

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В.Н.КАРАЗІНА

ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ

КАФЕДРА ПРИКЛАДНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: Особливості психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу

Студентки 2 курсу групи ЗПС-63 другого
(магістерського) рівня вищої освіти освітньо-
професійної програми «Психологія» за
спеціальністю 053 – ПСИХОЛОГІЯ
Юлії КОСТЕНКО

Керівник: к. психол. н., доц. ЗВО
Антон ШВАЛБ

Чотирьохрівнева шкала оцінювання _____
Кількість балів: _____

Члени комісії _____
(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Зміст

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦІВ ПРИ РІЗНИХ ФОРМАХ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	7
1.1. Психологічні особливості підприємництва як різновиду конструктивної діяльності людини	7
1.2. Виділення психологічного профілю підприємців у наукових дослідженнях	11
1.3. Вплив умов воєнного часу на особистість	17
Висновки до розділу I	20
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦІВ ПРИ РІЗНИХ ФОРМАХ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	22
2.1. Мета, завдання, характеристика вибірки	22
2.2. Методи дослідження	23
Висновки до розділу II	30
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦІВ ПРИ РІЗНИХ ФОРМАХ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ	32
3.1. Визначення параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу	32
3.2. Порівняльний аналіз параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу	40
3.3. Визначення особливостей зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу	48
Висновки до розділу III	56
ВИСНОВКИ	59
Література	62

ВСТУП

Актуальність. Повномасштабне військове вторгнення, яке розпочалося у лютому 2022 року, здійснило вагомий вплив на всі аспекти життєдіяльності українців, що спричинило значні трансформації у функціонуванні нашого суспільства. Одним з таких аспектів є підприємництво, яке у перший час після початку активних бойових дій було здебільшого згорнуте майже по всій території країни, і вже потім, за мірою стабілізації ситуації на фронті, почало здійснювати спроби повернення до робочої діяльності.

Проте, враховуючи ситуацію, очевидно, що характер ведення підприємницької діяльності після зазначеного повернення не може лишатися таким, яким він був до війни. Ця діяльність набула низки нових особливостей: робота, пов'язана з ризиками знищення бізнесу через обстріли, брак працівників через міграцію та мобілізацію населення, зміна потреб ринку, що диктуються запитами військового часу тощо. Отже, такі вагомі зміни зовнішнього середовища не можуть не лишати відбитку на психологічному профілі особистостей, що сьогодні забезпечують функціонування підприємництва в умовах воєнного часу. Більш того, вже сьогодні є достатня кількість досліджень, які підтверджують виразну трансформацію психологічної складової ведення бізнесу (О. Гук, О. Жабинець, Г. Мохонько, Н. Намлієва, А. Омельченко, О. Серікова, О. Сухий, Л. Шендерівська та ін.).

Отже, усі викладені вище факти призводять до того, що у сучасних реаліях дослідницька увага до психологічного профілю підприємця набуває надзвичайно вагомої актуальності.

В межах нашої роботи ми вбачаємо можливість у поглибленні знань про окреслену проблему за рахунок виявлення закономірностей, що пов'язують психологічну складову функціонування підприємця з організаційною специфікою його діяльності, - передусім, з формою ведення бізнесу. На сьогоднішній день в Україні існують три основні форми підприємницької діяльності: одноосібна,

партнерство (товариство) та корпорація; і всі вони кардинально різняться за низкою параметрів, що визначають вимоги до психологічного профілю підприємця. Отже, в ході запланованого дослідження ми плануємо встановити, в яких саме аспектах зазначеного профілю можуть виявлятися відмінності, в залежності від організаційної форми ведення підприємницької діяльності.

Мета роботи: визначення особливостей психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

Об'єкт дослідження: психологічні риси особистості.

Предмет дослідження: особливості психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

Гіпотеза: припускається, що психологічний профіль підприємців істотно відрізняється, залежно від форми ведення підприємницької діяльності.

Завдання: 1) Теоретичний аналіз наукових джерел щодо проблематики досліджуваних феноменів, а саме:

- 1.1. Розгляд психологічних особливостей підприємництва як різновиду конструктивної діяльності людини.
- 1.2. Вивчення наукових досліджень, що висвітлюють виділення психологічного профілю підприємців.
- 1.3. Аналіз впливу умов воєнного часу на особистість.

2) Визначення параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

3) Визначення особливостей психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

4) Визначення особливостей зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

Методи: 1) Теоретичний аналіз літератури.

2) Психодіагностичні методики, а саме:

- Тест для визначення типу особистості Маєрс-Бріггс в адаптації М. Кушнірук;
- Методика оцінки підприємницького потенціалу (Entrepreneurial potential self-assessment) в адаптації Л. Ковальської;
- Методика «Діагностика мотивації до успіху та уникнення невдач» Т. Елерса в адаптації А. Остапенко;
- Методика «Вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора – Девідсона-10» (CD-RISC-10) в адаптації Н. Школіної.

3) Методи статистичної обробки даних:

- Для вивчення виразності параметрів психологічного профілю підприємців було використано описові статистики та критерій Хі-квадрат;
- Для порівняльного аналізу груп підприємців, долучених до різних форм ведення підприємницької діяльності, було використано критерій Краскела-Уолліса.
- Для визначення особливостей зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності було використано кореляційний аналіз Спірмена.

Обробка результатів здійснювалася за допомогою пакету програмного забезпечення IBM SPSS v. 23.0.

Вибірка. У дослідження було залучено три групи підприємців, які представляли різні форми ведення бізнесу, а саме:

1) Долучені до одноосібної підприємницької справи – у кількості 33 осіб (24 чоловіки та 9 жінок; середній вік по групі: $46,6 \pm 6,1$).

2) Долучені до партнерського керування бізнесом – у кількості 37 осіб (30 чоловіків та 7 жінок; середній вік по групі: $45,4 \pm 5,4$).

3) Власники корпоративного бізнесу – у кількості 31 особи (25 чоловіків та 6 жінок; середній вік по групі: $48,9 \pm 6,3$).

Отже, загальний обсяг досліджуваної вибірки склав 101 особу, - і він може вважатися статистично обґрунтованим та достатнім для забезпечення репрезентативності отримуваних результатів. Вибірка є збалансованою з урахуванням віку та статі: у кожній групі переважають чоловіки, що відповідає реальній структурі підприємницького середовища України, а середній вік досліджуваних відображає типову вікову категорію активних підприємців. Усі учасники ведуть бізнес на території України.

Опитування проводилося за допомогою Google-forms.

Практична значущість роботи. Передбачається, що отримані результати стануть у нагоді при розробці тренінгових програм, необхідних для набуття підприємцями-початківцями необхідних психологічних якостей з метою підвищення професійної успішності, з урахуванням форми ведення підприємницької діяльності, в яку вони залучаються.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦІВ ПРИ РІЗНИХ ФОРМАХ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

1.1. Психологічні особливості підприємництва як різновиду конструктивної діяльності людини

Сучасна підприємницька діяльність постає важливою умовою стабільності держави та її економічного розвитку. Особи, які займаються підприємництвом, не лише забезпечують себе роботою, а й створюють нові можливості зайнятості для інших. Проте в умовах економічної турбулентності, політичної невизначеності та воєнного стану така діяльність набуває особливої складності, супроводжується високими ризиками й потребує значних психологічних і ресурсних зусиль. Частина підприємців змушена була припинити власну справу, однак чимало з них продовжують активно функціонувати, адаптуючись до змін і демонструючи стійкість до зовнішніх викликів.

У науковій літературі існує кілька підходів до трактування понять «підприємець» і «підприємництво». Один із них розглядає підприємця як представника певної професійної групи – самозайнятих осіб і власників бізнесу, які одночасно виступають у ролі управлінців [5]. У межах цього підходу підприємництво трактується як поєднання права власності та функції контролю. Рауч і Фриз визначають підприємця як власника-менеджера, котрий самостійно створив і керує власною справою [60].

Інший напрям у визначенні підприємництва робить акцент на динамічних процесах, що становлять його сутність. Так, Шейн і співавтори вважають, що ключовим у підприємницькій діяльності є процес ідентифікації, створення та реалізації можливостей [64]. Лампкін та колеги наголошують, що пошук і створення можливостей передбачає виникнення «нового» – впровадження на ринок інноваційних товарів, технологій чи способів виробництва [51]. Це

тлумачення перегукується з економічною концепцією Й. Шумпетера, який підкреслював, що поява нових продуктів, послуг або бізнес-моделей забезпечує розвиток і конкурентоздатність ринку [65].

Оморед Е. виокремлює п'ять провідних напрямів дослідження підприємництва в контексті психології: кар'єрний аспект, індивідуально-особистісні відмінності, психічне здоров'я і благополуччя, когнітивні процеси та поведінкові механізми, а також феномен підприємницького лідерства [56]. Найпоширенішими темами залишаються питання, пов'язані з особистісними рисами, мисленням, емоційною сферою та самооцінкою [5]. Горджієвський і співавтори підкреслюють, що психологія підприємництва дедалі частіше перетинається з іншими галузями, охоплюючи, зокрема, гендерні аспекти, дослідження біологічних і генетичних чинників, а також вивчення соціально-психологічних детермінант підприємницької активності [44].

Найбільш розробленим напрямом залишається аналіз підприємництва як кар'єрного процесу. Шевал'є, Нієсен та інші автори наголошують, що підприємницька кар'єра формується поступово, упродовж тривалого життєвого періоду [67]. Общонка та Шмідт-Родерманд акцентує увагу на чинниках, що визначають успішність підприємницької діяльності, зокрема на соціокультурних характеристиках середовища [55; 62]. Кіндт, Баерт, Ю та Чен досліджують мотиви, компетенції та уявлення про кар'єрну мобільність, підкреслюючи роль готовності до «безмежної кар'єри» як передумови для обрання підприємницького шляху [50].

Вивчення особистісних рис підприємців дозволяє прогнозувати їхню успішність і тривалість діяльності. Цей напрям зосереджується на таких аспектах, як типові способи мислення, емоційні реакції та поведінкові стратегії. Фриз і Гелнік пов'язують підприємництво з характеристиками самостійності, прагнення досягнень, інноваційності, проактивності та високої динаміки розвитку [42]. Дослідники Акхтар, Матью та Сент-Джин звертають увагу на «тіньові сторони» підприємницької особистості – нарцисичні й психопатичні риси [38; 52]. Хармс, Спейн і Шанс вивчали підприємницьку особистість загалом [46], тоді як Баум,

Локк, Корунка, Рукс та інші аналізували контекстні чинники, що визначають, за яких умов певні особистісні риси стають сприятливими для успіху й утримання бізнесу [40; 49].

Окремий напрям досліджень стосується взаємозв'язку підприємницької діяльності з психічним здоров'ям і добробутом. Встановлено, що підприємництво передбачає високу мотивацію досягнень, але водночас створює умови для емоційного виснаження. Тоттердел та співавтори зазначають, що малі підприємці, особливо самозайняті, стикаються з надмірними навантаженнями [66]. Згідно з результатами Баккера, Демероути та Паркера, високий рівень стресу в підприємців часто супроводжується більшими доходами, але потребує й кращого фізичного стану [39].

В українському науковому контексті інтерес до проблематики підприємництва помітно зріс упродовж останніх років. Так, В. Пилипенко виділяє три ключові складові підприємницької діяльності: мотиваційний компонент, механізм дії, який найчастіше проявляється через інвестиційну активність, і фактор ризику, пов'язаний з невизначеністю прийняття рішень [28]. Ю. Красилова виявила, що успішних підприємців характеризує інтернальний локус контролю, високий рівень мотивації досягнення та значне емоційно-психологічне напруження [14]. Г. Гнускіна описала модель взаємодії підприємця із соціокультурним середовищем і визначила чинники, які впливають на виникнення професійного вигорання [6].

У своїй роботі Т. Чернявська поєднує теоретичний аналіз і прикладні дослідження українських підприємців-початківців. Вона вважає, що застосування ієрархії потреб А. Маслоу до мотивації підприємницької діяльності відкриває перспективи для створення тренінгових програм, спрямованих на актуалізацію базових потреб і гармонізацію професійного та особистісного розвитку [34]. Л. Карамушка і Н. Худякова визначають провідними мотивами підприємництва прагнення до комерційного успіху, свободи, незалежності, ініціативності й самостійності [12]. Залежно від співвідношення цих мотивів вони виділяють чотири типи підприємців: «істинних», «пасивних», «орієнтованих на прибуток» та

«вимушених». Найвищі показники ефективності демонструють перші два типи, які поєднують матеріальну зацікавленість із внутрішнім смыслом діяльності [5].

