

Міністерство освіти і науки України  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»  
Факультет соціальних наук та соціальних технологій  
Кафедра соціології

Кваліфікаційна робота  
освітній ступінь—бакалавр

на тему:

**«МОТИВИ ЗАЛУЧЕННЯ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ  
СЕРЕД МОЛОДИ УКРАЇНИ »**

Виконала: студентка 4-го  
року навчання спеціальності  
054 «Соціологія»  
Мохонь Владислава Анатоліївна

Керівник: Артикуца С. С.  
Старший викладач кафедри  
соціології НаУКМА

Рецензент: \_\_\_\_\_

Кваліфікаційна робота захищена  
з оцінкою «\_\_\_\_\_»

Секретар ЕК: \_\_\_\_\_

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 р.

Київ–2020

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЯВИЩ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МОТИВАЦІЇ.....	6
1.1. Поняття підприємництва у соціальних науках.....	6
1.2. Основи теоретичні підходи до пояснення підприємницької діяльності.....	12
1.3. Поняття мотивації та теоретичні підходи її вивчення.....	19
1.4. Мотиваційне поле підприємницької діяльності.....	26
РОЗДІЛ 2. МОТИВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРЕД УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ .....	33
2.1. Методологія та дизайн дослідження.....	33
2.2. Суб'єктивне сприйняття підприємницької діяльності.....	36
2.3. Причини початку підприємницької діяльності.....	40
2.4. Мотиви залучення до підприємницької діяльності.....	49
2.5. Роль підприємницької діяльності у суспільстві.....	57
2.6. Стан підприємницької діяльності в Україні.....	60
ВИСНОВКИ.....	70
Список використаних джерел.....	74
ДОДАТОК А. Гайд інтерв'ю .....	80
ДОДАТОК Б. Характеристика людей з мотивами прагнення до успіху та уникнення невдачі .....	83
ДОДАТОК В. Інформація про респондентів.....	84
ДОДАТОК Г. Тематична таблиця цитат.....	85
ДОДАТОК Д. Транскрипт проведеного інтерв'ю (приклад).....	113

## ВСТУП

У сучасному світі підприємницьку діяльність розглядають як необхідну умову забезпечення сталого соціально-економічного розвитку суспільства. Підприємці – це ті, люди, які допомагають у вирішенні проблем безробіття та бідності, створюючи робочі місця. Високий рівень підприємницької діяльності сприяє конкуренції, що в свою чергу є причиною змін та інновацій у суспільстві (Salem, 2014; Gibb, Haskins, & Robertson, 2013).

Зі здобуттям Україною незалежності та переходом до ринкових відносин, зросло й значення підприємницької діяльності на мікро- та макросоціологічному рівні. Створення та функціонування підприємств є потужним рушієм, тому важливо сприяти створенню та розвитку, особливо малих підприємств.

Проте за даними Державної служби статистики (2018), доля малого бізнесу в ВВП України на 2018 рік складала менше 20 %. Це свідчить про наявність перешкод для розвитку підприємництва в Україні. Наявність даних перешкод частково зумовлюють актуальність даної роботи.

Молодь – це та категорія населення, від якої безпосередньо залежить розвиток країни. Вона володіє необхідним потенціалом, реалізація якого може істотно поліпшити соціально-економічне становище суспільства.

За даними Державної служби статистики (2019), рівень безробіття в більшості молодіжних вікових підгруп станом на 2019 рік є вищим за середній рівень серед працездатного населення (8,2 %): найвищий показник безробіття молоді віком 15 – 24 років становив 15,4 %; у віці 25 – 29 років – 8,4 %, а у віковій групі 30 – 34 років цей показник все ж нижчий – 7,3 %, але ненабагато.

Необхідно створювати умови для самозайнятості молодого покоління, що є шляхом до підвищення рівня зайнятості серед молоді та створення нових малих підприємств і додаткових робочих місць. Більше того, за даними дослідження «Молодь України-2015» проведеного GfK Ukraine (Волосевич, Герасимчук, Костюченко, 2015), більше третини з числа представників української молоді зауважили, що хотіли б стати підприємцями чи відкрити власний бізнес,

проте їм заважають різні обставини (38%). Визначення цих перешкод є необхідним для подальшого залучення молоді до підприємництва.

Більш вагомим є виявлення мотивів залучення до підприємницької діяльності саме серед молоді. Мотиви – це те рухає людину у напрямку до початку заняття підприємництвом. З’ясувавши їх та чим керується людина, дає можливість отримати більше знань про явище підприємництва, як такого та про соціальні процеси в українському суспільстві. Вивчення цієї тематики має важливий внесок у отриманні нової соціологічної інформації про мотивацію молоді у залученні до підприємницької діяльності в українських реаліях.

Через дослідження мотивів української молоді та залучення їх більшої кількості до діяльності, підприємництво може розвиватися та давати результати в майбутньому. Тому дослідження має як теоретичне, так і практичне значення.

Науковцями, які досліджували підприємницьку діяльність були Джозеф Шумпетер, Макс Вебер, Вернер Зомбарт, Людвіг фон Мізес, Фрідріх фон Гайєк, Берт Хозелітц, Карл Маркс, Френк Найт та інші. В українському контексті вивчення явища підприємництва, а саме мотивів є менш дослідженим. Більше того, переважають кількісні дослідження, які зосереджені здебільшого на ставленні людей до підприємництва та підприємців, а офіційна статистика більше зосереджується на економічних показниках підприємництва, наприклад обсяг реалізованої продукції, витрати на персонал і т.д. Також є недостатня кількість соціологічних теорій, які пояснюють причини та мотиви волонтерської діяльності в українському контексті, що робить це дослідження цінним. З цього випливає проблема дослідження, а саме недостатня кількість соціологічного знання про українську специфіку мотивів залучення до підприємницької діяльності, особливо серед молоді. Важливим є визначення суб’єктивної мотивації підприємців, яку можна виявити за допомогою якісних методів. Саме тому у роботі використано метод напівструктурованих інтерв’ю, щоб більш ґрунтовно виявити мотиви залучення до підприємницької діяльності.

**Об’єктом** дослідження є мотиви підприємницької діяльності

**Предметом** дослідження є мотиви залучення до підприємницької діяльності серед молоді України

**Метою** дослідження є визначити мотиви залучення до підприємницької діяльності серед молоді України.

**Основними завданнями є:**

1. Розглянути основні теоретико-методологічні засади у вивченні явища підприємництва;
2. Систематизувати основні підходи та теорії пояснення явища мотивації та мотивів;
3. Виокремити підходи та теорії до вивчення мотиваційного поля підприємницької діяльності;
4. З'ясувати мотиви залучення до підприємницької діяльності серед молоді України;
5. Окреслити особливості підприємницької діяльності серед молоді України;
6. Виділити перешкоди та складнощі залучення до підприємницької діяльності серед молоді України.

В роботі було використано якісну методологію збору первинних даних, а саме метод напівструктурованого інтерв'ю. Проведено 11 інтерв'ю серед молоді України, яка займається підприємницькою діяльністю. Даний метод дав змогу розкрити тему залучення до підприємництва більш широко, а тривала розмова дозволила ефективніше виявити мотиви підприємців через розповіді про досвід респондента та їх погляд на явище підприємництва в Україні.

## РОЗДІЛ 1

# ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ ЯВИЩ ПІДПРИЄМНИЦТВА ТА МОТИВАЦІЇ

### 1.1. Поняття підприємництва у соціальних науках

В академічному світі явище підприємництва є фокусом дослідження багатьох галузей наук. Серед них психологія, економіка, соціологія, філософія та політологія. Універсального визначення поняття підприємництва не існує, адже воно є динамічним соціокультурним явищем. Теорія за теорією наука накопичувала підходи до визначення даного явища. Ціллю даного розділу є розгляд основних теоретичних підходів до визначення понять «підприємництво» та «підприємець».

В українському законодавстві офіційним визначенням підприємницької діяльності є безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством (Закон України про підприємництво, 1991).

Спроби наукового дослідження та осмислення феномену підприємництва почалися ще у вісімнадцятому столітті в галузі політичної економії. Основною ціллю було пояснити причини економічного зростання і природу прибутку. Саме тоді Річард Кантільйон ввів поняття «підприємець», яке він визначав як мозайнятість будь-якого виду. Тобто людина, яка не була найманим працівником або не отримувала зарплату за свою роботу вважалася підприємцем. На думку вченого, навіть жебрак та грабіжник були підприємцями (Cantillon, 1959).

Пізніше деякі дослідники акцентували саме на новаторській складовій особи підприємця, процесі створення чогось нового з цінністю, присвячення

необхідного часу та зусиль, взяття на себе фінансового, психічного, особистісного та соціального ризику та отримання винагороди в результаті (Hisrich, Peters, & Shepherd, 2008, p. 8).

Основою сучасного поняття підприємництва як соціально-економічного явища є певний набір родових ознак (Пачковський, 2017). Однією з фундаментальних ознак є *свобода*, під якою розуміють: свободу вибору напрямів і методів діяльності; самостійність у прийнятті рішень; свобода попиту і пропозиції робочої сили; свобода ініціативи і підприємливості та незалежність мислення. Також підприємництво тісно пов'язане з поняттям *ризик*. Це одна з характеристик, яка вирізняє підприємців з поміж не-підприємців. Оскільки вклавши гроші у справу підприємець не може бути впевнений, що отримає прибуток, тому він ризикує. Окремі дослідники вважають, що деякі люди мають більшу схильність до ризику, ніж інші, тому у них більша ймовірність почати займатися власною справою (Simon, Houghton & Aquino, 1999). Проте, наприклад, Брокхауз (Brockhaus, 1980) зазначав, що схильність до ризику не корелює зі створенням нових підприємств. Більше того, результати одного з досліджень повідомляють, що 95% підприємців впевнені, що їх компанії стануть успішними, не зважаючи на те, що більше половини нових компаній зазнають невдачі (Cooper, Woo & Dunkelberg, 1988). Це дозволяє зрозуміти, що підприємці часто більше звертають увагу на можливості, успіх компанії та її сильні сторони, ніж на її недоліки (Palich & Bagby, 1995). Проте успішним підприємцям властива саме помірна чи прорахована ризикованість. Брокхауз (1980) припускає, що ті власники бізнесу, які схильні брати дуже малі або дуже великі ризики, зрештою, можуть залишити справу. Натомість справжні підприємці ризикують прораховано та помірковано (Chell, 2008).

З явищем підприємництва також часто пов'язують поняття локусу контролю. Дане поняття вперше було застосоване Дж. Роттером (Rotter, 1954), це схильність людини приписувати причини подій зовнішнім або внутрішнім чинникам. Відповідно, зовнішній локус контролю – це схильність приписувати результати діяльності зовнішнім факторам та силам; а внутрішній локус контро-

лю – схильність приписувати результати діяльності власним здібностям та зусиллям, навичкам, вмінням (Ajzen, 2002).

Підприємцям більш характерний саме внутрішній локус контролю. Так як такі люди вважають, що більшість важливих подій в їх житті були результатом їх власних дій, що вони можуть ними керувати, і, отже, відчують свою власну відповідальність за ці події і за те, як складається їхнє життя в цілому. Підприємцям властива схильність вважати, що вони в силах контролювати свої неформальні відносини з іншими людьми, викликати до себе повагу і симпатію.

Як продовження ознаки поміркованого ризику, далі йде *орієнтація на досягнення комерційного зиску*, яка включає в себе раціональність підприємницьких дій як невід’ємний атрибут економічної діяльності; спрямованість на отримання економічного результату. Дана ознака тісно пов’язана з певним типом особистості та її мотивацією (Пачковський, 2017).

Ще однією ознакою підприємництва є *інноваційний характер діяльності*, куди входять створення та реалізація ідей, ініціативність, впровадження інновацій у підприємницький процес та ін. (Пачковський, 2017). Також прийнято виокремлювати *відповідальність* як ознаку підприємництва, сюди входить відповідальність за прийняття рішень та їх наслідки. Діяльність не пов’язана з відповідальністю це не підприємництво, а розпорядливість за дорученням. Навіть у раніше згаданому Законі про підприємництво (1991) зазначено, що підприємницькою діяльністю не вважається створення (заснування) суб’єкта підприємницької діяльності - юридичної особи, а також володіння корпоративними правами, крім випадків, передбачених законодавством. Дана відповідальність – це певна форма стосунків між підприємцем та найманими працівниками, підприємством та суспільством. В сучасному світі від підприємця вимагається більша ступінь відповідальності перед суспільством за свої дії в навколишньому середовищі, охороні здоров’я, та дотримання прав та свобод громадян. Тому важливо дослідити готовність та бажання підприємців нести цю соціальну відповідальність.



Крім родових ознак, поняття підприємництва формують певні принципи діяльності. В Законі України про підприємництво (1991) ними є:

- вільний вибір видів діяльності;
- залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян;
- самостійне формування програми діяльності та вибір постачальників і споживачів вироблюваної продукції, встановлення цін відповідно до законодавства;
- вільний найм працівників;
- залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших видів ресурсів, використання яких не заборонено або не обмежено законодавством;
- вільне розпорядження прибутком, що залишається після внесення платежів, установлених законодавством;
- самостійне здійснення підприємцем - юридичною особою зовнішньоекономічної діяльності, використання будь-яким підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Щодо функцій, які підприємництво виконує в суспільстві, Пачковський (2017), виділяє 4 типи функцій, детальний опис функцій наведений в таблиці (див. табл.1.1).

*Таблиця 1.1. Типи функцій підприємницької діяльності в суспільстві*

<b>Творча</b>	<b>Організаційна</b>	<b>Ресурсна</b>	<b>Стимулююча (мотиваційна)</b>
Новаторство, генерація ідей, активне використання ініціативи, реалізація нових комерційних ідей, наукових розробок, що пов'язані з господарським ризиком	Організація виробництва, збуту, маркетингу, реклами	Мобілізація капіталу, трудових, матеріальних та інформаційних ресурсів	Формування механізму ефективної та корисної праці

Серед вітчизняних соціологів на дослідженні явища підприємництва зосереджується Пилипенко В.С. (1997). Він звертає увагу на атрибути підприємництва, а саме мотив дії, що є мотивом збагачення; механізм дії, який спирається

ся на інвестування у певній сфері економічної діяльності; ризик, який пов'язаний з невпевненістю у прийнятих рішеннях і з покриттям наявних затрат у особистих засобах. Науковець вважає, що такі атрибути спричинені умовами функціонування раціональної макроекономіки і ринкового господарства.

Ще одним дослідником є Сірій Є.В (2010). Вчений визначає підприємництво як: 1) соціальне явище, характерне для усіх типів сучасних суспільних систем, структурно-функціональні характеристики якого відображують суспільні потреби та процеси відтворення і розвитку ресурсних засад суспільної життєдіяльності; 2) особливу соціокультурну діяльність, що базується на засвоєних професійних знаннях, навичках та вміннях; 3) специфічну модель трудової поведінки, яка відтворюється на засадах нормативної регуляції, самоорганізації та самодіяльної активності індивідуальних та колективних суб'єктів. На думку вченого, особливе місце в інституті підприємництва посідає сам підприємець, який в соціологічному аспекті постає в кількох іпостасях: як суб'єкт власності, носій певного соціального статусу (власник, співвласник, орендар тощо); суб'єкт економічної діяльності, виконавець певних ролей та функцій, які впливають з її природи (інноваційних, організаційних, управлінських, комерційних); як суб'єкт соціальної поведінки, тип людини, яка володіє певними природними та набутими властивостями, необхідними для заняття підприємницькою діяльністю; носій особливих соціальних цінностей та культури (Сірій, 2010).

Акцент на національний та на ментальний вимір підприємництва робить Бондаренко О.В. На думку науковця, в дослідженні ментального виміру підприємництва важливими є соціокультурний, індивідуально-психологічний та соціально-психологічний аспекти (Кацьора, 2013). У соціокультурному аспекті ментальність підприємництва постає як об'єктивний зміст світосприйняття та поведінки людей, що може надати ключ до розуміння існуючих механізмів, соціальних характеристик, тенденцій розвитку ментальності підприємництва. В індивідуально-психологічному та соціально-психологічному аспекті ментальні вияви підприємництва є психологічною формою заломлення у свідомості підп-

приємця як соціальної фігури об'єктивних рис суспільної реальності (Кацьора, 2013).

Раніше в роботі згадувалось прізвище вітчизняного соціолога Пачковського Юрія. Дослідник виділяє підприємництво як особливий творчий різновид економічної діяльності і поведінки людини, керованої у своїй діловій активності особистими вигодами з врахуванням реальних інтересів і стратегічних цілей конструктивного розвитку та взаємодії усіх сфер суспільного життя (Пачковський, 2017). Соціолог пропонує розглядати підприємництво під кутом інтеграції методологічних та теоретичних підходів, розроблених у сучасній соціології і психології. Соціолого-психологічний напрям дослідження зумовлює розширення сфери аналізу підприємницького феномена, передбачає виявлення специфіки дії особистісних, групових і суспільних чинників, задіяних у регулювання підприємницької діяльності й поведінки (Пачковський, 2017).

На думку Ю. Пачковського, ідеологія підприємництва, зазвичай, визначає і регулює поведінку підприємця стосовно суспільства. Її зміст розкривається через розуміння в суспільстві та ділових колах соціальної відповідальності підприємців. Довготривалі егоїстичні інтереси підприємництва, тобто забезпечення прибутків у майбутньому, вимагають альтруїстичної співпраці з державою і передбачають скерування частини прибутків на забезпечення екологічної безпеки, розвиток культури, підвищення освітнього рівня громадян, їхній соціальний захист тощо.

Отже, характерними ознаками підприємництва, які будуть використані в даній роботі є: свобода, ризик, орієнтація на комерційний зиск та інноваційну діяльність та відповідальність. Проте науковці розглядають феномен підприємництва більш глибоко. Зокрема, соціологи зміщують акцент на багатогранності ролі підприємця, а саме як суб'єкта власності, носія певного соціального статусу; суб'єкта економічної діяльності, виконавця певних ролей та функцій; як суб'єкта соціальної поведінки, тип людини, яка володіє певними природними та набутими властивостями, необхідними для заняття підприємницькою діяльністю та носія особливих соціальних цінностей та культури. В рамках даної робо-

ти **підприємцем** вважається людина, яка займається безпосередньою самостійною, систематичною, на власний ризик діяльністю по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. А **підприємництво** – самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

## 1.2. Основі теоретичні підходи до пояснення підприємницької діяльності

Комплексність, яка властива явищу підприємництва не дає віднайти єдиного підходу до його розуміння, тому воно потребує міждисциплінарного аналізу. А динамічність та постійні зміни вимагають системного дослідження для виявлення тенденцій, які характерні для певного періоду та території.

*Один з найперших підходів* до трактування підприємництва був розроблений в рамках політичної економії. Вчені в рамках даного підходу бачили підприємця як власника капіталу (Рахманов, 2010). Адам Сміт формулює концепцію «економічної людини», яка наділена такими рисами як підприємливість у реалізації господарських планів, компетентність у веденні справ, поєднання ризику та обережності, прагнення до здобуття найбільшого прибутку (Сміт, 1962).

На початку дев'ятнадцятого століття Жан-Батіст Сей (Long, 1983) розширив поняття «підприємця». В період стрімкої індустріалізації з'явилися нові атрибути успішного підприємця. Серед них науковець виділяв: 1) наявність певної «моральної» якості суджень, наполегливості та жаги до кращого розуміння світу та своєї справи; 2) здатність, за характером своїх зв'язків, зробити позику капіталу, який він сам може не мати; 3) вміння точно оцінити важливість конкретного товару, ймовірний обсяг попиту та засоби його виробництва; 4) з одно-

го боку підприємець має винаймати велике число працівників, з іншого купувати або орендувати сировину, збирати робітників, заходити споживачів та приділяти жорстку увагу до порядку та економії. Словом, він має володіти мистецтвом нагляду та управління (Long, 1983).

*Другий підхід* базується на тому, що підприємець – це в першу чергу організатор виробництва, який не обов’язково повинен мати право власності. Так, Карл Маркс розмежовував за функціями підприємця та власника виробництва (Рахманов, 2010). Навіть в «Маніфесті комуністичної партії» наголошувалась важлива роль підприємницької діяльності для створення нових робочих місць (Маркс, Енгельс, 1955).

Також, в рамках даного підходу вчені починають говорити про менеджера як один з аспектів підприємця, наприклад в роботі неокласика А. Маршалла (1993). Акцент з умови володіння власністю підприємцем зміщується і перестає бути таким вагомим у дослідженнях. Також неокласичний підхід визначав підприємницьку функцію як пристосування виробництва до умов ринку, що постійно змінюється, пошук більш ефективних способів використання наявних ресурсів і задоволення попиту населення (Рахманов, 2010). Варто зазначити, що А.Маршалл не розділяв підприємництва та адміністрування. Для обох понять були характерними накопичення знань про продукти та процеси, прогнозування ринкових рухів, пошук можливостей для нових товарів і процесів, оцінка, ризик, взяття відповідальності на себе та лідерський потенціал (Marshall, 1912; Ricketts, 2009).

*Третій підхід* до визначення підприємництва є наявність ризику та невизначеності в умовах економічного розвитку. Дана функція підприємницької діяльності зустрічається в роботах Річарда Кантільйона, який вже був згаданий раніше. Він підкреслював різницю між підприємцями та найманими працівниками у тому, що перші жили в умовах додаткової невизначеності щодо своєї самозайнятості (Cantillon, 1959; Рахманов, 2010). Дана група мусила постійно ризикувати, наприклад, за Кантільйоном, підприємець купує товар за визначеними цінами, але не знає ціну, за яку зможе продати товар в майбутньому. І для

того, щоб адаптувати себе до такого ризику, підприємці відносили себе до споживачів (Cantillon, 1959; Рахманов, 2010).

Через декілька століть поняття ризику та невизначеності стали ключовими в концепції підприємництва Френка Найта (1994). На думку вченого, підприємець - це людина, яка бере на себе тягар ризику, який можна прорахувати та невизначеності, яку прорахувати дуже складно; більше того, бере на себе відповідальність за гарантію виплати заробітної платні для робітників. Такі люди отримують право керувати діяльністю компанії або виробництва, а також привласнювати собі частку доходу. Найт казав, що за умов невизначеності, фактичне здійснення діяльності підприємцем в реальному сенсі стає другорядною частиною життя, а головною проблемою або функцією – є прийняття рішення що робити і як це робити (Ricketts, 2007).

*Четвертий підхід* наголошує на інноваційній складовій підприємництва. Процес конкуренції на ринку за цим підходом розглядався як механізм, що дозволяв побачити та розвинути нові ресурси та можливості на ринку, а учасники на такому ринку є його активними торговцями та ціноутворювачами (Ricketts, 2007).

Наприклад, як стверджували представники австрійської нової школи Л. Мізес та Ф. Хайек (Хайек, 1992) підприємець діє в умовах невизначеності та недостатності інформації, що спонукає його до пошуку нових засобів та методів. Таким чином, підприємець виступає в ролі перетворювача та творця.

Підхід Джозефа Шумпетера також робив акцент на інноваційному характері підприємницької діяльності (Ricketts, 2007). Дослідник зазначав, що впровадження нових продуктів та процесів вимагає організаційних здібностей, які дещо відрізняються від звичайного управління. Підприємницьким завданням є розвідка та інновація. А роллю підприємця було «реформувати або революціонізувати модель виробництва, використовуючи винахід чи іншу, як правило, технологічну можливість, яку не використовували до цього...» (Schumpeter 1942, с. 132).

Саме Шумпетер ввів відомий вислів «буря творчого руйнування» («gale of creative destruction») для опису конкурентних процесів капіталістичного розвитку. Ця невпинна буря походить від енергії підприємців, які своїми інноваціями підривають ринкові позиції своїх конкурентів. Такі конкурентні загрози не просто загрожують прибутку та продуктам компаній, а їх основам та існуванню в цілому (Ricketts, 2007).

Для Шумпетера підприємництво - це сила, яка заважає економічній системі слабшати і постійно опирається настанню класичного стаціонарного стану. Також Шумпетер вважав, що «конкуренція - це «багаторічна буря творчого руйнування», завдяки якій найсприятливіші структури галузі – особливо монополія – сіють насіння свого ж власного знищення, залучаючи нові і вже існуючі фірми і спонукаючи їх використовувати новаторські стратегії і товари, щоб обійти визнаних лідерів (Дятлов, Марьяненко, 2009).

Одним з поглядів Джозефа Шумпетера на підприємницьку діяльність було те, що з розвитком та дорослішанням капіталізму, великі компанії стають «енергетичними центрами» інновацій та присвоюють собі підприємницьку роль, яка першопочатково асоціювалась з винятковими та енергійними індивідами. Також науковець казав: «Економічний прогрес схильний ставати знеособленим та автоматизованим» (Schumpeter 1942, с. 133).

Однією з найвідоміших теорій підприємництва в соціології є праця Макса Вебера «Протестантська етика і дух капіталізму». Соціолог аргументує економічний розвиток та становлення капіталістичних відносин в країнах Північної та Західної Європи через релігійний чинник. А саме мирський аскетизм серед певних протестантських сект (зокрема, кальвіністів), які породжували етику калькулятивності, ефективності та самоконтролю, яка була важливою для піднесення підприємництва в 16-17 століттях (Вебер, 2018). Часто дану теорію називають *культурологічною парадигмою* як, скажімо, у праці Пачковського (2017).

Як згадує Чаркіна (2012), Вебер розглядав раціональний капіталізм як певний набір цінностей, які налічували самоорганізацію, розсудливість та певний аскетизм. Більше того, соціолог говорить про специфічний набір особистісних

ціннісних орієнтацій тих, хто одержав виховання у протестантському середовищі. Ціннісне ж ядро протестантської культури складають норми і приписи аскетичного характеру, котрі вимагають від віруючого пуританської поведінки, строго раціонального контролю за способом життя. Ці вимоги, як вважає Вебер, виражають відношення «вибіркової спорідненості» до вимог економічного раціоналізму. Завдяки цій спорідненості у людини виникає здатність повністю віддаватися діяльності у рамках своєї професії, яка завжди була однією з найхарактерніших рис культури капіталізму (Вебер, 2018).

«Протестантська версія» капіталізму відіграла значну роль щодо місця культури і середовища виховання в системі формування і відтворення підприємницької діяльності. Робота Макса Вебера спонукала багатьох дослідників в пізніший період до дослідження підприємництва та пошуку не лише теолого-аксеологічних чинників, що здатні впливати на економічний успіх.

Так, була сформована теорія соціальних установок Т.Кохрана та С. Ліпсета. Порівнюючи США та Латинську Америку вчені зробили висновок, що економічний розвиток відрізняється за ступенем законності підприємницької діяльності. Культурні норми та пов'язані з ними соціальні санкції та рольові очікування мають змогу сприяти або перешкоджати підприємництву та інноваціям (Пачковський, 2017).

Д. Лендс та К. Сойер також порівнювали США, але із Францією. Вони притримувались думки, що причиною повільного переходу Франції до індустріалізації та повільніший економічний розвиток зумовлений різним історичним спадком двох країн (Пачковський, 2017). Так, у Франції феодальна система залишила за собою набір соціальних установок, які були ворожими для підприємництва. А відсутність феодального минулого в Сполучених Штатах дало поштовх до формування соціокультурного середовища, яке сприяло інноваціям. До того ж, перешкодою для економічного розвитку Франції був той факт, що сім'я та бізнес не розрізнялися, а тому не існувало раціональної бухгалтерії, яка б не піддавалася впливу сім'ї (Пачковський, 2017).



Одним з найбільш яскравих послідовників теорії девіантної поведінки був Роберт Мертон (2006). Він запропонував теорію напруги, яка виходить з того, що відхилення в поведінці виникають внаслідок неможливості індивідів легальним шляхом досягти проголошуваних суспільством цілей, символів успіху. Як наслідок, виникає напруга, результатом якої є зміна поведінки у суспільстві. Згідно з теорією напруги, культура кожного конкретного суспільства визначає його мету і легальні, інституалізовані засоби їх досягнення. Залежно від прийняття (+) або заперечення (-) цілей і засобів існує п'ять теоретично можливих типів адаптації індивіда до соціальних умов. Детальніше (див. табл.1.2).

*Таблиця 1.2. Типологія форм адаптації індивіда до аномії, за Р.Мертоном*

<b>Форми адаптації</b>	<b>Культурні цілі</b>	<b>Інституалізовані засоби</b>
Конформізм	+	+
Інновація	+	-
Ритуалізм	-	+
Ретритизм	-	-
Бунт	+/-	+/-

Так, індивіди, які повністю приймають соціально схвалювані цілі та засоби їх реалізації, поведуться конформно. Ті, хто приймає цілі, але відкидає легітимні способи їх досягнення, займаються інноваційною діяльністю. Ті, хто не приймає цілі чи байдужий до них, але дотримується легальних засобів, буде слідувати прийнятим нормам - ритуалісти. Ті, хто не визнають ні мету, ні засоби суспільства будуть або пасивно уникати виконання соціальних норм, звертаючись до алкоголю, наркотиків, самогубства - ретритизм, або активно, тобто заперечувати соціальні норми та намагатися все змінити –бунтівники.

