільшення професійних знань).

Цінності та ціннісні орієнтації виступають об'єктивними передумовами для формування і розвитку менталітету підприємців. Менталітет розглядають як сукупність найбільш сталих когнітивних та емоційно-вольових установок, притаманних більшості індивідуумів цієї спільноти (нації), які надають їх поведінці певну спрямованість [21]. Розглянемо особливості українського менталітету, які найбільш яскраво простежуються в діяльності та поведінці підприємців [22]: домінування емоцій та почуттів над інтелектом і волею (несталість емоцій та настрою, швидка запальність і швидке згасання емоцій); індивідуалізм; інтровертність; кордоцентризм (прагнення жити, діяти за покликом серця); екзекутивність (орієнтація переважно на виконавчу, обслуговуючу діяльність, концентрація уваги на поточних проблемах); толерантність; селянськість; орієнтація на малий гурт.

Підприємницька діяльність також визначається і регулюється системою соціальних норм. Соціальні норми – це засновані на цінностях правила поведінки, очікування і стандарти, які регулюють дії та вчинки людей, соціальних груп, зміцнюючи стабільність та єдність суспільства [23].

Соціальні норми – це деякі ідеальні зразки, шаблони, які вказують на те, що люди повинні говорити, думати, почувати та робити у конкретних ситуаціях. Підприємницька діяльність досить прискіпливо контролюється соціальними групами. Це пов'язано із тим, що поведінка підприємців є нестандартною («ненормативною»), тобто виходить за рамки прийнятих у цьому суспільстві в певний час норм, властива меншій кількості людей. Частіше за все – це креативна (творча) поведінка, яка реалізує нові ідеї, самобутня, продуктивна, прогресивна, може вести до зміни самих норм, тому викликає опір оточуючих.

Значущість соціальних аспектів мотивації підприємницької діяльності обґрунтовує своїм дослідженням А. Малафеев [24]. Він зазначає, що сформована у нас економічна культура дотепер підтримує традиційну тенденцію до зрівняльності, яка породжує заздрість до чужого успіху і звичку уповати на державу, зобов'язану вирішувати всі проблеми. Стереотипи свідомості, які перешкоджають розвитку індивідуальності, підтримують неприязність до власника, капіталіста, страх нажити славу махінатора, ловкача, призводять до того, що багато ініціативних людей не наважуються стати підприємцями.