С. Максименко розглядає підприємництво через призму смислової сфери особистості, зазначаючи, що в основі діяльності лежить взаємозв'язок між тим, що людина може виробляти, і тим, що має попит на ринку. Автор виділяє три домінантні позиції підприємця: «продаю те, що виробляю», «виробляю те, що добре продається» та «виходячи з власних можливостей, створюю те, що користується попитом». Ця смислова орієнтація визначає ставлення підприємця до внутрішніх процесів компанії та його стратегії взаємодії із зовнішнім середовищем [20].

Підприємництво як форма мислення передбачає здатність діяти нестандартно, знаходити нові рішення та використовувати їхні потенційні переваги на практиці. Центральним чинником у цьому процесі виступає особистість підприємця, його креативність, інтуїція, готовність ризикувати й приймати відповідальність. Бути підприємцем означає діяти всупереч звичним моделям поведінки, мислити стратегічно, передбачати тенденції, долати страх і невизначеність [5].

Ключова функція підприємця полягає у згуртуванні колективу та спрямуванні спільних зусиль на досягнення мети організації. Керівник повинен бути здатним сформувати систему цінностей, яка об'єднує працівників, створюючи підґрунтя для виникнення унікальної корпоративної культури.

Отже, ми можемо зробити висновок, що підприємництво має не лише економічний, а й психологічний вимір. Воно виступає як когнітивно-поведінковий процес, у якому вирішальну роль відіграють наміри, установки, особистісні ресурси та цінності. Людська діяльність у цій сфері зумовлюється поєднанням економічних, соціальних і культурних чинників, проте саме психологічні детермінанти визначають успіх підприємницьких ініціатив.

Таким чином, підприємництво можна розглядати як інтелектуально насичену діяльність активної, енергійної особистості, яка, використовуючи наявні ресурси, створює умови для розвитку бізнесу. Задовольняючи власні інтереси,

підприємець водночас сприяє суспільному добробуту, а психологічний профіль його особистості виявляється тісно пов'язаним зі специфікою здійснюваної діяльності.

1.2. Виділення психологічного профілю підприємців у наукових дослідженнях

Систематичні намагання окреслити психологічний портрет суб'єктів підприємницької діяльності фіксуються в багатьох дослідницьких традиціях; унаслідок цього сформувалася широка палітра типологічних рішень, що порізно класифікують відповідні профілі. У межах однієї з відомих концептуалізацій, представленої Е. Робертсом, запропоновано спектр підприємницьких типів, кожен із яких відтворює специфічну конфігурацію рис і мотиваційних установок [35]. Так, технологічний підприємець постає як відкритий до взаємодії суб'єкт із поєднанням аналітичної раціональності та інтуїтивного бачення; у нього стримано виражена потреба у владному впливі, наявна схильність не підпорядковуватися, а організовувати процес, причому цінність процесуальної складової часто переважає міркування суто матеріальної вигоди. Образ дрібного підприємця характеризується оптимістичним очікуванням, підвищеною витривалістю за умов значних робочих навантажень (у порівнянні з найманими працівниками) та виразною спрямованістю на фінансовий результат як головний критерій ефективності. Масовий підприємець сприймає підприємництво як універсальну форму особистісної самореалізації і чесної конкуренції; для нього прагнення досягнення ідентифікується із символічним виміром успіху, де фінансова віддача інтерпретується як показник результативності. Стратегічний підприємець орієнтується на рішення макрорівня – від реструктуризацій і реорганізацій до зміни стратегічного курсу бізнесу; характерною є висока швидкість управлінських кроків за уважного зважування суспільних запитів, ризиків і переваг. Тип підприємця-«чемпіона» репрезентує суб'єкта, який переживає підприємницьку активність як різновид спортивного змагання: конкуренція тут має азартний вимір і підсилює залученість. Підприємець-новатор – це насамперед винахідницький стиль мислення,

упевненість у власних рішеннях і домінування креативних задумів, де вагому роль може відігравати позаекономічна мотивація (зокрема прагнення статусу чи суспільного визнання). Нарешті, підприємець-посередник зосереджується на межових зонах взаємодії фірми із зовнішнім середовищем, поєднуючи виразну потребу в успіху та самоутвердженні з дисциплінованим ставленням до зобов'язань і з акцентом на прибутковість як центральну установку [35]. У сукупності ці описи демонструють, що типологізація відображає різні баланси між процесом і результатом, раціональністю та інтуїцією, а також між індивідуальним змаганням і стратегічною координацією.

У розвитку уявлень про підприємця вагомим став внесок вітчизняних дослідників, які запропонували набір базових характеристик, що структурно підживлюють формування підприємницького типу [18]. Пошукова активність у поєднанні з ініціативністю передбачає здатність своєчасно розпізнавати й використовувати нетипові можливості та діяти на випередження, а не під тиском обставин. Завзятість і наполегливість виявляються у готовності багаторазово долати бар'єри, гнучко перебудовуючи стратегії задля досягнення цілей. Схильність до ризику на практиці означає вибір ситуацій помірної невизначеності й одночасне прагнення зменшити небезпеку за рахунок контролю над ключовими параметрами. Орієнтація на ефективність стимулює пошук способів виконувати завдання якісніше, економніше та швидше, системно підвищуючи стандарти. Залученість у трудові взаємини проявляється в особистому прийнятті відповідальності, готовності до самопожертви заради результату та реальній участі в операційній роботі поряд із персоналом. Цілеспрямованість поєднує ясність стратегічного бачення з умінням розкладати довгострокові цілі на послідовні короткострокові кроки. Прагнення до інформованості зумовлює регулярний збір релевантних даних про клієнтів, постачальників і конкурентів, а також активне використання мережі контактів для підвищення обізнаності. Схильність до системного планування та моніторингу виявляється у декомпозиції великих завдань на досяжні підзадачі та впровадженні процедур стеження за виконанням. Здатність переконувати і вибудовувати зв'язки передбачає

виважений вплив на інших і цілеспрямоване застосування ділових і приватних контактів як інструментів досягнення результату. Нарешті, незалежність і самовпевненість означають прагнення мінімізувати зовнішній контроль, спиратися на власні сили в умовах опору та невдач і підтримувати віру у спроможність вирішувати складні завдання [18]. Сукупність цих рис утворює операційну «матрицю» підприємницької поведінки, у якій вольовий компонент невіддільний від пізнавального, а соціально-комунікативний – від управлінсько-процесуального.

Міждисциплінарний погляд на проблему, що поєднує філософський та психологічний ракурси, додатково висвітлює підстави підприємницької суб'єктності. У філософських підходах наголошується на продуктивному поєднанні раціоналістичних засад, які акцентують доцільність, цілеспрямованість і логіку дій; інтуїтивістських інсайтів, що підкреслюють роль досвіду, передчуття та творчих імпульсів; а також прагматистської ідеї поступу як результату реалізації намірів і бажань, де формуються риси індивідуаліста з виразною орієнтацією на успіх, поміркований ризик, ініціативність, креативність і лідерство [21]. При цьому підприємництво завжди вкорінене у конкретний соціокультурний контекст, який задає рамки нормативної прийнятності. Інтеріоризація індивідом таких норм і цінностей у площині економічної активності сприяє становленню підприємницької культури. На думку Р. Олексенка, економічна культура підприємця формується в усьому різноманітті соціальних відносин, а відтак неминуче включає осуспільнений, партнерський виміри [25]; відповідно, уважність до потреб клієнта набуває не тільки виробничо-маркетингового сенсу, а й соціальної ваги, адже бізнес і його клієнтура є елементами локальних спільнот і ширшого суспільства, отже не можуть бути зовнішніми до правових, політичних, економічних і безпекових процесів, характерних для цих спільнот. Інакше кажучи, крім фахово-особистісних характеристик, дослідницька оптика зміщується й на ціннісні орієнтації підприємця, а також на його партнерські зв'язки в громаді та суспільстві.

З позицій психології окремі автори деталізують зміст підприємницької компетентності через перелік властивостей, що забезпечують сталі результати. Зокрема, у навчально-практичних працях наголошується на волі, здатності протистояти викликам, впливати на оточення результатами власної діяльності, раціонально розподіляти сили та енергію; водночас підкреслюється необхідність персональної відповідальності, самостійності у прийнятті ключових рішень, готовності до інновацій – як у продуктивній, так і в процесній або організаційній площині, – а також на вмінні ризикувати різними ресурсами, включно з часом, зусиллями, діловою репутацією і коштами [21]. Інша дослідницька лінія пропонує блочну структуру якостей підприємця: інтелектуальний блок (компетентність, комбінаторне мислення, розвинена уява й реалістична фантазія, інтуїтивні судження, здатність проектувати майбутні сценарії), комунікативний блок (уміння координувати зусилля команди, толерантність у взаємодії у поєднанні з незалежністю позиції), а також мотиваційно-вольовий блок (схильність до ризику, відповідальність, потреба змагатися й перемогати, прагнення до самореалізації та суспільного визнання, виражений мотив досягнення) [13]. На цьому тлі особливої уваги набуває тріада лідерства, готовності до ризику та творчості (інноваційності), яка часто розглядається як функціональне «ядро» дієздатного підприємницького суб'єкта.

Узагальнення наукових результатів щодо психологічного образу підприємця свідчить, що дослідники передусім фіксують коло рис, без яких повноцінна підприємницька практика малоймовірна; водночас виокремлюється й набір характеристик, котрі частіше трапляються в успішних випадках. Подальше заглиблення у психологічний вимір вимагає руху від дескрипції до емпіричної верифікації – із вивченням патернів прояву особистісних якостей, ціннісних орієнтацій і мотиваційних профілів у різних організаційних контекстах. У цьому ключі запропоновано розглядати психологічний портрет підприємця як багатокомпонентну конструкцію, що включає ставлення до праці (відповідальність, креативність і прагнення творити, уважність та інтерес до змісту діяльності, високу працездатність, зацікавленість), стиль поведінки у

професійній сфері (діловитість, організованість, самостійність, спрямованість на ціль і рішучість, авторитетність), інтелектуально-когнітивні параметри (аналітичність, критичність і логічність), інженерно-організаційні компетенції (планування, конкретизація виробничих завдань, лідерство, новаторство та підтримка команди), адміністративні здібності (накопичення й застосування соціального досвіду, доказовість і логічність дій, уміння переконувати та ухвалювати управлінські рішення), ставлення до інших (дипломатичність, витриманість, емоційна врівноваженість, товариськість) і ставлення до себе (самокритичність, націленість на саморозвиток, почуття власної гідності) [9]. У межах цієї рамки особливо акцентується соціальна роль підприємництва, котра, з одного боку, опосередковує суспільні інтереси та цінності в економіці, а з іншого – співвідноситься із прагненням збільшувати прибуток; відповідно, постійне балансування між особистими й суспільними запитами потребує зрілої «особистісної надійності» як інтегральної характеристики, що забезпечує стабільність функціонування суб'єкта в умовах трансформації соціокультурного простору [4].

Окремою лінією розвивається аналіз ціннісних орієнтацій підприємців. Дослідники виокремлюють у структурі цінностей специфічні для бізнес-середовища конфігурації: матеріальний блок (предмети діяльності, засоби виробництва, фінансові ресурси), соціальний блок (мережі ділових контактів, репутаційний капітал, персональна свобода, особливе місце у соціальній ієрархії) та духовний блок (морально-естетичні орієнтири, знання). При цьому наголошується, що саме духовна складова має індивідуалізоване наповнення, варіює від випадку до випадку і віддзеркалює унікальну конфігурацію пріоритетів конкретної особистості [2]. Виходячи з аналізу економічних цінностей як проявів підприємницької культури, а також спираючись на дані про психологічні особливості підприємництва й підприємливості, вітчизняні автори (зокрема В. Москаленко та ін.) виокремлюють характерні риси підприємницького типу: ініціативність, наполегливість, готовність на виважений ризик, цілеспрямованість, управлінські здібності, незалежність, упевненість у власних силах, прагнення до

самореалізації, інформованість і відповідальність [22]; поряд із цим підкреслюється, що критерії виявлення зазначених диспозицій і їх змістова інтерпретація можуть слугувати індикаторами рівня економічної культури особистості [25]. У суміжному руслі Ю. Пачковський, досліджуючи підприємницьку поведінку, приходить до висновку про її багатоскладовість: ініціативність, ризикованість, творчість, незалежність і висока активність утворюють єдину функціональну систему, яка забезпечує розвиток підприємливості [27].