Девіантна поведінка має подвійне значення для суспільства. З одного боку - позитивне – слугує механізмом розвитку суспільства (системи), підвищенням рівня її організованості, за допомогою усунення застарілих стандартів поведінки, які гальмують процеси суспільного розвитку. Це - соціальна творчість у всіх її проявах, зокрема науковому, технічному та підприємницько-

му. З іншого - негативне - дезорганізує систему, (деякі злочини, тероризм, корупція, наркотизм і т.п.).

В рамках теорії девіантної поведінки трактував підприємництво Б. Хозелітц (Hoselitz, 1952). Він стверджував, що підприємці через свій невизначений соціальний статус більш схильні до девіантної поведінки. В основі невизначеного статусу було перебування особистості або соціальної групи поза межами характерних для певного суспільства структурних підрозділів або переважаючих соціокультурних норм та традицій. Девіантність цих підприємців визначається тим, що вони діють у ворожому для себе соціальному середовищі, в якому домінують антиінноваційні установки.

Ще одна теорія підприємництва належить Вернеру Зомбарту. Соціолог зазначає, що творчість і здатність порушувати традиційні цінності й усталені зв'язки, які є характерними для капіталістичного підприємця, властиві всім людям та народам (Пачковський, 2017). Однак найчастіше такі властивості виділяють саме серед меншин – єретики, чужинці та євреї. Саме на іудаїзмі Зомбарт робив акцент, адже вважав, що «єврейський дух» був покладений в основу «капіталістичного духу», саме таку назву отримала його теорія (Зомбарт, 1994).

Для нього епоха – це дух, а економіка – лише явище духовного життя. Він уподібнює господарське життя організму, який складається з 1) *господарського тіла* (виробничих і технічних форм, організацій, за допомогою яких здійснюється господарювання); 2) *господарського духу* (сукупність духовних властивостей і функцій, це все психічне: прояви інтелекту, риси характеру, судження про цінності) (Пачковський, 2017).

До того ж, Зомбарт наголошує на тому, що капіталізм є поєднанням «духу підприємництва» та «міщанського духу». Першому характерні жадоба до грошей, пристрасть до пригод, винахідливість. Другому – обачність, розважливість та господарність (Пачковський, 2017).

Таким чином, теоретичні підходи до пояснення підприємництва можна умовно поділити на ті, що фокусуються на вивченні ролі підприємця в суспільстві та вивченні чинників, що формують підприємницькі стиль поведінки,

*цінності та норми.* До перших належать такі ролі підприємця як: підприємець-інноватор, підприємець-девіант, підприємець-власник капіталу, підприємець, той хто постійно ризикує. До другого значною мірою відносять соціологічні теорії спрямовані на засвоєння соціальних норм, цінностей характерних для підприємців. Вони засвоюються через соціалізацію та відтворення поведінки. Велику роль грають культура та значимі інші. Серед цих теорій – культурологічна парадигма Вебера та капіталістичний дух Зомбарта. На основі даних теорій, варто зазначити, що в рамках роботи важливо буде не тільки дослідити мотиви залучення до підприємництва серед молоді, але й роль виховання та оточення в даному процесі.

### **1.3. Поняття мотивації та теоретичні підходи її вивчення**

**1.3.1. Поняття мотивації.** Поняття мотивації є фокусом вивчення переважно психологічної науки. В соціології акцент вивчення мотивації дещо зміщений саме на вплив соціальних та культурних факторів на формування мотиваційної сфери особистості, а також вплив мотивації на поведінку людини (Попова, 2012).

Визначення поняття мотивації є неоднозначним та універсальним. Маршал Джонсон пропонує таке визначення: «мотивація пов'язана з тим, як поведінка запускається, підтримується, розвивається, направляється і зникає, і з тим, що в цей час відбувається з особистістю» (Попова, 2012, с.70).

Енциклопедичний словник соціології наводить наступні визначення понять *мотив* та *мотивація*. Мотив (від лат. *moveo* – фактор) – усвідомлене спонукання до дії суб'єкта (особистості, соціальної групи, суспільства), яке пов'язане з прагненням задовольнити певні потреби. Мотивація – усвідомлення індивідом ситуації, вибір та оцінка різних моделей поведінки, їх передбачуваних результатів та формування мотивів на цій основі. Відносно стабільна система мотивів, яка визначає поведінку суб'єкта (Осипов, 1998, с. 189). Майкл Мескон (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997) зазначає, що мотивація – це процес

побудження себе та інших до діяльності для досягнення особистих цілей або цілей організації.

Існує низка підходів до вивчення мотивації: психологічний, біхевіористський, когнітивний та соціальний. Згідно з різними теоріями, мотивація може базуватись на звичайних потребах: мінімізувати фізичний біль та збільшити рівень щастя та задоволення, або може полягати в таких особливих потребах як їжа чи відпочинок, може включати в себе мету, ціль, або може прирівнюватись до таких причин як альтруїзм, моральність та небайдужість.

Розрізняють різні типи мотивації. Наприклад, за однією з класифікацій мотивація може бути свідомою чи несвідомою. Свідома мотивація полягає у тому, що індивід визнає, що стало причиною того чи іншого випадку, і що змусило його чи її діяти тим чи іншим чином. Несвідома мотивація полягає у потребах та почуттях людини, які вона не усвідомлює, саме тому згодом не може пояснити (Дербеньова, 2012, с. 8).

Також існує внутрішня та зовнішня мотивація. Внутрішня мотивація індивіда залежить від того, якою є зацікавленість щодо дії, та чи отримує індивід задоволення від виконання цього завдання. Внутрішня мотивація залежить повністю від людини та власного бажання, і для неї не є необхідним зовнішній тиск. Внутрішня мотивація має на меті задовольнити потребу отримувати насолоду від виконання завдання, вона не полягає у тому, щоб отримати зовнішню оцінку чи винагороду. Що стосується зовнішньої мотивації, то вона в більшій мірі залежить від бажання здобути винагороду (Rani, 2012, с.15).

Варто згадати ще одну типологію мотивації, яка базується на тому, що є два полюси мотивації (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997). Першим полюсом є потреби людини, які спонукають її діяти саме так. В свою чергу, ці потреби поділяють на первинні та вторинні. Інший полюс – це винагороди. Це все, що людина вважає цінним для себе. Вони також мають свій поділ, а саме на внутрішні та зовнішні. Більш детальний опис наведено в таблиці (див. табл.1.3).

Таблиця 1.3. Типологія мотивації

Мотивація і потреби	Мотивація і винагороди
<p>Мотивація як спонукання досягати цілі</p> <p>Потреба – відчуття нестачі</p> <p><b>Види потреб:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Первинні (фізіологічні)</li> <li>• Вторинні (психологічні)</li> </ul>	<p>Винагорода – все, що людина вважає цінним для себе</p> <p><b>Види винагород:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Внутрішні (приємні відчуття від роботи)</li> <li>• Зовнішні (даються за роботу)</li> </ul>

Серед вітчизняних науковців темі мотивації присвячені роботи А. Калініченко та О. Ткаченко (Проданова, Котляревський, 2019). Вони зробили висновок, що поняття мотивація увібрало в себе сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів; стан особи; внутрішні та зовнішні рушійні сили; процес спонукання; управлінську діяльність; сукупність мотивів тощо. І. Грузіна вважає, що мотивація являє собою сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають людину до діяльності, визначають тип її поведінки, орієнтують на досягнення поставлених цілей (Проданова, Котляревський, 2019).

**1.3.2. Теоретичні підходи вивчення мотивації.** До вивчення мотивації, як вже згадувалось раніше, звертались представники різних галузей науки: психологи, педагоги, соціологи та ін. В даному підрозділі будуть розглянуті фундаментальні теорії мотивації. Майкл Мескон розділяє теорії мотивації на дві категорії: *змістовні та процесуальні*. Перші базуються на тому, що потреби спонукають до дій, другі - що сприйняття й очікування визначають вибір поведінки (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997, с.256-257).

*Змістовні теорії мотивації.* До першої групи теорій належить теорія ієрархії потреб Абрахама Маслоу (Маслоу, 1999). Вчений виокремив п'ять груп основних потреб індивіда: фізіологічні (physiological needs); у гарантуванні безпеки (safety); у спілкуванні й контактах з іншими людьми або соціальні (love and belonging); у суспільному визнанні своєї значущості, отриманні високого соціального статусу

(esteem) та у самореалізації (self-actualization) (Maslow, 1943). Суть його теорії полягає в тому, що людина має широкий спектр потреб, які вона прагне задовольнити, це є мотивом її поведінки. Ієрархію потреб він вибудував у вигляді піраміди, що складається з п'яти шарів (див. рис. 1.1).

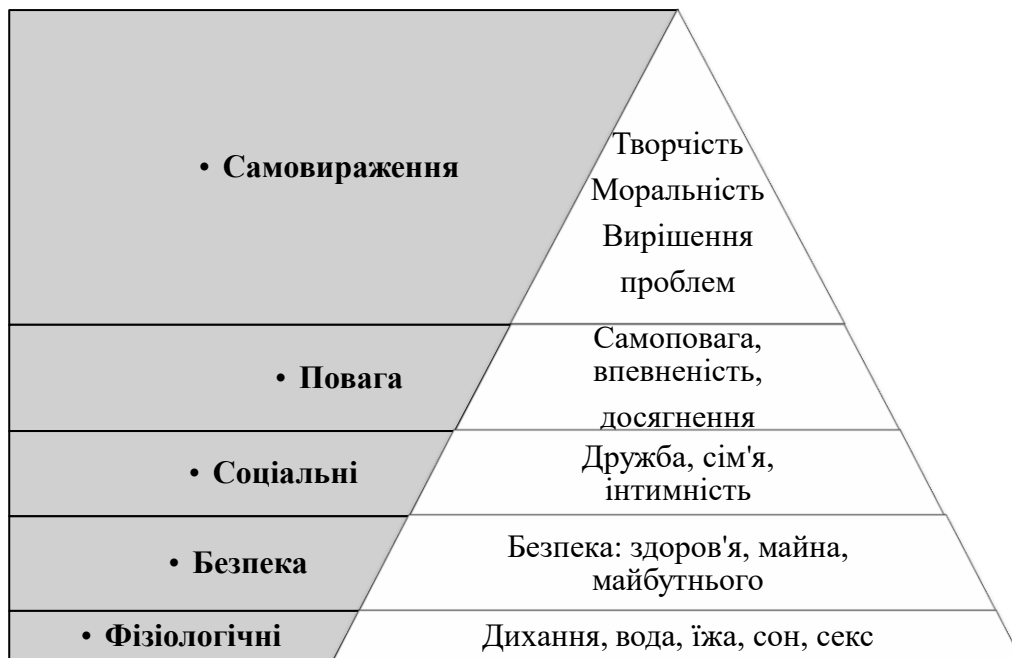


Рис. 1.1. Ієрахія потреб, за Абрахамом Маслоу

Основна маса людей керується в житті потребами першого і другого рівнів; значно менше – потребами третього і четвертого рівнів; на самому верху – одиниці. Вдоволена потреба перестає бути мотивом поведінки, але при цьому може стати імпульсом до формування потреб більш високого рівня. У менеджменті, наприклад, керівник повинен так вибудовувати систему мотивації і стимулювання, щоб людина не втрачала інтересу до роботи і максимально виявляла свої творчі здібності (Маслоу, 1999).

До змістовних теорій мотивації належить і теорія набутих потреб Девіда Маккеланда, яка відноситься також до потреб вищого рівня, а саме влади, успіху і причетності (McClelland, 1970). Потреба влади виражається як бажання впливати на інших людей. В рамках ієрархічної структури Маслоу потреба влади попадає кудись між потребами в повазі і самовираженні. Люди з потребою влади найчастіше виявляють себе як відверті й енергійні люди, що не бояться конфронтації і

прагнуть відстоювати початкові позиції.

МакКлелланд стверджує, що потреба успіху також знаходиться десь посередині між потребою в повазі і потребою в самовираженні. Ця потреба задовольняється не проголошенням успіху цієї людини, що лише підтверджує його статус, а процесом доведення роботи до успішного завершення. Люди з високорозвиненою потребою успіху ризикують помірно, люблять ситуації, в яких вони можуть взяти на себе особисту відповідальність за пошук вирішення проблеми і хочуть, щоб досягнуті ними результати заохочувалися цілком конкретно (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997).

Двохфакторна теорія Герцберга також є змістовною. Дослідник розділяв мотивацію на гігієнічні фактори та власне фактори мотивації (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997). Більш детальний опис наведений в таблиці (див.табл. 1.4.).

*Таблиця 1.4.Двохфакторна теорія мотивації Герцберга*

<b>Гігієнічні фактори</b>	<b>Фактори мотивації</b>
Середовище роботи Дохід Міжособистісна комунікація	Успіх Зміст роботи Визнання Можливості росту
Відсутність даних факторів найімовірніше буде причиною незадоволеності	Наявність даних факторів точно буде причиною задоволеності, але не завжди незадоволеності роботою

*Процесуальні теорії мотивації.* Теорія очікування Віктора Врума базується на положенні, що наявність активної потреби не є єдиною необхідною умовою мотивації людини у досягненні певної мети. Людина повинна також сподіватися на те, що обраний нею тип поведінки дійсно приведе до задоволення або придбання бажаного (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997). При цьому очікування – це оцінка індивідом ймовірності певної події. Наприклад, більшість людей очікують, наприклад, що закінчення коледжу дозволить їм отримати кращу роботу і що, якщо працювати з повною віддачею, можна просунутися по службі. Детальніше (див. рис. 1.2).

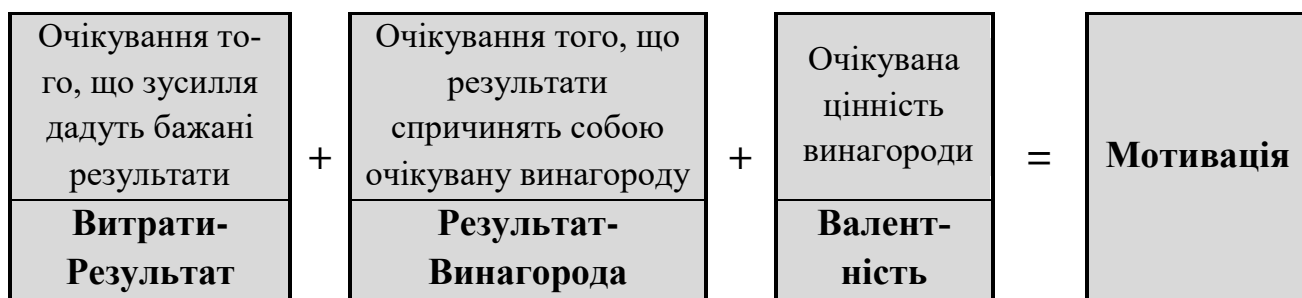


Рис. 1.2. Модель мотивації Віктора Врума

Ще однією теорією, яка пояснює як люди розподіляють і спрямовують свої зусилля на досягнення поставлених цілей, є теорія справедливості. Люди суб'єктивно визначають відношення отриманої винагороди до затрачених зусиль і потім співвідносять його з винагородою інших людей, що виконують аналогічну роботу. Якщо порівняння показує дисбаланс і несправедливість, тобто людина вважає, що його колега отримав за таку ж роботу більшу винагороду, то у нього виникає психологічна напруга. В результаті необхідно мотивувати цього співробітника, зняти емоційну напругу й відновити справедливість шляхом вирівнювання дисбалансу (Мескон, Альберт, Хедоури, 1997).

Іноді соціальні чинники справляють сильніший вплив на поведінку людини, ніж особисте ставлення. Теорія запланованої поведінки Іцека Айзена зазначає, що будь-яка поведінка є результатом наших намірів. Наші наміри визначають дії, патерни поведінки людей. Є три чинники, які формують наміри людини: наше ставлення (до певного явища, процесу, дії – позитивне чи негативне), суб'єктивні норми (наше сприйняття, як значущі інші визначають, схвалюють цю поведінку) та сприйняття поведінкового контролю (наскільки важко досягти певної поведінки) (Ajzen, 1991). Більше детально (див. рис. 1.3.).

Теорія запланованої поведінки була успішно перевірена на прикладі підприємницьких намірів польських студентів Вахом та Войцеховським (Wach, Wojciechowski, 2016). Вони з'ясували, що підприємницькі наміри студентів визначаються їх ставленням до підприємництва, суб'єктивними нормами, сприйнятим поведінковим контролем та ризикованим ставленням. Вони також зробили висновок, що вища освіта відіграє певну роль у формуванні саме підприємницького ми-



слення студентів.

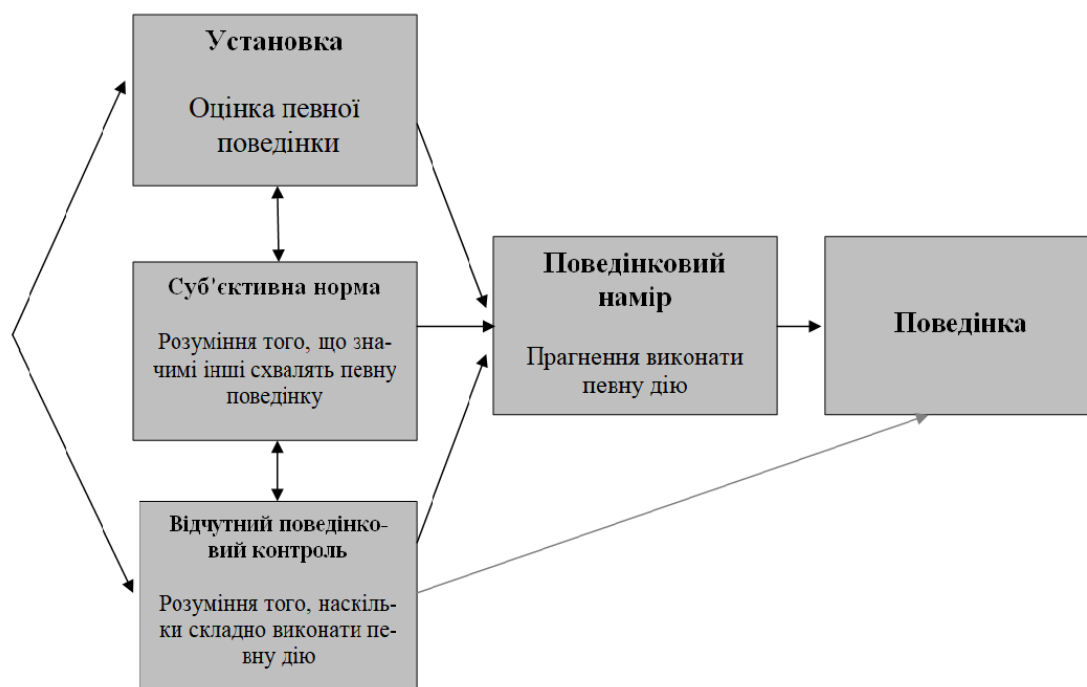


Рис. 1.3. **Модель формування поведінки, за теорією запланованої поведінки Ісаака Айзена**

Теорія мотивації заради досягнення, яка була вперше запропонована Д. Аткінсоном (Atkinson, 1964), базується на двох мотиваційних стимулах. Орієнтація на досягнення цілі (mastery goal orientation) спонукає до того, що певна діяльність є важливою для особистісного розвитку людини та її навичок. В той час, як другий стимул, орієнтація на виконання цілі (performance goal orientation) має на меті пов'язати вміння та самооцінку (Atkinson, 1964).

Теорія мотивації заради досягнення полягає у мотиві досягти поставленої задачі чи цілі (Singh, 2011). Суть полягає у тому, щоб отримати задоволення від виконання складних завдань і, як наслідок, справитись з поставленими викликами.

Бачимо, що існує багато підходів до вивчення мотивації. Більше того, потрібно брати до уваги комплексність даного явища та при дослідженнях поєднувати індивідуальні, соціальні та культурні аспекти мотивації. В рамках даної роботи будуть використовуватись наступні визначення мотивів та мотивації. Мотив – усвідомлене спонукання до дії суб'єкта (особистості, соціальної групи, суспільства), яке пов'язане з прагненням задовольнити певні потреби. Мотивація – сукупність

об'єктивних і суб'єктивних факторів, що спонукають людину до діяльності, визначають тип її поведінки, орієнтують на досягнення поставлених цілей.

#### **1.4. Мотиваційне поле підприємницької діяльності**

Перш за все, для глибшого розуміння мотивів залучення до підприємницької діяльності варто використовувати поняття саме мотиваційне поле. Це цілісний складний комплекс, до якого входять економічні, соціальні, психологічні та моральні чинники, які мають різну силу дії та спрямованості у чітко визначеній системі вимірів та координат (Пачковський, 2017 с.257). У даному підрозділі будуть розглянуті підходи та дослідження до визначення мотиваційного поля підприємницької діяльності.

Соціопсихологічний підхід Девіда Макклеланда, теорія якого вже згадувалася в роботі, фокусувався на поясненні причин чому деякі суспільства є більш схильними та сприятливими до підприємництва. Вчений це пояснював, тим що наявність або відсутність даного фактору залежить від виховання в дитинстві (Пачковський, 2017). Мак-Клеланд (McClelland, 1961) вважав, що підприємці мають мати високий рівень потреби у досягненні, яка зі свого боку стає причиною формування специфічного набору поведінкових характеристик і особистісних рис. Також вчений на основі аналізу умов формування мотивації досягнень виділив чотири групи чинників: 1) самоаналіз; 2) вироблення оптимальної тактики цілеутворення; 3) міжособистісна підтримка; 4) формування синдрому досягнення (Пачковський, 2017).

Ще один вчений, який досліджував мотиваційне поле підприємницької діяльності був Джозеф Шумпетер. Він виділяв три основні мотиви: 1) потребу у пануванні, владі та впливі; 2) прагнення до успіху; 3) радість творчості (Пачковський, 2017).

Психологи Барбель та Хайнц Швайбе у вивченні мотивації до підприємницької діяльності використовували терміни інтровертної та екстравертної мотивації. Інтровертна мотивація походить зсередини, тобто здійснюється за волею людини,

а екстравертна зумовлена матеріальними вигодами, соціальним статусом та престижем (Пачковський, 2017).

Паралельно с мотивом у досягненнях деякі дослідники звертають увагу на мотив уникнення невдачі під час дослідження мотивації до підприємництва (Пачковський, 2017). Співвідношення цих двох протилежних тенденцій визначає рівень домагань особистості, таких як прагнення досягти цілей того ступеня складності, на який людина вважає себе здатною. Люди з мотивом уникнення невдачі схильні шукати інформацію про можливості поразки в ситуаціях, а люди з мотивом досягнення причиною невдачі вважають нестачу власних здібностей, а успіх пояснюють зовнішніми обставинами (Пачковський, 2017). Поведінкові характеристики людей з мотивами прагнення до успіху та уникнення невдачі наведено у таблиці (див. додаток Б).

Також, класифікація підприємництва може здійснюватися за якісним критерієм на основі систематизації мотивів підприємницької діяльності. Таку класифікацію використовує Global Entrepreneurship Monitor (2017). Згідно з нею існують «добровільне» підприємництво (opportunity based entrepreneurship) та «вимушене» (necessity based entrepreneurship). При першому - початок підприємницької діяльності є результатом раціонального оцінювання альтернативних витрат і вигод; при другому - розпочинається в умовах відсутності альтернативних можливостей отримання доходів з інших джерел, різкого падіння статусу та престижу попереднього виду діяльності тощо.

Щодо понять «вимушене підприємництво» («necessity entrepreneurship») та «підприємництво на основі використання можливостей» («opportunity entrepreneurship»). Цікавим виявився факт, що Гунаді, Орвіска та Пісар (Hunady, Orviska, Pisar) пишуть, що першопочаткова мотивація до підприємництва також пов'язана з рівнем освіти (2018). Так, люди з вищою освітою відмічають, що їх мотивом була наявність певної місії, яку вони хотіли реалізувати. Тоді як люди без вищої освіти частіше відмічають, що були вимушені створити власний бізнес, бо їм бракувало можливостей на ринку праці.

Також у звіті Global Entrepreneurship Monitor за 2019 рік вперше було застосо-

вано новий підхід до визначення мотивів саме залучення до підприємницької діяльності, що є корисним в рамках даної роботи (2019). Респонденти мали оцінити за шкалою Лайкерта чотири твердження щодо їх мотивів відкриття власної справи: 1) щоб змінити світ (to make a difference in the world); 2) щоб створити матеріальне благополуччя або високий рівень доходу (to build great wealth or very high income); 3) щоб продовжувати сімейну традицію (to continue a family tradition); 4) щоб заробляти на життя, бо робочих місць мало (to earn a living because jobs are scarce).

Центр дослідження підприємництва у Великій Британії (Stephan, Hart, Drews, 2015) наводить наступні сім аспектів, які потрібно враховувати при дослідженні підприємницької мотивації: 1) досягнення, виклики та навчання; 2) незалежність та самостійність; 3) безпека доходів та фінансовий успіх; 4) визнання та статус; 5) сім'я та рольові моделі; 6) незадоволення попереднім місцем роботи; 7) громадські та соціальні мотивації (цей аспект включає бажання внести свій внесок у громаду, в якому живе підприємець або через благодійництво, або сам бізнес (тобто соціальне підприємництво) (Levie & Hart 2011). Він також включає такі аспекти, як догляд за своїми працівниками та екологічність компанії (Dej et al. 2012).

Проданова та Котляревський (2019) зазначають, що перехід на новий етап соціально-економічного розвитку викликає зміни і в мотивації будь-якої діяльності. Так, у традиційному економічному суспільстві мотиви та стимули базуються на необхідності задоволення матеріальних потреб. Такий характер мотивації цілком відповідає характеру індустріальних систем виробництва і забезпечує певну рівновагу між інтересами окремих груп і прошарків суспільства та прогресивним розвитком його матеріального виробництва.

Однак в країнах з розвинутою економікою мотиваційний механізм різко змінюється під дією що найменше двох факторів:

- перший фактор зумовлений тим, що у результаті підвищення добробуту та рівня життя значної частини населення, в системі цінностей людини поступово зростає, а згодом домінує прагнення до удосконалення власної особистості;
- другий фактор пов'язаний з тим, що розвиток нових видів та форм виробництва

потребує засвоєння значних обсягів інформації, а тому виникає потреба в постійному підвищенні рівня освіти й кваліфікації, яка згодом перетворюється на мету трудової діяльності (Проданова, Котляревський, 2019, с.11)

Серед українських дослідників феномену підприємництва особливу увагу на мотиви діяльності в цій сфері звертає увагу Юрій Пачковський (2017). Він вважає, що мотиви формуються залежно від обставин у конкретний проміжок часу (зовнішні, внутрішні і суб'єктивні). Пачковський виділяє три групи мотивів підприємницької діяльності: ситуація залученості (включеності) у підприємництво, вибір підприємницької діяльності, безпосередня реалізація підприємницького починання. Перша група мотивів визначає мотиви, що спонукають людину до початку занять підприємництвом. В рамках даної роботи буде використана класифікація саме мотивів залучення до підприємницької діяльності. Соціолог поділяє їх на три підгрупи (див. табл. 1.5.).

**Таблиця 1.5. Типологія підгруп мотивів індивіда в ситуації залучення в підприємництво, за Ю. Пачковським**

1 підгрупа	Отримання певних матеріальних благ для себе та своєї родини
2 підгрупа	Задоволення потреби у самоактуалізації, Самовираженні та самореалізації
3 підгрупа	Суспільний характер, принесення користі суспільству

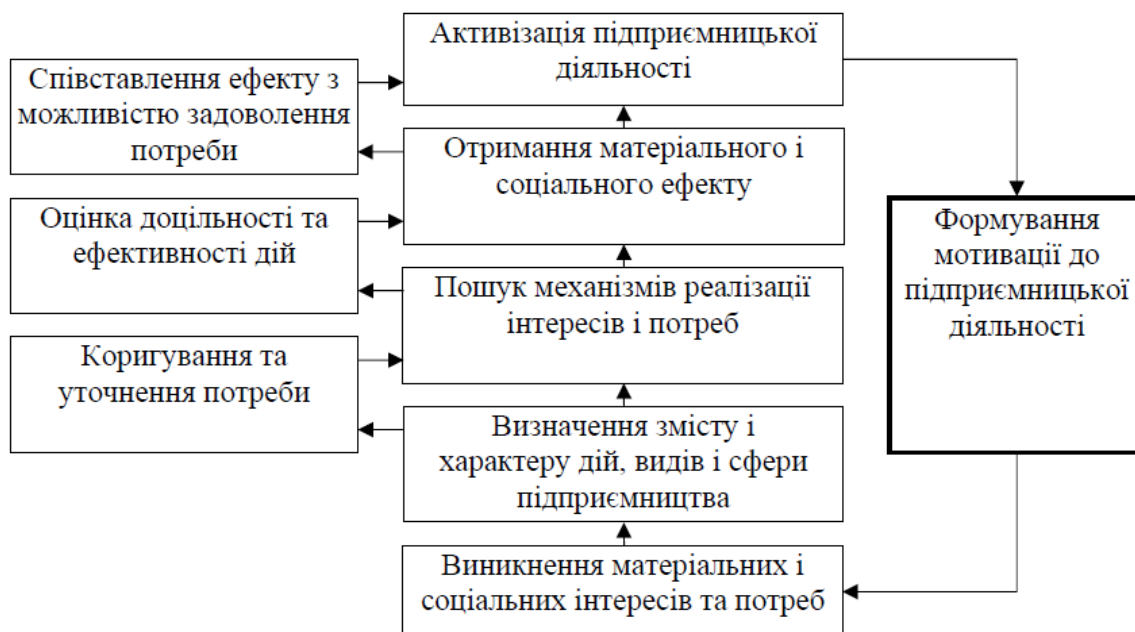
В рамках даної роботи важливо концептуалізувати поняття самореалізації, самоактуалізації, самовираження, які є схожими, проте все ж мають певні змістовні відмінності. *Самореалізація* – це повне використання талантів, здібностей, можливостей тощо; потреба у самоактуалізації: людина прагне стати тим, чим вона може стати (Харченко, 2014). *Самоактуалізація* – процес реалізації природного потенціалу особистості та прагнення досконалості через постановка та досягнення соціально значущих цілей (Ткалич, Шутько, 2013). *Самовираження* – відображення зовні своїх внутрішніх почуттів, переконань, установок, будь-яка поведін-

ка, яка здійснюється виключно для задоволення індивіда. Формується і розвивається у спілкуванні та діяльності (Бойко, 2010).

