

	огляду на корупцію чи інші зловживання правоохоронних органів, податкової та місцевої влади ("обдурять"/ "все заберуть" тощо).	правоохоронними органами 2. Антикорупційні комунікації.
	Низька мотивація через загальний песимізм щодо перспектив розвитку громади – недовіру до влади загалом.	1. Послідовна та збалансована комунікація "маленьких успіхів" та наявних викликів та проблем. 2. Демонстрація успішного досвіду підприємництва у власній та інших громадах.
	Низька мотивація через інертність більшості населення та громадську думку, яка не сприяє індивідуальній ініціативі та підприємництву в громаді ("нащо воно тобі треба", "краще не висовуватись").	1. Послідовна підтримка та заохочення будь яких, навіть мінімальних, проявів громадської активності. 2. Активна робота молодіжного напрямку. 3. Демонстрація успішного досвіду підприємництва у власній та інших громадах.
Поведінка	Неготовність зробити перший крок через побоювання невдачі на старті (старт-ап).	Запровадження механізму консультаційної підтримки від більш досвідчених підприємців, місцевої влади та зовнішніх консультантів

Як ми бачимо вище, спостерігається чіткий причинно-наслідковий зв'язок від обізнаності до ставлення і поведінки. Відтак, стратегія комунікацій у цьому питанні має розпочинатися з підвищення обізнаності та поступово впливати та ставлення і поведінку. При цьому успіх залежить від системного та комплексного підходу. У розділах нижче буде запропоновано комплекс комунікаційних заходів для активізації підприємництва у громаді.

Для кращого усвідомлення основних бар'єрів, які перешкоджають підприємництву серед молоді, рекомендоване проведення соціологічних досліджень (нульовий замір та подальші регулярні опитування, наприклад, раз на 1-2 роки).