Таким чином, вивчення соціально-психологічних аспектів мотивації є необхідним для прогнозування і управління трудовою поведінкою підприємця. Подальші дослідження авторів будуть спрямовані на розробку ефективного механізму мотивації підприємницької діяльності.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Богиня Д. П., Семікіна М. В. Трудовий менталітет у системі мотивації праці. Кіровоград: Поліграф-Терція, 2002. 226 с.
2. Дороніна М. С., Сасіна Л. О., Лугова В. М., Надьон Г. О. Механізм мотивації управлінського персоналу: наук. вид. Харків: АдВА тм, 2010. 240 с.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник. Київ: КНЕУ, 2002. 345 с.
4. Семікіна М. В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання: монографія. Кіровоград: КОД, 2009. 200 с.
5. Трейси Б. Мотивация. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 144 с.
6. Forsyth P. How to Motivate People. London: Kogan Page, 2012. 160 p.
7. Акимова О. Е. Мотивация предпринимательского труда: теория и практика: монография. Волгоград: ВолГТУ, 2012. 111 с.
8. Карамушка Л. М., Худякова Н. Ю. Мотивация підприємницької діяльності: монографія. Київ – Львів: Сполом, 2011. 208 с.
9. Проданова Л. В., Котляревський О. В. Дослідження мотиваційного механізму підприємницької діяльності як умови ефективного інкубування бізнесу в національній економіці. *Інтелект XXI*. 2017. № 1. С. 96–103.
10. Станкевич Л., Полякова П. Мотивация как процесс и вид духовной деятельности. *Философия и общество*. 2004. № 2. С. 125–134.
11. Водоп'янов К. Г. Соціально-філософський аналіз мотиваційного процесу: можливості резонансного управління. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2009. № 37. С. 112–122.
12. Халин С. М. Социология предпринимательства: (попытка теоретической интерпретации понятия): учеб. пособие. Тюмень: ТюмГУ, 2004. 82 с.
13. Худякова Н. Ю. Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності // IV Наук.-практ. конф. з організаційної та економічної психології (Київ, 23–24 листоп. 2006 р.): тези/за наук. ред. Л. М. Карамушки. Київ: Наук. світ, 2006. С. 14–15.
14. Шайхутдинова Г. Ф. Формирование личностных, экономических и организационных компонентов предпринимательства в координатах инновационной экономики: науч. изд. Уфа: Уфим. гос. ун-т экономики и сервиса, 2013. 80 с.
15. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво: навч. посіб. Київ: Центр учб. літ., 2013. 368 с.
16. Швець М. Г. Основы предпринимательской деятельности: учеб. пособие. Мн.: БГАТУ, 2010. 272 с.
17. Лугова В. М. Професійна Я-концепція керівника як фундаментальна умова його професійного розвитку. *Бізнес Інформ*. 2013. № 3. С. 354–358.
18. Чернородов Е. Р., Дутчина О. Б., Ситникова Е. В., Кулеш Е. В., Кулеш Ж. В., Психология личности: самосознание, самоотношение, самоопределение: монография. Хабаровск: Изд-во Тихоокеан. гос. ун-та, 2016. 176 с.
19. Бутківська Т. В. Проблема цінностей у соціалізації особистості // Цінності освіти і виховання/за заг. ред. О. В. Сухомлинської. Київ: АПНУ, 1997. С. 27–31.
20. Тельманова Е. Д. Ценностные ориентации ремесленника-предпринимателя как педагогическая проблема. *Образование и наука*. 2011. № 8. С. 45–56.
21. Лукьянова Т. В. Менталитет и система управления персоналом. *Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление*. 2005. № 1. С. 85–89.
22. Історія української культури: підручник/за ред. В. О. Лозового. Харків: Право, 2013. 368 с.
23. Кузьменко Т. М. Соціологія. Київ: Центр учб. літ., 2010. 320 с.
24. Малафеев А. С. Соціально-економічні основи мотивації підприємницької діяльності малих підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01. Дніпропетровськ, 2003. 25 с.

#### REFERENCES

- Akimova, O. Ye. *Motivatsiya predprinimatelskogo truda: teoriya i praktika* [Motivation of entrepreneurial work: theory and practice]. Volgograd: VolgGTU, 2012.
- Bohynia, D. P., and Semykina, M. V. *Trudovyi mentalitet u systemi motyvatsii pratsi* [Labor mentality in the system of motivation of labor]. Kirovohrad: Polihraf-Tertsia, 2002.
- Butkivska, T. V. "Problema tsinnostei u sotsializatsii osobystosti" [The problem of values in the socialization of personality]. In *Tsinnosti osvity i vykhovannia*, 27-31. Kyiv: APNU, 1997.
- Chernobrodov, Ye. R. et al. *Psikhologiya lichnosti: samosoznaniye, samoотноsheniye, samoopredeleniye* [Psychology of personality: self-awareness, self-relationship, self-determination]. Khabarovsk: Izd-vo Tikhookean. gos. un-ta, 2016.
- Doronina, M. S. et al. *Mekhanizm motyvatsii upravlinskoho personalu* [Mechanism of motivation of management personnel]. Kharkiv: AdvA tm, 2010.
- Forsyth, P. *How to Motivate People* London: Kogan Page, 2012.
- Hoi, I. V., and Smelianska, T. P. *Pidpryemnytstvo* [Entrepreneurship]. Kyiv: Tsentr uchb. lit., 2013.

*Istoriia ukrainskoi kultury* [History of Ukrainian Culture]. Kharkiv: Pravo, 2013.