Ще один вітчизняний дослідник Володимир Гацура (2001), який досліджує ефективність управління підприємством та бізнесом, вважає, що ступінь даної ефективності значною мірою визначається особистою зацікавленістю управлінців та інших суб'єктів процесу управління в результативності своєї діяльності, їх ставленням до виконання покладених обов'язків, а також такими характеристиками трудової поведінки як сумлінність, ініціативність, наполегливість, комунікабельність, творчий підхід до справи тощо.

Також він зазначає, що усіх відомих функцій управління (планування, організація, координація, контроль і мотивація) все більшу значимість набуває мотивація як система рушійних сил спонукального характеру, що визначають бажання дійсних та потенційних учасників економічних відносин діяти з метою досягнення цілей певної організації на основі одночасного задоволення своїх власних потреб. Цей феномен пояснюється зростаючим значенням людського фактору в економічній діяльності, зокрема в сфері управління (підприємством, бізнесом, організацією). Процес мотивації складається з конкретних етапів, які у своїй послідовності і комплексності утворюють систему спонукальних чинників впливу на економічну поведінку індивіда за певних умов (Гацура, 2001). Алгоритм формування мотивації до підприємництва представлено на рис. 1.4.

Слід згадати й інші фактори, які сприяють входженню в підприємницьку діяльність молоді. В цьому контексті цікавим є дослідження проведене Климентом Вангом та Пох-Кам Вонгом серед студентів Національного університету Сингапуру (Wang, Wong, 2004). Ціллю дослідження було вивчити рівень та детермінанти виникнення інтересу до підприємницької діяльності серед студентів. Дослідниками було виділено такі детермінанти як: гендер, сімейний досвід та рівень освіти, етнічність, громадянство, доступ до капіталу та поведінка спрямована на ухиляння від ризику.



**Рис. 1.4. Алгоритм формування мотивації до підприємництва, за В.Гацурою**

Серед основних результатів дослідження варто виділити те, що студенти показали високий рівень зацікавленості у підприємництві, але неадекватні бізнес-знання, а точніше їх брак. Крім того, три підприємницькі фактори - стать, сімейний досвід та рівень освіти – продемонстрували наявність зв'язку з інтересом до підприємництва, але не статус сімейного доходу, етнічна приналежність та громадянство. Також, з визначених значущих факторів, що стосуються недостатнього знання в бізнесі були виявлені прямі наслідки для адміністрації університету в необхідності забезпечити студентів інженерних та природничих наук навчальними програмами, що надають саме підприємницькі знання. До того ж, уряд також може сприяти підвищенню обізнаності про успішні моделі підприємницької ролі та сприяти усуненню бюрократичних перешкод для стартапів і послаблення соціальної стигми провалу.

Отже, бачимо, що існує достатньо теоретичних підходів до вивчення явищ підприємництва та мотивації. Щодо першого, то вони мають два фокуси: *вивчення ролі підприємця в суспільстві та вивченні чинників, що формують підприємницький стиль поведінки, цінності та норми*. До перших належать такі ролі підприємця як *підприємець-інноватор, підприємець-девіант, підприємець-власник капіта-*

*лу, підприємець, той хто постійно ризикує.* До другого значною мірою відносять соціологічні теорії спрямовані на засвоєння соціальних норм, цінностей характерних для підприємців. Вони засвоюються через соціалізацію та відтворення поведінки. Велику роль грають культура та значимі інші. Щодо мотивації, то бачимо, що мотиваційне поле діяльності є дуже широким. Існує багато підходів до пояснення мотивації підприємців серед них соціопсихологічний підхід Девіда Маккеланда, підхід Джозефа Шумпетера, інтровертна та екстравертна мотивація Барбеля та Хайнца Швайбе, мотив уникнення невдачі, «вимушене підприємництво» («necessity entrepreneurship») та «підприємництво на основі використання можливостей» («opportunity entrepreneurship»). В рамках даної роботи найбільш релевантним класифікація мотивів залучення до підприємницької діяльності Юрія Пачковського. Проте важливо також звернути увагу не тільки на мотиви, але й на роль оточення та виховання у залученні. Також, бачимо, що серед українських та вітчизняних досліджень переважають кількісні дослідження, які зосереджені здебільшого на ставленні людей до підприємництва та підприємців, тому важливо вивчити суб'єктивну мотивацію підприємців.



## РОЗДІЛ 2

### МОТИВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СЕРЕД УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

#### 2.1. Методологія та дизайн дослідження

В рамках даного дослідження були використані якісні методи, а саме було проведено 11 напівструктурованих інтерв'ю з українцями, які займаються підприємницькою діяльністю. Для аналізу такого комплексного явища як мотиви залучення до підприємницької діяльності серед молоді даний метод є ефективним, адже дозволяє отримати глибинну інформацію, з'ясувати причинно-наслідкові зв'язки, суб'єктивний досвід підприємця, виділити його мотиви, сприйняття цих мотивів, розкрити їх особливості. Для цього необхідна розвернута бесіда, за допомогою якої можна прояснити певні моменти, навести приклади, поставити уточнюючі питання, що не може забезпечити кількісне дослідження. Ще однією перевагою вибору саме цього методу є можливість коригування інструментарію в процесі збору інформації, як наприклад, додаткові запитання. А також ймовірність певного «дослідницького відкриття» - додаткових корисних результатів, несподівано отриманих в процесі інтерв'ю, що не можуть гарантувати кількісні методи.

Дослідження проводилось в період карантину, тому варіант особистих зустрічей з респондентами був обмежений. Інтерв'ю відбувалися за допомогою сервісів онлайн-відеозв'язку Zoom, Skype, Viber, Telegram залежно від побажань респондента. Як дослідниця, я наголошувала саме на відеозв'язку, щоб забезпечити зоровий контакт з респондентом, бачити його емоції та невербальні реакції. Більше того, деякі респонденти знаходились на момент інтерв'ю на місці, де вони займаються підприємницькою діяльністю (наприклад, магазин), що було цінним для отримання глибинної інформації, бо респонденти були більш відкритими, виявляли велике бажання розказати і показати більше про їхню діяльність.

Респондентами є українці, віком від 16 до 35 років, які проживають на території України, м. Київ, Чернігів, Біла Церква, Хмельницький, Дніпро, Львів, Кропивницький та Полтавська область, крім тих, хто проживають на території АР

Крим та території не контрольованих українською владою у Донецькій та Луганській областях. Відповідно до Закону України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” (1993), до молоді відносяться громадяни України віком від 14 до 35 років, проте в рамках даного дослідження нижньою межею було встановлено 16 років, вік, коли громадяни отримують право зареєструватися фізичною особою-підприємцем. Всі респонденти були відібрані як підприємці. Підприємцями в рамках даного дослідження вважалася людина, яка займається безпосередньою самостійною, систематичною, на власний ризик діяльністю по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством. Це уточнювалось в момент призначення часу та дати інтерв'ю, а також під час інтерв'ю було поставлено питання, чи можуть респонденти себе назвати підприємцями. 4 респондентів я знала особисто, а інші 7 були відібрані методом «снігової кулі» за рекомендацією попередніх респондентів.

Доступ до поля був дещо проблематичним, адже підприємці – це категорія людей, які постійно зайняті та не завжди готові приділити достатньо часу для інтерв'ю. Більше того, перед проведенням інтерв'ю я переглядала офіційну інформацію про компанії, сторінки в соціальних мережах, щоб краще розумітися в сфері діяльності підприємця та бути підготовленою щодо того, на яких питаннях робити наголос, продумували варіанти додаткових питань. Одночасно з цим, це дозволяло налагодити взаємодію з респондентом чи респонденткою, адже їм було приємно знати, що я обізнана стосовно їхньої діяльності. Загалом, всі респонденти були відкриті до співпраці та виявили зацікавленість у моїй роботі.

На початку інтерв'ю респонденти були ознайомлені з правилами проведення інтерв'ю, правом на конфіденційність та всі погодилися з цими правилами. Тривалість інтерв'ю складає від 36 хвилин до 1 години 32 хвилин і всі розмови були зафіксовані на диктофон у вигляді аудіозаписів за попередньою згодою респондентів. Також було використано м'який стиль ведення інтерв'ю, щоб респонденти відчували себе комфортно, вільно, що сприяло отриманню власних щи-

рих думок, важливої глибинної інформації. Я вирішила зупинитися на 11 інтерв'ю, бо попередні респонденти надали велику кількість релевантної до завдань інформації, наступні містили повторення. Транскрипт інтерв'ю та таблицю тематичних цитат наведено в додатку Д та Г відповідно.

З усіх респондентів було 5 жінок і 6 чоловіків віком від 22 до 34 років, міста проживання м. Київ, Чернігів, Біла Церква, Хмельницький, Дніпро, Львів, Кропивницький та Полтавська область. Більшість респондентів мають вищу освіту, лише двоє - неповну вищу та одна жінка - повну загальну середню освіту. Підприємницькою діяльністю займаються від 2 до 10 років. Сферами діяльності респондентів є торгівля, логістика, надання медичних послуг, послуги фотографії, освіта, заклади харчування. Більш детальну інформацію про респондентів (див. додаток В). В описі отриманих результатів, респонденти позначаються порядковими номерами, відповідно до порядку проведення інтерв'ю.

Гайд було складено на основі типології мотивів залучення до підприємницької діяльності за Пачковським (2017), яка вже згадувалась в роботі, а також було додано додаткові блоки від автора (див. додаток А). Гайд було розділено на п'ять блоків: вступ; вивчення задоволення потреб самоактуалізації, самореалізації та самовираження; матеріальні мотиви; мотиви суспільного характеру; перешкоди в залученні до підприємницької діяльності й стан підприємницької діяльності в Україні та соціально-демографічний блок. Складові мотивів залучення до підприємництва, які були використані в емпіричній частині наведені у таблиці (див. табл. 2.1.).

Обмеженням вибірки через часовий та географічний чинники є те, що до дослідження не було залучено респондентів з південної частини України. У подальшому дослідженні мотивів залучення до підприємницької діяльності серед молоді було б доцільно розширити вибірку, включивши респондентів з усіх регіонів України. Тому класифікація мотивів у даній роботі не є вичерпною.

**Таблиця 2.1. Мотиви залучення до підприємницької діяльності та їх складові**

<b>Мотив</b>	<b>Складові</b>
<b>Мотив задоволення потреб самореалізації, самоактуалізації, самовираження</b>	Реалізація професійного потенціалу
	Реалізація себе як особистості
	Творчіть/ самовираження
	Визнання/ повага інших
<b>Матеріальні мотиви</b>	Націленість на заробляння грошей
	Задоволення матеріальних та духовних потреб через підприємництво
	Управління доходами від підприємництва
<b>Суспільні мотиви</b>	Необхідність допомагати іншим
	Принесення користі суспільству
	Несення відповідальності за дії та вчинки

## **2.2. Суб'єктивне сприйняття підприємницької діяльності**

Найпершим кроком в аналізі мотивів залучення до підприємницької діяльності є з'ясування як сам респондент розуміє поняття «підприємець» та «підприємництво», тобто його/її суб'єктивне бачення. Попри наявність визначень підприємництва, варто глибше з'ясувати сприйняття цього поняття. Відповіді інформантів включали поняття свободи, незалежності, відповідальності.

*«Для мене це можливість взяти відповідальність, можливість малювати картинку, за якою ти йдеш та можливість впливати» (1).*

*«В моєму випадку це свобода. Свобода втілювати свої ідеї, я можу одразу це реалізувати, без якихось дозволів. Друге – це свобода в пересуванні» (7).*

Також у визначеннях був присутній елемент орієнтованості на комерційний зиск, а точніше принцип «купити-продати». Для одного з респондентів підприємець – це той, хто може не працювати безпосередньо, але його задача бути

організатором та контролювати процес. Тобто це організаційна функція підприємця, яка передбачає налаштування збуту, маркетингу, реклами та ін.

*«Купити дешевше, продати дорожче. Або виробляй. Або ще краще купи матеріал, створи продукт і продай його. Підприємцю не потрібно стукати молотком на заводі, плавить руду. Ні, йому потрібно володіти цим, купити розхідні матеріали, йому потрібно знайти тих, хто купить його продукт. Має слідкувати за працівниками. Ти маєш за всім слідкувати, за документацією, всі виторги, всі гроші» (2).*

Цікавим є те, що при визначенні даних понять ніхто з інформантів не згадав про ризик, хоча це є однією з ключових родових ознак підприємця.

Питання про наявність чи відсутність схильності певних людей до підприємницької діяльності також допомогли краще зрозуміти образ підприємця серед молоді України. Було виокремлено риси, які на думку респондентів, властиві підприємцям. Також було важливо запитати про риси характеру, які допомагають безпосередньо респондентам в їх підприємницькій діяльності.

Найбільш часто згадуваними рисами виявилися відповідальність та комунікабельність. Під відповідальністю інформанти розуміли відповідальність перед законом, відповідальність за зарплати, співробітників, відповідальність перед собою.

*«Я думаю, що перш за все, це люди, які вміють брати відповідальність» (1)*

*«Можливо я достатньо лінива як і всі, але коли я розумію, що на мені лежить відповідальність, лінь закінчується і я починаю працювати 24/7. Коли я не відчуваю цього, в мені включається все та ж лінь, «зроблю завтра». Я думаю, що це більше про відповідальність, що тобі потрібно заплатити за оренду, зп співробітникам, клієнтам. І ти за це несеши відповідальність, не просто моральну, а й фінансову. Потрібно щось робити, ворухитися» (1)*

*«Плюс найманого працівника, що він не несе великої відповідальності. А підприємець несе – як адміністративно, так і кримінально» (4).*

Щодо комунікабельності інформанти мале різне бачення. Сюди входить вміння знайти підхід до будь-якої людини, вміння домовлятися, виражати думки, також навичку продавати.

*«Звичайно, підприємницька жилка це так і називається. Вони вміють розмовляти, домовлятися. І це не про правильну вимову, чи скількома мовами ти володієш, але вони вміють знайти підхід до кожної людини. Вміти не просто довести свою точку зору, а продати так, щоб людина цього не помітила» (2)*

*«Ну наприклад інженер малює якісь креслення, але він нічого не розуміє в продажах, податках, ПДВ, а підприємець має це знати, щоб продавати» (4).*

*«Вміння домовитись, я вважаю. Бо, наприклад, у нас по суті три власника, і потрібно постійно домовлятися, йти на компроміси, шукати щось спільне. Так само і з відвідувачами, потрібно вміти пристосовуватись» (8)*

*«Потрібно вміти донести до людини те, що ти хочеш від неї. Це дуже важливо, коли в тебе є співробітники. Люди всі різні.» (9)*

*«Гарний підприємець має вміти гарно говорити, формулювати чітко думки» (11)*

Серед рис, які властиві підприємцям респонденти називали також вміння ризикувати та не боятися робити помилки. Як продовження теми ризику та страху, один респондент вказав, що підприємці відрізняються своїм ставленням до невідомого.

*«...ті, хто готовий ризикувати...» (1).*

*«...вміння ризикувати, потрібно не боятися зробити помилку...» (7)*

*«Страх перед невідомим. Для когось це екстрим, і він займається цим, бо не знає, що буде і йому це приносить задоволення. А хтось цього боїться, думає, що втратить роботу, гроші ще щось» (11)*

В роботі вже згадувалось, що ризик у підприємництві має бути прорахованим. Необхідність прорахованого ризику у підприємстві важливий і для українських молодих підприємців. Рисою, яка допомагає бути більш проразованим є прискіпливість.

*«...я така прискіплива, вмію прораховувати, дивитись на цифри» (1).*

Один раз було згадано таку рису як хитрість, яка, на думку, інформанта і є підприємництвом.

*«Хитрість – це і є підприємництво. Купити дешевше, продати дорожче. Отримати товар чи послугу за більш низькою ціною, а продати за вищу, але так, щоб це було конкурентноспроможно і були якісь переваги, щоб людина це купила» (4).*

Серед рис, які респонденти вважають їм особисто допомагали були комунікабельність, наполегливість та цілеспрямованість та прискіпливість.

*«Я вмію знаходити підхід до людей, я дуже чемний, ввічливий. І я знаю, що потрібно людям...Як змусити виробників продати мені дешевше, потрібно запропонувати їм, що я куплю більше, там 5 штук по 100 грн, а більше 5 штук по 95. А я кажу, а я куплю 10, але по 90, а продаю по тій же ціні» (2)*

*«Те, що я цілеспрямовано йду, не кидаю цю справу. Раніше я кидав. Я спокійний, можу керувати, цілі можу поставити, хоча не завжди» (3)*

*«Наполегливість...» (4).*

*«... я завжди привітна, майже. Бо своїх покупців я поважаю, дякую їм. Спілкування, комунікабельність» (5).*

Отже, сприйняття образу підприємництва та підприємця майже не відрізняється від основного його визначення. Респонденти погоджуються з основним визначенням підприємництва та асоціюють його з відповідальністю, комерційним інтересом, наявністю свободи та вмінням бути організатором. Щодо рис характеру, то основними для підприємця, на думку респондентів, є комунікабельність, відповідальність, наполегливість, вміння ризикувати, але продумано та відсутність страху робити помилки.

## **2.3. Причини початку підприємницької діяльності**

Мотив – це те, що спонукає людину приймати рішення та діяти. Вивчення мотивів, які сприяли залученню до підприємницької діяльності серед респондентів є важливим. По-перше, це розкриває явище підприємництва детальніше, через з'ясування аспектів, які респонденту, подобаються найбільше, що саме цінує у підприємницькій діяльності респондент. По-друге, розуміючи основні мотиви, можна сформулювати ефективні шляхи залучення молоді до підприємництва, що у свою чергу буде сприяти соціально-економічному розвитку у суспільстві. По-третє, важливо з'ясувати, які основні мотиви спостерігаються у молодих підприємців саме в Україні.

**2.3.1. Зовнішні та внутрішні причини початку підприємницької діяльності.** Почати аналіз мотивів залучення до підприємництва можна з того, як респондент відкрив або почав свою справу і на рівні думок, і на рівні певних дій. Для цього у респондентів було запитано про історію відкриття справи, а також чи хотіли вони займатися підприємництвом з дитинства чи це було спонтанне рішення. Більше того, мотивація часто може змінюватись у процесі підприємництва, тому важливо було дізнатись найпершу, щоб потім у процесі інтерв'ю порівняти.

На основі історій респондентів про причини початку підприємницької діяльності їх можна умовно поділити на: *зовнішні та внутрішні*. Варто зазначити, що більша частина респондентів, які почали справу через певні зовнішні



причини відмічали, що їх рішення було більш спонтанним та менш продуманим, тоді як початок діяльності через внутрішні причини був більш ціленаправленим. Зовнішні причини є менш ціленаправленим, адже на респондента тиснуть обставини, а не його власні бажання. З історій респондентів до зовнішніх причин початку підприємницької діяльності можна віднести продовження сімейної справи. Респонденти вказали, що в підлітковому/ юнацькому віці спочатку просто допомагали у веденні справ, а потім вже й повністю взяли на себе обов'язки, бо батьки не займалися цим.

*«В мене батьки, починали батьки, а мені у спадок передалося. Я після школи, закінчила 11 класів нашої школи і потім почала займатися магазином» (5).*

*«Коли я був в 10 класі, мої батьки сказали, що ми відкриваємо магазин. Це були моя мама і вітчим. Моя мама стоматолог, вона захотіла відкрити свій магазин, а мій вітчим був підприємцем, він допоміг» (2).*

*«Поки я навчався в інституті, в школі, то я тільки допомагав, там у вихідні, літом. Спочатку я просто сидів торгував. А зараз більше я займаюсь магазином, оскільки після розлучення з вітчимом мама собі забрала магазин...»(2).*

Зовнішньою причиною почати власну справу є й необхідність оформити свій бізнес офіційно, щоб не втратити клієнтів.

*«Я працював в цій же сфері, але по суті робочим. Відкрив компанію спонтанно, точніше з'явилась така необхідність. Були такі замовники, які не могли платити готівкою кому прийдеться. Загалом, потрібно було офіційно всю мою діяльність оформити, щоб не втратити замовників» (4).*

Ще однією зовнішньою причиною початку підприємницької діяльності є низький рівень заробітку та бажання його збільшити. Була респондентка, яка свідомо не хотіла займатися підприємництвом, бо бачила приклад у сім'ї, де були підприємці. Проте була вимушена почати, щоб мати більший заробіток.

*«Взагалі я виросла в сім'ї так званих підприємців...Я росла в сім'ї, де привозили товар, продавали. Для мене це було зрозуміло, як це все працює. Але я собі обіцяла, що ніколи не буду займатися бізнесом, я хотіла бути хореографом і працювати з дітками. Але коли попрацювала тренером і зрозуміла, що тренер не може багато заробляти, то вирішила, що буду займатися все ж більше підприємництвом» (1).*

*«Після інтернатури я працював в обласній лікарні, потім в клініці. Після того, як жінка вийшла з декрету й почала сама працювати теж, вирішили, що будемо відкривати власний кабінет, ну бо це вигідніше» (6)*

В роботі вже згадувалось поняття вимушеного підприємництва, яке також характерне тим, що людина вимушена починати власну справу через певні життєві обставини. Прикладом таких обставин під час інтерв'ю стало те, що один респондент, який хотів бути професійним спортсменом, отримав травму. Через це він мав був знайти якесь інше заняття, щоб мати гроші.

*«Ну такої ідеї бізнес створити не було. Я займався боксом, в команді у футбол грав, в мене було багато друзів у цій сфері. І так вийшло, що коли я собі якесь взуття замовляв або одяг, то і вони просили, я приторговував. А потім в мене була травма і я хотів кудись витратити енергію і заробляти потрібно було, а я вдома сидів. От я й вирішив, що це гарний варіант. Почав більш серйозно цим займатися.» (10)*

Внутрішніми причинами є бажання, які йшли від самого респондента, як от незалежність та свобода. Вони є менш спонтанними та формуються в дитинстві або підлітковому віці, або після досвіду найманої праці.

*«Ой, це напевно з юнацьких років не дає спокою ідея займатися чимось своїм. Я не хотів на «дядю» працювати, хотів робити на себе, заробляти свої гроші. ...» (3).*

*«Ну я як і всі отримала вищу освіту і працювала в офісі. Працювала зі сльозами. Я була перекладачем, це монотонна робота. В один період я зрозуміла, що я вигоріла» (9)*

До внутрішніх причин можна віднести й бажання людини отримувати гроші від справи, яка подобається; можливість саморозвитку, отримання нових навичок та знань через підприємництво.

*«Просто в один момент захотів щось своє, знаєш я гурман, люблю смачно поїсти і захотілось це монетизувати» (8).*

*«Фотостудію я відкривала разом за своєю подругою. Нам тоді було цікаво просто зайнятися фотографією, мати свою студію для цього. Тепер я одна, у подруги дитина, сім'я» (11).*

*«Мені хотілось займатися тим, що мене розвиває. І не принципово бізнес, не бізнес. До інтернет магазину я була менеджером в магазині іграшок, коли я зрозуміла, що там не розвиваюсь, то мені прийшла ідея з магазином. В мене не було конкретної цілі створити щось своє»(7).*

*«Я працював на заводі вагонобудівному і в логістиці. Нормально, але мені не подобалось, що мною командують, мені хотілось незалежності. Не подобалось робити все по-їхньому, хотілось робити все по-своєму» (3).*

Повертаючись до спонтанності та ціленаправленості вибору почати займатись підприємницькою діяльністю, варто зазначити, що частина інформантів, які не хотіли бути підприємцями свідомо або їх ніколи це не цікавило, пояснили це тим, що вони мріяли про реалізацію та кар'єру в інших сферах (спорт, фітнес, танці, дизайн), але, як вказувалось раніше, були вимушені почати займатись підприємництвом, бо їм потрібні були гроші. Або не підприємництво було самоціллю, а саморозвиток.

*«Я з самого початку хотіла стати графічним дизайнером, батькам казала. Але, на жаль, місто невелике, а грошей в родині на якесь дороге навчання в Києві не було, тому я навчалась тут. Але все одно хотілось займатись дизайном, і от я спочатку почала з фотографії, а потім знову все ж таки повернулась до дизайну» (11)*

Варто зазначити, що чіткого розділення на внутрішні та зовнішні мотиви не було. В основному, респонденти зазначили поєднання цих двох причин. Проте саме внутрішні чинники були вирішальними.

*«Напевно мені хотілось більшого, я хотіла заробляти та свободи. Ключове тут мати свободу, не бути найманим працівником, а вже повністю керувати процесом, бути вільним в діях і мати можливість щось придумати» (1).*

*«...ну хотів спробувати відкрити щось своє. Це перше. Типу професійно...хотів мати свій кабінет. Спробувати себе як підприємця...» (6).*

Для кращого розуміння мотивів залучення у підприємницьку діяльність молоді потрібно було з'ясувати погляд інформантів чи підприємницькі риси є вродженими або набутими. Думки розділились. Інформанти, для яких підприємство є вродженим, вважали, що це має обов'язково проявитись в дитинстві, коли людина показує, що готова боротись за складнощами. Також була думка, що підприємництво – це певна енергія, яка є не у всіх людей.

*«Я напевно більше схиляюсь, що народжуються, ніж стають. (1).*

*«...в 5-6 років в мене вже були якісь думки про підприємництво. Я шукала можливість вдома, збирала гроші, дивилась...уже в дитинстві дитина приймає рішення чи готовий вона боротися зі складнощами чи ні...» (1)*

*«Мені здається, що це якась енергія в тобі. Дуже багато людей, які отримали освіту, але вони не можуть рухатись та бути самостійними. Вони звикли, що за них хтось несе відповідальність. Мені здається, що це рухає людину, коли вона розуміє, що тільки вона несе відповідальність, то вона не дасть собі розслабитись.» (9)*

Респонденти, які ж вказали, що підприємцем можна стати, вказували, що в цьому грають роль виховання, оточення та певні складні життєві ситуації.

*«Ними виховуються. Якщо в тебе поруч є люди, які займаються торгівлею» (2)*

*«Я думаю, що і в дорослому віці людина такі якості може виховати в собі. Будь-яке виховання в дорослому віці приходить через складні життєві ситуації. Коли тобі дають стусана, тоді ти розумієш, що потрібно» (7).*

*Це можуть бути люди, з якими ти вступаєш у відносини, це можуть бути фінанси, безпека твого життя» (7).*

**2.3.2. Роль оточення та виховання у залученні до підприємницької діяльності.** Після даного запитання важливо було глибше зрозуміти як саме виховання, соціалізація та сім'я сприяє залученню до підприємницької діяльності. Більше того, в теоретичній частині, результати одного з досліджень показали, що сім'я та наявність підприємців у родині можуть мати зв'язок з інтересом до підприємництва, тому було важливо з'ясувати чи є це актуальним для української молоді.

Дійсно, респонденти, які мали серед родичів підприємців зазначали, що це сприяло тому, що вони почали займатися підприємництвом. Ті ж, чиї батьки були найманими працівниками з цим не погодились.

