

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ  
ІНСТИТУТ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ НАПН УКРАЇНИ  
УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА  
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ДЕРЖАВНИЙ ПОДАТКОВИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «ВСЕУКРАЇНСЬКЕ ТОВАРИСТВО «РІДНА ШКОЛА»  
AUTONOMOUS UNIVERSITY OF ZACATECAS (MEXICO)  
EUROPEAN INSTITUTE OF FURTHER EDUCATION (EIDV) (SLOVAKIA)  
ISRAEL TRAUMA COALITION (ISRAEL)  
Sky Tel OÜ (Estonia)

DOI <https://doi.org/10.59647/978-617-520-999-8/1>

## **ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ**

### *VII Міжнародної конференції*

**Актуальні проблеми освітнього  
процесу в контексті європейського вибору України**

*14 листопада 2024 року*

Київ  
Видавництво Ліра-К  
2025

*Рекомендовано до друку Вченою радою  
Київського національного університету будівництва і архітектури  
(протокол № 27 від 29 листопада 2024 р.)*

**Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України:** матеріали VII Міжнародної конференції (14 листопада 2024 року). – Київ : Видавництво Ліра-К, 2025. – 728 с.

ISBN 978-617-520-999-8

У матеріалах VII Міжнародної конференції «Актуальні проблеми освітнього процесу в контексті європейського вибору України» висвітлюються актуальні питання професійної (професійно-технічної) освіти: вітчизняний та зарубіжний досвід; психолого-педагогічне забезпечення освітнього процесу; сучасні виклики; сучасні проблеми викладання інженерно-технічних та гуманітарних дисциплін.

Матеріали конференції розраховані на науково-педагогічних, наукових працівників у галузі педагогіки, психології, соціології, викладачів, аспірантів, студентів, а також на соціальних педагогів, соціологів, практичних психологів і соціальних працівників.

*За зміст поданих матеріалів несуть відповідальність  
їх автори.*

4. Стратегія Розвитку Вищої Освіти В Україні на 2021–2031 роки // Міністерство освіти і науки України. URL: <https://mon.gov.ua/static-objects/mon/sites/1/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf>

5. Соціально-психологічний супровід професійного становлення майбутніх фахівців в умовах пандемії. О Сковира, Р Калениченко, М Берташ - Вісник Національного університету оборони України, 2021. <http://visnyk.nuou.org.ua/issue/view/18363/11330>

6. Impact of Artificial Intelligence in Students' Learning Life. S Raja, D Joel Jebadurai, Lavrik Ivan, Rudenko V Mykola, Kalenychenko Ruslan, P Reznik Nadiia. AI in Business: Opportunities and Limitations: Volume. Springer Nature Switzerland. 23-17

7. Професійний відбір та професійний добір у профорієнтаційній роботі. Р Калениченко, А Коханець, М Берташ - Вісник Національного університету оборони України, 2022. <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/262677>

УДК 159.9 : 37

**Калениченко Руслан Арсенович,**

*кандидат психологічних наук, доцент,*

*доцент кафедри професійної освіти*

*Київського національного університету*

*будівництва і архітектури;*

**Петренко Анастасія Русланівна,**

*здобувач вищої освіти академічної групи ЕП-22*

*Київського національного університету*

*будівництва і архітектури*

## **МОТИВАЦІЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ**

Сучасний світ настільки складний, що традиційні маркетингові методи та інструменти вже не в змозі задовольнити потреби споживачів на ринку. І бізнес стає все більш підприємницьким. Але не всі, хто хоче створити власний бізнес, усвідомлюють, що підприємництво – це не тільки про гроші, це ціле мистецтво, яке піддається освоєнню далеко не кожному.

Програє на ринку звичайний бізнесмен, який ставить за мету отримання прибутку і використовує застарілі конкурентні інструменти. Натомість є новатори та підприємці, які провокують, експериментують і загрожують стабільності нормальних форм бізнесу. Вони керуються змінами в поведінці споживачів, усвідомленням нових способів мислення та перспектив. Тому створення конкурентоспроможного бізнесу вимагає використання мотиваційних важелів, які сприяють підвищенню якості та ефективності роботи підприємців, співробітників і осіб з бізнес-оточення компанії.

Перехід людини зі статусу найманого працівника у статус бізнесмена активізується процесом, який психологи позначають як мотивацію.

Мотивацією називають сукупність спонукань, що викликають активність індивіда і направляють його до певного виду діяльності [1].

Активний розвиток підприємництва є необхідною умовою забезпечення сталого економічного розвитку в ринковій економіці. Це головна засада для формування ефективного конкурентного середовища, підвищення якості життя та сприяння науково-технічному прогресу [2].