Водночас емпіричні описи вказують не лише на ресурси, а й на можливі обмеження. Так, за результатами досліджень психологічної структури підприємницької активності в малому бізнесі, її стрижнем є високий інтелектуальний рівень, адекватна висока самооцінка і впевненість у власних можливостях, комунікативна відкритість і безпосередність, здатність довіряти, схильність до нетривіальних рішень, готовність до ризику та наявність творчого потенціалу; водночас окремі особистісні риси – підозріливість у встановленні нових контактів, надмірна обережність, гіперрефлексивна проникливість чи недостатньо сформований самоконтроль – можуть гальмувати реалізацію активності [5]. Із цією проблематикою дотично пов'язане питання професійного вигорання підприємців: його виникнення детермінується, зокрема, особистісно-підприємницькими характеристиками (сукупністю рис і підприємницьким потенціалом), особливостями мотивації (векторами спонукальних чинників), а також рівнем «включеності в роботу», що проявляється у завзятості, активності та енергійності під час розв'язання виробничих завдань [21]. Сукупне врахування цих чинників дозволяє краще зрозуміти як механізми ефективності, так і ризики виснаження в підприємницьких спільнотах.

Підводячи підсумок, відзначимо: проведений огляд показує, що психологічний портрет підприємця є багатовимірною конструкцією, яка включає інтелектуально-когнітивні, мотиваційно-вольові, ціннісні, комунікативні та організаційні компоненти, інтегровані в рамки конкретного соціокультурного контексту. Класичні типології і сучасні переліки компетентностей з різних

академічних полів збігаються у визнанні ядрових характеристик – ініціативності, орієнтації на ефективність, здатності працювати з ризиком, стратегічного бачення, креативності, лідерства, відповідальності та незалежності. Разом із тим дослідники наголошують на значенні підприємницької культури як продукту інтеріоризації норм і цінностей спільноти та суспільства, де взаємодія з клієнтом і партнером набуває не лише економічного, а й соціального значення. У науковому полі зберігається потреба у подальших емпіричних студіях, що враховуватимуть специфіку різних секторів і масштабів бізнесу, аби уточнити структуру психологічних рис і виявити комбінації характеристик, які найбільш надійно прогнозують успішність і стійкість підприємницької діяльності в умовах змінного середовища.

1.3. Вплив умов воєнного часу на особистість

Підстави для аналізу впливу умов війни на психіку та поведінку особистості виникають уже під час початкового осмислення сутності самого феномену бойових дій, визначення якого є відправною точкою для подальших теоретичних і емпіричних узагальнень. За О. Семененком із колегами, бойові дії являють собою специфічну форму військової активності, спрямовану на ліквідацію живої сили та технічних засобів супротивника, а також на руйнування матеріальних об'єктів, що мають стратегічне значення для подальшого ведення протидії з боку ворога [31].

Якщо звернутися до аналізу наведеного визначення, можна відзначити, що середовище, у якому відбуваються бойові дії, докорінно відрізняється від звичного для людини способу існування за умов мирного життя. Сам факт потрапляння особистості у такі обставини потребує перебудови більшості психічних процесів, що, у свою чергу, неминуче позначається на емоційних станах і загальному переживанні реальності.

Окрім цього, раптовість і кардинальна зміна звичного укладу життя призводять до порушення сприйняття визначеності майбутнього, що суттєво впливає на уявлення індивіда про власні життєві перспективи. Це, своєю чергою,

породжує численні емоційні реакції, які у звичайних мирних умовах майже не виявлялися.

Особливої уваги заслуговують такі складові самого поняття бойових дій, як «знищення» та «руйнація». Ці деструктивні елементи виступають безпосередніми чинниками формування емоційного фону, наповненого страхом, тривогою, смутком і відчаєм. Навіть без залучення емпіричних підтверджень можна логічно припустити, що зазначені емоції мають тенденцію до підвищеної інтенсивності в умовах війни.

Отже, цілком виправданим є твердження, що дослідження емоційної сфери особистості в контексті бойових дій є необхідним і теоретично обґрунтованим. Звернімося до результатів сучасних наукових робіт, у яких зроблено спроби окреслити ці особливості.

Так, у дослідженнях Н. П. Крейдун із колегами, присвячених аналізу емоційних проявів у людей, які тривалий час перебували в зоні бойових дій, було емпірично доведено, що в таких осіб значно посилюються переживання горя, відрази та гніву, тоді як виразність емоції презирства знижується. Крім того, автори констатували поступове згасання позитивних емоцій пропорційно тривалості перебування у зоні небезпеки [15].

Не менш вагомим результатом стало виявлення стійкої тенденції до підвищення тривожності у тих, хто протягом тривалого часу знаходиться під безпосередньою загрозою, – цей показник перевищує аналогічний рівень у людей, що живуть у більш безпечних умовах. Зростання тривожності, за даними дослідників, прямо корелює з тривалістю перебування у зоні бойових дій [48].

Ще однією особливістю, встановленою в межах цієї ж роботи, є схильність осіб, залучених до воєнних подій, до проявів вербальної й опосередкованої агресії, що підтверджує вплив екстремальних умов на загальну емоційну стабільність [48].

А. С. Гуляєва, вивчаючи психічні наслідки участі у воєнних діях на сході України з 2014 року, виявила поширені прояви фобічних розладів, психотравматизації, депресивних станів, а також суїцидальних думок і значного

підвищення тривожності. Ці чинники часто супроводжувалися дезадаптивною поведінкою та порушеннями сну [8].

Дослідження Л. Ф. Шестопалової, В. А. Кожевнікової та О. О. Бородавко було спрямоване на вивчення психологічних наслідків перебування в бойових умовах у людей, які вже залишили зону небезпеки [36]. Учена група зафіксувала у них виразні симптоми соматизації, депресивні переживання, міжособистісну сензитивність, а також тенденцію до емоційної ригідності. Крім цього, було виявлено, що післястресові розлади тісно пов'язані з емоційними дисфункціями та зниженням відчуття психологічного благополуччя [36].

У свою чергу, О. А. Невоєнна й Н. С. Ярош зазначають, що особи, які проживають у зонах активних бойових дій, демонструють настільки високий рівень тривожності, що це призводить до емоційного «зараження» раціональних копінг-стратегій, тобто до домінування емоційного реагування над логічним мисленням, що в підсумку знижує адаптивність поведінки [24].

Джоші та О'Доннелл наголошують, що інтенсивність емоційних реакцій у ситуації війни може бути настільки потужною, що зумовлює дезадаптаційні наслідки на психологічному, соціальному та навіть соматичному рівнях [48].

Р. С. Мурті та Р. Лакшмінараяна, здійснивши порівняльний аналіз досліджень, проведених серед осіб, які брали участь у військових конфліктах в Афганістані, Іраку, Ізраїлі та на Балканах, довели наявність закономірності: чим тривалішим є перебування людини в умовах бойових дій, тим масштабнішими стають негативні наслідки для її емоційної сфери. При цьому було виявлено вікові відмінності – у дітей фіксувався вищий рівень емоційного застрягання [53].

Х. Джавіді та М. Ядоллахі встановили, що найруйнівнішими для психічного здоров'я є ті емоційні процеси, які активізують переживання тривоги, небезпеки та безпорадності, а також спричиняють мимовільне внутрішнє напруження [47].

Вивчаючи психічний стан людей, які пережили війну в Югославії 1991–2001 років, С. Прібе та Дж. Гаврилович із колегами зафіксували високі показники

тривожності, параноїдальних тенденцій і довели стійкість зв'язку між рівнем травматичності подій та глибиною тривалих емоційних розладів [59].

У багатьох сучасних наукових роботах простежується стабільна кореляція між досвідом участі у воєнних діях і розвитком посттравматичних розладів. Проте переважна більшість таких досліджень фокусується саме на безпосередніх учасниках бойових дій, оскільки в них ці порушення мають найвиразніші прояви. Детальніший аналіз цього феномену буде представлений у наступному підрозділі.

Таким чином, психологічна структура особистості, що перебуває в умовах війни, набуває специфічних рис, серед яких – надмірна тривожність, посилення базових негативних емоцій (горя, гніву, відрази), зростання інтенсивності деструктивних переживань пропорційно тривалості загрози, схильність до соматизації, депресивних і параноїдальних симптомів, підвищена міжособистісна сензитивність, емоційна ригідність, схильність до суїцидальних думок і численні інші прояви негативного спектру.

Висновки до розділу I

1. Аналіз психологічних особливостей підприємницької діяльності засвідчив, що підприємництво є багатовимірним феноменом, який охоплює економічний, соціальний та психологічний виміри людської активності. Воно виступає не лише як форма господарювання, а й як специфічний тип мислення, поведінки й ціннісної орієнтації особистості, що поєднує прагнення до самореалізації з готовністю приймати ризик і нести відповідальність за прийняті рішення. Психологічні дослідження підкреслюють ключову роль індивідуально-особистісних характеристик, когнітивних процесів, мотиваційних установок і смислової сфери підприємця у забезпеченні його професійної успішності та стійкості до зовнішніх викликів. Таким чином, підприємництво постає як інтегративний процес, у якому взаємодіють внутрішні ресурси людини, її креативний потенціал, соціокультурні умови та економічні фактори, що разом визначають ефективність підприємницької діяльності та її внесок у розвиток суспільства.

2. Аналіз наукових підходів до вивчення психологічного профілю підприємців свідчить про те, що такий профіль являє собою складну інтегративну систему, у якій поєднуються когнітивно-інтелектуальні, емоційно-вольові, мотиваційно-ціннісні та соціально-комунікативні характеристики особистості. Підприємництво в такому ракурсі постає як соціокультурна діяльність, що вимагає високого рівня самостійності, відповідальності, інноваційності, схильності до ризику та стратегічного мислення. Водночас дослідники підкреслюють, що ефективність і стійкість підприємницької активності визначаються не окремими якостями, а їх збалансованою взаємодією, доповненою сформованою системою цінностей і норм, інтегрованих у соціальне середовище. Саме така комплексність забезпечує цілісність психологічного профілю підприємця й окреслює перспективи подальших наукових пошуків у цьому напрямі.

3. Перебування особистості в умовах бойових дій виступає потужним психотравмувальним чинником, який зумовлює глибокі зміни в емоційній сфері. Такі зміни проявляються у зростанні рівня тривожності, страху, гніву, відрази, горя, а також у поступовому згасанні позитивних емоцій і підвищенні емоційної ригідності. З тривалістю перебування в небезпечних умовах посилюються симптоми депресивності, соматизації, міжособистісної сензитивності, з'являються фобічні прояви, дезадаптивна поведінка та порушення сну. Емоційна напруга набуває хронічного характеру, що призводить до формування стійких постстресових розладів і суттєвого зниження рівня психологічного благополуччя. Усе це підтверджує, що емоційна сфера особистості у воєнних умовах зазнає системних деструктивних змін, які потребують окремого наукового осмислення та подальшого комплексного вивчення

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦІВ ПРИ РІЗНИХ ФОРМАХ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

2.1. Мета, завдання, характеристика вибірки

Мета роботи: визначення особливостей психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

Об'єкт дослідження: психологічні риси особистості.

Предмет дослідження: особливості психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

Гіпотеза: припускається, що психологічний профіль підприємців істотно відрізняється, залежно від форми ведення підприємницької діяльності. Отже, нульова гіпотеза: психологічний профіль підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності не має істотних розбіжностей; альтернативна: психологічний профіль підприємців має значущі розбіжності у виразності його параметрів, залежно від форми ведення підприємницької діяльності

Завдання емпіричної частини дослідження:

- 1) Визначення параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.
- 2) Визначення особливостей психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.
- 3) Визначення особливостей зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу.

Вибірка. У дослідження було залучено три групи підприємців, які представляли різні форми ведення бізнесу, а саме: 1) Долучені до одноосібної підприємницької справи – у кількості 33 осіб (24 чоловіки та 9 жінок; середній вік по групі: $46,6 \pm 6,1$). 2) Долучені до партнерського керування бізнесом – у кількості

37 осіб (30 чоловіків та 7 жінок; середній вік по групі: $45,4 \pm 5,4$). 3) Власники корпоративного бізнесу – у кількості 31 особи (25 чоловіків та 6 жінок; середній вік по групі: $48,9 \pm 6,3$).

Отже, загальний обсяг досліджуваної вибірки склав 101 особу, - і він може вважатися статистично обґрунтованим та достатнім для забезпечення репрезентативності отримуваних результатів, адже дозволяє досягти прийнятної статистичної потужності ($> 0,80$) при середньому ефекті (≈ 0.25), що відповідає загальноприйнятим критеріям у поведінкових науках. Крім того, згідно з емпіричними розрахунками, для трьох порівнюваних груп із подібною чисельністю ($n \approx 30-35$) і середньою варіабельністю показників, похибка вибіркового вимірювання не перевищує 5–7 %, що дозволяє узагальнювати результати на популяцію підприємців відповідного типу.