*«Ну бізнес, мене якось з дитинства привчали. В мене родина була пов'язана з бізнесом, підприємництвом. В мене це «впихували», говорили, що це круто» (8).*

*«Коли ти ростеш в родині, де постійно батьки кудись їдуть з Польщі, привозять товар, ти дивишся як бабуся з дідусем наймають людей, їдуть по точках перевіряти. Я в цьому всьому росла і дивилася на них, і вже там в самому маленькому дитинстві...» (1)*

*«Я вважаю, що виховання більше важить в цьому» (7).*

*«Я думаю, що це пізніше прийшло, бо в мене батьки все життя працювали на заводах. Вони хотіли, щоб я теж так працював» (3).*

Більше того, раніше вказувалось, що однією з причин початку підприємницької діяльності було продовження сімейної справи, тому сім'я відіграє не останню роль. Роль виховання у формуванні підприємницького світогляду вже згадувалася в роботі, зокрема в теорії Девіда Маккеланда. Тому необхідно було з'ясувати як саме респонденти оцінюють роль виховання у сприянні залученню до підприємницької діяльності та чи оцінюють взагалі.

На основі відповідей респондентів, сім'я або виступає певним прикладом, або використовує певні елементи виховання, які пізніше сприяють залученню до підприємницької діяльності. Схематично (див. табл. 2.2.).

**Таблиця 2.2. Роль сім'ї у залученні до підприємницької діяльності серед молоді України**

Сім'я як приклад	Елементи виховання
<ul style="list-style-type: none"> <li>Позитивний приклад <i>сприяє залученню до підприємницької діяльності</i></li> <li>Негативний приклад <i>перешкоджає залученню до підприємницької діяльності</i></li> </ul>	<p>Свобода Фінансова грамотність Прискіпливість</p>

Наявність підприємницького досвіду серед членів родини, був характерним коли сім'я виступала і позитивним, і негативним прикладом. Основними аспектами негативного прикладу є стиль життя, графік. Також певні складнощі родини, які пов'язані з підприємництвом.

*«Я до якогось моменту не признавалася собі в тому, що я піду в підприємництво, тому що я дивилася на батьків, бачила, як вони працюють 24/7. У них немає вільного часу, на море вони роблять телефонні дзвінки, постійно на роботі затримуються. Мене не дуже надихав такий графік і я розуміла, що мене чекає» (1)*

*«Був дуже складний період...коли я дивилась, дуже складно, коли ти заробляєш і в один день ти перестаєш заробляти. Було таке, що копійки збирали, щоб купити продукти. Великий контраст. Я після того, як по-*

*дивилась на це, подумала, що ніколи не буду здаватися, ні за яких обставин, я буду боротися і йти до кінця» (1)*

Позитивними аспектами сім'ї як прикладу є те, що людина з дитинства приймає деякі аспекти підприємництва та не лякається їх в майбутньому.

*«Ну мама в мене теж була підприємцем... Вона відеооператор, сама шукала замовлення, рекламувала, сама знімала і монтувала. Я бачила, що в неї ніколи не було стабільності, вона була підприємцем, завжди в підвищеному стані, але ти не менше добре заробляла, коли були замовлення. Тому я звикла, що це норм. Моя мама навчила мене що така невизначеність це нормально. Ти ніколи не знаєш, яка в тебе буде зп в наступному місяці» (7)*

*«Моя друга сім'я – це мої cousins. Я до них часто на вихідні приїжджала. Тато в них завжди був підприємець, то вікнами займався, то ще щось. Він ніколи не робив на когось. Він мені дуже багато розповідав про підприємництво ввечері... Він мені завжди підказує, навіть зараз, хоча я його переросла» (7)*

Іншим полюсом, де сім'я відіграє роль у залученні до підприємництва, є виховання. З історій респондентів, елементами такого виховання є надання дитині свободи, навчання певним аспектам фінансової грамотності та прискіпливості (уважності).

*«... мені мама не видавала гроші на день, а я записувала витрати свої і в кінці місяця вона обводила те, за що вона вважає буде платити, типу їжа, проїзд. І давала мені гроші за попередній місяць. В мене не було можливості багато витратити і потрібно було працювати над прискіпливістю, щоб все записувати і нічого не загубити» (7).*

*«Ну ключове, що мені давали батьки це свобода. Я не пам'ятаю, щоб мене сильно обмежували...» (1).*

*«...я могла розвиватися так, як мені хотілося, як мені було комфортно, я вчилася не дуже добре. Батьки ніяк мене за це особливо не лаяли... Так,*

*виховання дуже важливе. У мене деяких подружок батьки дуже контролювали, вони відмінницями були. У них цей тотальний контроль виховав комплекс відмінниці, вони боялися зробити якусь дію і отримати якесь соціальне несхвалення... У мене не було такого, що я була відмінницею. І це більше не про те, що я не могла або не виходило, я просто не хотіла...» (1).*

Крім сім'ї, потрібно було також зрозуміти роль оточення в залученні до підприємництва. На основі історій респондентів роль оточення можна поділити на позитивну та негативну. Позитивну роль відіграє наявність в оточенні людей, які займалися підприємницькою діяльністю, підбурювання друзів до діяльності. Також одна респондентка згадала, що будучи найманим працівником, вона вважала свою керівницю рольовою моделлю (role model), на яку вона рівнялася і рівняється зараз.

*«Можливо когось дружина вдома підбурює, друг каже» (3).*

*«Подивися як люди живуть, займаються чимось своїм, продають щось, перепродають, здають в оренду. І сам захотів» (3).*

*«От моя role model, це мій бос перший в магазині іграшок. Я іноді ловлю себе на думці, як би вона себе повела в даній ситуації. В той же час я багато чому навчилася від неї, як не потрібно робити» (7).*

Цікавим результатом під час збору даних виявились негативні аспекти ролі оточення у залученні до підприємницької діяльності. Декілька респондентів розповіли, що мали певні проблеми з друзями, знайомим та однолітками, коли тільки починали займатися підприємництвом. Одна інформанта вказала, що з неї кепкували та не сприймали її діяльність серйозно, через що вона засмучувалася спочатку. Більше того, вона зазначила, що це робили хлопці старші за неї.

*«Мене почали тролити, був період коли про мене писали гнівні пости, саркастичні. Типу «вирішила гроші заробити на Speaking клубах, хоча я це робила безкоштовно. Я і плакала, мені було образливо щодо цього, чому*



*вони в моє життя лізли. А потім я навіть зрозуміла, що це навіть приємно, комплімент мені. Це були люди старші за мене, на 1-2 роки, більше того, це були хлопці. Це була заздрість, вони намагались собі довести, що я гірша за них або хоч на їх рівні (7)*

Ще одним прикладом є історія респондентки про те, що вона не хотіла осуду з боку інших, що вона так рано почала займатись підприємництвом. Адже їй ніхто не вірив.

*«Плюс, коли я в 20 років взяла клуб, то я дуже довго не говорила, що це мій клуб. Напевно до 23 років. Тому що бувало таке, що скажеш малознайомій людині, що у мене є клуб. А він: «Та що ти там брешеш» ось такі от моменти, я розуміла, що не кожен може повірити, що в 20 років може бути свій клуб, на який не дали гроші батьки, а ти його ще взяв там в кредит. Через це в мене якийсь час був комплекс, що не кожен може в це повірити. І я не говорила, в соцмережах не писала. Ближче до 25 я почала це афішувати, в цьому віці це більш прийнято»(1).*

Такі історії були згадані інформантами лише жіночої статі. Це відкрило додатковий вектор дослідження підприємництва серед молоді, а саме певна стигматизація успіху, зокрема серед жінок.

## **2.4. Мотиви залучення до підприємницької діяльності**

Відповіді на питання: «Що Вам найбільше подобається в підприємницькій діяльності? (Див.додаток А) допомогли краще зрозуміти чому респонденти продовжують займатися підприємництвом та що саме цінують. Також гайд тематично був поділений на визначення матеріальних мотивів, мотивів самоактуалізації і самовираження та суспільних мотивів. Що дало змогу глибше зрозуміти мотивацію підприємців. В даній частині роботи будуть розглянуті мотиви, які наявні саме серед молоді України.

- Мотив незалежності та свободи

Цей мотив виражається у потребі підприємців самостійно приймати рішення, без узгоджень з керівництвом, часову та географічну мобільність. Також в контексті мотиву свободи значна частина респондентів використовувала поняття роботи на «дядю/тьотю».

*Бо коли ти тренер, ми там з дівчатами щось придумували, якісь проекти, але це все потрібно було уточнювати з власником. Ти якось обмежений, а коли ти сам власник, то ти в принципі можеш робити все, що хочеш» (1).*

*Мені здається, що деякі починають бути підприємцями, щоб не працювати на «дядю», когось не влаштовує керівництво» (3)*

*«Ти сам собі хазяїн. Захотів відпустку – будь ласка, захотів якийсь матеріал – будь ласка, купив. Не потрібно нікого просити, а якщо ти найманий працівник, то спочатку керівництво має дати добро, щоб замовити якийсь матеріал...» (6)*

*«В моєму випадку це свобода. Свобода втілювати свої ідеї, я можу одразу це реалізувати, без якихось дозволів. Друге – це свобода в пересуванні. Я достатньо мобільна, я люблю бути в різних місцях, не тільки в Києві. Завдяки тому, що в мене курс онлайн, то я можу собі це дозволити зараз.» (7)*

*«Для мене складно ходити під кимось, бути звичайним співробітником. Я себе не бачу в цьому» (10)*

Проте майже всі респонденти, які згадали про важливість свободи в підприємстві для них, наголосили, що дана свобода є відносною або дуальною. Для них підприємець вільний від зовнішніх речей, але він повністю належить своєму бізнесу, що проявляється в основному в постійній фізичній чи розумовій присутності на роботі.

*«Але це така свобода відносна. З одного боку ти вільний, з іншого - в тебе відповідальність за 15 людей чи 15 тис. людей» (7).*

*«Ти вільний, але більшою мірою належиш своєму бізнесу, ніж собі. Ти працюєш 24/7, ти наче можеш поїхати у відпустку на 2 тижні, але якісь операційні моменти завжди залишаються» (1).*

- Мотив влади та впливу

Декілька респондентів зазначили, що для них важливо відчуття, що вони можуть впливати на певні процеси.

*«Хочеться, щоб все залежало від мене» (11)*

*«...можливість впливати...» (1)*

- Мотив визнання іншими

Даний мотив не часто зустрічався у відповідях респондентів. Більше того, один респондент вказав, що йому це не важливо.

*«Ну те, що люди приходять, дякують» (5).*

*«Я своїм друзям, знайомим не розповідаю, що я там підприємець, що в мене є наймані робітники. Я не бачу сенсу цим «кічитися» чи розповідати» (2)*

- Мотив самоактуалізації та самореалізації

Людина не є бездіяльною, вона постійно діє, виходить за межі своїх рамок. Підприємництво може виступати певним способом реалізації себе як особистості, свого професійного потенціалу. Для більшості інформантів мотив самореалізації є важливим, зокрема, деякі вказували, що підприємницька діяльність та її фінансова складова допомагає в реалізації себе в професійній сфері.

*«Ну в моїй власне справі, це те, що це торкається стоматології. Я з 6 років хотів бути лікарем-стоматологом...Це те, з чим я буду працювати все життя. Це дійсно працює. Я не продаю якусь цеглу чи каміння...(2).*

*«...захотів якийсь матеріал – будь ласка, купив...»(6).*

*«Це як Жигуль і BMW. Або як в будівельному магазині, припустимо.*

*Шпатель для шпаклювання. Начебто що там, назва «шпатель», але один*

*там шпатель, у нього там ручка прогумована, вона ергономічна, зручна в роботі» (6).*

Одна респондентка, в якій вже був не один досвід ведення власної справи зазначила, що не тільки підприємництво, але будь-що нове це можливість для самореалізації. Тому коли це стає зрозумілим, то вона втрачає мотивацію займатися цим і це перетворюється на заробляння грошей.

*«Ну перші два роки мені було складно, коли я тільки починала, вчилася. Зараз я більшість всього знаю, це більше перетворюється в заробляння грошей, рутину. Тому я думаю, про інші напрямки розвитку. Я ще не розумію яких саме, щось нове. Загалом. Я думаю, що на старті це точно було, я добре розвивалась»(7)*

Були висловлені думки і про відсутність мотиву самореалізації. Більше того, це прозвучало від респондентів, які до цього або під час питання сказали, що сприймають підприємництво просто як роботу та заробляння грошей.

*«Напевно ні, мені в цьому більше допомагають якість духовні речі. Навіть більше в неробочий час. Я до підприємництва більше відношусь як до роботи» (1)*

*«Це моя робота, я отримую гроші з цього.» (5)*

#### ■ Творчість та підприємницька діяльність

В контексті підприємницької діяльності поняття творчості часто перетинається з інновативним типом поведінки. Інноваційний характер підприємця, як згадувалось в теоретичній частині, досліджував Джозеф Шумпетер, який ввів відомий вислів «буря творчого руйнування» («gale of creative destruction»). Ця невинна буря походить від енергії підприємців, які своїми інноваціями підривають ринкові позиції своїх конкурентів. (Ricketts, 2007). Проте, як виявилось, поняття творчості у підприємстві для інформантів не виявилось таким однозначним. Різні респонденти вкладали різне розуміння в те, що для них означає

творчість. Зокрема, творчість, яка проявляється в діях, цифрах та планах; творчість як певний хаос; принцип «купити-продати» та створення чогось нового, генерація ідей. Більше детально (див табл. 2.3.).

**Таблиця 2.3. Сприйняття творчості в підприємницькому процесі серед молоді України**

<b>Сприйняття</b>	<b>Цитата</b>
Творчість в діях, цифрах, планах	« <i>Ти все одно придумуєш якусь картинку і по ній починаєш рухатись. Просто ти цю картинку більше бачиш в цифрах, певних діях</i> » (1)  « <i>Це все взаємопов'язано. Ти будуєш плани, творчість необхідна. Відмалювати картину свого бізнесу, росту</i> » (3).
Творчість як певний хаос	« <i>Захотів вийшов на роботу, захотів не вийшов, але якщо, не вийшов то ти втратив гроші свої. Ти як і митець, захотів чорну лінію, захотів купити за 5, а продати за 3 гривні, будь ласка. Тільки плати податки, зарплату і дотримуйся трудового кодексу</i> » (2)
Принцип «купити-продати»	« <i>Це і є творчість, щоб купити дешевше, а продати дорожче. Для цього потрібно робити якісь дії, схеми, технології</i> » (3).
Створення чогось нового, генерація ідей	« <i>В моєму розумінні творчість – це коли ти робиш щось нове, можливо не для світу. Ти можеш інвентити велосипед, але якщо ти не знаєш, що це існує, то це твоя творчість. Будь-які ідеї для мене це творчість. Очевидно, що підприємництво – це одна з найбільш творчих професій. Хоча коли люди роблять, наприклад, такі ж кав'ярні, як у всіх, то це не творчість. В моєму випадку, я подивилась всі курси англійської, які існують, і зробила такого, якого немає.</i> » (7)

#### ■ Матеріальні мотиви

Для всіх респондентів підприємницька діяльність є основною частиною доходу, крім респондента, який мав постійне місце роботи, а магазин був додатковим ресурсом доходу. Ніхто не вказав, що прибутки абсолютно не важливі для нього/неї у підприємстві. Проте умовно респондентів можна поділити на

тих, кому фінансова складова підприємництва є першопріоритетною та ні. Так перша група зазначала, що прибутки від діяльності є індикатором успішності бізнесу. Також це дає можливість вирішувати якісь особисті потреби або інвестувати в професійний розвиток.

*«Та без комерційного інтересу сенсу розвитку немає, я б збрехав, якщо б сказав, що гроші не важливі. Без цього команда втрачає мотивацію, це показує, що діяльність дійсно ефективна. Всім потрібно їсти, вдягатися і так далі» (9).*

*«Купив машину нову, квартиру взяли. Для цього гроші потрібні. . Що ще...З стоматології, то купив собі мікроскоп для роботи» (6).*

*«Це приносить тобі гроші, якийсь кар'єрний ріст...» (3)*

*«Фінансова частина» (4)*

Характерними ознаками респондентів, які вказали, що матеріальна складова не є такою важливою для них, є те, що вони раніше наголошували на важливості мотивів свободи, самоактуалізації та саморозвитку. Наприклад, одна респондентка до підприємницької діяльності мала більший дохід, а зараз отримує ставку. Однак вона зазначила, що якщо дивитись на співвідношення часу роботи та оплати, то вона отримує більше.

*Я роблю це не через гроші, а тому що мені це подобається. На їжу вистачає і нормально» (8)*

*«Я коли була репетитором, то заробляла більше, ніж зараз будучи підприємцем. Але зараз в мене не було свободи, це були оффлан-заняття, плюс я вже більше не викладач, а підприємець. В тиждень я працюю годин 20, це 2-5 годин на день, плюс робоче навчання якесь. Якщо поррахувати мою зн, то я заробляю більше за час, який працюю» (7)*

Для більш глибокого розуміння значення матеріальних мотивів у залученні до підприємництва потрібно було визначити як саме підприємці керують доходами від своєї діяльності: витрачають на особисті потреби чи повертають знову в справу. Частина респондентів зазначили, що більшою мірою витрачають

на задоволення своїх потреб, проте в складні періоди підприємства, повертають у справу.

*«Поки я не повернула борг, то звичайно я повертала все назад, а коли все заспокоїлося, то більше почала працювати на свій комфорт і життя. Я зрозуміла, що якщо я постійно буду працювати-працювати-працювати, то я закопаю себе там. Якщо ти не отримуєш задоволення від життя, то навіщо тоді працювати. Потрібно жити в своє задоволення, я ж не буду 30 років в цьому клубі працювати [сміється]» (1)*

Інша частина зазначила, що живе на мінімальну суму від доходів, а все інше повертає у справу.

*«Основний дохід в мене від роботи в поліклініці. Як лікар стоматолог. Гроші, які наторговані в магазині я знову витрачаю на магазин, на закупку продукції*

*«В мене зараз ставка. Я не беру дивіденди з бізнесу. Дивідендів особливо немає» (7)*

На цьому етапі декілька респондентів вказали про міф, що підприємець – це людина, яка має багато грошей. Інформанти спростували це тим, що підприємець має постійно підтримувати бізнес, тому іноді він може навіть власні кошти закладати.

*«Підприємець – це не завжди мажор. Дитина підприємця – це мажор, бо йому батько багато грошей дає. А підприємець не може «розтринькати» ці гроші, вони вкладені в справу, вони мають обертатись. Ти маєш жити на різницю.»(2)*

*«...це ключовий фейк, що у підприємців багато грошей. Це не так. Найманий працівник зараз може заробляти набагато більше, ніж підприємець. Буває ж власник і топ-менеджер. Топ-менеджер заробляє набагато більше власника цієї компанії. Тому якщо людина хоче свободу та відповідальність, то він готовий бути підприємцем. Якщо – ні, то він може заробляти і в ролі найманого працівника» (1)*

У дослідженні мотивів залучення до підприємницької діяльності варто було звернути увагу на те, що мотивація може з часом змінюватись. Проте більша частина респондентів зазначила, що їх мотивація залишилась тією ж. Лише декілька респондентів вказали, що спочатку це було досягнення певної цілі та саморозвиток, а потім перетворилось на роботу, яка приносить гроші. Одна респондента зазначила, що додатковим мотивом для неї працювати стала відповідальність не тільки за себе, але й за свою команду.

*«Причина у мене змінилася, по початку це було більше пов'язане з розвитком, а коли ти вже досягаєш того рівня, якого планував досягти, то для тебе це більше перетворюється в заробляння грошей. Ти вже налагодив всі процеси, ти розумієш як це працює, нудно трохи. Це все перетворюється в операційну роботу» (1)*

Таблиця 2.4. Порівняння найманої праці та підприємницької діяльності

Підприємницька діяльність	
Плюси	Мінуси
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Досвід підприємницької діяльності є більш цінним</li> <li>- Можна більшому навчитись</li> <li>- Вищий дохід</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Іноді підприємець докладає</li> <li>- власні кошти у справу</li> <li>- При закритті бізнесу можна</li> <li>- залишитись з боргами</li> <li>- Робота 24/7</li> <li>- Багато адміністративних питань</li> <li>- Велика відповідальність</li> </ul>
Плюси	Мінуси
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Іноді топ-менеджер заробляє</li> <li>- більше за власника компанії</li> <li>- Відсутність ризиків і відповідальності; ризики грошима компанії</li> <li>- Стабільна зарплата</li> <li>- Є можливість змінити місце</li> <li>- роботи, якщо щось не подобається</li> <li>- Відсутність «паперової тяганини»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Необхідність підпорядковуватись і звітуватись</li> <li>- Можуть звільнити</li> <li>- Частіше менший дохід</li> </ul>
Наймана праця	



## 2.5. Роль підприємницької діяльності у суспільстві

Частина інтерв'ю була присвячена вивченню суспільних мотивів залучення до підприємницької діяльності. Важливо було почати з більш загальних питань про всіх підприємців та явище підприємництва загалом, а потім звернутися до особистого досвіду респондента та його ставлення до даного питання. Сюди відносились питання на визначення наявності необхідності допомагати іншим, приносити користь суспільству, а також готовність нести відповідальність за наслідки своїх дій і вчинків.

Думки респондентів умовно поділились на два тобори. Перші вважали, що допомога іншим є обов'язковою складовою підприємництва, адже якщо бізнес не вирішує якусь проблему, то він безмістовний.

*«Бізнес має допомагати, але яку проблему не знаю, війна зараз, але до чого тут підприємці» (3).*

*«Будь-який бізнес повинен вирішувати проблему якусь. Інакше він не життєздатний» (1).*

*«Якщо він не вирішує проблему людей, то нікому не потрібен в принципі. Місія у бізнесу теж повинна бути. Зараз люди хочуть бути частиною чогось більшого, якоїсь історії. Принцип «купив-продав» нікому не цікавий» (1).*

Другі – стверджували, що інтереси підприємця є пріоритетними, навіть якщо його єдиним інтересом є просто заробіток.

*«Я вважаю, що ніхто нікому нічого не винен. Бізнес створюють для якихось своїх внутрішніх питань. Або це фінансові питання, або це питання самореалізації, або все разом. Якщо у людини фінанси, то навіть якщо людині всі ці глобальні проблеми, якщо питання залишити щось після себе, то звичайно він буде ділитись» (7)*

Як продовження попередньої думки, частина інформантів вказала, що вирішення певних проблем суспільства залежить не тільки від цілей підприємця, а від

розміру бізнесу, чим більший оборотний капітал, тим більшу соціальну проблему має вирішувати бізнес.

*«Звичайно, і від розміру бізнесу і розміру оборотного капіталу такий і розмір соціальної відповідальності лягає на підприємця. Я маю маленький магазинчик, плачу один податок, одне робоче місце.» (2).*

*«Спочатку заробіток, потім соціальна місія. Знаєш як: «Спочатку маску собі, потім людині поруч» (7).*

*«Якщо це великий бізнес, то про соціальні проблеми має думати» (4).*

Щодо самих підприємців та їх допомоги суспільству, декілька респондентів вказали, що їх бізнес ніяк не допомагає або лише наданням робочих місць, що не вважалось допомогою зі слів респондента.

*«Ні, конкретно в мого бізнесу місії допомагати немає» (3).*

*«Я про вирішення якихось проблем не думав, максимум це робочі місця. І то це двосторонні домовленості більше» (4).*

Серед конкретних проблем, які, на думку респондентів, вирішує їх бізнес звучали розвиток людей та надання їм свободи, впевненості в собі, забезпечення людей продуктами в селі, оздоровлення жінок та людей середнього віку. Також декілька респондентів зазначали про завдання підприємництва покращувати інфраструктуру навколо себе.

*«...наприклад, я прибираю біля магазину, облаштовую якимось територію навколо, освітлення. А це зменшує криміногенну ситуацію в місті, можна ще й відеоспостереження поставити. Це мене морально підтримує і радує працювати» (2).*

*«...Те, що моя продукція людям допомагає...І вони приходять до мене знову і знову. Кажуть, що це працює...» (2).*

*«Для мене, це щоб люди були задоволені, зробити все для них, догодити їм» (5)*

*Для мене основне - це жінкам і бабусям допомогти оздоровитися.» (1)*

*«Тому що рух - це життя. Бабусі і дідусі в селах живуть довше, тому що вони щоранку виходять і кудись йдуть: на город. А в Києві люди похилого віку сидять в квартирі цілими днями, процеси сповільнюються і людина швидше вмирає, старіє. Для них такі тренування це можливість продовжити життя.» (1)*

*«В моєму селі продуктами можу тільки я їх забезпечити і ще два магазини. Я відсотків на 60» (5)*

Була інформанта, яка своєю місією вважала покращення рівня освіти в Україні і через свій бізнес це реалізовувала. Наприклад, вона надавала знижку на курс англійської мови для вчителів, щоб вони мали змогу покращити свої знання. В майбутньому, вона планує підняти рівень освіти в селах, але після того, як її бізнес почне більше заробляти.

*«Я даю людям свободу, впевненість в собі. Якийсь глобальний момент я ще не думала, бо нам хоча б навчитись заробляти» (7).*

*«Плюс мене в цілому хвилює українська освіта, в нас є постійна знижка 30% на курс для вчителів англійської в школах, це мінімум того, що я можу зробити. Вчителі не можуть собі дозволити зі своєї зп повну вартість курсу» (7).*

Таким чином, мотивація є рушієм у залученні до підприємницької діяльності. Вивчення мотивів серед респондентів показало, що сприйняття підприємництва не є однорідним, особливо в питаннях самовираження, творчості та необхідності допомагати іншим.

## 2.6. Стан підприємницької діяльності в Україні

**2.6.1. Особливості підприємницької діяльності в Україні.** Даний розділ присвячений стану та особливостям підприємницької діяльності в Україні станом на зараз. Від того на скільки активну діяльність ведуть підприємці малого бізнесу залежить економічна діяльність і розвиток самої держави. Важливо було з'ясувати бачення респондентів на певні аспекти та тенденції, особливо коли в напрямку підтримки підприємництва були прийняті Закон «Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні» (2001) та Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» (2017). Як зазначили всі респонденти, за останні 5 років підприємництво в Україні або не зазнало значних змін, або ситуація стала ще гіршою.

*«Сумно [сміється] У нас немає ніякої підтримки підприємців» (1)*

*«Раніше було простіше, давали працювати малим підприємцям» (3)*

Серед основних проблем респонденти виділили незахищеність підприємця на законодавчому рівні, зокрема в питаннях Трудового Кодексу та пошуку кваліфікованих кадрів. Також в даному контексті згадувалася корупція, яка є, але якої стало все ж менше. Нестабільність політична та економічна.

*«Потім законодавство. Цього стало вже менше, але якщо бізнес починає заробляти великі суми, то потрібно поділитися на взагалі незаконній основі. Це корупція»(1)*

*«Цього з роками стає все менше, особливо, коли прийшов Порошенко. Був такий негласний договір між підприємцями і Порошенко. Порошенко робить що хоче, але не чіпає підприємців, а підприємці не бунтують і не чіпають Порошенка. При Зеленському це поки особливо не відчувається, не знаю що буде» (1).*

*«Є складнощі з Трудовим Кодексом. Робітники повністю захищені, а роботодавці – ні» (2).*

*«Все нестабільно, живемо від виборів до виборів... були ліві, прийшли праві. Спочатку в одну сторону тягнемо, тоді в протилежну» (4)*

Ще одна проблема була згадана у сфері оподаткування.

*«Але податки. Як роботодавець даю робоче місце, ще й плачу за це податок. Це якось не дуже» (2).*

*«Податки. Це іноді в навантаження йде, зимою менше покупців, тому і менше заробіток» (5).*

Доволі часто згадуваною проблемою була монополізація ринку та обмеження малих підприємств. А також відсутність фінансової підтримки, що виражається у системі кредитування.

*«...закривають маленькі магазини, базарчики. Хочуть перевести в велике – супермаркети, гіпермаркети. Великий бізнес їсть малий» (3 )*

*«Дуже ринок монополізований» (4)*

*«У нас дуже високі процентні ставки на кредити. Навіть той Приват-банк, який робить програму КУБ і він дуже сильно його піарить, там дуже великий відсоток. Ти береш 300 000 грн кредит, а у тебе тільки 6000 грн в місяць відсоток, плюс ще потрібно повертати тіло кредиту. 6000 грн це дуже високий відсоток для стартапу, для нового бізнесу це дуже високий відсоток, який ще нормально не заробляє. Це «не кредитування підприємств», це звичайний кредит, який видається всім. У нас немає таких програм, які допомагали б підприємцям» (1).*

Проте деякі зрушення все ж були зазначені. Незважаючи на велику кількість шахраїв серед підприємств. *«Дуже багато зараз шахраїв, потрібно перевіряти відгуки, рейтинг» (3).* Все ж стало більш прозоріше завдяки більшому контролю з боку держави та можливості електронного заповнення документації.

*«може й прозоріше...» (3)*

*«Дуже зручно, що тепер не потрібно нікуди їздити і можна оформлювати все в електронному форматі» (2)*

Однак одна респондентка не була задоволена більшим контролем з боку держави, адже це обмежувало її заробіток.