Karamushka, L. M., and Khudiakova, N. Yu. *Motyvatsiia pidpriemnytskoi diialnosti* [Motivation of entrepreneurial activity]. Kyiv; Lviv: Spolom, 2011.

Khalin, S. M. *Sotsiologiya predprinimatelstva: (popytka teoreticheskoy interpretatsii poniatiya)* [Sociology of Entrepreneurship: (an attempt at a theoretical interpretation of the concept)]. Tyumen: TyumGU, 2004.

Khudiakova, N. Yu. "Psykhologichni osoblyvosti motyvatsii pidpriemnytskoi diialnosti" [Psychological peculiarities of motivation of entrepreneurial activity]. *IV Nauk.-prakt. konf. z orhanizatsiinoi ta ekonomichnoi psykhologii*. Kyiv: Naukovyi svit, 2006. 14-15.

Kolot, A. M. *Motyvatsiia personalu* [Motivation of staff]. Kyiv: KNEU, 2002.

Kuzmenko, T. M. *Sotsiologhiia* [Sociology]. Kyiv: Tsentri uchb. lit., 2010.

Luhova, V. M. "Profesiina Ya-kontseptsiiia kerivnyka yak fundamentalna umova yoho profesiinoho rozvytku" [Professional I-concept of the manager as a fundamental condition for his professional development]. *Biznes Inform*, no. 3 (2013): 354-358.

Lukyanova, T. V. "Mentalitet i sistema upravleniya personalom" [Mentality and personnel management system]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravleniye*, no. 1 (2005): 85-89.

Malafeiev, A. S. "Sotsialno-ekonomichni osnovy motyvatsii pidpriemnytskoi diialnosti malykh pidpriemstv" [Socio-economic bases of motivation of entrepreneurship of small enterprises]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk: 08.06.01*, 2003.

Prodanova, L. V., and Kotliarevskiy, O. V. "Doslidzhennia motyvatsiinoho mekhanizmu pidpriemnytskoi diialnosti yak umovy efektyvnoho inkubuvannia biznesu v natsionalnii ekonomitsi"

[Investigation of the motivational mechanism of entrepreneurial activity as a condition for effective incubation of business in the national economy]. *Intelekt XXI*, no. 1 (2017): 96-103.

Semykina, M. V. *Sotsialno-ekonomichna motyvatsiia pratsi: metodolohiia otsinky efektyvnosti ta pryntsypy rehuliuвання* [Socio-economic motivation of labor: methodology for assessing the effectiveness and principles of regulation]. Kirovohrad: KOD, 2009.

Shaykhutdinova, G. F. *Formirovaniye lichnostnykh, ekonomicheskikh i organizatsionnykh komponentov predprinimatelstva v koordinatakh innovatsionnoy ekonomiki* [Formation of personal, economic and organizational components of entrepreneurship in the coordinates of innovation economy]. Ufa: Ufim. gos. un-t ekonomiki i servisa, 2013.

Shvets, M. G. *Osnovy predprinimatelskoy deyatelnosti* [Fundamentals of entrepreneurial activity]. Minsk: BGATU, 2010.

Stankevich, L., and Polyakova, P. "Motivatsiya kak protsess i vid dukhovnoy deyatelnosti" [Motivation as a process and type of spiritual activity]. *Filosofiya i obshchestvo*, no. 2 (2004): 125-134.

Telmanova, Ye. D. "Tsennostnyye oriyentatsii remeslennika-predprinimatelya kak pedagogicheskaya problema" [Value orientations of artisan-entrepreneur as a pedagogical problem]. *Obrazovaniye i nauka*, no. 8 (2011): 45-56.

Treysi, B. *Motivatsiya* [Motivation]. Moscow: Mann, 2014.

Vodopyanov, K. H. "Sotsialno-filosofskiy analiz motyvatsiinoho protsesu: mozhlyvosti rezonansnoho upravlinnia" [Socio-philosophical analysis of the motivational process: the possibility of resonant control]. *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, no. 37 (2009): 112-122.