

## **МОТИВАЦІЯ В РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ**

Малий бізнес у ринковій економіці – провідний сектор, що визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту і розглядається як самостійна форма функціонування та розвитку продуктивних сил, що сприяє прискоренню структурної перебудови економіки, активізації науково-дослідницьких робіт, стимулює економічну конкуренцію та вирішує низку інших соціально-економічних проблем. У країнах із ринковою системою господарювання малі підприємства є наймасовішою, найдинамічнішою і найгнучкішою формою ділового життя.

В економіці України появи малого бізнесу передувало створення кооперативів у період з 1986 по 1990 роки. Саме вони й поклали початок розвитку малого підприємництва. Державна політика, спрямована на підтримку малого підприємництва та формування організаційно-економічних умов для його розвитку, почала формуватися після проголошення незалежності України. Зокрема, одним із шляхів виникнення малих приватних підприємств є мала приватизація. З 1992 р. до початку 1999 р. було приватизовано понад 45 тис. малих підприємств. Фактично, мала приватизація не стала суттєвим каталізатором підприємницької активності, як в інших країнах, тому що проводилась часто неефективно, без урахування інтересів нових власників та не була підкріплена низкою необхідних економічних реформ [1].

Малі підприємства реалізують підприємницький інтерес й ініціативу власника, який найчастіше є і керівником, і генератором ідей, і фінансовим керуючим. Відповідно, більшість рішень щодо діяльності даного підприємства ґрунтується на авторитетній думці власника-керівника. Свої особливості на малому підприємстві має мотивація, оскільки на таких підприємствах працюють люди творчі й ініціативні, які найгостріше відчують три потреби – влади, успіху, причетності [2].

Основними мотивами, що спонукають людину займатися підприємницькою діяльністю є:

- ◆ прагнення до забезпечення високого рівня власного добробуту;
- ◆ прагнення до самостійності та незалежності в діях;
- ◆ безробіття, неможливість працювати за колишнім місцем роботи;
- ◆ прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві;
- ◆ потреба в реалізації своїх здібностей;

- ◆ властивість характеру, потяг душі;
- ◆ прагнення до легкої праці, що дає значні та швидкі результати;
- ◆ потреба зробити кар'єру;
- ◆ інтерес до економічної творчості, інноваційної діяльності, новинок;
- ◆ прагнення влади;

◆ **Складний етап трансформації суспільства**. відносин та певні ризики кризи потребують аналізу мотивації підприємницької діяльності, а також оцінки змін у ставленні населення до неї. Загальновідомо, що кожний вид трудової діяльності отримує певну оцінку з боку суспільства, а визначальними мотивами професійної діяльності є прагнення заробити більше грошей, можливість професійного зростання і потреба кар'єрного просування. Серед усіх категорій економічно активного населення домінує мотив матеріального статку, тобто забезпечення високого рівня власного добробуту. За даними соціологічних досліджень на важливість матеріального мотиву вказали 72 % безробітних та 84 % керівників підприємств, установ, організацій та їх підрозділів. За видом трудової діяльності значимість мотиву забезпечення високого рівня власного добробуту коливається від 60 % у самозайнятих до 79 % у підприємців. Друге місце в ієрархії мотивації підприємницької діяльності зайняв стимул, що пов'язаний з прагненням до самостійності та незалежності в діях. На це вказали як керівники підприємств, установ, організацій та підприємці, так і спеціалісти, наймані працівники підприємств державного сектора, наймані працівники приватних підприємств та самозайняті. Проте для працівників сільського господарства та промисловості, а також безробітних друге місце посідає такий мотиваційний чинник, як безробіття і неможливість працювати на колишньому місці роботи. Таким чином, безробітні та працівники сільського господарства і промисловості пов'язують процес переходу до підприємництва не з можливостями самореалізації, а з безвихідністю життя та загрозою втрати роботи. Цей факт потребує освітніх впливів на формування ринкових економічних стимулів щодо вибору індивідом трудових підприємницьких стратегій [3].

Підприємці, бізнесмени та фермери частіше за інші категорії економічно активного населення пов'язують стимули щодо підприємницької діяльності з такими мотивами, як прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві та потреба в реалізації власних здібностей. Економічна свідомість підприємців визначається не тільки макросоціальними параметрами, а й мікросоціальними особливостями, які включають їх особистісні якості, економічні уявлення, переконання та цінності. У підприємців превалює ринковий тип економічної свідомості, який передбачає високий ступінь

економічної активності з боку особистості, розуміння нею того, що ринок пропонує можливості для підвищення добробуту відповідно до вкладених зусиль, знань, умінь, наявних компетенцій. Пріоритетність мотивів підприємницької діяльності залежить також від галузі економіки, де працює людина. Наприклад, працівники фінансової сфери, порівняно з працівниками інших галузей, найчастіше вважають, що людей спонукає до підприємництва прагнення до самостійності та незалежності в діях (52 %) та потреба в реалізації своїх здібностей (29 %), працівники торгівлі частіше вказують на прагнення мати пристойний імідж і соціальний статус у суспільстві (39 %) та потребу зробити кар'єру (19 %), а працівники сфери будівництва, відносно працівників інших галузей, частіше звертають увагу на такий мотив, як інтерес до економічної творчості, інноваційної діяльності та новинок (22 %) [3].

Таким чином, основу мотиваційної системи складають потреби, які є визначальним джерелом мотивації. Завдяки задоволенню потреб здійснюється поповнення життєвої енергії людини та формуються стимули її вдосконалення як необхідної умови подальшого розвитку економіки. Залежно від орієнтації на задоволення конкретної складової потреб формуються мотиви діяльності. Хоча самі потреби у процесі розвитку суспільства і досягнення успіхів у життєзабезпеченні мають тенденцію до видозміни в напрямі суспільного визнання, проте вони мають матеріальну основу, яка трансформується у форму грошового багатства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Роль малих підприємств в економічному розвитку країни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://referat.repetitor.ua/page=2&lang=ua>.
2. Половян О.В. Особливості управління малим підприємством // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 6. – С. 131–135.
3. Ноур А.М. Ставлення, готовність та мотивація економічно активного населення України до підприємництва як чинники потенційної трудової мобільності в умовах кризового стану ринку праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/usoc/2009\\_2/Pages %20 from%20121-131.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/usoc/2009_2/Pages%20from%20121-131.pdf).