*«Більше контроль став, за акцизам. Для підприємців це в гіршу сторону, але вони все рівно обходять це все. Людям потрібно жити. Вони нас – ми їх. Це рух в гіршу сторону з цим контролем» (5).*

**2.6.2. Перешкоди та складнощі у підприємницькій діяльності.** Для більш глибокого розуміння мотивів залучення до підприємницької діяльності серед молоді потрібно було з'ясувати, які складнощі вони мали на початку та під час підприємництва. Це допомогло зрозуміти, що є бар'єром, який гальмує заснування власної справи серед молоді України. З історій респондентів, основними складнощами є висока конкуренція, проте один респондент зазначив, що саме вона мотивує розвиватися.

*«Всі ніші зайняті, висока конкуренція, потрібно те, чого немає в Україні» (3).*

*«Після Радянського Союзу, впринципі, нічого не було і люди були раді всьому. То зараз дуже великий ринок, можна піти купити у Васі, Петі, Марини. І клієнт вже вибирає. Дивиться на сервіс» (1).*

*«Постійно потрібно шукати пацієнтів. В стоматології дуже висока конкуренція» (6).*

*«Ресторанна сфера взагалі дуже складна. Дуже багато закладів, які відкриваються і які закриваються. Все перенасичено. Потрібно на початку мати великі фінанси та унікальність» (8).*

*«Стає більше пропозиції на ринку, ніж попиту. Це все. Це конкуренція, але вона змушує рухатись вперед всіх. Якщо конкуренції немає, то сенс покращувати якість товарів, якщо його й так куплять» (4).*

Місце творчості у підприємницькій діяльності уже згадувалася, проте відповідаючи на питання респонденти сказали, що творчість є своєрідною перепорою саме для підприємця, адже його роль в бізнесі – це генерація ідей, тому щоденна операційна щоденна робота дається складно. До того ж, деякі інформанти зазначали, що творчий процес є більш складним, тому вони часто стикаються з вигорянням.

*«Найскладніше в підприємництві - це щоденна операційна робота. Підприємці класно малюють картинку, класно розповідають куди ми йдемо, але більшість підприємців не люблять по точках перевіряти чи ми доходимо до потрібної мети. Кожен день по цифрах, я спілкуюся з іншими підприємцями, вони кажуть, що не люблять цього» (1).*

*«Я часто вигораю, бо моя частина роботи в команді більш творча. Більшість задач для мене нові, як тільки для мене стає щось звичним, я його розумію, то все – я це делекую. Я витрачаю набагато більше сили мізків, бо я ніколи не роблю рутинну роботу» (7)*

*«Очевидно, що підприємництво – це одна з найбільш творчих професій» (7)*

Ще один напрямок, де респонденти зазначили, що мали або мають складнощі – це робота з людьми. Основними проявами таких складнощів є розчарування в людях, які можуть красти на роботі, пошук людей в команду, які мають схожі цінності та світогляд, а також робота з партнерами, яка є складною саме у пошуку компромісів.

*«Ти не розумієш чому людина не береться працювати так само, як ти» (1)*

*«Мені дуже складно людей шукати, які твої, знаєш. Які так само будуть горіти справою» (8)*

*«...коли два партнери в бізнесі не можуть знайти компроміс і вирішити якісь моменти, то навколо все руйнується. Ось коли я вже залишилася одна, у мене була чітка картина, я дуже багато працювала і поступово відновлювала все» (1).*

*«У співробітниках було розчарування. У нас такий менталітет, ще з СРСР, що потрібно щось вкрати, поцупити. Це передається з покоління в покоління. Це передається і дітям, я нікого не звинувачую, але це факт нашого менталітету» (1).*

*«... з цим мені було складно, тому що це моє і у мене його забирають. Це якась сума, недостача. Буває, ти навіть розумієш хто це. Тут суть не в дрібниці, а в неприємному осаді» (1).*

Ще одним складним аспектом у своїй підприємницькій діяльності респонденти виділили межування роботи та життя (*work/ life balance*). Підприємець має постійно бути на роботі або змінювати свою поведінку, особливо це стосується стилю управління.

*Я сама по собі м'яка людина, але коли ти керуєш, мені довелося себе ламати, бути жорсткіше» (1).*

*«Я зараз дуже багато читаю про *work/ life balance*, бо іноді ти забуваєш, що в тебе є інше життя, друзі. Це дуже втомлює, така відданість» (11).*

*У якийсь момент відчувала, що я керівник на роботі і забуваю, яка я насправді. Тут палиця з двома кінцями. Ти можеш бути доброю і пухнастою, але цим всі починають користуватися. Потрібно було вчитися межувати роботу і життя(1).*

**2.6.3. Ризик як складова підприємницької діяльності.** Важливо було також дослідити ставлення до поняття ризику для підприємців та його роль як драйвера залучення до підприємництва. Цілком логічно, що підприємці ніколи



б не стали успішними, якщо б перманентно перебували в своїй зоні комфорту. Деякі респонденти під час інтерв'ю зазначали, що те, що вони колись ризикнули почати було вирішальним на початку їх підприємницької кар'єри. До основних ризиків на початку підприємницької діяльності інформанти віднесли фінансові ризики та ризики пов'язані з політичною ситуацією в країні.

*«Ну перші гроші, наприклад, я взяв в борг і було страшно, бо а раптом не вийде, як тоді їх повертати. Це був ризик, але без нього я б не отримав перший заробіток.» (10)*

*«...в 20 років вже вирішила, що пора. Хоча на той момент це було дуже ризиковано. Не знаю, чи ризикнула б я зараз взяти в кризу клуб і почати його відновлювати, тоді він був збитковий. Створювати якийсь бізнес в момент, коли нестабільна економіка і курс долара росте з 8 до 30, але це було так ризиковано» (1).*

*«...ну хотів спробувати відкрити щось своє. Це перше. Типу професійно...хотів мати свій кабінет. Спробувати себе як підприємця...» (6)*

Ризик великими грошима має бути більш продуманим, ніж коли їх майже немає. Одна з респонденток зазначала, що основною причиною початку її підприємницької діяльності та того, що вона ризикнула була відсутність значної суми, що робило ризик не таким складним.

*«Напевно перше – тобі нічого втрачати. От коли ти маєш певний фінансовий запас, маєш 20 000 доларів, то тобі складно прийняти рішення цими грошима ризикнути. В той момент, коли мені було 20 років у 2014 році, в мене не було грошей взагалі, а з кредитними грошима влізти в борги простіше. В тебе все одно нічого немає, від того, що нічого немає, тобі простіше ризикувати» (1).*

Лише одна респондента не підтвердила, що ризик є невід'ємною частиною підприємницької діяльності. У її відповіді прослідковується поняття поміркованого (помірного, прорахованого) ризику, яке згадувалось в теоретичній частині роботи.

*«Я не сильно ризикую. В мене просто є проекти, що якщо все добре продумати, то ти мінімально ризикуєш. Мені здається питання ризику, це питання того, наскільки тобі було не лінь все продумати раніше, зробити аналіз ринку. Попередня перевірка може показати наскільки воно буде рентабельно.» (7).*

*«...є стартапи, це коли все супернове і все потрібно тестити, зробити MVP і подивитись як реагує ринок. Тоді це ризики, але вони частіше ризикують не своїми грошима, а грошима інвестора» (7).*

Серед основних ризиків у підприємництві виділили: нестабільну економіку в Україні та нестабільний курс долара, міграція робочої сили на Захід, та відповідно підвищення заробітних плат працівникам, відносність законів та договорів.

*«Ризик є у всіх, тому що економіка може за один день змінитися і ти все одно несеши дуже великі ризики. Особливо в нашій країні. Нестабільна економіка та курс долара, їдуть дуже багато людей на заробітки, з цього люди стають боєм затребуваними і їм потрібно піднімати зп. Бізнес не може витримувати таку велику зп, тобто зп ростуть, але саме підприємство не стало більше заробляти. Потім відсутність законів, у нас суди не працюють. І об'єктивно договори, які ми робимо по суті, всі розуміють, що вони нічого не варті. Це те ж саме, що домовитися на словах.» (1)*

*«Воно в мене завжди так 50 на 50. Я не знаю продам я цю рибу чи ні» (5)*

**2.6.4. Залучення молоді до підприємницької діяльності.** В контексті даної роботи також було необхідно дослідити думку молодих підприємців щодо важливості залучення молоді до підприємницької діяльності. Більшість респондентів погодились, що це важливо, однак лише одна респондента вказала, що вона проти цього, бо велика кількість підприємців не гарантує успішність, а іноді навіть гальмує економіку. Необхідність залучення молоді до підприємни-

цтва пояснювалась тим, що це розвиває людину та країну, але тільки якщо це легальна діяльність, яка приносить податки, наприклад.

*«Звичайно, але дивлячись яка. Є законна і корисна. І коли податки платяться. А не коли в Instagram продають і вже вважають себе підприємцем. Це рухає країну і економіку вперед» (2).*

*«Звичайно, бо своє є своє. Це мізки на новий рівень налаштовує, потрібно розвиватися» (3).*

*«Я думаю, що це не прям настільки важливо»(1).*

Також була думка, що бути незалежним підприємцем є популярним серед сучасної молоді через образ великих корпорацій, які починались з малого, що дає молоді надію, часто помилкову, на їх швидкий успіх. Але все ж «підприємництво заради підприємництва» не є гарною стратегією.

*«За соціальним дослідженням, основною причиною кризи 2020 є велика кількість збиткових стартапів по всьому світу. Стали модні стартапи, в них стали вкладати гроші, а вони виявилися збитковими. Це виходить гальмує економіку, був викид грошей в нікуди. Чому стало модно, це пов'язано з програмістами, з Apple, щоб з таких маленьких стартапів почали розвиватися великі корпорації. Але насправді, компанія Apple і таких мегауспішних стартапів не так багато, а ось збиткових...» (1).*

*«Мені не подобається, коли молоді люди хочуть займатися підприємництвом заради підприємництва» (7).*

*«Зараз стало дуже модно бути підприємцем, всі стараються це робити» (1).*

На основі історій респондентів було виділено умову, за якої залучення до підприємництва буде максимально успішним і для держави, і для суспільства, і для підприємця. Це наявність досвіду найманої праці. Це потрібно для того,

щоб зрозуміти напрямок розвитку або мати певну унікальну ідею. Також рішення стати підприємцем має бути свідомим та порахованим.

*«Я вважаю, що молодь повинна попрацювати найманим співробітником кілька років, розуміти в який напрямок ти підеш» (1)*

*«Зрозуміти, що тобі подобається і тільки потім думати про підприємництво» (9)*

*«Так само і з підприємництвом, якщо в тебе є ідеї, які ти знаєш, що інші не реалізують. І тоді в цьому є свій сік.»(7)*

*«Молодь часто говорить, що ми хочемо бути вільними, але з точки зору економіки, я не вважаю, що це прям добре. Я вважаю, що якщо щось робити, то все повинно бути прибутково, прораховано і продумано» (1)*

До того ж, якщо ідеї немає, то варто йти працювати в компанію, особливо, якщо в неї така ідея є.

*«Краще розвивати економіку на робочих місцях, тим більше для нашої країни це дуже важливо.» (1)*

*«Звичайно, можна робити штамповані формати і робити гроші, але я це не поважаю. Я думаю, що тоді вже краще йти допомагати компанії, в якій є ця ідея» (7).*

Таким чином, попри згоду всіх респондентів з загальноприйнятими характеристиками підприємництва та підприємця, було все ж суб'єктивне бачення та певні додаткові аспекти. Підприємець – це відповідальна людина, яка цінує свободу, має гарні організаційні навички та комерційний інтерес до своєї діяльності. Основними підприємницькими рисами характеру є: комунікабельність, наполегливість, хитрість, відповідальність, вміння продумано ризикувати та відсутність страху помилок. Було виділено зовнішні (продовження сімейної справи, страх втратити клієнтів через неофіційний статус діяльності, життєві обставини, які обмежують можливість займатись попередньою діяльні-

стю та низький рівень доходу) та внутрішні (прагнення до незалежності, свободи та саморозвитку, отримання нових знань та навичок або бажання отримувати матеріальну вигоду від хобі) причини початку підприємницької діяльності серед молоді, які частково проілюстрували мотиви залучення. Найпоширенішим мотивом залучення до підприємництва серед респондентів є мотив свободи та незалежності, проте дана свобода носить дуальний характер. Мотив самовираження та творчості також є важливим, проте він не має єдиного сенсу. Менш важливим є мотиви влади та впливу, а також мотив поваги/визнання інших. Матеріальні мотиви є показником успішності у підприємницькій діяльності для респондентів, проте не для всіх. Роль суспільних мотивів саме в залученні до підприємництва є незначною, бо першочерговим завданням молодого підприємця є заробіток, проте з ростом справи з'являється прагнення допомагати іншим та бути корисним. Більше того, респонденти зазначили, що чим більший прибуток та розмір бізнесу, тим більші проблеми в суспільстві він має вирішувати. *Сім'я та оточення* хоч і не є мотивами, проте грають важливу роль у залученні до підприємництва української молоді, особливо наявність серед родичів або друзів/ знайомих людей з підприємницьким досвідом. В сім'ї це відбувається в два способи: через позитивні та негативні приклади поведінки та на етапі соціалізації й засвоєння норм, зокрема через елементи виховання. Роль оточення є більш суперечливою. Основними складнощами є відсутність підтримки від держави на законодавчому рівні, корупція, нелояльна система кредитування бізнесу, брак робочої сили, яка їде на Захід, несправедлива система оподаткування, збільшення контролю, який обмежує діяльність, політична та економічна нестабільність. Серед позитивних зрушень є більша прозорість та зручність оформлення документації в електронному вигляді.

Ставлення до необхідності залучення молоді до підприємництва не є однозначним. З одного боку, це сприяє розвитку країни та саморозвитку підприємців. Але з іншого боку, перенасиченість збитковими підприємствами не є позитивним наслідком надмірної популярності ідеї власної справи серед молоді.

## ВИСНОВКИ

Підприємництво як соціально-економічне явище є динамічним та комплексним поняттям. Теоретичні підходи до визначення поняття підприємця та підприємництва включають в себе багато аспектів, зокрема психологічний або індивідуальний, економічний та соціологічний. Ці визначення варіюються в залежності від тематики та направленості досліджень та інших факторів. Відповідно до українського законодавства, підприємництво - безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством.

Теоретичні підходи до вивчення поняття підприємництва діляться на ті, що фокусуються на *вивченні ролі підприємця* в суспільстві та вивченні *чинників, що формують підприємницький стиль поведінки, цінності та норми*. До перших належать такі ролі підприємця як підприємець-інноватор, підприємець-девіант, підприємець-власник капіталу, підприємець, той, хто постійно ризикує. До другого значною мірою відносять соціологічні теорії спрямовані на засвоєння соціальних норм, цінностей характерних для підприємців. Вони засвоюються через соціалізацію та відтворення поведінки. Велику роль грають культура та значимі інші. Серед цих теорій – культурологічна парадигма Вебера, капіталістичний дух Зомбарта. У вивчення теми підприємництва в Україні вагомий внесок додали Юрій Пачковський, Валерій Пилипенко, Євген Сірий та інші.

Щодо поняття мотивації, то це теж є комплексне поняття, яке більшою мірою є фокусом досліджень психологів, рідше соціологів. Одним з підходів до визначення мотивації є поділ на наявність *потреб* у індивіда, які спонукають до певної поведінки, які в свою чергу поділяються на первинні (фізіологічні) та вторинні (психологічні) та наявність винагород, тобто всього, що індивід вважає цінним для себе. Вони також мають свій поділ, а саме на внутрішні (приємні відчуття від роботи) та зовнішні (те, що дають за роботу). Після розгляду значної кількості підходів до визначення понять мотив та мотивація, найбільш

релевантними для даної роботи є наступні. Мотив – усвідомлене спонукання до дії суб'єкта (особистості, соціальної групи, суспільства), яке пов'язане з прагненням задовольнити певні потреби. Мотивація – сукупність об'єктивних і суб'єктивних факторів, що спонукають людину до діяльності, визначають тип її поведінки, орієнтують на досягнення поставлених цілей.

Підходів до вивчення та дослідження мотивації існує багато. Проте більшість можна поділити на *змістовні та процесуальні*. Перші базуються на тому, що потреби спонукають до дій, другі - що сприйняття й очікування визначають вибір поведінки. Змістовними теоріями мотивації є ієрархія потреб Абрахама Маслоу, теорія набутих потреб Девіда Маккеланда, двохфакторна теорія Фредеріка Герцберга та інші. Процесуальними – теорія очікування Віктора Врума, теорія справедливості та теорія запланованої поведінки Іцака Айзена.

Щодо мотиваційного поля підприємницької діяльності, то основними підходами є соціопсихологічний підхід Девіда Маккеланда, підхід Джозефа Шумпетера, інтровертна та екстравертна мотивація Барбеля та Хайнца Швайбе, мотив уникнення невдачі, «вимушене підприємництво» («*necessity entrepreneurship*») та «підприємництво на основі використання можливостей» («*opportunity entrepreneurship*»). В рамках даної роботи, зокрема була використана класифікація мотивів залучення до підприємницької діяльності Юрія Пачковського. Серед них: мотиви самореалізації, самоактуалізації та самовираження; матеріальні мотиви та суспільні мотиви.

В рамках даного дослідження всі респонденти погодились з загальноприйнятими характеристиками підприємництва та підприємця, проте все ж суб'єктивне бачення дає певні нові аспекти. Зокрема, що підприємець – це відповідальна людина, яка цінує свободу, має гарні організаційні навички та комерційний інтерес до своєї діяльності. Респонденти також зазначили, що кожен підприємець має володіти певними рисами, серед них: комунікабельність, наполегливість, хитрість, відповідальність, вміння продумано ризикувати та відсутність страху помилок.

Причини початку підприємницької діяльності серед молоді частково проілюстрували мотиви залучення. Було виділено зовнішні та внутрішні причини. Зовнішні йдуть від навколишніх чинників, таких як продовження сімейної справи, страх втратити клієнтів через неофіційний статус діяльності, життєві обставини, які обмежують можливість займатись попередньою діяльністю та низький рівень доходу. Внутрішні формуються в дитинстві, підлітковому віці або після досвіду найманої праці. Серед них прагнення до незалежності, свободи, прагнення саморозвитку, отримання нових знань та навичок або бажання отримувати матеріальну вигоду від хобі.

*Сім'я та оточення* хоч і не є мотивами, проте грають важливу роль у залученні до підприємництва молоді України, особливо наявність серед родичів або друзів/ знайомих людей з підприємницьким досвідом. В сім'ї це відбувається в два способи: через позитивні та негативні приклади поведінки та на етапі соціалізації й засвоєння норм, зокрема через елементи виховання цінності свободи, фінансової грамотності та прискіпливості. Роль оточення є більш суперечливою. З одного боку, наявність рольових моделей та підприємців в оточенні стимулює відкриття власної справи. З іншого боку, зустрічається певне засудження та стигматизація успіху підприємця в оточенні, яке проявляється в скептичному, несерйозному ставленні до діяльності на початковому етапі, що є перепорою для її продовження.

Найпоширенішим мотивом залучення до підприємництва серед респондентів є *мотив свободи та незалежності*, який включає в себе географічну та часову свободу, відсутність керівництва, свободу приймати рішення. Проте дана свобода носить дуальний характер, бо підприємець належить своїй справі. *Мотив самовираження та творчості* також є важливим, проте він не має єдиного сенсу. Серед основних проявів творчості в підприємництві респонденти є наявність певного хаосу; творчість в цифрах, діях та планах; генерація нових ідей та принцип «купити-продати». Наявними, але менш важливим є *мотиви влади та впливу*, а також *мотив поваги/визнання інших*. Матеріальні мотиви є показником успішності у підприємницькій діяльності для респондентів, проте



не для всіх. Роль *суспільних мотивів* саме в залученні до підприємництва є незначною, бо першочерговим завданням молодого підприємця є заробіток, проте з ростом справи з'являється прагнення допомагати іншим та бути корисним. Більше того, респонденти зазначили, що чим більший прибуток та розмір бізнесу, тим більші проблеми в суспільстві він має вирішувати.

Щодо особливостей підприємницької діяльності в Україні, то за останні 5 років помітних змін, за словами респондентів не відбулося. Основними складнощами є відсутність підтримки від держави на законодавчому рівні, корупція, нелояльна система кредитування бізнесу, брак робочої сили, яка їде на Захід, несправедлива система оподаткування, збільшення контролю, який обмежує діяльність, політична та економічна нестабільність. Серед позитивних зрушень є більша прозорість та зручність оформлення документації в електронному вигляді.

Ставлення до необхідності залучення молоді до підприємництва не є однозначним. З одного боку, це сприяє розвитку країни та саморозвитку підприємців. Але з іншого боку, перенасиченість збитковими підприємствами не є позитивним наслідком надмірної популярності ідеї власної справи серед молоді. Проте стратегією, яка забезпечить максимальну результативність від підприємницької діяльності і молоді, і державі, і суспільству є наявність попереднього досвіду роботи, наявність певної прорахованої ідеї та чітке розуміння позитивних та негативних аспектів підприємницької діяльності.

### Список використаних джерел:

- Бойко, А.Е. (2010). Сучасні підходи до розуміння феномену самовираження особистості. *Збірник наукових праць. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*, 14, 3-10.
- Вебер, М. (2018). *Протестантська етика і дух капіталізму* (пер. з нім. О. Погорілий.). Київ: Наш Формат.
- Волосевич, І., Герасимчук, С., Костюченко, Т. (2015) Молодь України – 2015. ООН в Україні. Режим доступу:  
[http://www.un.org.ua/images/documents/3685/Molod\\_Ukraine.pdf](http://www.un.org.ua/images/documents/3685/Molod_Ukraine.pdf)
- Гацура, В. Я. (2001). *Мотиваційне управління малими підприємствами*. Київ: АПК.
- Дербеньова, А. Г. (2012). *Усе про мотивацію*. Харків: Видавнича група "Основа".
- Державна служба статистики. (2018). Обсяг виробленої продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності. Україна . Режим доступу:  
[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/fin/ovpp/ovpp\\_2015\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2016/fin/ovpp/ovpp_2015_u.htm)
- Державна служба статистики. (2019). Зайнятість населення за статтю, типом місцевості та віковими групами. Україна . Режим доступу:  
[http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/eans\\_u/arch\\_znsmv\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/eans_u/arch_znsmv_u.htm)
- Дятлов С.А., Марьяненко В.П. (2009). Гиперконкуренция, как фактор лидерства в глобальной экономике. *Механізм регулювання економіки*, 3, 110–118.
- Зомбарт, В., (1994). *Буржуа: Этюды по истории духовного развития современного экономического человека*. Москва.
- Кацьора, О.В., (2013). Соціологічні підходи до визначення підприємництва. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка та соціальна робота»*. (29), 64-66.

- Маркс, К., Энгельс, Ф. (1955). *Сочинения. Изд. 2-е.* Москва: Госполитиздат.
- Маршалл, А. (1993). *Принципы экономической науки. Том 1.* Москва: Прогресс-Универс.
- Мертон, Р. (2006). *Социальная теория и социальная структура.* Москва: АСТ МОСКВА
- Маслоу, А. (1999). *Мотивация и личность.* СПб: Евразия.
- Мескон, М., Альберт, М., Хедоури, Ф. (1997). *Основы менеджмента.* Москва: Издательство «ДЕЛО»
- Найт, Ф. (1994). Понятия риска и неопределенности. *THESIS*, 5, 12-28.
- Осипов, Г.В. (Ред.), (1998). *Социологический энциклопедический словарь. На русском, английском, немецком, французском, чешском языках.* Москва: Издательская группа ИНФРА-М-НОРМА.
- Пачковський, Ю.Ф. (2017). *Психологія підприємництва: Навч. посібник.* (4-те вид). Київ: Каравелла.
- Пилипенко, В. (1997). *Соціологія підприємництва.* Київ: Стилос
- Попова, Е. С. (2012). *Исследование социальных аспектов формирования мотивации к образованию у молодежи: от теоретических подходов к операционализации.* Москва: Институт социологии РАН
- Проданова, Л. В., Котляревський, О. В. (2019) *Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України.* Черкаський державний технологічний університет. Видавець Пономаренко Р.В.
- Про підприємництво (1991). Закон України від 26 лютого 1991 року. Відомості Верховної Ради УРСР. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
- Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні. (1993). Закон України від 5 лютого 1993 року. Відомості Верховної Ради України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>
- Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні. (2001). Закон України від 1 липня 2001 року. Відомості Верховної Ради України. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2157-14>

- Про схвалення Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року» (2017). Розпорядження від 24 травня 2017 року. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504-2017-%D1%80>
- Рахманов, О. (2010). *Соціокультурні чинники інституалізації підприємництва в Україні*. Київ: КНЕУ.
- Сірий, Є.В. (2010). *Підприємництво як предмет соціологічного теоретизування*: автореф. дис.. д-ра соціолог. наук 22.00.01. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка. Київ
- Смит, А. (1962). *Исследование о природе и причинах богатства народов*. Москва: Издательство социально-полит. литературы.
- Ткалич, М.Г., Шутько, Д.О. (2013). Основні підходи до вивчення феномену самоактуалізації особистості в зарубіжній психології. *Проблеми сучасної психології*, (1), 65-71.
- Хайек, Ф.А. (1992). *Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма*. Москва: Новости. Режим доступу: [http://www.libertarium.ru/1\\_lib\\_conceit0](http://www.libertarium.ru/1_lib_conceit0)
- Харченко, В. Є. (2014). Теоретичний аналіз підходів щодо визначення поняття «самореалізація особистості» у психологічній літературі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія : Психологія і педагогіка*, (30), 123–127.
- Чаркіна, Т. І. (2012). Погляди М. Вебера на зародження капіталізму. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. "Історія та географія"*, (46), 59-63. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/znphnpu\\_ist\\_2012\\_46\\_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/znphnpu_ist_2012_46_16)
- Ядов В.А. (2003). *Стратегия социологического исследования*. Москва: Академ-книга.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Perceived Behavioral Control, Self-Efficacy, Locus of Control, and the Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32 (4), 665–683.

- Atkinson, J.W. (1964). *An introduction to motivation*. Van Nostrand.
- Brockhaus, R.H. (1980). Risk Taking Propensity of Entrepreneurs. *Academy of Management Journal*, 23(3), 509-520.
- Busenitz, L., Lau, C. (1996). A Cross-cultural Cognitive Model of New Venture Creation. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(4), 25-39.
- Cantillon, R. (1959). *Essai Sur la Nature du Commerce en General* (Henry Higgs, ed. and trans.). London: Frank Cass and Co., Ltd. Режим доступа: [https://www.econlib.org/library/NPDBooks/Cantillon/cntNT.html?chapter\\_num=3#book-reader](https://www.econlib.org/library/NPDBooks/Cantillon/cntNT.html?chapter_num=3#book-reader)
- Chell, E. (2008). *The entrepreneurial personality: A social construction* (2nd ed.). Routledge/Taylor & Francis Group. <https://doi.org/10.4324/9780203938638>
- Cooper, A.C., Woo, C.Y., Dunkelberg, W.C. (1998). Entrepreneurs' Perceived Chance of Success. *Journal of Business Venturing* 3(3), 97-108.
- Dej, D., Stephan, U. & Gorgievski, M., (2012). *Subjective entrepreneurial success: Development of a multi dimensional measurement instrument*. In Academy of Management Annual Meeting. Boston, MA.
- Gibb, A., Haskins, G., & Robertson, I. (2013). Leading the entrepreneurial university: Meeting the entrepreneurial development needs of higher education institutions. *Universities in Change*, 9-45. NewYork: Springer.
- Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2016/2017. GERA. Режим доступа: <http://www.gemconsortium.org/report>.
- Global Entrepreneurship Monitor. Global Report 2019/2020. GERA. Режим доступа: <https://www.gemconsortium.org/report/gem-2019-2020-global-report>
- Hisrich, R.D, Peters, M.P. and Shepherd, D.A. (2008). *Entrepreneurship* (7th Ed.) Boston, Mass.: McGraw-Hill/Irwin.
- Hoselitz, B. F. (1952). Entrepreneurship and Economic Growth. *American Journal of Economics and Sociology*, 12(1), 97–111. doi:10.1111/j.1536-7150.1952.tb00480.x

- Hunady, J., Orviska, M., Pisar, P. (2018). The Effect of Higher Education on Entrepreneurial Activities and Starting Up Successful Businesses. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 29(2), 226–235.
- Levie, J. & Hart, M.M., (2013). The contribution of migrants and ethnic minorities to entrepreneurship in the United Kingdom. In M. Minniti, ed. *The Dynamics of Entrepreneurial Activity*. Oxford: Oxford University Press, 101–123.
- Long, W. (1983). The Meaning of Entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, 8(2), 47–59. doi:10.1177/104225878300800209 Режим доступа: <https://scihub.tw/https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/104225878300800209>
- Marshall, A. (1912). *Economics of Industry*. London: Macmillan.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. London: Van Norstrand.
- McClelland, D. (1970) The Two Faces of Power, *Journal of International Affairs*, 24, 30-41.
- Palich, L.E, Bagby, D.R. (1995). Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-taking: Challenging Conventional Wisdom. *Journal of Business Venturing* 10(6), 425-438.
- Rekha Rani, (2012). Motivation and work motivation: concepts, theories & researches. *International Journal of Research in IT & Management*, 30 (8), 14-22. Режим доступа: <https://pdfs.semanticscholar.org/3c44/cc2a6fbe4024accdf82de9fcfd62e6ccf3e7.pdf>
- Ricketts, M. (2009). Theories of Entrepreneurship: Historical Development and Critical Assessment. *The Oxford Handbook of Entrepreneurship*. Oxford University Press DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199546992.003.0002
- Rotter, J. B. (1954). *Social learning and clinical psychology*. Prentice-Hall, Inc. <https://doi.org/10.1037/10788-000>
- Salem, M., (2014). Higher Education As A Pathway To Entrepreneurship.