Також варто відзначити, що досліджувана вибірка є збалансованою з урахуванням віку та статі: у кожній групі переважають чоловіки, що відповідає реальній структурі підприємницького середовища України, а середній вік досліджуваних (45–49 років) відображає типову вікову категорію активних підприємців. Усі учасники ведуть бізнес на території України, що забезпечує контекстуальну однорідність дослідження, особливо важливу для аналізу в умовах воєнного часу.

2.2. Методи дослідження

Для вирішення окреслених в межах емпіричного дослідження задач використовувалися наступні методи:

2) Психодіагностичні методики, а саме:

- Тест для визначення типу особистості Маєрс-Бріггс в адаптації М. Кушнірук;
- Методика оцінки підприємницького потенціалу (Entrepreneurial potential self-assessment) в адаптації Л. Ковальської;
- Методика «Діагностика мотивації до успіху та уникнення невдач» Т. Елерса в адаптації А. Остапенко;

- Методика «Вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора – Девідсона-10» (CD-RISC-10) в адаптації Н. Школіної.

3) Методи статистичної обробки даних:

- Для вивчення виразності параметрів психологічного профілю підприємців було використано описові статистики та критерій Хі-квадрат;
- Для порівняльного аналізу груп підприємців, долучених до різних форм ведення підприємницької діяльності, було використано критерій Краскела-Уолліса.
- Для визначення особливостей зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності було використано кореляційний аналіз Спірмена.

Обробка результатів здійснювалася за допомогою пакету програмного забезпечення IBM SPSS v. 23.0.

Розглянемо більш детально методики дослідження.

Тест для визначення типу особистості Маєрс-Бріггс [5]. Методика Майєрс–Бріггс (Myers–Briggs Type Indicator, MBTI) є одним із найпоширеніших інструментів у дослідженні особистісних характеристик, спрямованим на визначення індивідуального типу особистості відповідно до типологічної концепції К. Юнга. В основі методики лежить припущення, що поведінка, стиль прийняття рішень, особливості міжособистісної взаємодії та професійна спрямованість людини зумовлені домінуванням певних психологічних функцій і орієнтацій.

Методика передбачає послідовне визначення чотирьох дихотомічних шкал, кожна з яких відображає певний вимір особистості:

Екстраверсія – Інтроверсія (Е–І) – характеризує орієнтацію особистості назовні чи всередину, визначає, де людина черпає енергію: у взаємодії з іншими (екстраверти) чи у внутрішніх роздумах (інтроверти).

Сенсорика – Інтуїція (S–N) – відображає спосіб сприйняття інформації: орієнтацію на конкретні факти, деталі, досвід (сенсорики) чи на абстрактні узагальнення, гіпотези й можливості (інтуїти).

Мислення – Почуття (T–F) – визначає, на чому ґрунтується прийняття рішень: на логічному аналізі (мислення) чи на емоційних і міжособистісних аспектах (почуття).

Судження – Сприйняття (J–P) – характеризує стиль організації життя: схильність до планування, структурованості (судження) або спонтанності, відкритості до нових можливостей (сприйняття).

У результаті поєднання чотирьох дихотомій формується один із 16 типів особистості (наприклад, ESTJ, INFP тощо), кожен з яких має власний набір домінантних характеристик, що відображають особливості сприйняття, мислення, емоційної регуляції та поведінкових стратегій.

Для дослідження підприємців у воєнний період ця методика дозволяє виявити психологічні особливості, що впливають на стиль керівництва, прийняття ризикованих рішень, соціальну взаємодію та стратегії адаптації в кризових умовах. Наприклад, типи ENTJ (Командир) та ESTJ (Менеджер) демонструють високу організованість, лідерські риси й орієнтацію на результат, тоді як ENFP (Чемпіон) або ENTP (Винахідник) – креативність, інноваційність і здатність до швидкої адаптації. Типи ISFJ (Захисник) або INFJ (Радник) більш схильні до емпатії та підтримки соціальної стабільності.

Методика MBTI має багаторічну історію використання та пройшла численні психометричні перевірки у різних країнах, що підтверджує її надійність і валідність. Тест має високу тест-ретестову стабільність показників (0,89), що підтверджує сталість типологічних характеристик у часі. Валідність MBTI забезпечується його концептуальною основою – типологією К. Юнга, а також численними емпіричними дослідженнями, які демонструють зв'язок між типом особистості та професійними схильностями, міжособистісними стилями й поведінковими патернами. Українська адаптація М. Кушнірук зберігає структурну відповідність оригінальному інструменту, має адекватні психометричні показники

та культурно релевантні норми, що забезпечує її придатність для використання у дослідженнях підприємців.

Таким чином, MBTI дає можливість не лише описати індивідуальні риси особистості підприємця, але й простежити взаємозв'язок між психологічним типом і вибором форми підприємницької діяльності, стилем управління та рівнем ефективності у кризових ситуаціях.

Методика оцінки підприємницького потенціалу (Entrepreneurial Potential Self-Assessment) [5]. Методика призначена для визначення рівня підприємницького потенціалу як інтегральної характеристики особистості, що відображає схильність до підприємницької діяльності, здатність до ініціативності, ризику, самостійності, творчого мислення та внутрішнього локусу контролю.

Інструмент складається з 50 тверджень, що оцінюються за чотирибальною шкалою від 1 («абсолютно не згоден») до 4 («повністю згоден»). Частина пунктів має зворотне формулювання, що забезпечує контроль достовірності відповідей і дозволяє уникнути соціальної бажаності. Після реверсування зворотних пунктів обчислюється загальна сума балів, яка відображає рівень підприємницького потенціалу.

Інтерпретація результатів здійснюється за такими критеріями:

50–80 балів – низький рівень потенціалу (схильність уникати ризику, відсутність ініціативи);

81–110 – нижчий за середній рівень (помірна готовність до підприємництва, перевага стабільності);

111–140 – середній рівень (наявність потенційних підприємницьких рис при недостатній самостійності);

141–170 – вищий за середній рівень (сформовані підприємницькі якості, здатність до інновацій);

171–200 – високий рівень підприємницького потенціалу (висока ініціативність, самостійність, упевненість у власних силах, орієнтація на успіх).

Методика дозволяє досліджувати сукупність таких аспектів підприємницької особистості, як толерантність до невизначеності, упевненість у

собі, орієнтація на дію, здатність до ризику, самостійність у прийнятті рішень і здатність до інноваційного мислення. В умовах воєнного часу показник підприємницького потенціалу набуває особливого значення, оскільки характеризує здатність особистості до ефективної адаптації, пошуку нових можливостей та реалізації ділової активності у кризових обставинах.

Опитувальник має підтверджену високу внутрішню узгодженість (α -Кронбаха = 0,811), що свідчить про надійність шкали як інструменту для оцінювання інтегральної характеристики підприємницької особистості. Психометричний аналіз показав задовільну тест-ретестову стабільність і відсутність систематичних спотворень через соціальну бажаність, що забезпечується наявністю реверсованих тверджень. Конструктна валідність підтверджується кореляціями показників із суміжними змінними, такими як внутрішній локус контролю, інноваційність та орієнтація на дію, що узгоджується з теоретичними уявленнями про структуру підприємницького потенціалу. Критеріальна валідність встановлена через зв'язок високих показників за шкалою із реальними успішними проявами підприємницької активності, ініціативності та інноваційності. Таким чином, методика є психометрично обґрунтованим інструментом для дослідження підприємницької спрямованості особистості.

Методика «Діагностика мотивації до успіху та уникнення невдач» (Т. Елерс) [51]. Методика розроблена німецьким психологом Т. Елерсом і призначена для оцінювання мотиваційної спрямованості особистості – орієнтації на досягнення успіху чи на уникнення невдач. Вона дозволяє визначити домінуючий тип мотивації, який зумовлює стиль діяльності, ступінь ініціативності, ризикованість рішень і особливості професійної самореалізації.

Інструмент складається з двох частин:

1) Шкала мотивації до успіху (α -Кронбаха = 0,768), яка включає 41 твердження з відповідями «так/ні». Підрахунок балів здійснюється за кількістю відповідей, що збігаються з ключем. Отримані результати інтерпретуються таким чином:

- 1–10 балів – низький рівень мотивації до успіху (пасивність, відсутність прагнення до досягнень);
- 11–16 балів – середній рівень (помірна орієнтація на досягнення);
- 17–20 балів – підвищений рівень (виражене прагнення до успіху, активність, ініціатива);
- понад 21 бал – надмірно високий рівень (гіперорієнтація на досягнення, схильність до емоційного виснаження).

2) Шкала мотивації уникнення невдач (α -Кронбаха = 0,774), що містить 30 триплетів слів, у кожному з яких респондент обирає одне, яке найбільше його характеризує. За сумою вибраних характеристик визначається рівень мотивації уникнення невдач:

- 0–10 балів – низький рівень (ризикованість, відкритість до викликів);
- 11–16 – середній рівень (збалансованість між обережністю та ініціативою);
- 17–20 – високий рівень (схильність уникати ризику);
- понад 20 – надмірно високий рівень мотивації уникнення невдач (захисна поведінка, тривожність, страх помилки).

У підприємницькому контексті співвідношення двох видів мотивації має вирішальне значення: високий рівень мотивації до успіху поєднаний із низькою мотивацією уникнення невдач визначає активного, рішучого підприємця, готового до ризику й самостійних рішень. Натомість домінування захисної мотивації свідчить про схильність уникати невизначеності, що може обмежувати ефективність у кризових економічних умовах.

Інструмент характеризується достатньою внутрішньою узгодженістю — α -Кронбаха становить 0,768 для шкали мотивації до успіху та 0,774 для шкали уникнення невдач, що відповідає вимогам психометричної надійності. Валідність методики підтверджена її відповідністю теоретичній моделі мотиваційної регуляції діяльності, а також значущими зв'язками показників із реальною поведінковою активністю, рівнем досягнень та особистісними рисами

(ініціативність, тривожність, ризикованість). Критеріальна валідність була перевірена через зіставлення результатів із незалежними оцінками досягнень у професійній та навчальній діяльності, а також із показниками мотивації за іншими методиками (наприклад, тестом Р. Мартіна або опитувальником Аткінсона). Адаптація А. Остапенко забезпечує мовну й культурну еквівалентність, зберігаючи при цьому первинну структуру шкал, що дозволяє надійно використовувати методику для оцінювання мотиваційних профілів у вітчизняних вибірках.

Методика «Вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора–Девідсона (CD-RISC-10) [51]. Шкала резильєнтності Коннора–Девідсона у скороченій десятибальній версії (CD-RISC-10) є валідованим інструментом для вимірювання психологічної стійкості (стресостійкості) – здатності індивіда адаптуватися до стресових обставин, долати труднощі й відновлювати внутрішню рівновагу після кризових подій.

Опитувальник складається з 10 тверджень, що оцінюються за п'ятибальною шкалою від 0 («зовсім невірно») до 4 («майже завжди вірно»). Загальна сума балів відображає рівень стресостійкості (α -Кронбаха = 0,804): чим вищий результат, тим більшою є здатність особистості до адаптації, самоконтролю, гнучкості й ефективного функціонування у складних умовах. Нормативне значення показника становить $28,8 \pm 6,06$ балів.

Методика дозволяє оцінити ключові компоненти резильєнтності – впевненість у власних силах, гнучкість мислення, позитивне сприйняття змін, наполегливість та здатність зберігати цілеспрямованість навіть у несприятливих ситуаціях. Для підприємців, що діють у воєнний період, цей показник є надзвичайно значущим, оскільки стресостійкість безпосередньо впливає на здатність до стратегічного мислення, контролю ризиків і підтримки ефективності діяльності в умовах нестабільності.

CD-RISC-10 є скороченою, але психометрично обґрунтованою версією оригінальної шкали, яка демонструє високий рівень внутрішньої узгодженості (α -Кронбаха = 0,804) та тест-ретестову стабільність (0,831). Методика пройшла

багаторівневу валідацію в міжнародних дослідженнях, що підтверджує її факторну стійкість і конструктну валідність як інструменту для оцінки психологічної резильєнтності. Українська адаптація Н. Школіної забезпечує семантичну адекватність перекладу, відповідність культурним особливостям і наявність локальних нормативних показників. Валідність підтверджується позитивними кореляціями із показниками самоефективності, оптимізму та адаптивних копінг-стратегій, а також негативними – із рівнем тривожності та емоційного вигорання. Це свідчить про те, що шкала надійно вимірює саме стресостійкість як стабільну особистісну характеристику, релевантну для аналізу підприємницької діяльності у кризових умовах.