Хоча підприємницька діяльність найбільш схожа на діяльність менеджерів, багато досліджень вказують на відмінності між цими видами діяльності. Науковці виділяють деякі характеристики, які відрізняють підприємницьку діяльність від управлінської: стратегічний характер цілей діяльності, здатність до інновацій, ризик, економічна свобода і незалежність, висока відповідальність перед суспільством (матеріальна, правова, моральна) за результати власної діяльності [3].

За результатами порівняння соціально-психологічних характеристик підприємців і менеджерів основні відмінності спостерігаються за такими характеристиками:

- Стратегічна орієнтація: Підприємці орієнтуються на нові можливості, менеджери – на використання наявних ресурсів.
- Виконання плану: підприємці зосереджені на швидких результатах, менеджери на довгостроковій перспективі.
- Залучення ресурсів: Підприємці використовують ресурси в кілька етапів, менеджери використовують ресурси в один крок.
- Організаційна структура: Підприємці віддають перевагу горизонтальним структурам, заснованим на неформальних зв'язках, тоді як менеджери віддають перевагу формалізованим ієрархічним структурам.

*Основні чинники мотивації до підприємництва:*

Гроші та премії;	Прагнення до незалежності;
Матеріальне благополуччя;	Невдоволення соціальним статусом;
Сім'я та сімейні традиції;	Сімейний розлад;
Безробіття;	Бажання згуртувати команду однодумців;
Бажання самовираження;	Оригінальні ідеї та винаходи;
Самопошук;	Відсутність бажання працювати на тимчасовій основі;
Політичні інтереси;	Прагнення до самоповаги.
Моральне задоволення;	
Громадський тиск;	

Підприємницька мотивація настільки сильна і складна, що більшість економічно орієнтованих компаній заохочують включення менеджерів до складу засновників цих компаній. Подібні норми запроваджено і у вітчизняній практиці. Це означає, що керівництво реформованої компанії має пріоритетні та фіксовані права на частину акцій та інших цінних паперів новоствореної компанії. Головним мотивом підприємця є бажання отримати прибуток. Проте в умовах ринкової економіки та правової держави реалізувати цю вимогу можна лише шляхом задоволення потреб споживачів.

Підприємницька діяльність ґрунтується не лише на підприємницьких, а й на споживчих мотивах. Мотивація споживачів базується на потребах людей.

Потреби – це необхідність чогось, бажання володіти певними речами, відчуття нестачі, якщо бажання залишається незадоволеним [1].

Зазвичай ці потреби знаходяться в ієрархічній піраміді А. Маслоу.

Перша група потреб, за А. Маслоу, – фізіологічні (біологічні) потреби, і їх мета – задовольнити нагальну потребу людини в їжі, сні, відпочинку, статевій активності та ін. Ці потреби є надзвичайно важливими, але як тільки вони задовольняються, сила їх відразу різко слабшає. Якщо ви голодні, то будете думати тільки про їжу, але коли ви наїлися, тоді вам захочеться ще чогось іншого, наприклад почитати новини, подивитися фільм або зайнятися вивченням останніх змін у курсі валют, що є важливим у сфері бізнесу (потреба в інформації).

Друга група – потреби в безпеці та стабільності – включає в себе впевненість у завтрашньому дні для забезпечення власного майбутнього, панування відчуття, що вам ніщо не загрожує тощо. На цій потребі, наприклад, заробляють страхові компанії, виробники сейфів і сталевих дверей, а також численні охоронні агентства.

Третя група потреб – у любові та належності до групи – на сьогодні часто залишається незадоволеною. Багато людей, бажаючи любові і прихильності, одночасно бояться цих почуттів. Вони не знають, як домогтися любові, і намагаються використовувати найбільш прості способи: жінки йдуть шляхом підвищення зовнішньої привабливості, а чоловіки – створюючи зовнішній антураж своєї значущості. У сфері бізнесу – це може бути потреба в належності до певного кола чи перехід до більш високого рівня та значущості власної підприємницької організації.

Четверта група – потреба в повазі та визнанні, в яку входить комплекс потреб, які можна розділити на дві підгрупи:

а) прагнення до свободи і незалежності, бажання бути сильним, компетентним і впевненим у собі;

б) бажання володіти високою репутацією, прагнення до престижу, високого громадського статусу та влади.

П'ята група – потреба в новизні, прагнення до отримання повної інформації. Сюди також належить потреба щось знати і вміти.

Шоста група потреб полягає у прагненні до ризику, пригод і подолання труднощів. На цій групі потреб заробляють виробники туристичного спорядження та обладнання для підводного спорту.

Сьома група – потреба в красі і гармонії. Люди, у яких вона є переважаючою, стають поетами, музикантами і художниками.