- Shumpeter, J. A. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper & Brothers.
- Simon, M., Houghton, S.M., Aquino, K. (1999). Cognitive Biases, Risk Perception, and Venture Formation: How Individuals Decide to Start Companies. *Journal of Business Venturing*, 15, 113-134.
- Singh, K. (2011). Study of Achievement Motivation in Relation to Academic Achievement of Students. *International Journal of Educational Planning and Administration*, 1(2), 161-171.
- Stephan, U., Hart, M., Drews, C. (2015) Understanding Motivations for Entrepreneurship. *A Review of Recent Research Evidence*. Enterprise Research Centre and Aston Business School
- Wach, K., & Wojciechowski, L. (2016). Entrepreneurial Intentions of Students in Poland in the View of Ajzen's Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 4(1), 83–94. <https://doi.org/10.15678/EBER.2016.040106>.
- Wang, C., Wong P., (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation* (24), 163–172. Режим доступа: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0166497202000160>

## Гайд

Мене звати Владислава Мохонь, я студентка 4 курсу соціології Києво-Могилянської академії. Це інтерв'ю проводиться в рамках дипломної роботи, метою якої є внести свій внесок до розуміння мотивів залучення до підприємницької діяльності серед молоді. Мені цікаво почути вашу історію та дізнатися Ваше ставлення та досвід становлення Вашої підприємницької діяльності. Тут немає правильних чи неправильних відповідей на запитання. Мені важливо почути та дізнатися Ваш досвід, що має суто науковий інтерес. У Вас є можливість не відповідати на питання, які є для Вас не комфортними. Під час інтерв'ю буде проводитись аудіозапис, це потрібно лише для фіксування інформації та більш зручної її обробки в майбутньому. Проте якщо Ви не надаєте згоди на ведення аудіозапису, я не буду цього робити. Все, що ви говорите є конфіденційним. Орієнтовний час інтерв'ю 1-2 години, проте Ви маєте право завершити його в будь-який час. Чи маєте Ви які-небудь питання?

### 1. Вступ

- Що для Вас означає бути підприємцем/ підприємництво?
- Розкажіть трохи більше про Ваш бізнес?
- Як Ви прийшли до ідеї відкриття своєї компанії? Чим Ви займалися до цього?
- Що стало причиною Вашого рішення займатись підприємницькою діяльністю?
- Чи хотіли Ви займатись підприємницькою діяльністю ще з дитинства чи це відбулося спонтанно?
- Як би Ви описали ситуацію з Вашим бізнесом зараз? На якому Ви зараз етапі?
- Що Вам найбільше подобається в підприємницькій діяльності?
- Які емоції у Вас від того, чим Ви займаєтесь?

### 2. Мотиви задоволення потреб самоактуалізації/ самореалізації/ самовираження

- Чи вважаєте Ви, що деякі люди більш схильні до того, щоб бути підприємцями? Чому?
- На Вашу думку, підприємцем «народжуються» чи стають?
- На Вашу думку, яка різниця між підприємцем та не-підприємцем?
- На Вашу думку, які риси характеру допомагають Вам у підприємницькій діяльності?



- На Вашу думку, чи сприяло Ваше виховання тому, що Ви почали займатись підприємництвом?
- А Ваші друзі/знайомі, взагалі оточення якось вплинуло на Ваше становлення як підприємця? Як саме?
- А що змінилося у Вашому характері/погляді на якісь речі/цінностях після того, як Ви почали займатися підприємницькою діяльністю?
- Чи сприяє підприємницька діяльність реалізації Вас як особистості? Як саме?
- Чи сприяє підприємницька діяльність, тому що Ви повною мірою використовуєте свій талант та здібності?
- На Вашу думку, чи має підприємницька діяльність щось спільне з творчим процесом? Чому?
- Чи змінило заняття підприємницькою діяльністю у суспільстві ваш імідж серед друзів та знайомих? Як саме?

### **3. Матеріальні мотиви**

- Як Ви вважаєте, які плюси найманої праці, а які плюси підприємницької діяльності? А які мінуси?
- Підприємницька діяльність це основна частина Вашого доходу?
- Чи було таке, що підприємницька діяльність допомогла Вам вирішити якісь матеріальні складнощі не пов'язані з підприємництвом?
- А як Ви керуєте доходами від підприємницької діяльності? Яку частку витрачаєте на особисті потреби, а яку повертаєте назад в діяльність? Чи хотіли б Ви змінити це співвідношення?
- Чи було таке, що Ваш прибуток значно знизився? Або Ви мали фінансові проблеми в бізнесі? Як Ви виходили з даної ситуації?
- Чи вважаєте Ви вашу підприємницьку діяльність більш ризиковою порівняно з найманою працею? Чи є на вашу думку ризик невід'ємною складовою підприємницької діяльності?
- Як часто Ви ризикуєте у підприємницькій діяльності?

### **4. Мотиви суспільного характеру**

- На Вашу думку, яка основна ціль підприємництва в суспільстві?
- Як Ви вважаєте, чи має бізнес взагалі думати про вирішення якихось суспільних проблем? Чому? Від чого це залежить? Можливо у Вас є приклади таких компаній?

- А підприємець має своєю діяльністю якимось змінювати світ?
- На Вашу думку, чи приносить Ваша підприємницька діяльність користь суспільству? Як саме?
- Чи маєте Ви певні принципи/правила підприємницької діяльності, якими Ви керуєтесь? Наприклад, чого Ви ніколи не зробите?
- Як підприємець, як би Ви описали ситуацію з підприємництвом в Україні за останні 4-5 років? Що змінилося? Як саме?

## **5. Перешкоди у підприємницькій діяльності**

- З якими труднощами в підприємницькій діяльності Ви стикалися? Як їх вирішували?
- Чи думали Ви коли-небудь припинити займатися підприємництвом? Чому?
- Чому все ж вирішили продовжувати?
- А думали в майбутньому про зміну підприємницької діяльності на щось інше?
- Як Ви вважаєте чи важливо молоді зараз долучатися до підприємницької діяльності? Чому так/ні?
- На Вашу думку, чи змінилися Ваші мотиви до підприємницької діяльності з часом?

**Подяка за участь. Завершення.**

## **Соціально-демографічний блок**

- Стать
- Вік
- Місце проживання
- Освіта
- Сфера підприємницької діяльності
- Досвід підприємницької діяльності (кількість років)

## Додаток Б

## Характеристика людей з мотивами прагнення до успіху та уникнення невдачі

Характеристика діяльності	Особи з мотивом	
	Прагнення до успіху	Уникнення невдачі
<i>Ситуація досягнення</i>	Активно шукають і беруть участь у таких ситуаціях, не лякаються ситуації конкуренції, змагання, у яких можна виявити максимум здібностей та вмінь. Полюбляють ситуації, у яких несуть особисту відповідальність за наслідки, уникають ризикованих та непередбачуваних ситуацій	Уникають подібних ситуацій, а якщо потрапляють у них, пасивно підкоряються їхнім вимогам, іноді йдуть на нерозумний ризик
<i>Мета</i>	Обирають мету середньої чи високої складності, успіх у досягненні якої дає можливість підтвердити свою самооцінку	Ставлять перед собою легкі або дуже важкі цілі, успіх чи неуспіх у досягненні яких не впливає на самооцінку
<i>Дія</i>	Наполегливі та завзяті в реалізації своїх цілей, самостійно досягають їх	У разі постановки реальних цілей схильні до пошуку допомоги й підтримки, відволікання від діяльності (фантазія, критика)
<i>Результат</i> (оцінюється у зв'язку з рівнем домагань)	Упевнені в ситуаціях досягнення реальних цілей. При невдачі дотримуються обраної стратегії чи обирають більш ефективну, дещо знижуючи складність наступного завдання, в разі успіху - підвищують його складність.	Більш впевнені в разі досягнення легких цілей і менше – цілей середньої складності. При невдачі відмовляються від обраної стратегії на користь менш ефективної. Досягнувши успіху, обирають легку ціль, після невдачі - складнішу.
<i>Оцінка оточуючих</i>	Прагнуть мати зворотній зв'язок, дізнатися наскільки вдало вони діяли, і реагують на цей конкретний зворотній зв'язок	Не прагнуть отримати чи ігнорують інформацію про результат
<i>Самооцінка та атрибуція причин</i>	Самооцінка реалістична. Успіх оцінюється як результат докладання власних зусиль і здібностей, невдача пояснюється зовнішніми чинниками	Частіше завищена, ніж занижена, нестійка самооцінка. Успіх пояснюється збігом обставин, невдача оцінюється як підтвердження недостатніх здібностей, глибоко переживається
<i>Планування часової перспективи</i>	Впевнене (реалістичне) планування. В осіб з високим рівнем домагань – орієнтація на віддалене майбутнє	Глобальне чи дуже вузьке планування життєвих цілей, відхилення від помірною (реалістичного) планування

## Додаток В

## Інформація про респондентів

№	Стать	Вік	Місто проживання	Освіта	Сфера підприємницької діяльності	Кількість років	Відео сервіс	Тривалість
1	Ж	26	м. Київ	Вища	Фітнес-індустрія	6	Zoom	1: 11 хв
2	Ч	23	м. Чернігів	Вища	Магазин професійних засобів для догляду за ротовою порожниною	2	Zoom	1:32 хв
3	Ч	32	м. Київ	Вища	Вантажоперевезення, Інтернет-продажі	4	Skype	46 хв
4	Ч	34	м. Біла Церква	Неповна вища	Надання будівельних послуг	4	Skype	42 хв
5	Ж	29	Полтавська область	Повна загальна середня	Продуктовий магазин	10	Viber	1: 03 хв
6	Ч	26	м.Дніпро	Вища	Стоматологічний кабінет	4	Zoom	1: 08 хв
7	Ж	22	м. Київ	Неповна вища	Онлайн-школа англійської мови	2	Zoom	1: 07 хв
8	Ч	27	м.Львів	Вища	Фудкорт вуличної їжі	4	Telegram	51 хв
9	Ж	25	м.Хмельницький	Вища	Кав'ярня	2	Skype	46 хв
10	Ч	24	м. Київ	Неповна вища	Магазин спортивного одягу	2	Zoom	47 хв
11	Ж	27	м.Кропивницький	Вища	Фотостудія	4	Skype	36 хв

## Тематична таблиця цитат

Поняття підприємець та підприємництво
<p><i>Для мене це можливість взяти відповідальність, можливість малювати картинку, за якою ти йдеш та можливість впливати. Ти вільний, але більшою мірою належиш своєму бізнесу, ніж собі. Ти працюєш 24/7, ти наче можеш поїхати у відпустку на 2 тижні, але якісь операційні моменти завжди залишаються» (1).</i></p> <p><i>«Купити дешевше, продати дорожче. Або виробляй. Або ще краще купи матеріал, створи продукт і продай його. Підприємцю не потрібно стукати молотком на заводі, плавить руду. Ні, йому потрібно володіти цим, купити розхідні матеріали, йому потрібно знайти тих, хто купить його продукт. Має слідкувати за працівниками. Ти маєш за всім слідкувати, за документацією, всі виторги, всі гроші» (2).</i></p> <p><i>«В моєму випадку це свобода. Свобода втілювати свої ідеї, я можу одразу це реалізувати, без якихось дозволів. Друге – це свобода в пересуванні. Я достатньо мобільна, я люблю бути в різних місцях, не тільки в Києві. Завдяки тому, що в мене курс онлайн, то я можу собі це дозволити зараз.» (7)</i></p>
Початок підприємницької діяльності
<p><i>«Взагалі я виросла в сім'ї так званих підприємців. Тато, бабуся з дідусем займались в 90-ті, 2000-ні, в них були торгові точки на базарах. Я росла в сім'ї, де привозили товар, продавали. Для мене це було зрозуміло, як це все працює. Але я собі обіцяла, що ніколи не буду займатися бізнесом, я хотіла бути хореографом і працювати з дітками. Але коли попрацювала тренером і зрозуміла, що тренер не може багато заробляти, то вирішила, що буду займатися все ж більше підприємництвом» (1).</i></p>

*«Коли я був в 10 класі, мої батьки сказали, що ми відкриваємо магазин. Це були моя мама і вітчим. Моя мама стоматолог, вона захотіла відкрити свій магазин, а мій вітчим був підприємцем, він допоміг» (2).*

*«Поки я навчався в інституті, в школі, то я тільки допомагав, там у вихідні, літом. Спочатку я просто сидів торгував. А зараз більше я займаюсь магазином, оскільки після розлучення з вітчимом мама собі забрала магазин...» (2).*

*«Ой, це напевно з юнацьких років не дає спокою ідея займатися чимось своїм. Я не хотів на «дядю» працювати, хотів робити на себе, заробляти свої гроші. ...Я працював на заводі вагонобудівному і в логістиці. Нормально, але мені не подобалось, що мною командують, мені хотілось незалежності. Не подобалось робити все по-їхньому, хотілось робити все по-своєму» (3).*

*«Я працював в цій же сфері, але по суті робочим. Відкрив компанію спонтанно, точніше з'явилась така необхідність. Були такі замовники, які не могли платити готівкою кому прийдеться. Загалом, потрібно було офіційно всю мою діяльність оформити, щоб не втратити замовників» (4).*

*«В мене батьки, починали батьки, а мені у спадок передалося. Я після школи, закінчила 11 класів нашої школи і потім почала займатися магазином. Це починалося з самого маленького, і тоді мене туди втянуло» (5).*

*«Після інтернатури я працював в обласній лікарні, потім в клініці. Після того, як жінка вийшла з декрету й почала сама працювати теж, вирішили, що будемо відкривати власний кабінет, ну бо це вигідніше» (6)*

*«Я рік займалась магазином органічних продуктів, я з iHerb привозила різні масла, пасти, коли цього ще не було в Україні. Потім я зрозуміла, що заробляю з цього 3000 грн в місяць. Це дуже мало. Я почала їздити по молодіжних обмінах, почала вести блог в Instagram, і якось прийшла до думки про англійську мову. Почала займатись репетиторством. Почала нормально заробляти, але в один момент зрозуміла, що втомилась, в мене не було майже часу. Я тільки викладала і викладала, не було якоїсь системи» (7)*

*«Ну в мене ніколи не було «мультки», що я хочу бути бізнесменом. Мені хотілось займатися тим, що мене розвиває. І не принципово бізнес, не бізнес. До інтернет магазину я була менеджером в магазині іграшок, коли я зрозуміла, що там не розвиваюсь, то мені прийшла ідея з магазином. В мене не було конкретної цілі створити щось своє.»(7)*

*«Ну бізнес, мене якось з дитинства привчали. В мене родина була пов'язана з бізнесом, підприємництвом. В мене це «впихували», говорили, що це круто» (8)*

*«Просто в один момент захотів щось своє, знаєш я гурман, люблю смачно поїсти і захотілось це монетизувати» (8)*

*«Ну я як і всі отримала вищу освіту і працювала в офісі. Працювала зі сльозами. Я була перекладачем, це монотонна робота. В один період я зрозуміла, що я вигоріла» (9)*

*«Ну такої ідеї бізнес створити не було. Я займався боксом, в команді у футбол грав, в мене було багато друзів у цій сфері. І так вийшло, що коли я собі якісь взуття замовляв або одяг, то і вони просили, я приторговував. А потім в мене була травма і я хотів кудись витратити енергію і заробляти потріб-*

но було, а я вдома сидів. От я й вирішив, що це гарний варіант. Почав більш серйозно цим займатися.» (10)

«Я ніколи не думав про те, що буду підприємцем. Я хотів бути спортсменом, чемпіоном, знаєш. З дитинства самого тільки про це мріяв. Тато в мене теж в футбол грав, і дядько, і брат досі грає» (10)

«Фотостудію я відкривала разом за своєю подругою. Нам тоді було цікаво просто зайнятися фотографією, мати свою студію для цього. Тепер я одна, у подруги дитина, сім'я.» (11)

«Я з самого початку хотіла стати графічним дизайнером, батькам казала. Але, на жаль, місто невелике, а грошей в родині на якесь дороге навчання в Києві не було, тому я навчалась тут. Але все одно хотілось займатись дизайном, і от я спочатку почала з фотографії, а потім знову все ж таки повернулась до дизайну» (11)

#### **Емоції від підприємницької діяльності**

«Ну спочатку я горда за себе, за те, що в мене виходить, за те, що я це витримую. Потім складно і хочеться піти працювати на роботу, бо це відповідальність і часто проблеми бувають» (7)

«Це як амбіція та азарт. Побачити на що ти здатен. Купив-продав, купив-продав. Як довго я так зможу» (10)

#### **Риси характеру необхідні для підприємництва**

«Я думаю, що перш за все, це люди, які вміють брати відповідальність та ті, хто готовий ризикувати. Тому, якщо людина не готова брати відповідальність, то йому це однозначно не підходить. І це нормально.» (1)

«Я напевно більше схиляюсь, що народжуються, ніж стають. Тому що ви-



ключно дивлячись на себе, я розумію, що в 5-6 років в мене вже були якісь думки про підприємництво. Я шукала можливість вдома, збирала гроші, дивилась...уже в дитинстві дитина приймає рішення чи готовий він боротися зі складнощами чи ні...» (1)

«Напевно це відповідальність. Я не можу себе назвати якоюсь мегаздібною людиною. Можливо я достатньо лінива як і всі, але коли я розумію, що на мені лежить відповідальність, лінь закінчується і я починаю працювати 24/7. Коли я не відчуваю цього, в мені включається все та ж лінь, «зроблю завтра». Я думаю, що це більше про відповідальність, що тобі нудно заплатити за оренду, зп співробітникам, клієнтам. І ти за це несеш відповідальність, не просто моральну, а й фінансову. Потрібно щось робити, ворушитися (сміється)» (1)

«Звичайно, підприємницька жилка це так і називається. Вони вміють розмовляти, домовлятися. І це не про правильну вимову, чи скількома мовами ти володієш, але вони вміють знайти підхід до кожної людини. Вміти не просто довести свою точку зору, а продати так, щоб людина цього не помітила» (2)

«Я вмію знаходити підхід до людей, я дуже чемний, ввічливий. І я знаю, що потрібно людям...Як змусити виробників продати мені дешевше, потрібно запропонувати їм, що я куплю більше, там 5 штук по 100 грн, а більше 5 штук по 95. А я кажу, а я куплю 10, але по 90, а продаю по тій же ціні» (2)

«Те, що я цілеспрямовано йду, не кидаю цю справу. Раніше я кидав. Я спокійний, можу керувати, цілі можу поставити, хоча не завжди» (3)

«Ну наприклад інженер малює якісь креслення, але він нічого не розуміє в

*продажах, податках, ПДВ, а підприємець має це знати, щоб продавати» (4).*

*«Наполегливість та хитрість... Хитрість – це і є підприємництво. Купити дешевше, продати дорожче. Отримати товар чи послугу за більш низькою ціною, а продати за вищу, але так, щоб це було конкурентноспроможно і були якісь переваги, щоб людина це купила. (4)*

*«Ну як сказати, в мене немає здоров'я чи настрою, але я завжди привітна, майже. Бо своїх покупців я поважаю, дякую їм. Спілкування, комунікабельність» (5)*

*«Відповідальність, вміння ризикувати, потрібно не боятися зробити помилку, плюс мені дуже допомагає, що я така прискіплива, вмію прораховувати, дивитись на цифри. Це все виховувала в мені мама. Я почала працювати з 13, мені мама не видавала гроші на день, а я записувала витрати свої і в кінці місяці вона обводила те, що вона вважає вона буде платити, типу їжа, проїзд. І давала мені гроші за попередній місяць. В мене не було можливості багато витратити і потрібно було працювати над прискіпливістю, щоб все записувати і нічого не загубити. А приховати від неї було неможливо. (7)*

*«Вміння домовитись, я вважаю. Бо, наприклад, у нас по суті три власника, і потрібно постійно домовлятись, йти на компроміси, шукати щось спільне. Так само і з відвідувачами, потрібно вміти пристосовуватись» (8)*

*«Потрібно вміти донести до людини те, що ти хочеш від неї. Це дуже важливо, коли в тебе є співробітники. Люди всі різні.» (9)*

*«Мені здається, що це якась енергія в тобі. Дуже багато людей, які отримали освіту, але вони не можуть рухатись та бути самостійними. Вони*

*звикли, що за них хтось несе відповідальність. Мені здається, що це рухає людину, коли вона розуміє, що тільки вона несе відповідальність, то вона не дасть собі розслабитись.» (9)*

*«Гарний підприємець має вміти гарно говорити, формулювати чітко думки» (11)*

*«Страх перед невідомим. Для когось це екстрим, і він займається цим, бо не знає, що буде і йому це приносить задоволення. А хтось цього боїться, думає, що втратить роботу, гроші ще щось» (11)*

### ***Роль виховання у залученні до підприємництва***

*«Був дуже складний період...коли я дивилась, дуже складно, коли ти заробляєш і в один день ти перестаси заробляти. Було таке, що копійки збирали, щоб купити продукти. Великий контраст. Я після того, як подивилась на це, подумала, що ніколи не буду здаватися, ні за яких обставин, я буду боротися і йти до кінця» (1)*

*«Ну ключове, що мені давали батьки це свобода. Я не пам'ятаю, щоб мене сильно обмежували...» (1).*

*«Але тим не менше була свобода, я могла розвиватися так, як мені хотілося, як мені було комфортно, я вчилася не дуже добре. Ну трієчницею в основному була. Батьки ніяк мене за це особливо не лаяли...Так, виховання дуже важливе. У мене деяких подружок батьки дуже контролювали, вони відмінницями були. У них цей тотальний контроль виховав комплекс відмінниці, вони боялися зробити якусь дію і отримати якесь соціальне несхвалення... У мене не було такого, що я була відмінницею. І це більше не про те, що я не могла або не виходило, я просто не хотіла...» (1).*

*«Ними виховуються. Якщо в тебе поруч є люди, які займаються торгівлею»  
(2)*

*«Я думаю, що це пізніше прийшло, бо в мене батьки все життя працювали на заводах. Вони хотіли, щоб я теж так працював» (3).*

*«Я вважаю, що виховання більше важить в цьому» (7)*

*«Це все виховувала в мені мама. Я почала працювати з 13, мені мама не видавала гроші на день, а я записувала витрати свої і в кінці місяці вона обводила те, що вона вважає вона буде платити, типу їжа, проїзд. І давала мені гроші за попередній місяць. В мене не було можливості багато витратити і потрібно було працювати над прискіпливістю, щоб все записувати і нічого не загубити. А приховати від неї було неможливо. (7)*

*«Я думаю, що і в дорослому віці людина такі якості може виховати в собі. Будь-яке виховання в дорослому віці приходить через складні життєві ситуації. Коли тобі дають стусана, тоді ти розумієш, що потрібно. Це можуть бути люди, з якими ти вступаєш у відносини, це можуть бути фінанси, безпека твого життя» (7)*

*«Ну мама в мене теж була підприємцем. Ну як, вона ФОП, але працює одна. Вона відеооператор, сама шукала замовлення, рекламувала, сама знімала і монтувала. Я бачила, що в неї ніколи не було стабільності, вона була підприємцем, завжди в підвішеному стані, але ти не менше добре заробляла, коли були замовлення. Тому я звикла, що це норм. Моя мама навчила мене що така невизначеність це нормально. Ти ніколи не знаєш, яка в тебе буде зп в наступному місяці» (7)*

*«Моя друга сім'я – це мої cousins. Я до них часто на вихідні приїжджала.*

*Тато в них завжди був підприємець, то вікнами займався, то ще щось. Він ніколи не робив на когось. Він мені дуже багато розповідав про підприємництво ввечері, коли всі йшли спати, то ми з ним говорили. Він мені завжди підказує, навіть зараз, хоча я його переросла» (7)*

*«Ну бізнес, мене якось з дитинства привчали. В мене родина була пов'язана з бізнесом, підприємництвом. В мене це «впихували», говорили, що це круто» (8)*

### ***Незалежність та свобода як мотив залучення до підприємництва***

*«Напевно мені хотілось більшого, я хотіла заробляти та свободи. Ключове тут мати свободу, не бути найманим працівником, а вже повністю керувати процесом, бути вільним в діях і мати можливість щось придумати. ..Бо коли ти тренер, ми там з дівчатами щось придумували, якісь проекти, але це все потрібно було уточнювати з власником. Ти якось обмежений, а коли ти сам власник, то ти в принципі можеш робити все, що хочеш» (1).*

*«Все та ж свобода, можливість приймати рішення та брати відповідальність. Це найбільше мене надихає. Гроші, ну вони важливі, але вони не грають якийсь ключовий момент в цьому» (1).*

*Просто кайфую від того, що сам на себе працюю»(3).*

*Мені здається, що деякі починають бути підприємцями, щоб не працювати на «дядю», когось не влаштовує керівництво» (3)*

*«Ну ще нормований-ненормований день. Не кожен найманий працівник може зробити собі вихідний у вівторок, наприклад, якщо немає бажання чогось не*

*робити» (4).*

*«Ти сам собі хазяїн. Захотів відпустку – будь ласка, захотів якийсь матеріал – будь ласка, купив. Не потрібно нікого просити, а якщо ти найманий працівник, то спочатку керівництво має дати добро, щоб замовити якийсь матеріал...» (6)*

*«В моєму випадку це свобода. Свобода втілювати свої ідеї, я можу одразу це реалізувати, без якихось дозволів. Друге – це свобода в пересуванні. Я достатньо мобільна, я люблю бути в різних місцях, не тільки в Києві. Завдяки тому, що в мене курс онлайн, то я можу собі це дозволити зараз.» (7)*

*«Але це така свобода відносна. З одного боку ти вільний, з іншого- в тебе відповідальність за 15 людей чи 15 тис. людей. На звичайній роботі ти можеш просто звільнитись і знайти нове місце. А нам, вже так багато всього зроблено, я маю платити зарплати. Мені складніше прийняти рішення закрити курс, дуже багато на кону стоїть і не тільки я.» (7)*

*«Для мене складно ходити під кимось, бути звичайним співробітником. Я себе не бачу в цьому» (10)*

*«Хочеться, щоб все залежало від мене» (11)*

### ***Роль оточення, друзів, знайомих у залученні до підприємництва***

*«Можливо когось дружина вдома підбурює, друг каже» (3)*

*«Подивися як люди живуть, займаються чимось своїм, продають щось, перепродають, здають в оренду. І сам захотів» (3).*

*«Я своїм друзям, знайомим не розповідаю, що я там підприємець, що в мене є наймані робітники. Я не бачу сенсу цим «кічитися» чи розповідати» (2)*

*«От моя role model, це мій бос перший в магазині іграшок. Я іноді ловлю себе на думці, як би вона себе повела в даній ситуації. В той же час я багато чому навчилася від неї, як не потрібно робити» (7)*

*«Мене почали тролити, був період коли про мене писали гнівні пости, саркастичні. Типу «вирішила гроші заробити на Speaking клубах, хоча я це робила безкоштовно. Я і плакала, мені було образливо щодо цього, чому вони в моє життя лізли. А потім я навіть зрозуміла, що це навіть приємно, комплімент мені. Це були люди старші за мене, на 1-2 роки, більше того, це були хлопці. Це була заздрість, вони намагались собі довести, що я гірша за них або хоч на їх рівні (7)*

*«Плюс, коли я в 20 років взяла клуб, то я дуже довго не говорила, що це мій клуб. Напевно до 23 років. Тому що бувало таке, що скажеш малознайомій людині, що у мене є клуб. А він: «Та що ти там брешиш» ось такі от моменти, я розуміла, що не кожен може повірити, що в 20 років може бути свій клуб, на який не дали гроші батьки, а ти його ще взяв там в кредит. Через це в мене якийсь час був комплекс, що не кожен може в це повірити. І я не говорила, в соцмережах не писала. Ближче до 25 я почала це афішувати, в цьому віці це більш прийнято»(1).*

#### **Самореалізація як мотив залучення до підприємництва**

*«Напевно ні, мені в цьому більше допомагають якість духовні речі. Навіть більше в неробочий час. Я до підприємництва більше відношусь як до роботи» (1)*

«Ну в моїй власне справі, це те, що це торкається стоматології. Я з 6 років хотів бути лікарем-стоматологом...Це те, з чим я буду працювати все життя. Це дійсно працює. Я не продаю якусь цеглу чи каміння...(2).