Висновки до розділу II

1. Обсяг досліджуваної вибірки є статистично обґрунтованим і достатнім для забезпечення репрезентативності результатів дослідження, оскільки дозволяє здійснювати порівняння між трьома підгрупами підприємців, що відрізняються за формою організації бізнесу, із задовільним рівнем статистичної потужності. Вибірка є збалансованою, з урахуванням віку та статі: у кожній групі переважають чоловіки, що відповідає реальній структурі українського підприємницького середовища, а середній вік досліджуваних відображає типову вікову категорію активних підприємців. Усі учасники ведуть бізнес на території України, що забезпечує контекстуальну однорідність дослідження, особливо важливу для аналізу в умовах воєнного часу.

2. Обраний комплекс психодіагностичних методик цілком відповідає меті та завданням дослідження, оскільки забезпечує всебічне та науково обґрунтоване вивчення психологічних характеристик підприємців, залучених до різних форм ведення підприємницької діяльності. Використані інструменти дають змогу отримати валідні та надійні емпіричні дані про індивідуально-психологічні особливості респондентів, що визначають специфіку їхньої професійної поведінки та способів реалізації підприємницького потенціалу. Застосування стандартизованих і адаптованих до вітчизняної вибірки методик гарантує адекватність вимірювання

досліджуваних конструктів і забезпечує можливість коректного порівняння результатів між групами. Отже, обраний психодіагностичний інструментарій є методологічно виваженим і відповідає поставленим завданням, забезпечуючи надійну основу для подальшого статистичного аналізу отриманих даних.

3. Обрані методи статистичної обробки емпіричних даних повністю відповідають логіці та завданням дослідження, забезпечуючи можливість глибокого і багаторівневого аналізу психологічного профілю підприємців. Застосування описової статистики та критерію χ^2 надає змогу виявити загальні тенденції та закономірності розподілу показників у вибірці, що є необхідним етапом для формування узагальненої картини досліджуваних параметрів. Критерій Краскела–Уолліса, як непараметричний аналог однофакторного дисперсійного аналізу, забезпечує можливість коректного порівняння груп, сформованих за типом підприємницької діяльності, з урахуванням можливого відхилення розподілу від нормального. Використання методу Спірмена дозволяє визначити особливості зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності, та надати більш цілісну інтерпретацію отриманих результатів. Таким чином, обрані статистичні процедури є адекватними меті та завданням дослідження, забезпечують його наукову достовірність і підвищують рівень узагальненості отриманих висновків.

РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ПІДПРИЄМЦІВ ПРИ РІЗНИХ ФОРМАХ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

3.1. Визначення параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу

Перш ніж переходити до емпіричного вивчення психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності, маємо більш детально прояснити методологічну основу виокремлення зазначеного профілю. В нашому випадку ми спиратимемося не на класичний статистичний спосіб отримання профілю як відносно стійкого співвідношення певних параметрів, отриманого в ході кластеризації вибірки, а на його знаходження в ході емпіричного співвіднесення сукупності показників, що виявляються на основі мір центральної тенденції по вибірці, з категорією, до якої відноситься ця вибірка. Далі, в ході порівняльного аналізу параметрів профілів різних досліджуваних груп ми виявлятимемо те, наскільки кожен з отриманих профілів є унікальним та специфічним для конкретної досліджуваної групи. Відповідно, розбіжність за всіма параметрами буде вказувати на повну унікальність профілей для порівнюваних вибірок; повні відсутність значущих відмінностей буде означати те, що аналізовані комплекси параметрів являють собою спільний профіль для цих категорій досліджуваних.

Отже, ми вважаємо, що емпіричний шлях виявлення психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності дозволяє у більшій мірі розглядати кожен з досліджуваних груп у всій цілісності, - натомість, статистичний спосіб, - навпаки, сприяє впровадженню класифікації всередині кожної з категорій досліджуваних, тим самим віддаляючи нас від узагальненого розуміння характеру співвідношення параметрів профілю по представникам кожної форми підприємницької діяльності.

То ж, перейдемо до аналізу даних.

Розглянемо розподіл підприємців з різними типами особистості, виявленими за допомогою Тесту Майерс-Бріггс, за досліджуваними групами осіб, що долучені до різних форм ведення бізнесу (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Розподіл типів особистості по групах підприємців за Тестом Майерс-Бріггс

Показник	Одноосіб.		Партнерськ.		Корпорат.	
	Частота	Відсотки	Частота	Відсотки	Частота	Відсотки
ENFJ – Наставник	2	6,1	0	0,0	5	16,1
ENFP – Чемпіон	2	6,1	0	0,0	1	3,2
ENTP – Винахідник	8	24,2	3	8,1	3	9,7
ESFJ – Вчитель	1	3,0	10	27,0	3	9,7
ESTJ – Менеджер	3	9,1	3	8,1	0	0,0
ESFP – Політик	0	0,0	0	0,0	7	22,6
ESTP – Маршал	6	18,2	3	8,1	2	6,5
INFJ – Радник	1	3,0	9	24,3	0	0,0
INFP – Цілитель	0	0,0	2	5,4	0	0,0
INTJ – Натхненник	3	9,1	1	2,7	0	0,0
ISFJ – Захисник	0	0,0	5	13,5	2	6,5
INTP – Архітектор	4	12,1	0	0,0	8	25,8
ISFP – Композитор	1	3,0	0	0,0	0	0,0
ISTP – Різнороб	2	6,1	1	2,7	0	0,0
ENTJ – Командир	0	0,0	0	0,0	0	0,0
ISTJ – Інспектор	0	0,0	0	0,0	0	0,0

Якщо розглядати отримані дані загалом, то ми можемо бачити, що серед підприємців усіх груп зовсім непередставленими або малопредставленими виявилися такі типи особистості, як «Командир» (схильність до боротьби, ініціативність, сміливість, стратегічне мислення, прагнення до самореалізації через активну діяльність), «Інспектор» (дисциплінованість, відповідальність, логічність, уважність до деталей, надійність, прагнення до порядку та стабільності) та «Композитор» (спокій, доброзичливість, практичність, терпимість, прагнення до гармонії, чутливість, уникнення конфліктів). Відносно поширеними по всіх групах виявилися такі типи, як «Винахідник» (креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, схильність до новаторства, орієнтація на ідеї та зміни, енергійність), «Маршал» (активність, цілеспрямованість, прагматизм, швидке реагування, готовність діяти в екстремальних ситуаціях, орієнтація на результат) та «Вчитель» (товариськість,

емпатійність, турботливість, відповідальність, альтруїзм, схильність до підтримки та допомоги іншим, потреба у схваленні).

Більш ретельне вивчення розподілу по кожній групі окремо ми розглянемо у наступному підрозділі, в рамках якого ми плануємо дослідити статистичну достовірність тенденцій щодо розподілу типів особистості, виявлену в межах кожної з форм ведення підприємницької діяльності.

Наразі ж, маємо відзначити, що отримані результати можна інтерпретувати з позицій відповідності рис особистості функціональним вимогам підприємницької діяльності, механізмів професійного відбору та психологічних стратегій адаптації до невизначеності й конкуренції. По-перше, низька представленість типів «Командир», «Інспектор» та «Композитор» в групі підприємців узгоджується з відмінностями у мотиваційно-поведінкових схильностях, які ці типи зазвичай демонструють. «Командири», як правило, орієнтовані на стратегічне управління, довгострокове планування та контроль – їхня спрямованість на системну організацію й структуроване керівництво може краще реалізовуватися в середовищі масштабного корпоративного управління або у великих мережевих організаціях, де є ресурси для реалізації глобальних стратегій; це знижує ймовірність їхньої масової появи серед підприємців, де потрібні швидкі тактичні рішення і широке залучення власника у щоденні операції. «Інспектори» характеризуються високою потребою в порядку, передбачуваності й дотриманні правил; підприємництво ж супроводжується високою невизначеністю, непередбачуваними ризиками і частими відхиленнями від встановлених процедур, що робить ролі підприємця менш привабливими для людей із сильною потребою в стабільності. «Композитори», орієнтовані на гармонію, уникнення конфлікту та емоційну врівноваженість, менш схильні до систематичного ризику та агресивної міжособистісної конкуренції; вони можуть віддавати перевагу творчим або підтримуючим ролям у структурах, де немає необхідності постійно виступати ініціатором змін чи вести переговори в конфліктних ситуаціях.

По-друге, відносно висока поширеність типів «Винахідник», «Маршал» і «Вчитель» відображає відповідність їхніх рис ключовим запитам підприємництва: «Винахідники» відзначаються генерацією ідей, гнучкістю мислення та готовністю експериментувати – ці якості сприяють інноваційному підходу, пошуку ніш і швидкій перебудові бізнес-моделей; «Маршали» поєднують практичну, орієнтовану на результат активність, здатність швидко реагувати в кризах і високий ступінь толерантності до ризику – це корисно для оперативного менеджменту, продажів та роботи в динамічному ринковому середовищі; «Вчителі», попри їхню соціальну орієнтацію та потребу в підтвердженні, можуть виявлятися серед підприємців у секторах, де критично важливі клієнтські відносини, сервіс і організація команди – їхня здатність будувати мережі, мотивувати персонал і підтримувати репутацію робить їх ефективними в сервісному, роздрібному або соціально орієнтованому бізнесі.

Тепер поглянемо на описові статистики за рештою методик. Зазначимо, що результати, отримані за Тестом Майерс-Бріггс ми винесли окремо від решти, оскільки вони базуються на номінальній шкалі, в той час як інші – на кількісній, - тобто, розглядати їх із застосуванням однакової процедури аналізу описових статистик є неможливим.

Отже, поглянемо на описові статистики за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Описові статистики за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи

Показник	Мінімум	Максимум	Середнє	Ст. відх.
Підпр. потенціал	68,00	185,00	127,97	29,92
Мотивація успіху	6,00	28,00	14,45	4,94
Мотивація. уникн. невдач	5,00	25,00	17,24	4,80
Стресостійкість	5,00	40,00	25,30	9,10

Як можна бачити з табл. 3.2, для підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, загалом характерний середній рівень підприємницького потенціалу, помірний рівень мотивації до успіху, високий рівень вмотивованості до уникнення невдач та відповідність нормі показника стресостійкості (тобто, його також можна визначати як помірний). Можливе пояснення такого результату ми спробуємо надати далі, після наведення отриманих даних за всіма групами досліджуваних підприємців.

Поки – поглянемо на описові статистики за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Описові статистики за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом

Показник	Мінімум	Максимум	Середнє	Ст. відх.
Підпр. потенціал	78,00	189,00	135,57	28,81
Мотивація успіху	6,00	25,00	15,22	5,15
Мотивація. уникн. невдач	2,00	25,00	13,89	6,48
Стресостійкість	6,00	40,00	24,97	9,47

З табл. 3.2 ми бачимо, що для підприємців, які долучені до партнерського керування бізнесом, загалом характерний середній рівень підприємницького потенціалу (хоча, достатня наближеність отриманого показника до верхньої межі середньовиразного діапазону може вказувати на певну незначну тенденцію до прояву вищого за середній підприємницького потенціалу), помірний рівень мотивації до успіху (тут також можна констатувати наближеність до верхньої межі середньовиразного діапазону, отже й припускати можливість слабких тенденцій до прояву вищої за середню мотивації до успіху в даних досліджуваних), середній рівень вмотивованості до уникнення невдач та відповідність нормі показника стресостійкості (помірний рівень).

Нарешті, поглянемо на описові статистики за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Описові статистики за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу

Показник	Мінімум	Максимум	Середнє	Ст. відх.
Підпр. потенціал	98,00	177,00	147,84	15,87
Мотивація успіху	8,00	28,00	17,06	4,97
Мотивація. уникн. невдач	2,00	18,00	10,16	4,73
Стресостійкість	9,00	40,00	26,55	8,15

Як можна бачити з табл. 3.4, для підприємців-власників корпоративного бізнесу загалом характерний вищий за середній рівень підприємницького потенціалу, підвищений рівень мотивації до успіху, виразність вмотивованості до уникнення невдач на межі між помірним та низьким рівнями та відповідність нормі показника стресостійкості (помірний).

Отже, як ми можемо бачити, отримані результати демонструють доволі очевидну психологічну диференціацію підприємців залежно від форми організації їхньої діяльності. На наш погляд, така диференціація доволі послідовно відображає закономірну еволюцію мотиваційно-вольової, когнітивної та емоційно-регуляторної сфер особистості під впливом специфіки організаційного середовища, рівня відповідальності, масштабу прийняття рішень і вимог до стратегічного мислення.