Варто зазначити, що тільки по одному предмету торгівлі (не знаючи покупця) буває важко зрозуміти, яку потребу цей товар задовольняє. Так, ювелірні прикраси можуть купуватися жінкою для того, щоб залучати чоловіків (потреба в любові), щоб показати свою «крутизну» (потреба в повазі та престижі), або просто тому, що вони надзвичайно сподобалися жінці (потреба в красі).

У деяких різновидах класифікації потреб, за А. Маслоу, п'ята, шоста та сьома потреби не описані (пропущені), але вершиною піраміди та вищою потребою є потреба в самореалізації – бажання робити те, що тобі подобається, до чого ти маєш здібності, талант, хист і у чому ти будеш дійсно на висоті та досягнеш найвищих результатів. [1].

### **Список використаних джерел**

1. Психологія бізнесу: навч. посібник / Р.А. Калениченко, А.С. Коханець, О.О. Нежинська. – Ірпінь: Державний податковий університет, 2023. – 270 с.

2. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України: монографія / Л. В. Проданова, О. В. Котляревський; Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2019. – 240 с.

3. Мотивація підприємницької діяльності: монографія / Л.М. Карамушка, Н. Ю. Худякова. – К.-Львів: Сполом, 2011. – 208 с.

4. Особливості організації професійно-психологічного відбору спеціалістів до діяльності в складних та екстремальних умовах Р Калениченко, А Коханець, М Берташ – Вісник Національного університету оборони України, 2022. <http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/256375>

<i>Калениченко Руслан Арсенович, Нечипоренко Катерина Олександрівна</i> ГРОМАДЯНСЬКА ОСВІТА В ШКОЛАХ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	179
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Пашковський Данило Олександрович</i> ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ВИКЛАДАННЯ ІНЖЕНЕРНО-ТЕХНІЧНИХ ДИСЦИПЛІН ТА МОЖЛИВОСТІ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	182
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Петренко Анастасія Русланівна</i> МОТИВАЦІЯ БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ.....	184
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Рожко Тетяна Сергіївна</i> ПСИХОЛОГІЧНА ДОПОМОГА СУБ'ЄКТАМ БІЗНЕСУ.....	188
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Угольниченко Віктор Олегович</i> КУЛЬТУРА ТА ЕТИКА БІЗНЕСУ.....	190
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Ушкаленко Вікторія Володимирівна</i> ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ЯК ОСНОВА ПОВЕДІНКИ У БІЗНЕС- СЕРЕДОВИЩІ.....	192
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Фараон Владислава Володимирівна</i> ГЕНДЕРНІ ВІДМІННОСТІ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	194
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Червяк Юлія Дмитрівна</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ.....	195
<i>Калениченко Руслан Арсенович, Шаповалова Крістіна Олександрівна</i> АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ В УКРАЇНІ.....	198
<i>Канішевський Станіслав Михайлович, Ткаченко Федір Володимирович</i> РОЛЬ ТРЕНЕРА У СТВОРЕННІ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ ТА ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНОЇ КОМАНДИ.....	202
<i>Канішевський Станіслав Михайлович, Шпильовий Володимир Іванович</i> ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ЮНИХ СПОРТСМЕНІВ НА СТИЛЬ ПОВЕДІНКИ В СИТУАЦІЇ КОНФЛІКТУ.....	204
<i>Киселевська Світлана Михайлівна, Коваленко Світлана Вікторівна</i> ПСИХОЛОГІЧНА ПІДГОТОВКА СПОРТСМЕНІВ-ШАХІСТІВ.....	207
<i>Киселевська Світлана Михайлівна, Севериненко Артем Андрійович</i> ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМИ НІТ ДЛЯ ВІЙСЬКОВИХ.....	209

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ  
ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ  
В КОНТЕКСТІ  
ЄВРОПЕЙСЬКОГО ВИБОРУ УКРАЇНИ

Збірник матеріалів

VII Міжнародної конференції

(Київ, 14 листопада 2024 року)

Керівник видавничого проєкту *Віталій Зарицький*

Підписано до друку 03.01.2025. Формат 60x84 1/16.  
Папір офсетний. Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.  
Умовн. друк. аркушів – 42,31. Обл.-вид. аркушів – 35,24.  
Тираж 300

Виготовлювач: ТОВ «Видавництво Ліра-К»  
Свідоцтво № 3981, серія ДК.  
03142, м. Київ, вул. В. Стуса, 22/1  
тел.: (050) 462-95-48; (067) 820-84-77  
Сайт: [lira-k.com.ua](http://lira-k.com.ua), редакція: [zv\\_lira@ukr.net](mailto:zv_lira@ukr.net)