«Це як Жигуль і BMW. Або як в будівельному магазині, припустимо. Шпатель для шпаклювання. Начебто що там, назва «шпатель», але один там шпатель, у нього там ручка прогумована, вона ергономічна, зручна в роботі» (6)

«Ну перші два роки мені було складно, коли я тільки починала, вчилася. Зараз я більшість всього знаю, це більше перетворюється в заробляння грошей, рутину. Тому я думаю, про інші напрямки розвитку. Я ще не розумію яких саме, щось нове. Загалом. Я думаю, що на старті це точно було, я добре розвивалась»(7)

#### **Творчість як мотив залучення до підприємництва**

«Ти все одно придумуєш якусь картинку і по ній починаєш рухатись. Просто ти цю картинку більше бачиш в цифрах, певних діях» (1)

«Найскладніше в підприємстві - це щоденна операційна робота. Підприємці класно малюють картинку, класно розповідають куди ми йдемо, але більшість підприємців не люблять по точках перевіряти чи ми доходимо до потрібної мети. Кожен день по цифрах, я спілкуюся з іншими підприємцями, вони кажуть, що не люблять цього» (1).

«Просто різниця в тому, що ти малюєш картинку раз в місяць, це 5-10%, решта 90% тобі потрібно точково перевіряти. Тому що якщо ти точково не перевіряєш, то ти не отримаєш той результат, який повинен бути. І чи отримає твоя команда зн, яку хоче і в результаті ти втрапиш все» (1).

«Захотів вийшов на роботу, захотів не вийшов, але якщо, не вийшов то ти



*втратив гроші свої. Ти як і митець, захотів чорну лінію, захотів купити за 5, а продати за 3 гривні, будь ласка. Тільки плати податки, зарплату і дотримуйся трудового кодексу» (2)*

*«Коли твоя свобода йде в збиток бізнесу, і коли вона якось допомагає. І потрібно робити не те, що хочеться, а те, що потрібно» (2)*

*«Це все взаємопов'язано. Ти будуєш плани, творчість необхідна. Відмалювати картину свого бізнесу, росту» (3).*

*«Це і є творчість, щоб купити дешевше, а продати дорожче. Для цього потрібно робити якісь дії, схеми, технології» (3).*

*«В моєму розумінні творчість – це коли ти робиш щось нове, можливо не для світу. Ти можеш інвентити велосипед, але якщо ти не знаєш, що це існує, то це твоя творчість. Будь-які ідеї для мене це творчість. Очевидно, що підприємництво – це одна з найбільш творчих професій. Хоча коли люди роблять, наприклад, такі ж кав'ярні, як у всіх, то це не творчість. В моєму випадку, я подивилась всі курси англійської, які існують, і зробила такого, якого немає.» (7)*

*«Це мій шматок творчості, я роблю це сама, я розвиваюсь» (9)*

### **Матеріальні мотиви**

*«Гроші, ну вони важливі, але вони не грають якийсь ключовий момент в цьому» (1).*

*«...це ключовий фейк, що у підприємців багато грошей. Це не так. Найманий працівник зараз може заробляти набагато більше, ніж підприємець. Буває ж власник і топ-менеджер. Топ-менеджер заробляє набагато більше влас-*

ника цієї компанії. Тому якщо людина хоче свободу та відповідальність, то він готовий бути підприємцем. Якщо – ні, то він може заробляти і в ролі найманого працівника» (1)

«Поки я не повернула борг, то звичайно я повертала все назад, а коли все заспокоїлося, то більше почала працювати на свій комфорт і життя. Я зрозуміла, що якщо я постійно буду працювати-працювати-працювати, то я закопаю себе там. Якщо ти не отримувеш задоволення від життя, то навіть тоді працювати. Потрібно жити в своє задоволення, я ж не буду 30 років в цьому клубі працювати (сміється)» (1)

«Основний дохід в мене від роботи в поліклініці. Як лікар стоматолог. Гроші, які наторговані в магазині я знову витрачаю на магазин, на закупку продукції

«Підприємець – це не завжди мажор. Дитина підприємця – це мажор, бо йому батько багато грошей дає. А підприємець не може «розтринькати» ці гроші, вони вкладені в справу, вони мають обертатись. Ти маєш жити на різницю.»(2)

«Це приносить тобі гроші, якийсь кар'єрний ріст...» (3)

«Це моя робота, я отримую гроші з цього.» (5)

«Купив машину нову, квартиру взяли. Для цього гроші потрібні. . Що ще ... З стоматології, то купив собі мікроскоп для роботи.» (6)

«Я коли була репетитором, то заробляла більше, ніж зараз будучи підприємцем. Але зараз в мене не було свободи, це були оффлан-заняття, плюс я вже більше не викладач, а підприємець. В тиждень я працюю годин 20, це 2-5 го-

дин на день, плюс робоче навчання якесь. Якщо поррахувати мою зн, то я заробляю більше за час, який працюю» (7)

«В мене зараз ставка. Я не беру дивіденди з бізнесу. Дивідендів особливо немає» (7)

«Взагалі, перші гроші ми шукали у друзів та родичів. Мені здається у молодих завжди так відбувається. А потім нас знайшли люди, які зацікавились, в тому щоб гроші вкласти в ресторан» (8)

«Я роблю це не через гроші, а тому що мені це подобається. На їжу вистачає і нормально» (8)

«Та без комерційного інтересу сенсу розвитку немає, я б збрехав, якщо б сказав, що гроші не важливі. Без цього команда втрачає мотивацію, це показує, що діяльність дійсно ефективна. Всім потрібно їсти, вдягатися і так далі» (9)

«Фінансова частина» (4)

«...люди хочуть грошей, тому починають це» (5)

### **Ризик як складова підприємництва**

«...в 20 років вже вирішила, що пора. Хоча на той момент це було дуже ризиковано. Не знаю, чи ризикнула б я зараз взяти в кризу клуб і почати його відновлювати, тоді він був збитковий. Створювати якийсь бізнес в момент, коли нестабільна економіка і курс долара росте з 8 до 30, але це було так ризиковано» (1).

«Ризик є у всіх, тому що економіка може за один день змінитися і ти все одно несеши дуже великі ризики. Особливо в нашій країні. Нестабільна економі-

ка та курс долара, їдуть дуже багато людей на заробітки, з цього люди стають боєм затребуваними і їм потрібно піднімати зп. Бізнес не може витримувати таку велику зп, тобто зп ростуть, але саме підприємство не стало більше заробляти. Потім відсутність законів, у нас суди не працюють. І об'єктивно договори, які ми робимо по суті, всі розуміють, що вони нічого не варті. Це те ж саме, що домовитися на словах.» (1)

«Напевно перше – тобі нічого втрачати. От коли ти маєш певний фінансовий запас, маєш 20 000 доларів, то тобі складно прийняти рішення цими грошима ризикнути. В той момент, коли мені було 20 років у 2014 році, в мене не було грошей взагалі, а з кредитними грошима влізти в борги простіше. В тебе все одно нічого немає, від того, що нічого немає, тобі простіше ризикувати» (1).

«Так, постійно потрібно думати про працівників, продажі, товар» (3)

«Воно в мене завжди так 50 на 50. Я не знаю продам я цю рибу чи ні» (5)

«Ну перші гроші, наприклад, я взяв в борг і було страшно, бо а раптом не вийде, як тоді їх повертати. Це був ризик, але без нього я б не отримав перший заробіток.» (10)

«...ну хотів спробувати відкрити щось своє. Це перше. Типу професійно...хотів мати свій кабінет. Спробувати себе як підприємця...» (6)

«В найманій праці більше ризиків, хоча тут як подивитись. Зараз, наприклад, багато найманих перестали працювати, а мене все наче нормально, але з іншої сторони, якщо б в мене залишився проект оффлайновий, то я б без бізнесу залишилась. Але в тебе більша сума збирається, ти ризикуєш іншими

людьми» (7)

*«Я не сильно ризикую. В мене просто є проекти, що якщо все добре продумати, то ти мінімально ризикуєш. Мені здається питання ризику, це питання того, наскільки тобі було не лінь все продумати раніше, зробити аналіз ринку. Попередня перевірка може показати наскільки воно буде рентабельно.» (7)*

*«Є підприємництво, є life-style бізнес, це мій формат, коли більш-менш зрозуміла концепція. А є стартапи, це коли все супернове і все потрібно тестити, зробити MVP і подивитись як реагує ринок. Тоді це ризики, але вони частіше ризикують не своїми грошима, а грошима інвестора» (7)*

### **Порівняння найманої праці та підприємницької діяльності**

*«Зараз стало дуже модно бути підприємцем, всі стараються це робити, але насправді це ключовий фейк, що у підприємців багато грошей. Це не так. Найманий працівник зараз може заробляти набагато більше, ніж підприємець. Буває ж власник і топ-менеджер. Топ-менеджер заробляє набагато більше власника цієї компанії. Тому якщо людина хоче свободу та відповідальність, то він готовий бути підприємцем. Якщо – ні, то він може заробляти і в ролі найманого працівника» (1)*

*«Ну банально, але один з плюсів це те, що у тебе немає ризиків і відповідальності. Те що, ти щомісяця отримуєш певну стабільну зп, на яку ти можеш розраховувати. У підприємстві ти іноді свої гроші докладаєш, щоб бізнес не працював в збиток. Ти можеш при закритті бізнесу залишитися з боргами, при наймі ти можеш просто піти поміняти роботу. Але в підприємстві більшого можна навчитися. Цей досвід буде ціннішим, ніж звичайного найманого робітника.» (1)*

«Ну ще нормований-ненормований день. Не кожен найманий працівник може зробити собі вихідний у вівторок, наприклад, якщо немає бажання чогось не робити» (4).

«Плюс найманого працівника, що він не несе великої відповідальності. А підприємець несе – як адміністративно, так і кримінально. Підприємець має завжди бути на роботі» (4)

«Людина, яка працює в компанії, вона ризикує грошима компанії, а підприємець своїми грошима» (4)

«Наприклад, більше зарплата, сам собі можеш робити робочий графік, який ти хочеш.» (6)

«Напевно найбільший плюс найманого працівника для мене це те, що він не вирішує різні паперові тяганини: зарплати, оренди. Якщо ти працівник, то у тебе 2 заняття -прийшов на роботу, відпрацював і пішов додому. Усе. Отримав якісь гроші. А якщо ти власник, то тобі потрібно вирішувати якісь матеріали купити, а де це купити буде дешевше, як заплатити оренду, ще щось. Більше таких ось адміністративних питань» (6)

«Для мене складно ходити під кимось, бути звичайним співробітником. Я себе не бачу в цьому» (10)

### **Роль підприємництва у суспільстві**

«Будь-який бізнес повинен вирішувати проблему якусь. Інакше він не життєздатний. Перш ніж відкривати бізнес, потрібно прорахувати, яку проблему він буде вирішувати. Якщо він не вирішує проблему людей, то нікому не потрібен в принципі. Місія у бізнесу теж повинна бути. Зараз люди хочуть бути частиною чогось більшого, якоїсь історії. Принцип «купив-продав» нікому не

*цікавий. Потрібно, щоб це було красиво упаковано. Це однозначно зараз тенденція нашого часу. Раніше, в 2000-х, наприклад, такого не було. Після Радянського Союзу, в принципі, нічого не було і люди були раді всьому. То зараз дуже великий ринок, можна піти купити у Васі, Петі, Марини. І клієнт вже вибирає. Дивиться на сервіс.» (1)*

*«...Те, що моя продукція людям допомагає...І вони приходять до мене знову і знову. Кажуть, що це працює...» (2).*

*«Звичайно, і від розміру бізнесу і розміру оборотного капіталу такий і розмір соціальної відповідальності лягає на підприємця. Я маю маленький магазинчик, плачу один податок, одне робоче місце. Але, наприклад, я прибираю біля магазину, облаштовую якимось територію навколо, освітлення. А це зменшує криміногенну ситуацію в місті, можна ще й відеоспостереження поставити. Це мене морально підтримує і радує робити. Щодо соціуму ще я маю відповідальність за одного працівника, за його зарплату. (2)*

*«Бізнес має допомагати, але яку проблему не знаю, війна зараз, але до чого тут підприємці» (3)*

*«Ні, конкретно в мого бізнесу місії допомагати немає» (3)*

*«Ну те, що люди приходять, дякують» (5).*

*«Для мене, це щоб люди були задоволені, зробити все для них, догодити їм» (5)*

*«Звичайно, воно важливу роль відіграє в суспільстві» (5)*

*«Я людей розвиваю, я не сильно цілюсь на державу, що я роблю для нашого*

*government. Але я точно роблю людей розумнішими. І це моя ціль. Я даю людям свободу, впевненість в собі. Якийсь глобальний момент я ще не думала, бо нам хоча б навчитись заробляти.» (7)*

*«Не в перспективі, в мене є ідея підняти рівень освіти в селах, для цього потрібно більше грошей і часу» (7)*

### ***Вирішення проблем суспільства за допомогою підприємницької діяльності***

*«Так, наша взагалі вся мережа більше спрямована на жінок віком 35-45 + Це ті жінки, які не підуть в звичайний тренажерний зал і єдина для них альтернатива для поліпшення здоров'я, повернення в форму. Багато жінок з надмірною вагою не можуть завагітніти. Для них це питання взагалі народити. Для мене основне - це жінкам і бабусям допомогти оздоровитися.» (1)*

*«Тому що рух - це життя. Бабусі і дідусі в селах живуть довше, тому що вони щоранку виходять і кудись йдуть: на город. А в Києві люди похилого віку сидять в квартирі цілими днями, процеси сповільнюються і людина швидше вмирає, старіє. Для них такі тренування це можливість продовжити життя.» (1)*

*«Якщо це великий бізнес, то про соціальні проблеми має думати» (4)*

*«Я про вирішення якихось проблем не думав, максимум це робочі місця. І то це двосторонні домовленості більше» (4)*

*«Люди в місті, вони мають вибір, в який магазин піти. В моєму селі продуктами можу тільки я їх забезпечити і ще два магазини. Я відсотків на 60» (5)*

*«Я вважаю, що ніхто нікому нічого не винен. Бізнес створюють для якихось своїх внутрішніх питань. Або це фінансові питання, або це питання самореалізації, або все разом. Якщо у людини фінанси, то навіщо людині всі ці глобальні проблеми, якщо питання залишити щось після себе, то звичайно він буде ділитись. Спочатку заробіток, потім соціальна місія. Знаєш як: «Спо-*



чатку маску собі, потім людині поруч» (7)

«Я буду казати про конкретних людей, нас не так багато. Ми людям даємо свободу, завдяки нам вони можуть пройти співбесіду в міжнародну компанію, почати зустрічатись з американцем, переїхати жити в Канаду, в подорожах спілкуватися з місцевими. Плюс мене в цілому хвилює українська освіта, в нас є постійна знижка 30% на курс для вчителів англійської в школах, це мінімум того, що я можу зробити. Вчителі не можуть собі дозволити зі своєї зп повну вартість курсу» (7)

### **Думки залишити підприємницьку діяльність**

«Не знаю, напевно це теж було б пов'язано з дитячими танцями, швидше за все ходила б в танцювальну студію або була б тренером. Але зараз все одно стоїть дилема, чим би я ще могла займатися, крім клубу і що буде, якщо клуб закриється. Все це стан економіки. Дуже мало фітнес-клубів, які отримують, маленькі, від 1000-2000 доларів. Великі може максимум 10 000. Воно в цілому досить конкурентноспроможно, це всім подобається, це спорт.» (1)

«Ніколи. І думати про це не буду. Може свої справи позакриваю, але буду тільки вгору рости. Може ТОВ відкрию.» (3)

«В найм точно не піду. Підприємництво воно вже не відпускає. Плюс є певні зобов'язання по контрактах. Тим більше, чим довше ти в цьому крутишся, тим складніше вже виходити. Це затягує.» (4)

«В мене ніколи таких думок не було. Я живу цим»(5)

«Думав на початку, коли прорахував все і зрозумів, що магазин є дотаційним і потрібно було свої кошти навіть докладати, щоб це якось утримувати. Хотілось забити, але мотиваційні тренери кажуть, що не можна здавати-

*ся, я не здався. Прорахував, подумав ще раз і зрозумів, що можна вкладати-ся. Видатки прибутки зважив, рекламу, наприклад (10)*

*«Я хочу відкрити дизайн студію і займатись цим» (11)*

*«Я вже не можу приймати різке рішення, бо потрібно думати про дівчат, які працюють зі мною. Егоїстично в моєму випадку думати лише за себе. Мене гальмує той факт, що люди залишаться без грошей. А другий момент, мені здається, що я недостатньо в цьому проекті навчилась. Кожного разу я знаходжу щось нове. В мене було вигорання, певний період справами керував мій колишній хлопець, щоб я відпочила. Я поїхала в Іспанію, і там мені прийшла ідея нового продукту, і почалось щось нове для мене» (7)*

#### **Складнощі/перешкоди, з якими стикаються підприємці**

*«Найскладніше в підприємництві - це щоденна операційна робота. Підприємці класно малюють картинку, класно розповідають куди ми йдемо, але більшість підприємців не люблять по точках перевіряти чи ми доходимо до потрібної мети. Кожен день по цифрах, я спілкуюся з іншими підприємцями, вони кажуть, що не люблять цього» (1).*

*Розчарування було в людях. Ти не розумієш чому людина не береться працювати так само, як ти. Непорозуміння. Я сама по собі м'яка людина, але коли ти керуєш, мені довелося себе ламати, бути жорсткіше. У мене таке загострене почуття справедливості.» (1)*

*«У співробітниках було розчарування. У нас такий менталітет, ще з СРСР, що потрібно щось вкрати, поцупити. Це передається з покоління в покоління. Це передається і дітям, я нікого не звинувачую, але це факт нашого менталітету. А я росла в сім'ї підприємців, у мене були інші цінності і для мене це було незрозуміло, як це можна на роботі щось взяти, а для когось це була норма. І з цим мені було складно, тому що це моє і у мене його*

*забирають. Це якась сума, недостача. Буває, ти навіть розумієш хто це. Тут суть не в дрібниці, а в неприємному осаді.» (1)*

*У якийсь момент відчувала, що я керівник на роботі і забуваю, яка я насправді. Тут палиця і два кінці. Ти можеш бути доброю і пухнастою, але цим все починають користуватися. Потрібно було вчитися межувати роботу і життя.(1)*

*«Були фінансові проблеми, але тільки на початку, в 2014 році. І то я думаю, що питання було в партнері. Знаєш, це як в родині, якщо чоловік з дружиною не ладнають, то всі сфери руйнуються. Так само коли два партнери в бізнесі не можуть знайти компроміс і вирішити якісь моменти, то навколо все руйнується. Ось коли я вже залишилася одна, у мене була чітка картина, я дуже багато працювала і поступово встановлювати все.» (1)*

*«Всі ніші зайняті, висока конкуренція, потрібно те, чого немає в Україні» (3)*

*«В мене був застій 2 роки, потрібно було постійними проектами відновлювати баланс» (4)*

*«Постійно потрібно шукати пацієнтів. В стоматології дуже висока конкуренція» (6)*

*«Я часто вигораю, бо моя частина роботи в команді більш творча. Більшість задач для мене нові, як тільки для мене стає щось звичним, я його розумію, то все – я це делекую. Я витрачаю набагато більше сили мізків, бо я ніколи не роблю рутинну роботу» (7)*

*«Ресторанна сфера взагалі дуже складна. Дуже багато закладів, які відкриваються і які закриваються. Все перенасичено. Потрібно на початку мати*

*великі фінанси та унікальність» (8)*

*«Мені дуже складно людей шукати, які твої, знаєш. Які так само будуть горіти справою» (8)*

*«Мене почали тролити, був період коли про мене писали гнівні пости, саркастичні. Типу «вирішила гроші заробити на Speaking клубах, хоча я це робила безкоштовно. Я і плакала, мені було образливо щодо цього, чому вони в моє життя лізли. А потім я навіть зрозуміла, що це навіть приємно, комплімент мені. Це були люди старші за мене, на 1-2 роки, більше того, це були хлопці. Це була заздрість, вони намагались собі довести, що я гірша за них або хоч на їх рівні (7)*

*«Плюс, коли я в 20 років взяла клуб, то я дуже довго не говорила, що це мій клуб. Напевно до 23 років. Тому що бувало таке, що скажеш малознайомій людині, що у мене є клуб. А він: «Та що ти там бреєш» ось такі от моменти, я розуміла, що не кожен може повірити, що в 20 років може бути свій клуб, на який не дали гроші батьки, а ти його ще взяв там в кредит. Через це в мене якийсь час був комплекс, що не кожен може в це повірити. І я не говорила, в соцмережах не писала. Ближче до 25 я почала це афішувати, в цьому віці це більш прийнято»(1).*

### **Стан підприємництва в Україні**

*«Сумно (сміється) У нас немає ніякої підтримки підприємців, на самому те справі. У нас дуже високі процентні ставки на кредити. Навіть той Приватбанк, який робить програму КУБ і він дуже сильно його піарить, там дуже великий відсоток. Ти береш 300 000 грн кредит, а у тебе тільки 6000 грн в місяць відсоток, плюс ще потрібно повертати тіло кредиту. 6000 грн це дуже високий відсоток для стартапу, для нового бізнесу це дуже високий відсоток, який ще нормально не заробляє. Це «не кредитування підприємців»,*

це звичайний кредит, який видається всім. У нас немає таких програм, які допомагали б підприємцям. Потім законодавство. Цього стало вже менше, але якщо бізнес починає заробляти великі суми, то потрібно поділитися на взагалі незаконній основі. Це корупція, ось приклад, в нас був досвід. Ми робили ремонт студії, пофарбували фасад фіолетовий колір і салатовий. Цегла, старий кирпич, сданіє 70-х років, воно вже сиплеться. До нас прийшли дядечки і сказали «ай-я-яй, так не можна, ви псуєте вид, це ж Дорогожичі А там не те що вид, там будинки сипляться. Це не центр Києва, друге - це те, що прийшли до нас не тоді, коли ми пофарбували, а саме в день відкриття, коли ми повісили кульки. Значить вони розуміли, що можна піти за хабарем. Але якщо у тебе новий ресторан, будь готовий до тебе прийдуть всі, з кожного приводу і будуть ходити доколупуватись. Цього з роками стає все менше, особливо, коли прийшов Порошенко. Був такий негласний договір між підприємцями і Порошенко. Порошенко робить що хоче, але не чіпає підприємців, а підприємці не бунтують і не чіпають Порошенко. При Зеленському це поки особливо не відчувається, не знаю що буде.» (1)

«Є складнощі з Трудовим Кодексом. Робітники повністю захищені, а роботодавці – ні.» (2)

«Дуже зручно, що тепер не потрібно нікуди їздити і можна оформлювати все в електронному форматі. Це дуже зручно. Але податки. Я як роботодавець даю робоче місце, ще й плачу за це податок. Це якось не дуже» (2)

«Раніше було простіше, давали працювати малим підприємцям, може й не прозоріше, але все одно держава вбиває малий бізнес. Ну податки вони і так, і ні, закривають маленькі магазини, базарчики. Хочуть перевести в велике – супермаркети, гіпермаркети. Великий бізнес їсть малий» (3)

«Дуже багато зараз шахраїв, потрібно перевіряти відгуки, рейтинг» (3)

«Стає більше пропозиції на ринку, ніж попиту. Це все. Це конкуренція, але вона змушує рухатись вперед всіх. Якщо конкуренції немає, то сенс покращувати якість товарів, якщо його й так куплять» (4)

«Все нестабільно, живемо від виборів до виборів. Дуже ринок монополізований. В нас були ліві, прийшли праві. Спочатку в одну сторону тягнемо, тоді в протилежну» (4)

«Податки. Це іноді в навантаження йде, зимою менше покупців, тому і менше заробіток» (5)

«Більше контроль став, за акцизам. Для підприємців це в гіршу сторону, але вони все рівно обходять це все. Людям потрібно жити. Вони нас – ми їх. Це рух в гіршу сторону з цим контролем.» (5)

«Я мінімально відповідальний в цьому плані підприємець, не лізу в справи держави, не читаю новини, не дуже знаю, що змінилось. Знаю, що в карантин прибрали деякі податки» (7)

#### **Залучення молоді до підприємницької діяльності**

«Я думаю, що це не прям настільки важливо, тому що світова криза 20-го року, про неї говорили ще на початку 19-го. За соціальним дослідженням, основною причиною кризи була велика кількість збиткових стартапів по всьому світу. Стали модні стартапи, в них стали вкладати гроші, а вони виявилися збитковими. Це виходить гальмує економіку, був викид грошей в нікуди. Чому стало модно, це пов'язано з програмістами, з Apple, щоб з таких маленьких стартапів почали розвиватися великі корпорації. Але насправді, компанія Apple і таких мегауспішних стартапів не так багато, а ось збиткових...» (1)

«З цього я вважаю, що не варто так багато чого вигадувати, бо це завдає

*шкоди певної економіці. Ми втрачаємо вільні місця. Виходить, що дуже багато вільних художників, котрі займаються чимось, але не розвивають економіку і країну. Молодь часто говорить, що ми хочемо бути вільними, але з точки зору економіки, я не вважаю, що це прям добре. Я вважаю, що якщо щось робити, то все повинно бути прибутково, все прораховано і продумано. Краще розвивати економіку на робочих місцях, тим більше для нашої країни це дуже важливо.» (1)*

*«Я вважаю, що молодь повинна попрацювати найманим співробітником кілька років, розуміти в каное напрямом ти підеш, чітко розуміти, що таке підприємництво, а потім туди йти.» (1)*

*«Звичайно, але дивлячись яка. Є законна і корисна. І коли податки платяться. А не коли в Instagram продають і вже вважають себе підприємцем. Це рухає країну і економіку вперед» (2)*

*«Звичайно, бо своє є своє. Це мізки на новий рівень налаштовує, потрібно розвиватися» (3)*

*«Зрозуміти, що тобі подобається і тільки потім думати про підприємництво» (9)*

*«Мені не подобається, коли молоді люди хочуть займатися підприємництвом заради підприємництва. Це як з малюванням, наприклад, ти маєш малювати коли тобі є що намалювати. Так само і з підприємництвом, якщо в тебе є ідеї, які ти знаєш, що інші не реалізують. І тоді в цьому є свій сік. Звичайно можна робити штамповані формати і робити гроші, але я це не поважаю. Я думаю, що тоді вже краще йти допомагати компанії, в якій є ця ідея» (7)*

**Зміна мотивів**

*«Причина у мене змінилася, по початку це було більше пов'язане з розвитком, а коли ти вже досягаєш того рівня, якого планував досягти, то для тебе це більше перетворюється в заробляння грошей. Ти вже налагодив всі процеси, ти розумієш як це працює, нудно трохи. Це все перетворюється в операційну роботу» (1)*

*«Ну це знову ж попит-пропозиція. Якщо магазин працює, то навіщо його закривати?» (4)*



**Транскрипт проведеного інтерв'ю (приклад)****Інтерв'юер:** Мохонь Владислава**Респондент:** 1**Дата проведення інтерв'ю:** 12.05.2020**Тривалість інтерв'ю:** 01:11 хв.**Мова:** російська**Інтерв'ю транскрибувала:** Мохонь Владислава

*Р: Привіт! Дуже дякую, що погодилися на інтерв'ю. Перш за все хочу сказати, що тут немає правильних чи неправильних відповідей, мені цікаво почути Вашу історію та дізнатися Ваше ставлення та досвід становлення Вашої підприємницької діяльності. Також під час інтерв'ю буде проводитись аудіозапис, це потрібно лише для фіксування інформації та більш зручної її обробки в майбутньому. Проте якщо Ви проти, то я не буду цього робити. Все, що Ви говорите є конфіденційним. Можливо маєте якісь питання?*

*І: Без проблем. Я вообще открыта ко всему, не переживайте, на все вопросы буду отвечать. Единственное, можем ли мы перейти на русский, мне так удобней?*

*Р: Конечно. Окей, тогда давайте начнем с того, что для Вас означает быть предпринимателем?*

*Р: Для меня это возможность взять ответственность, возможность рисовать картинку, по которой ты идешь и возможность влиять. Ты свободен, но принадлежишь в большинстве своему бизнесу, нежели себе. Ты работаешь 24/7, ты вроде можешь и уехать на 2 недели в отпуск, но тем не менее какие-то операционные моменты они остаются.*

*І: Расскажите, пожалуйста, немного больше о Вашем бизнесе? В какой он сфере? Сколько времени Вы уже этим занимаетесь?*

*Р: Я владеец фитнес-клуба FitCurves, это франчайзинг. Владеец клуба я уже 6 лет, то есть с 20 лет. До этого я работала фитнес-тренером в этой же сети, а потом выкупила франшизу компании. Это был 2014 год, тогда был Майдан и большинство клубов или закрывались, или по очень низким ценам отдавались, распродавались, давались в растрочку. Я рискнула и взяла клуб. Потом я еще делала магазин экопродуктов, но где-то полгода назад я остановила его, пока что он в замороженном состоянии*

*І: А как Вы пришли к идеи открытия компании? Что было основной причиной?*

Р: Вообще я выросла в семье... ну, так называемых предпринимателей. Папа, бабушка с дедушкой занимались в 90-е-2000-е, у них были торговые точки на базарах. Я росла в семье, в которой привозили товар, продавали. Для меня это все было, как понятно, как это все работает. Но я себе обещала, что никогда не буду заниматься бизнесом, я вообще хотела быть хореографом и работать с детьми. Но когда я поработала тренером и поняла, что тренер не может много зарабатывать, тогда я поняла, что буду заниматься все-таки больше предпринимательством. Но я тренируюсь, все равно люблю это дело.