Отриманий профіль по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, свідчить про обережну, раціональну орієнтацію в бізнесі та прагнення до стабільності даної категорії осіб. Психологічно це може відображати домінування захисно-адаптивних стратегій поведінки над ризиковано-інноваційними. Одноосібні підприємці, як правило, несуть повну персональну відповідальність за результати, не мають команди чи партнерів, які

могли б розділити ризики, тому їхня поведінка частіше ґрунтується на прагненні уникнути втрат, а не на досягненні максимальної вигоди. Висока мотивація до уникнення невдач у цьому контексті виступає механізмом самозбереження, який забезпечує стабільність бізнесу і контрольованість процесів, але може обмежувати ініціативність і готовність до експериментів. Помірна стресостійкість є адаптивною для їхнього рівня навантаження – такі підприємці звикли діяти в межах власних ресурсів, уникаючи надмірного ризику, тому зазвичай не потребують високого рівня емоційної резистентності. Загалом, їхня психологічна стратегія – стабілізаційна, орієнтована на збереження досягнутого рівня, а не на експансію чи масштабування.

Профіль підприємців, залучених до партнерського керування бізнесом, може відображати певний оптимальний баланс між орієнтацією на досягнення і обережністю у прийнятті рішень. Партнерська форма бізнесу передбачає розподілення відповідальності і ризику, що дозволяє особистості знижувати страх помилки й активніше реалізовувати ініціативу. Водночас наявність партнерів вимагає кооперативності, здатності до компромісів і соціальної чутливості, що підтримує емоційну рівновагу, але водночас не стимулює екстремально високих рівнів мотивації до успіху – вона зберігається в межах адаптивної помірності. Середній рівень уникнення невдач указує на поступове формування толерантності до ризику, яка виникає внаслідок досвіду спільного прийняття рішень та взаємної підтримки. Отже, цей тип підприємців можна охарактеризувати як інтерактивно-адаптивний: вони орієнтуються на розвиток і розширення, але через соціальні, а не суто індивідуальні механізми; їхня діяльність ґрунтується на взаємодовірі та обміні ресурсами, що стабілізує емоційний фон і підтримує помірну стресостійкість. Для більшої наочності представимо отримані дані графічно (рис. 3.1).

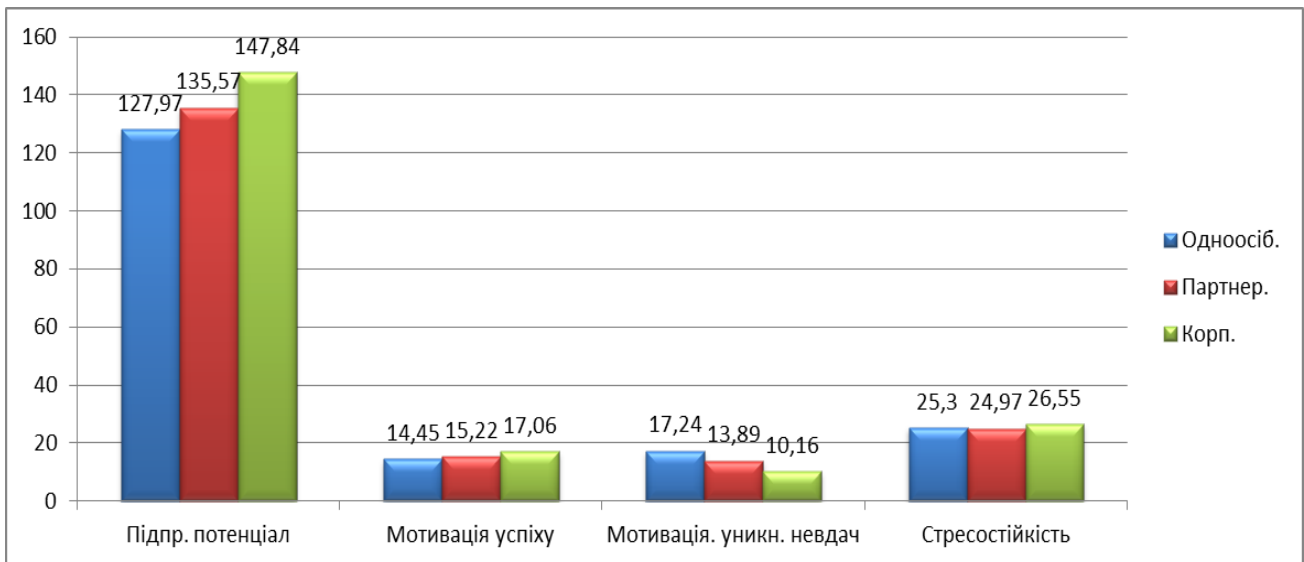


Рис. 3.1. Графічне представлення отриманих результатів по групах підприємців

Комбінація показників психологічного профілю підприємців-власників корпоративного бізнесу відображає психологічну зрілість та орієнтацію на досягнення, властиву лідерам великого бізнесу. Високий підприємницький потенціал означає розвинені когнітивні та особистісні якості, необхідні для стратегічного мислення, прийняття відповідальності, прогнозування, делегування повноважень. Підвищена мотивація до успіху вказує на домінування проактивних мотиваційних тенденцій, прагнення до зростання, впливу й досягнень, що є типовим для осіб з лідерською спрямованістю. Зниження рівня мотивації уникнення невдач свідчить про високу толерантність до ризику – ці підприємці схильні сприймати невдачі як природну частину процесу розвитку, а не як загрозу самооцінці чи добробуту. Помірна стресостійкість у цьому випадку є результатом ефективних стратегій регуляції, коли особа вміє відновлювати внутрішній баланс попри великі навантаження, але водночас може переживати тимчасові стани напруження, пов'язані з високим рівнем відповідальності. У цілому, така комбінація характеристик свідчить про інноваційно-лідерську модель поведінки, в якій ініціатива, цілеспрямованість і готовність діяти у складних умовах стають основними психологічними ресурсами професійної ефективності.

Якщо розглядати ці три групи у динамічній послідовності, можна спостерігати зміщення мотиваційного акценту від уникнення невдач (у

одноосібних підприємців) до орієнтації на успіх (у корпоративних власників), а також поступове зростання підприємницького потенціалу й зниження страху ризику. Це узгоджується з концепцією професійної самореалізації підприємця як процесу особистісного розвитку: з набуттям досвіду, розширенням масштабів діяльності та соціальних контактів відбувається переорієнтація мотиваційної системи з оборонної на досягальну. Водночас відсутність значних відмінностей у стресостійкості між групами свідчить, що всі три типи підприємців мають порівняно ефективні механізми емоційної регуляції, однак їхня форма прояву різниться – від уникнення перевантаження (у одноосібників) до мобілізаційної стратегії (у корпоративних керівників).

Таким чином, психологічна інтерпретація виявлених відмінностей дозволяє говорити про поступову еволюцію мотиваційно-особистісного профілю підприємців у міру зростання складності й масштабів бізнесу: від обережного самоконтролю та прагнення стабільності – до стратегічного лідерства, готовності до ризику й вираженої орієнтації на успіх. Цей перехід відображає не лише відмінності у зовнішніх умовах діяльності, але й внутрішню динаміку становлення підприємницької особистості, що інтегрує когнітивну гнучкість, вольову стійкість та мотиваційну зрілість.

3.2. Порівняльний аналіз параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу

Далі ми маємо на меті визначити, чи існують такі певні типи особистості, які достовірно переважають на тлі інших у кожній групі підприємців. Для цього нами був використаний критерій Хі-квадрат. Отже, результати аналізу рівномірності розподілу типів особистості по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи наведено у табл. 3.5.

Таблиця 3.5

Аналіз рівномірності розподілу типів особистості по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи

Тип	Спостережуване N	Очікуване N	Залишок
ENFJ – Наставник	2	3,0	-1,0
ENFP – Чемпіон	2	3,0	-1,0
ENTP – Винахідник	8	3,0	5,0
ESFJ – Вчитель	1	3,0	-2,0
ESTJ – Менеджер	3	3,0	0,0
ESTP – Маршал	6	3,0	3,0
INFJ – Радник	1	3,0	-2,0
INTJ – Натхненник	3	3,0	0,0
INTP – Архітектор	4	3,0	1,0
ISFP – Композитор	1	3,0	-2,0
ISTP – Різнораб	2	3,0	-1,0
Хі-квадрат	16,667		
ст.св.	10		
P (2-ст.)	,082		

Як можна бачити з результатів, представлених у табл. 3.5, нерівномірність у розподілі типів особистості по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, виявилася не значущою, - тобто, можна умовно говорити, що наявні переваги певних з типів є скоріше випадковими коливаннями. Хоча, варто зазначити, що перевищення отриманим р-показником критичного значення (0,05) є доволі несуттєвим, - то ж, ми все ж схильні припускати на рівні тенденції, що певні з особистісних типів у групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, можуть бути трохи більш розповсюдженими, ніж інші. Мова йде про такі типи, як «Винахідник» (креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, схильність до новаторства, орієнтація на ідеї та зміни, енергійність), «Маршал» (активність, цілеспрямованість, прагматизм, швидке реагування, готовність діяти в екстремальних ситуаціях, орієнтація на результат) та «Архітектор» (аналітичність, рефлексивність, обережність у прийнятті рішень, схильність до теоретичного мислення, інтелектуальна глибина).

Такий результат, на наш погляд, має цілком логічне психологічне пояснення, якщо врахувати специфіку індивідуального ведення бізнесу. Одноосібна підприємницька діяльність вимагає високого рівня самостійності, креативності та гнучкості мислення, адже підприємець самостійно визначає стратегію розвитку, приймає ключові рішення і несе повну відповідальність за їхні наслідки. Тип «Винахідник» добре узгоджується з такою моделлю діяльності завдяки відкритості до нового досвіду, інтелектуальній допитливості та здатності генерувати оригінальні ідеї. «Маршал» характеризується енергійністю, дієвістю та орієнтацією на практичний результат – це особистість, що вміє швидко реагувати на зміни, ризикувати й адаптуватися до нестабільних умов, що часто супроводжують малий бізнес. «Архітектор» вирізняється аналітичністю, продуманістю й схильністю до стратегічного мислення, що дозволяє одноосібному підприємцю уникати імпульсивних рішень і раціонально планувати свої дії. Таким чином, навіть попри статистичну незначущість відмінностей, тенденційно саме поєднання інтелектуальної гнучкості, здатності до ризику та аналітичного підходу формує особистісну основу для успішної одноосібної підприємницької діяльності.

Поглянемо далі на результати аналізу рівномірності розподілу типів особистості по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

Аналіз рівномірності розподілу типів особистості по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом

Тип	Спостережуване N	Очікуване N	Залишок
ENTP – Винахідник	3	4,1	-1,1
ESFJ – Вчитель	10	4,1	5,9
ESTJ – Менеджер	3	4,1	-1,1
ESTP – Маршал	3	4,1	-1,1
INFJ – Радник	9	4,1	4,9
INFP – Цілитель	2	4,1	-2,1
INTJ – Натхненник	1	4,1	-3,1
ISFJ – Захисник	5	4,1	0,9
ISTP – Різнороб	1	4,1	-3,1
Хі-квадрат	21,135		

ст.св.	8
Р (2-ст.)	,007

В даному випадку, як видно з табл. 3.6, розбіжність у частотному розподілі особистісних типів по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом, виявилася значущою: такі типи, як «Вчитель» (товариськість, емпатійність, турботливість, відповідальність, альтруїзм, схильність до підтримки та допомоги іншим, потреба у схваленні) та «Радник» (інтуїтивність, емпатійність, вразливість, прагнення до саморозвитку, орієнтація на глибинне розуміння людей і стосунків) отримали суттєву перевагу над іншими.

Аналізуючи такий результат, маємо зазначити, що партнерське управління вимагає не лише ділових, а й високих соціально-комунікативних навичок, оскільки ефективна взаємодія між партнерами ґрунтується на довірі, емпатії, здатності до компромісу та розуміння емоцій і потреб інших. Тип «Вчитель» є соціально орієнтованим, емоційно відкритим, здатним створювати позитивний психологічний клімат у колективі, підтримувати інших і сприяти спільним цілям. Такі люди нерідко виступають посередниками між різними точками зору, що допомагає уникати конфліктів у партнерських відносинах. «Радник», у свою чергу, вирізняється глибинним розумінням міжособистісних процесів, інтуїтивним баченням мотивацій інших людей та орієнтацією на гармонію у взаєминах. Для партнерського бізнесу такі якості є вкрай важливими, адже забезпечують узгодженість дій і збереження балансу між особистими та спільними інтересами. Таким чином, у партнерських формах бізнесу перевага типів із гуманістичною, емпатійною та соціально орієнтованою спрямованістю виглядає закономірною, оскільки саме ці риси підтримують ефективність спільного прийняття рішень і довготривалу стабільність бізнесових зв'язків.