*И: То есть первая такая попытка заниматься предпринимательской деятельностью была в 20 лет, когда Вы открыли клуб?*

Р: Да, но наверное я всегда, когда меня спрашивают, как я стала предпринимателем, я говорю в 5 лет, когда дома сделала платный туалет (смеется). Когда ты растешь в семье, где постоянно родители куда-то едут из Польши, привозят товар, ты смотришь как бабушка с дедушкой нанимают людей, едут по точкам проверять. Я в этом всем росла и смотрела на них, и уже там в самом маленьком детстве делала какие-то платные туалеты, потому что на базаре платно, а дома почему нет? Потом в школьном возрасте, 15 лет, продавала у другой бабушки смородину, потом какой-то Oriflame был. Потом в 16 лет я пошла работать, потом пошла работать тренером. Я уже планировала свой доход и вот уже какие-то азы предпринимательства они уже были. А в 20 лет я уже решила, что пора. Хотя на тот момент это был очень рискованно. Не знаю рискнула ли бы я сейчас взять в кризис клуб и начать его восстанавливать, тогда он был убыточный. Создавать какой-то бизнес в момент, когда нестабильная экономика и курс доллара растет с 8 до 30, но это было так рискованно.

*И: А вот что было главной причиной, что Вы решили открыть клуб тогда, хотя это было рискованно? Что Вами двигало?*

Р: Ну... Сложно ответить на этот вопрос. Наверное первое – тебе нечего терять. Вот когда у тебя есть какой-то запас финансовый, есть 20 000 долларов, то тебе сложно принять решение этими деньгами рискнуть. В тот момент, когда мне было 20 лет в 2014 году у меня не было денег вообще, по этому я как бы с кредитными какими-то деньгами влезть в долг намного проще. У тебя все равно ничего нет, от того, что у тебя ничего нет, тебе проще рисковать. Когда у тебя есть n-ая сумма заработанных денег ими рисковать намного сложнее. Почему? Наверное мне хотелось большего, мне хотелось зарабатывать и свободу. Ключевое – это иметь свободу, не быть наемным сотрудником, а уже полностью руководить процессом, быть свободным в действиях и иметь возможность хоть что-то придумать. Ремонт или придумал какой-то проект и ты его воплощаешь,

есть свобода действия. Потому что когда ты тренер, мы там с девочками придумывали какие-то проекты, но тебе нужно это все уточнить, согласовать с владельцем. Ну ты как-то ограничен, а когда ты сам владелец ты можешь в принципе делать все, что тебе захочется.

*I: А сейчас? Что Вам больше всего нравится в предпринимательстве?*

Р: Наверное все тоже самое. Все та же свобода, возможность принимать решения и брать ответственность. Это меня больше всего вдохновляет. Деньги, ну они важны, но они не играют какой-то ключевой момент в этом.

*I: А как Вы считаете, некоторые люди в обществе они более склонны к тому, чтобы быть предпринимателями?*

Р: Я думаю, что прежде всего это люди, которые умеют брать ответственность и люди, которые готовы рисковать. Потому что если человек не готов брать ответственность, то ему это однозначно не подходит и это нормально. Сейчас стало очень модно быть предпринимателем и все стараются это делать, но на самом деле это ключевое заблуждение, что у предпринимателей много денег. Это не так. Наемный сотрудник сейчас может зарабатывать намного больше, чем предприниматель. И бывает же владелец и топ-менеджер. Топ-менеджер зарабатывает больше владельца этой компании, по этому если человек хочет свободу и ответственность, то он готов быть предпринимателем, если не готов, то он может зарабатывать будучи наемным сотрудником.

*I: А для вас что ближе, то что предпринимателем рождаются или становятся?*

Р: Я наверное больше склоняюсь к рождаются, нежели становятся. Потому что исключительно смотря на себя я уже понимаю, что уже в 5-6 лет у меня были какие-то мысли и преппосыли к предпринимательству. Я искала возможность дома, копила, смотрела. Вот у меня есть младшая сестра, у нее нет какой-то такой тяги и это нормально. Она очень крутой SMM-щик и копирайтер, у нее к этому тяга. Да, наверное больше с детства. Мы жили вместе, но она менее про-активна, более пассивна. Вот мы ходили на танцы, если я терпела больше на тренировке, преодолевала трудности, хотя у меня не было способностей, мои физические данные они не способствовали танцам, то малая она пошла на тренировки 3-4 раза и сказала все мне больно, я не хочу ходить. Уже в детстве ребенок принимает решение готов ли он преодолевать трудности или нет. Хотя нас не заставляли это делать. Не хочешь - не ходи.

*I: Очень интересный взгляд. А вот Вы думали когда-нибудь какие еще качества именно Вам помогают в предпринимательстве?*

*Р: Наверное это ответственность. Я не могу назвать себя каким-то мега-способным человеком. Возможно я где-то достаточно ленива, как и все, но когда я понимаю, что на мне лежит ответственность, лень заканчивается, я начинаю работать 24/7. Когда я не чувствую этого, во мне включается все та же лень, «сделаю завтра». Я думаю, что это больше про ответственность, что тебе нудно заплатить за аренду, зп сотрудникам, клиенты есть. И ты за это несешь ответственность, не просто моральную, но и финансовую. Нужно что-то делать, шевелиться (смеется)*

*I: А Вы говорили...*

*Р: Извините, а можно на «ты»?*

*I: Да, я сама не против*

*Р: Замечательно*

*I: Смотри, ты говорила, что у тебя в семье есть предприниматели. Были ли какие-то моменты, особенности в воспитании, которые способствовали развитию тебя, как предпринимателя?*

*Р: Кстати очень классный вопрос. Отвечу, что было самое ключевое, что мне не дало сдаться. Потому что когда я открыла клуб в 2014 году, я была в партнерстве с подружкой, у нас начались трудности и наши долги начинали расти. В какой-то такой сложный период она ушла и сказала: «Извини, я там замужем, хочу ребенка, ты как-то сама разрули, а все документы были на мне, все долги были на мне, по этому она просто взяла и ушла от меня. И было вот тогда трудно, но то, что мне не дало сдаться, это то, что мои родители... в 2008 году был кризис... Они закрыли свое предприятие, они занимались металлопластиковыми окнами. Все диллеры ушли с рынка, рынок сильно просел, они стали меньше зарабатывать и в итоге закрылись. Был очень сложный период, они просто сидели дома и ничего не делали. Они морально очень были подавлены, они сдали позиции, а потом просто пошли наемными сотрудниками. И бабушка с дедушкой потом позакрывали свои точки. И в один момент, когда я смотрела, очень тяжело, когда ты зарабатываешь и одним днем ты перестаешь зарабатывать. И было такое, что мы мелочь собирали, чтобы пойти купить продукты. Большой контраст. Я после того, как посмотрела на это, я подумала, что никогда не буду сдаваться, ни при каких обстоятельствах, я буду бороться и идти до конца. Но вот сейчас это иногда играет плохую шутку, потому что ты никогда не останав-*

ливаешься. Но иногда бывает разумно остановиться, закрыться или продать, а у тебя такое желание постоянно бороться и тут важно тоже понимать, когда реально нужно остановиться, а когда есть за что побороться.

*И: А это как-то связано с твоим магазином экопродуктов?*

Р: Да, да, это было связано, потому что я понимала, что возможно если я начну сильно уходить в другой проект, то мой клуб перестанет зарабатывать деньги. И потом я останусь между двух проектов и потеряю все. Это кстати достаточно частый сценарий предпринимателей, когда у них есть успешный проект, они начинают второй. А в итоге и там, и там ничего не происходит. По этому тогда я тоже взвесила и решила дальше не рисковать. То есть я сделала небольшое вложение, сделала сайт, поигралась, получила опыт и тогда на тот момент я понимала, что лучше остановиться, потому что это не факт, что это будет приносить деньги. А выйдя из процесса клуба я понимала, что заработок или упадет или вообще придется закрыть.

*И: Очень вдохновляет. А вот этот принцип «никогда не сдаваться» это естественное, что дало воспитание или что-то еще было?*

Р: Ну ключевое, что мне давали родители это свобода. Я не помню, что бы меня там сильно ограничивали, ну разве что там школу не прогуливай. Но все равно было такое, что когда я говорила, что не хочу в школу честно, то можно было и прогулять. Родители давали мне свободу, никак не контролировали мои оценки с класса 3-5. Мама вообще в школу не ходила, папа редко. Ну они как бы сос тороны наблюдали, что я хожу на тренировки, все хорошо, не п'ю не гуляю. Во всем остальном у меня была свобода и ответственность за младшую сестру и вот это тоже сильно повлияло на воспитание. Но тем не менее была свобода, я могла развиваться так, как мне хотелось, как мне было комфортно, я училась не очень хорошо. Ну там троешницей в основном была. Родители никак не за это особо не ругали, так периодически «ну-ну-ну так нельзя, неси дневник». Да, воспитание очень важно. У меня некоторых подружек родители очень контролировали, они отличницами были. У них этот тотальный контроль воспитал комплекс отличницы, они бояться сделать какое-то действие и получают какое-то социальное неодобрение, а в целом я привыкла в школе, институте... У меня не было такого, что я была отличницей. И это больше не про то, что я не могла или не получалось, я просто не хотела.

*И: Ну это прикольно, моя мама тоже в детстве боролась с комплексом отличницы во мне. Теперь я понимаю, что свобода для ребенка играет не последнюю роль.*

Р: Да, это очень важно. И вот по своим одноклассникам, те, кто были отличниками и которых не было способностей, то их родители насильовали и они себя заставляли. У девчонок, когда у нас была встреча выпускников 5 лет, они до сих пор учились. У меня уже был клуб, а они еще до сих пор на магистратуру и так далее, хотя по сути могли зарабатывать. Но сейчас по факту, сов семи предпринимателями, сов семи руководящими лицами, людьми, которые как-то занимаются торговлей. Никто сейчас особо не спрашивает диплом, все спрашивают навыки, то есть какие у вас есть знания. Никто сейчас не спрашивает оценки, руководителю главное, чтобы сотрудник мог адаптироваться, был обучаемый, стрессоустойчив и у него было желание. Все остальное можно научить.

*І: А было ли такое, что ты чувствовала, что тебе не хватало знаний о предпринимательстве?*

Р: Да, было конечно и я обучалась. Вообще у меня профильное образование учитель физкультуры в Драгоманова. И конечно мне с точки зрения предпринимательства мне не хватало знаний. Я читала книги, про психологию, про бизнес. Потом я обучалась в «StartUp Ukraine». И в самой компании FitCurves я обучалась, я смотрела, как работают другие, не стеснялась спрашивать у тех, кто там дольше работал. Как они это делают. В целом, я постоянно стараюсь обучаться, по фейсбуку по рекламе, по инстаграмму. Какие-то такие маркетинговые знания я все равно узнаю. Это невозможно просто быть предпринимателем и не обучаться.

*І: А вот мы говорили про роль семи в том, что ты решила стать предпринимателем. А вот были ли люди в окружении (друзья, знакомые), которые тоже способствовали этому?*

Р: Ну наверное скорее не было. Я до какого-то момента не признавалась себе в том, что я пойду в предпринимательство, потому что я смотрела на родителей, видела, как они работают 24/7. У них нет свободного времени, на море они совершают телефонные звонки, постоянно на работе задерживаются. Я не очень была вдохновлена таким графиком и я понимала, что меня ждет. Кстати такой факт... Чаще всего закрываются стартапы, где владельцы думают: «а, это не так, как я себе это представлял, я думал я буду свободен, а у меня тут 24/7 работа». Так было допустим у моей подружки. Она думала, что нам не нужно будет раздавать флаера и делать грязную работу сначала. Она думала, что мы станем владельцами, деньги будут капать, а мы ничего не делать. А мы начальном этапе были и тренером, и уборщицей, и промоутером. Нету денег и ты должен выполнять все и больше. Я к этому была готова, что нужно выстраивать с нуля

сам, а потом делегируешь и отдаешь кому-то. Я хотела сначала быть просто преподавателем, но я поняла, что это очень печально с доходом.

*I: А изменилось ли что-то в твоём характере, взглядах на вещи после того, как ты начала заниматься предпринимательством?*

R: Да

*I: Что именно?*

R: Разочарование было в людях. Ты не понимаешь почему человек не берется работать так же, как ты. Недопонимание. Я сама по себе мягкий человек, но когда ты руководишь, мне пришлось себя ломать, быть жестче. У меня такое обостренное чувство справедливости. И вот эти все моменты они были тяжелыми. Да, я очень сильно поменялась. В какой-то момент чувствовала, что я руководитель на работе и забываю, какая я на самом деле. Тут палка и два конца. Ты можешь быть доброй и пушистой, но этим все начинают пользоваться. Нужно было учиться граничить работу и жизнь. Это даже не в первый год получалось. Мне хотелось со всеми дружить, встречаться с друзьями. Они говорили зачем работать, давай потусуемся, а мне нужно выплатить аренду, а у меня нету денег. Вот такие моменты возникали.

*I: А разочарование? Оно в ком больше было?*

R: В сотрудниках. У нас такой менталитет, еще с СССР, что нужно что-то украсть, своровать. Это передается с поколения в поколение. Это передается и детям, я никого не обвиняю, но это факт нашего менталитета. А я росла в семье предпринимателей и у меня были другие ценности и для меня это было непонятно, как это можно на работе что-то взять, а для кого-то это была норма. И с этим мне было сложно, потому что это мое и у меня его забирают. Это какая-то сумма, недостача. Бывает, ты даже понимаешь кто это. Тут суть не в мелочи, а в неприятном осадке.

*I: А как бы ты оценила, в какой мере предпринимательство способствует реализации твоих способностей и талантов?*

R: Ну наверное нет, мне в это больше помогает духовные вещи. Даже больше в нерабочее время. Я к предпринимательству больше отношусь, как к работе.

*I: А вот ты сказала, что предпринимательство это больше работа для тебя. А как ты считаешь, есть ли что-то общее между предпринимательским процессом и творческим процессом?*

Р: Нет, определенно есть общее. Ты все равно придумываешь какую-то картинку и по ней начинаешь двигаться. Просто ты эту картинку видишь больше в цифрах, определенных действиях. Ты рисуешь себе картинку, приходишь к команде и вы начинаете что-то делать. Самое сложное в предпринимательстве – это ежедневная операционная работа. Предприниматели класно рисуют картинку, класно рассказывают куда мы идем, но большинство предпринимателей не любят точно каждый день проверять, что мы доходим до нужной цели. Каждый день по цифрам, я общаюсь, они говорят, что не любят этого. Цели поставили и забыли, а в конце месяца не приехали (смеется)

*І: А вот как ты считаешь предприниматель должен все же больше операционкой заниматься или он больше про такие большие цели?*

Р: Ну, и та, и та нужна. Просто разница в том, что ты рисуешь картинку раз в месяц, это 5-10%, остальные 90% тебе нужно точно проверять. Потому что если ты точно не проверяешь, то ты не получишь тот результат, который должен быть. И получит ли твоя команда зп, которую хочет и в итоге ты потреешь все. Команда уйдет, если ты не будешь зарабатывать столько сколько вы хотите. И это тоже важно, проверить это в четверти месяца и половине месяца. Получи ли тренер такую зп, если будет работать так, как сейчас. Это run rate. Проверять приходишь ли ты до того, где хочешь оказаться в конце месяца.

*І: А было ли такое, что после начала занятий предпринимательской деятельностью люди по другому начали тебя воспринимать, имидж твой изменился?*

Р: Нет, не было. Объясню почему. У меня никогда не было большого количества друзей. У меня всегда было очень много тренировок и школа, потом работа. И у меня получается не было свободного времени, чтобы уделять его друзьям. У меня было несколько подружек, все остальное это были знакомые, с которыми ты не будешь ежедневно общаться. Плюс, когда я в 20 лет взяла клуб, тоя очень болго не говорила, что это мой клуб. Наверное до 23 лет. Потому что бывало такое, что скажешь малознакомому человеку, что у меня есть клуб. А он: «Та что ты там врешь, вот такие вот моменты, я понимала, что не каждый может поверить, что в 20 лет может быть свій клуб, на который не дали деньги родители, а ты его еще взял там в кредит. По этому каное-то время у меня был комплекс, что не каждый может в это поверить. И я не говорила, в соцсетях не писала. Ближе к 25 я начала это афишировать, в этом возрасте это более принято.

*І: А вот главной причиной того, что ты не говорила было, что некоторые не верили, что ты сама это сделала? Я правильно поняла?*



Р: Да, мне было обидно это слышать. Не хотелось это доказывать, потому что ты как оправдываешься. И из-за того, что я не знала какая реакция будет у другого человека, я об этом не говорила. Говорила, что я просто тренер.

І: *Ты говорила, что у тебя был опыт работы по найму. Какие бы плюсы и минусы ты бы выделила в работе по найму, а какие в предпринимательстве?*

Р: Ну банально, но один из плюсов это то, что у тебя нет рисков и ответственности. То что, ты каждый месяц получаешь определенную стабильную зп, как оторую ты можешь рассчитывать. В предпринимательстве ты иногда свои деньги докладываешь, чтобы он не работал в убыток. Ты можешь при закрытия бизнеса остаться с долгами, при найме ты можешь просто пойти поменять работу. Но в предпринимательстве большему можно научиться. Этот опыт будет ценнее, нежели обычного наемного рабочего. Так больше для себя я не вижу разницы. Единственное – если ты по найму работаешь и у тебя хорошая компания, то компания будет вкладывать в твоё развитие и обучение. Ты можешь стать болем сильным в своей сфере и уйти работать в компанию получше. А

І: *А скажи, пожалуйста, предпринимательство это сейчас основная часть твоего дохода?*

Р: Да, да. Это основная часть. Ну на карантине его сильно нету, все предприниматели грустно плачут где-то в подушку(смеется)

І: *А было ли такое, что твои доходы сильно падали от предпринимательской деятельности или были какие-то финансовые трудности?*

Р: Да, были, но были только с началом работы в 2014 году. И то я думаю, что вопрос был в партнере, потому что мы не могли. Знаешь, это как в семье, если муж с женой не ладят, то все сферы разрушаются. Так же когда два партнера в бизнесе не могут найти компромисс и решить какие-то моменты, то вокруг все рушится. Вот когда я уже осталась одна, у меня была четкая картина, я очень много работала и постепенно восстанавливала все. После того, как я осталась одна, то я стала работать в 2-3 раза больше, у меня были долги по клубу и я постепенно с ними рассчитывалась и только когда я вышла на болем-менее стабильный доход, то я первый раз поехала в отпуск. И с того момента не было таких трудностей, да были какие-то минусы, но я понимала, как это окупится. Балансировала и большой ямы, с которой мне нужно было вылезать у меня не было

І: *А вот тебе что ближе ? Использовать доходы от предпринимательства на свои личные нужды или больше возвращать их обратно ?*

Р: Пока я не вернула долг, то конечно я возвращала все обратно, а когда все успокоилось, то больше начала работать на свой комфорт и жизнь. Я поняла, что если я постоянно буду работать- работать- работать, то я закопаю себя там. Если ты не получаешь удовольствие от жизни, то зачем тогда работать. Нужно жить в свое удовольствие, я ж не буду 30 лет в этом клубе работать (смеется)

І: А ты думала, чем бы ты могла заниматься, кроме предпринимательства?

Р: Не знаю, наверное это тоже было бы связано с детскими танцами, скорее всего ходила бы в танцевальную студию или была бы тренером. Но сейчас все равно стоит дилемма чем бы я еще могла заниматься кроме клуба и что будет, если клуб закроется. Все это состояние экономики. Очень мало фитнес-клубов, которые получают, маленькие, от 1000-2000 долларов. Большие может максимум 10 000. Оно в целом достаточно конкурентоспособно, это всем нравится, это спорт. Очень много предпринимателей, которые открывают клуб чтобы было. Это такие мужчины с 90-х, это так же, как женщина открывает салон красоты. А они могут даже быть убыточными.

І: *Ты часто упоминала о рисках. Как ты считаешь, риск это неотъемлемая часть предпринимательства?*

Р: Риск есть у всех, потому что экономика может одним днем измениться и ты все равно несешь очень большие риски. Особенно в нашей стране.

І: *А какие именно риски?*

Р: Нестабильная экономика и курс доллара, уезжают очень много людей на заработки, по этому люди становятся бодем востребованными и им нужно поднимать зп. Бизнес не может выдерживать такую большую зп, то есть зп растут, но само предприятие не стало больше зарабатывать. Потом отсутствие законов, у нас суды не работают. И объективно договора, которые мы заключаем, все понимают, что они ничего не стоят. Это тоже самое, что договориться на словах. Договор не имеет никакой гарантии абсолютно, потому что если ты пойдешь в суд и твой договор, ну судебный процесс меньше 20 000 долларов, то тебе не стоит вообще идти в суд. Тут все на устных договоренностях или репутации компании, а не из-за страха перед законом.

І: *Как ты считаешь, должен ли бизнес решать какую-то задачу в обществе?*

Р: Любой бизнес должен решать проблему какую-то. Иначе он не жизнеспособен. Прежде чем открывать бизнес, нужно просчитать какую проблему он будет решать. Если он не решает проблему людей, то о никому не нужен в принципе.

Миссия у бизнеса тоже должна быть. Сейчас люди хотят быть причастными к чему-то большому, к какой-то истории. Принцип «купил-продал» никому не интересно. Нужно чтобы это было красиво упаковано. Это однозначно сейчас тенденция нашего времени. Раньше, в 2000- например такого не было. После советского союза в принципе ничего не было и люди были рады всему. То сейчас очень большой рынок, можно пойти купить у Васи, Пети, Марины. И клиент уже выбирает. Смотрит на сервис.

*I: Как ты считаешь, приносит ли твоя предпринимательская деятельность пользу обществу?*

Р: Да, наша вообще вся сеть больше направлена на женщин возрастом 35-45+ Это те женщины, которые не пойдет в обычный тренажерный зал и эт для них альтернатива для улучшения здоров'я, возвращение в форму. Многие женщины с избыточным весом не могут забеременеть. Для них это вопрос вообще родить. Дляменя основное – это женщинам и баб ушкам помочать оздоровиться. У нас есть такая бабушка, ей за 70, она в таких толстых очках, она очень медленно ходит, прям полчаса идет до клуба, потом минут 40 тренируется и полчаса домой идет. Для нее это возможность куда-то пойти, дети покупают ей абонемент, для того, чтобы она ходила. Потому что движение - это жизнь. Бабушки и де душки в селах живут дольше, потому что они каждое утро выходят и куда-то идут: на огород. А в Киеве пожилые люди сидят в квартире целыми днями, процессы замедляются и человек быстрее умирает, стареет. Для них такие тренировки это возможность продлить жизнь.

*I: А как предприниматель, как бы ты описала ситуацию с предпринимательством в Украине за последние 4-5 лет?*

Р: Мм...Печально (смеется) У нас нет никакой поддержки предпринимателей, на самом то деле. Даже сейчас карантин, не сделали какие-то нормальные законы. У нас очень высокие процентне ставки на кредиты. Даже тот Приватбанк, который делает программу КУБ и он очень сильно его пиарит, там очень большой процент. Ты берешь 300 000 грн кредит, а у тебя только 6000 грн в месяц процент, плюс еще нужно возвращать тело кредита. 6000 грн это очень високий процент для стартапа, для нового бизнеса это очень високий процент, который еще нормально не зарабатывает. Это «не кредитування підприємців», это обычный кредит, который выдается всем. У нас нет таких программ, которые помогли бы предпринимателям. Потом законодательство. Этого стало уже меньше, но если бизнес начинает зарабатывать большие суммы, то нужно поделиться на вообще незаконном основании. Дальше у нас был опыт, мы делали ремонт студии, мы покрасили фасад нашего здания в фиолетовый цвет и салатовый. Кир-

пич, старый кирпич, здание 70-х годов, оно уже сыпется. К нам пришли дядечки и сказали «ай-я-яй, так нельзя, вы портите вид, это же Дорогожичи» А там не то что вид, там дома сыпятся. Это не центр Киева, второе – это то, что ни пришли к нам не тогда, когда мы покрасили, а именно в день открытия, когда мы повесили шарик. Значит они понимали, что можно пойти за взяткой. Мы ничего не давали, глава в Шевченковском районе позвонил и сказал, они там тренируют наших бабушек, не трогайте их. Больше они к нам не ходили. Вот такие вот варварские моменты. Так же само пожарники приходят, в целом они не приходят к тем, у кого нету денег. Но если у тебя новый ресторан, будь готов к тебе придут все, по каждому поводу и будут ходить доколуываться. Этого с годами становится все меньше, особенно, когда пришел Порошенко. Был такой негласный договор между предпринимателями и Порошенко. Порошенко делает что хочет, но не трогает предпринимателей, а предприниматели не бунтуют и не трогают Порошенко. При Зеленском это пока особо не чувствуется, не знаю что будет

*І: А как предприниматель, как ты считаешь важно ли чтобы молодежь занималась предпринимательством?*

*Р:* Я думаю, что это не прям столь важно, потому что мировой кризис 20-го года, про него говорили еще в начале 19-го. По социальным исследованиям, основной причиной кризиса было большое количество убыточных стартапов по всему миру. Стали модны стартапы, в них стали вкладывать деньги, а они оказались убыточными. Это выходит тормозит экономику, был выброс денег в никуда. Почему стало модно, это связано с программистами, с Apple. Чтобы из таких маленьких стартапов начали развиваться большие корпорации. Но на самом деле, компания Apple и таких мегауспешных стартапов не так много, а вот убыточных... Даже когда мы учились в StartUpUkraine, нам говорили статистику, что 99% всех стартапов умирают в первый год жизни. По этому я считаю, что не стоит так юного чего придумывать, потому что это наносит вред определенной экономике. Мы теряем свободные места. Выходит, что очень много свободных художников, которые занимаются чем-то, но не развивают экономику и страну. Молодежь часто говорит, что мы хотим быть свободными, но с точки зрения экономики, я считаю, что это прям хорошо. Я считаю, что если что-то делать, то все должно быть прибыльно, все просчитано и продумано. Лучше развивать экономику на рабочих местах, тем более для нашей страны это очень важно. Я считаю, что молодежь должна поработать наемным сотрудником несколько лет, понимать в какое направление ты пойдешь, четко понимать, что такое предпринимательство, а потом туда идти. Потому что очень много 19-20 лет, посмотрят на успешных предпринимателей. Ой а я там буду делать что? А

в итоге прибыли нет, начинает себя искать, что не так, чем себя занять. Я хочу быть свободным как предприниматель. Не знаю лень вот какая-то такая. Я вот кстати училась на курсе StartUpUkraine, 2.5 месяца обучение, у нас в группе было больше 20 человек. И по факту я была там с проектом интернет-магазина, я его не продолжила. На моей памяти только одна девочка защитила и через 2 года открыла то проект, который она хотела делать. И то она еще 2 года работала с тетей Кларой и потом только открыла. Некоторые просто пока учились поняли, что они ну будут этим заниматься или попробовали поняли, что не будут этим заниматься. Я бы тоже наверное советовала быть наемным сотрудником, обучаться, как это делать и понимать готов ли ты делать то, что от тебя требуют. Потому что предпринимательство это очень большая операционка и это большое количество цифер. Это не так, что ты что-то делаешь, тихонько так продаешь. Ну это самозанятость. Можно делать вкусные торты в инсте и продавать, но это не предпринимательство, это больше, когда на тебя уже кто-то работает

*I: А вот такой вопрос. В предпринимательстве есть много рисков, неприятных таких аспектов. Думала и ты уйти когда-нибудь, закрыть все и уйти работать по найму опять?*

*R:* Начали появляться последний год-два. Я пока еще не думала чем хочу заниматься. То что у меня есть, это то, чем я хотела заниматься всегда. Ну быть в сфере спорта, даже больше фитнеса. А идти куда-то просто тренером ты все равно будешь зарабатывать меньше. А что-то другое? Я это люблю. Да, мысли есть, продать, закрыть. Важно правильно вовремя остановится. Это как на работе приходишь в новую компанию, то все классное новое, а потом через 1-2 года начинаешь замечать минус. Это так же, как и в отношениях. Там по началу у тебя эйфория, это и в предпринимательстве.

*I: Окей, последний вопрос. Как ты думаешь, изменился ли твой мотив занятия предпринимательской деятельности со временем?*

*R:* Ммм... Причина у меня изменилась, по началу это было больше связано с развитием, а когда ты уже достигаешь того уровня, которого планировал достигнуть, то для тебя это больше превращается в зарабатывание денег. Ты уже наладил все процессы, ты понимаешь как это работает, скучно немного. Это все превращается в операционку.

*I: Спасибо огромное за интервью! Это было очень интересно!*