Тепер розглянемо результати аналізу рівномірності розподілу типів особистості по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Аналіз рівномірності розподілу типів особистості по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу

Тип	Спостережуване N	Очікуване N	Залишок
ENFJ – Наставник	5	3,9	1,1
ENFP – Чемпіон	1	3,9	-2,9
ENTP – Винахідник	3	3,9	-,9
ESFJ – Вчитель	3	3,9	-,9
ESFP – Політик	7	3,9	3,1
ESTP – Маршал	2	3,9	-1,9
INTP – Архітектор	8	3,9	4,1
ISFJ – Захисник	2	3,9	-1,9
Хі-квадрат	11,581		
ст.св.	7		
P (2-ст.)	,115		

Як ми можемо бачити з табл. 3.7, по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу р-показник суттєво перевищує критичне значення, отже, в даному випадку слід констатувати, що усі типи особистості, що зустрічаються в даній групі, мають приблизно рівну представленість.

Очевидно, такий результат свідчить про те, що успішне функціонування у сфері корпоративного бізнесу не зумовлюється належністю до певного особистісного типу, а радше залежить від поєднання різних індивідуально-психологічних якостей. У корпоративному середовищі бізнес-процеси структуровані, а діяльність керівника відбувається в умовах розподілу обов'язків, де значення мають як аналітичні, так і комунікативні, організаційні чи стратегічні вміння. Тому рівномірна представленість таких типів, як «Наставник», «Чемпіон», «Винахідник», «Вчитель», «Політик», «Маршал», «Архітектор» та «Захисник», свідчить про те, що корпоративне підприємництво допускає успішну реалізацію різних особистісних стратегій. Одні підприємці досягають успіху завдяки комунікабельності та вмінню працювати з людьми, інші – через інноваційне мислення, стратегічне бачення чи аналітичну здатність до планування. Таким чином, корпоративна форма бізнесу виявляється психологічно найбільш гнучкою

системою, у якій різноманітність типів особистості не лише можлива, а й забезпечує збалансованість управлінських і творчих функцій у межах організації.

Далі перейдемо до порівняльного аналізу груп підприємців з різними формами ведення бізнесу за рештою досліджуваних показників (табл. 3.8).

Таблиця 3.8

Порівняльний аналіз досліджуваних груп підприємців за показниками підприємницького потенціалу, мотивації успіху та уникнення невдач і стресостійкості

Показник	Група	Ср. ранг	Хі-квадрат	ст.св.	Р (2-ст.)
Підпр. потенціал	ОПС	42,23	8,011	2	,018
	ПКБ	49,08			
	КФБ	62,63			
Мотивація успіху	ОПС	44,76	4,563	2	,102
	ПКБ	49,08			
	КФБ	59,94			
Мотивація уникн. невдач	ОПС	67,24	22,566	2	,000
	ПКБ	51,97			
	КФБ	32,55			
Стресостійкість	ОПС	49,65	,317	2	,854
	ПКБ	50,16			
	КФБ	53,44			

Як можна бачити з результатів, наведених у таблиці 3.8, між трьома групами підприємців було виявлено статистично достовірні відмінності за двома показниками – підприємницьким потенціалом та мотивацією уникнення невдач.

Найбільша виразність підприємницького потенціалу притаманна представникам групи підприємців-власників корпоративного бізнесу; дещо меншим цей показник є в підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом; і достовірно найнижчий підприємницький потенціал – у підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи.

Щодо мотивації уникнення невдач, - то вона є найвищою у підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи; дещо меншою – у

підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом; і найнижчою – у підприємців-власників корпоративного бізнесу.

З нашої точки зору, найвищий в порівнянні з іншими рівень підприємницького потенціалу у власників корпоративного бізнесу є цілком закономірним. Ця група підприємців функціонує в умовах складної системи управління, що вимагає стратегічного мислення, здатності до делегування, планування та управління великими ресурсами – як матеріальними, так і людськими. Високий підприємницький потенціал передбачає поєднання ініціативності, відповідальності, інноваційності та здатності бачити перспективу розвитку. Для корпоративних власників такі якості є не просто бажаними, а необхідними, адже від рівня їхнього бачення і компетентності залежить стабільність усієї організації. Ці підприємці зазвичай орієнтовані на стратегічні цілі, здатні приймати ризикові, але обґрунтовані рішення, що свідчить про високий рівень упевненості у власних силах і сформоване почуття контролю над результатом діяльності.

Підприємці, що долучені до партнерського керування бізнесом, мають дещо нижчий, але все ж достатньо високий рівень підприємницького потенціалу. Це пояснюється тим, що у партнерській моделі бізнесу відповідальність та управлінські функції розподілені між кількома особами, що частково знижує необхідність максимальної індивідуальної ініціативності. У таких умовах важливішими стають комунікативна компетентність, здатність до кооперації та вміння узгоджувати рішення. Тобто підприємницький потенціал тут реалізується у колективній формі – через взаємодію, обмін ідеями, компроміси та спільну відповідальність. Це створює певний баланс між творчим підходом і соціальною підтримкою, але водночас обмежує індивідуальну свободу дій і потребу у високій автономії, що, вірогідно, зумовлює трохи нижчі показники за цією шкалою.

Найнижчий рівень підприємницького потенціалу виявлено у групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи. Такий результат на перший погляд може здаватися парадоксальним, адже саме одноосібний підприємець часто проявляє максимальну незалежність. Проте

психологічно така форма діяльності часто пов'язана не лише з прагненням до самореалізації, а й із необхідністю забезпечення базових потреб – стабільності, виживання, економічної самостійності. Для цієї групи характерним може бути більш прагматичний, ніж стратегічний підхід до справи: діяльність орієнтована на короткострокові результати, а не на масштабні підприємницькі ідеї. Крім того, відсутність підтримки чи розподілу ризику з партнерами або колективом підвищує психологічне навантаження та може обмежувати потенціал для інноваційної активності.

Щодо показника мотивації уникнення невдач, то виявлена зворотна тенденція є логічним відображенням рівня психологічної зрілості, упевненості та досвіду управління ризиком у різних формах бізнесу. Найвищий рівень мотивації уникнення невдач у одноосібних підприємців свідчить про домінування орієнтації на безпеку, страх втрат і потребу уникнути помилки. Така мотивація часто супроводжується підвищеною тривожністю, схильністю до обережності у прийнятті рішень і зниженим рівнем ризикованості. У психологічному сенсі це може відображати нестійке почуття впевненості в майбутньому, оскільки кожен невдалий крок безпосередньо загрожує матеріальному становищу підприємця.

Підприємці, що керують бізнесом у партнерстві, демонструють помірний рівень мотивації уникнення невдач, що відповідає більш збалансованому стилю діяльності. Вони здатні враховувати ризики, але не дозволяють страху помилок повністю визначати свої дії, оскільки мають емоційну підтримку партнерів і можуть розділити відповідальність. Така позиція сприяє стабільності, але водночас дозволяє зберігати готовність до помірного ризику, що є необхідним для розвитку бізнесу.

Найнижчий рівень мотивації уникнення невдач спостерігається у підприємців-власників корпоративного бізнесу. Це може пояснюватися тим, що високий рівень підприємницького потенціалу та впевненості у власних здібностях дозволяє цим особам приймати ризикові рішення без надмірного страху перед можливими помилками. Їхня мотивація переважно орієнтована не на уникнення невдач, а на досягнення успіху та реалізацію стратегічних цілей. Для таких

підприємців характерне відчуття контролю над ситуацією, здатність бачити невдачу як досвід, а не як загрозу, що є ознакою високого рівня психологічної стійкості й самоєфективності.

Отже, загальна картина результатів свідчить, що з переходом від індивідуальних до колективних і корпоративних форм ведення бізнесу підвищується підприємницький потенціал і знижується мотивація уникнення невдач, що відображає поступову еволюцію від обережного самозбереження до зрілої, ініціативної та стратегічно орієнтованої підприємницької поведінки.

3.3. Визначення особливостей зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу

Поглянемо на результати вивчення зв'язку за методом Спірмена параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи (табл. 3.9).

Таблиця 3.9

Кореляційна матриця параметрів психологічного профілю підприємців, віку та тривалості ведення бізнесу по групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи

		Вік	Тривалість бізнесу	Підпр. потенціал	Мотивація успіху	Мотивація уникн. невдач	Стресостійкість
Вік	r	1,000	-,130	,074	,216	,129	-,010
	p (2-ст.)		,470	,684	,227	,476	,955
Тривалість бізнесу	r	-,130	1,000	-,060	,087	,114	,161
	p (2-ст.)	,470		,739	,631	,528	,372
Підпр. потенціал	r	,074	-,060	1,000	,404*	-,634**	,252
	p (2-ст.)	,684	,739		,020	,000	,156
Мотивація успіху	r	,216	,087	,404*	1,000	-,166	,406*
	p (2-ст.)	,227	,631	,020		,357	,019
Мотивація уникн. невдач	r	,129	,114	-,634**	-,166	1,000	-,050
	p (2-ст.)	,476	,528	,000	,357		,783
Стресостійкість	r	-,010	,161	,252	,406*	-,050	1,000
	p (2-ст.)	,955	,372	,156	,019	,783	

Примітка: * - $p \leq 0,05$; ** - $p \leq 0,01$

Отримані результати кореляційного аналізу свідчать про наявність низки статистично значущих взаємозв'язків між досліджуваними психологічними характеристиками підприємців, залучених до одноосібної підприємницької діяльності. Зокрема, встановлено, що підприємницький потенціал прямо корелює з мотивацією досягнення успіху, що свідчить про взаємопов'язаний характер прагнення до самореалізації та готовності до ризику з внутрішнім прагненням досягати поставлених цілей. Особи, які відзначаються більш вираженим підприємницьким потенціалом, як правило, демонструють і вищий рівень орієнтації на результат, ініціативність та цілеспрямованість. Водночас між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач виявлено зворотний зв'язок: чим більш виражене прагнення особи до самостійного ведення справи, тим меншою мірою вона схильна керуватися страхом помилки чи невпевненістю у власних силах. Це може свідчити про адаптивний характер психологічних стратегій одноосібних підприємців, які схильні розглядати труднощі як виклик, а не як загрозу. Додатково встановлено прямий зв'язок між мотивацією успіху та рівнем стресостійкості, що підкреслює взаємозумовленість позитивної мотивації та здатності ефективно долати психологічні навантаження. Отже, можна припустити, що для підприємців, які ведуть бізнес одноосібно, характерна внутрішня узгодженість між прагненням досягати успіху, вірою у власні можливості та емоційною стабільністю, що забезпечує їхню ефективність у діяльності навіть в умовах підвищеної невизначеності чи ризику.

Поглянемо на результати вивчення зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом (табл. 3.10).

Таблиця 3.10

Кореляційна матриця параметрів психологічного профілю підприємців, віку та тривалості ведення бізнесу по групі підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом

		Вік	Тривалість бізнесу	Підпр. потенціал	Мотивація успіху	Мотивація уникн. невдач	Стресостійкість
Вік	r	1,000	,044	-,129	-,053	,194	-,060
	p (2-ст.)		,795	,447	,755	,249	,725
Тривалість бізнесу	r	,044	1,000	,300	-,115	-,194	-,117
	p (2-ст.)	,795		,072	,500	,249	,492
Підпр. потенціал	r	-,129	,300	1,000	,447**	-,722**	,130
	p (2-ст.)	,447	,072		,006	,000	,444
Мотивація успіху	r	-,053	-,115	,447**	1,000	-,323	,246
	p (2-ст.)	,755	,500	,006		,051	,143
Мотивація уникн. невдач	r	,194	-,194	-,722**	-,323	1,000	-,020
	p (2-ст.)	,249	,249	,000	,051		,906
Стресостійкість	r	-,060	-,117	,130	,246	-,020	1,000
	p (2-ст.)	,725	,492	,444	,143	,906	

Примітка: * - $p \leq 0,05$; ** - $p \leq 0,01$

Отримані результати кореляційного аналізу за групою підприємців, залучених до партнерського керування бізнесом, свідчать про наявність вибірових, але показових взаємозв'язків між досліджуваними змінними. Зокрема, встановлено статистично значущий прямий зв'язок між підприємницьким потенціалом та мотивацією досягнення успіху, що вказує на те, що зростання рівня внутрішнього потенціалу підприємця супроводжується посиленням прагнення до самореалізації, ефективного досягнення поставлених цілей і прояву ініціативності у діловій сфері. Це узгоджується з уявленням про підприємницький потенціал як інтегральну характеристику, що акумулює енергію цілеспрямованості та орієнтацію на результативність діяльності.

Водночас виявлено зворотний, тобто негативний, зв'язок між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. Така закономірність може свідчити про те, що підприємці з більш високим рівнем

розвитку підприємницьких якостей схильні діяти впевнено, орієнтуючись переважно на досягнення позитивного результату, а не на уникнення можливих помилок чи ризиків. Інакше кажучи, страх невдачі у них поступається місцем конструктивній готовності приймати виклики, що є типовою рисою партнерського стилю ведення бізнесу, де важливу роль відіграють довіра, взаємодоповнення ресурсів і готовність до відповідальності за спільне рішення.

Таким чином, виявлена кореляційна структура вказує, що саме у контексті партнерського керування бізнесом підприємницький потенціал виступає центральною ланкою, яка узгоджує мотиваційні установки на успіх і знижує вплив унікального типу мотивації, пов'язаного зі страхом помилок або невизначеності. Це може відображати більш зрілий тип мотиваційної організації діяльності, де домінує проактивна стратегія досягнення, а не пасивна стратегія уникнення.

Нарешті, поглянемо на результати вивчення зв'язку параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу (табл. 3.11).

Таблиця 3.11

Кореляційна матриця параметрів психологічного профілю підприємців, віку та тривалості ведення бізнесу по групі підприємців-власників корпоративного бізнесу

		Вік	Тривалість бізнесу	Підпр. потенціал	Мотивація успіху	Мотивація уникн. невдач	Стресостійкість
Вік	r	1,000	,257	,012	-,065	-,053	-,351
	p (2-ст.)		,163	,950	,727	,776	,053
Тривалість бізнесу	r	,257	1,000	-,017	-,295	-,158	,139
	p (2-ст.)	,163		,929	,107	,397	,456
Підпр. потенціал	r	,012	-,017	1,000	,350	-,376*	,202
	p (2-ст.)	,950	,929		,053	,037	,275
Мотивація успіху	r	-,065	-,295	,350	1,000	-,144	,012
	p (2-ст.)	,727	,107	,053		,439	,950
Мотивація уникн. невдач	r	-,053	-,158	-,376*	-,144	1,000	-,077
	p (2-ст.)	,776	,397	,037	,439		,680
Стресостійкість	r	-,351	,139	,202	,012	-,077	1,000
	p (2-ст.)	,053	,456	,275	,950	,680	

*Примітка: * - $p \leq 0,05$; ** - $p \leq 0,01$*

По групі підприємців, які є власниками корпоративного бізнесу, встановлено наявність лише одного статистично значущого кореляційного зв'язку – між показниками підприємницького потенціалу та мотивацією уникнення невдач, причому цей зв'язок має зворотний характер. Така залежність свідчить, що зі зростанням рівня підприємницького потенціалу знижується вираженість орієнтації на уникнення невдач, тобто високий рівень розвитку підприємницьких якостей супроводжується більшою впевненістю у власних силах, готовністю брати на себе ризики та відповідальність за результати діяльності. Власники корпоративного бізнесу, як правило, демонструють вищу самостійність у прийнятті стратегічних рішень, схильність до інноваційного мислення та меншу залежність від страху помилок чи можливих негативних наслідків. Отриманий результат відображає специфіку цієї форми підприємництва, де успіх часто пов'язаний із здатністю діяти в умовах невизначеності та конкуренції, а надмірна орієнтація на уникнення невдач може гальмувати розвиток бізнесу й знижувати ефективність управлінських рішень.

Аналіз відмінностей у виявлених кореляціях по трьох групах підприємців показав певну специфіку у структурі зв'язків між досліджуваними характеристиками. Найбільша кількість значущих кореляцій спостерігається у групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької діяльності. У цій групі виявлено три значущі кореляції: пряму між підприємницьким потенціалом і мотивацією прагнення до успіху, зворотну між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач, а також пряму між мотивацією прагнення до успіху і стресостійкістю. Це свідчить про те, що у представників цієї групи підприємницька активність тісно пов'язана з мотиваційними установками: чим вищим є рівень прагнення досягати успіху, тим більший прояв підприємницького потенціалу – ініціативності, гнучкості, інноваційності. Водночас зниження мотивації уникати невдач сприяє вищому рівню підприємницької активності, що цілком логічно для одноосібних підприємців, які часто працюють у середовищі з

високим ризиком і мають самотійно приймати відповідальні рішення. Додатково встановлений прямий зв'язок між мотивацією прагнення до успіху і стресостійкістю демонструє, що емоційна врівноваженість і здатність зберігати стабільність у складних умовах є ресурсом, який підтримує активність і цілеспрямованість таких підприємців.

Для групи підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом, структура взаємозв'язків є подібною, проте дещо спрощеною – виявлено лише два достовірні зв'язки: пряму кореляцію між підприємницьким потенціалом і мотивацією прагнення до успіху та зворотну – між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. Це означає, що у цій групі також зберігається зв'язок між рівнем мотивації та підприємницькими характеристиками, але відсутній зв'язок між мотивацією успіху і стресостійкістю. Ймовірно, це пов'язано з тим, що в умовах партнерського керування частина відповідальності розподіляється між кількома учасниками бізнесу, тому психологічне навантаження та емоційний тиск є меншими, ніж у одноосібних підприємців. Отже, рівень стресостійкості не є настільки критичною умовою підтримання високої мотивації досягнення успіху, як у випадку самотійного ведення бізнесу.

У підприємців-власників корпоративного бізнесу виявлено лише один достовірний зв'язок – зворотну кореляцію між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. Тобто, для цієї групи характерно, що зі зниженням страху невдач і прагнення їх уникати зростає рівень підприємницького потенціалу. Відсутність значущих зв'язків із мотивацією успіху та іншими показниками може свідчити про те, що для власників великого корпоративного бізнесу підприємництво вже не є сферою самореалізації в традиційному мотиваційному сенсі. Вони діють переважно на стратегічному рівні, де вирішальне значення має не індивідуальна мотивація чи емоційна регуляція, а системне мислення, делегування, управління ризиками та розподіл відповідальності між підрозділами.

Таким чином, основні відмінності між досліджуваними групами полягають у кількості та характері взаємозв'язків. Для одноосібних підприємців

підприємницький потенціал виступає складним мотиваційно-емоційним утворенням, що інтегрує прагнення до успіху, уникнення невдач і стресостійкість. У підприємців-партнерів зберігається зв'язок потенціалу з двома мотиваційними компонентами, але відсутній зв'язок зі стресостійкістю. У власників корпоративного бізнесу підприємницький потенціал пов'язаний лише з одним мотиваційним аспектом – уникненням невдач, що може відображати більшу стабільність, досвідченість і стратегічність у прийнятті рішень. Ці відмінності відображають певну еволюцію психологічних механізмів підприємницької діяльності: від високої емоційної та мотиваційної включеності на індивідуальному рівні – до більш раціоналізованого, контрольованого підходу у великих корпоративних структурах.

Отримані у дослідженні результати загалом узгоджуються з уже наявними науковими даними щодо психологічних характеристик підприємців. Виявлений у підприємців загальний профіль, який охоплює такі риси, як креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, новаторство, орієнтація на зміни, енергійність, цілеспрямованість та прагматизм, відповідає усталеним у психології підприємництва уявленням про структуру підприємницької орієнтації. У численних дослідженнях [7; 11; 25] підкреслюється, що інноваційність, проактивність, автономність і готовність до ризику є ключовими параметрами, які визначають успішну підприємницьку діяльність і відрізняють підприємців від представників інших професійних груп.

Дані про роль мотиваційних чинників також повністю відповідають узагальненим результатам попередніх емпіричних робіт [30]. У дослідженнях зазначається, що мотивація досягнення є одним із головних предикторів підприємницької активності, інноваційності та готовності до впровадження змін, тоді як надмірно виражений страх невдачі, навпаки, гальмує ініціативність і знижує схильність до ризику. Виявлені у дослідженні прямі зв'язки між підприємницьким потенціалом і мотивацією досягнення успіху, а також зворотні – між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач, повністю

відповідають цим тенденціям і підтверджують закономірності, описані в метааналітичних оглядах і міжнародних дослідженнях.

Результати щодо рівня стресостійкості та її зв'язку з мотиваційними показниками також узгоджуються з теоретичними моделями підприємницької резилієнтності [46]. У сучасних роботах доведено, що стійкість до стресу, життєва твердість та здатність до швидкого відновлення після невдач виступають психологічними ресурсами, які підтримують активність підприємців у кризових умовах. Виявлений прямий зв'язок між мотивацією прагнення до успіху та стресостійкістю свідчить про взаємопосилюючий характер цих якостей і підтверджує дані досліджень про роль позитивного копінгу в ефективній саморегуляції підприємців.

Відмінності між групами підприємців, що реалізують різні форми ведення бізнесу, також відображають закономірності, описані у попередніх роботах [39]. Зокрема, підприємці, залучені до одноосібної справи, зазвичай мають більш виражену мотивацію уникати невдач і менший рівень підприємницького потенціалу, що пов'язано з більшою відповідальністю за результати власної діяльності та обмеженими зовнішніми ресурсами. У свою чергу, представники партнерського керування бізнесом демонструють помірно високі показники підприємницького потенціалу, вищу мотивацію до успіху та соціально-комунікативну спрямованість [11]. Це співвідноситься з дослідженнями, у яких наголошується на важливості соціального інтелекту, емпатійності, довіри й здатності до взаємодії у спільному управлінні бізнесом. Профіль підприємців-власників корпоративного бізнесу, для яких характерний найвищий рівень підприємницького потенціалу та зниження страху невдач, узгоджується з даними про стратегічно орієнтованих підприємців, які мають розвинену ініціативність, гнучкість, толерантність до ризику й амбіційність щодо розширення бізнесу.

Виявлений у дослідженні градієнт підприємницького потенціалу – від найвищого рівня у власників корпоративного бізнесу до найнижчого у підприємців, що займаються одноосібною справою, – підтверджує структурну диференціацію підприємницької діяльності, описану в сучасній літературі [42].

Також відсутність зв'язку між віком чи тривалістю ведення бізнесу та показниками психологічного профілю узгоджується з даними, за якими ці змінні не мають стабільного предиктивного впливу на особистісні характеристики підприємців у зрілих вибірках.

Таким чином, отримані результати загалом демонструють високу узгодженість із наявними науковими даними. Вони підтверджують провідну роль інноваційності, гнучкості мислення, мотивації досягнення, стресостійкості та соціальної компетентності у структурі психологічного профілю підприємців, а також відображають специфіку прояву цих якостей залежно від організаційної форми підприємницької діяльності.

Висновки до розділу III

Для підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, загалом характерний середній рівень підприємницького потенціалу, помірний рівень мотивації до успіху, високий рівень вмотивованості до уникнення невдач та відповідність нормі показника стресостійкості. При цьому серед особистісних рис даної категорії підприємців найбільшою мірою виділяються такі, як креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, схильність до новаторства, орієнтація на ідеї та зміни, енергійність, активність, цілеспрямованість, прагматизм, швидке реагування, готовність діяти в екстремальних ситуаціях, орієнтація на результат, аналітичність, рефлексивність та певна обережність у прийнятті рішень.

Для підприємців, які долучені до партнерського керування бізнесом, загалом характерна мінімальна тенденція до прояву вищого за середній підприємницького потенціалу та мотивації до успіху, середній рівень вмотивованості до уникнення невдач та нормальна стресостійкість. Серед особистісних рис даної категорії підприємців найбільшою мірою виділяються такі, як товариськість, емпатійність, турботливість, відповідальність, альтруїзм, схильність до підтримки та допомоги іншим, потреба у схваленні, інтуїтивність,

емпатійність, вразливість, прагнення до саморозвитку та орієнтація на глибинне розуміння людей і стосунків.

Для підприємців-власників корпоративного бізнесу загалом характерний вищий за середній рівень підприємницького потенціалу, підвищений рівень мотивації до успіху, виразність вмотивованості до уникнення невдач на межі між помірним та низьким рівнями та відповідність нормі показника стресостійкості. При цьому для даної категорії підприємців характерне значне різноманіття особистісних рис, серед яких жодні не мають значної переваги над іншими.

Найбільша виразність підприємницького потенціалу притаманна представникам групи підприємців-власників корпоративного бізнесу; дещо меншим цей показник є в підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом; і достовірно найнижчий підприємницький потенціал – у підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи. У підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, мотивація уникнення невдач є найвищою; дещо меншою – у підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом; і найнижчою – у підприємців-власників корпоративного бізнесу.

Найбільш поширеними серед підприємців загалом є такі параметри психологічного профілю, як креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, схильність до новаторства, орієнтація на ідеї та зміни, енергійність, активність, цілеспрямованість, прагматизм, швидке реагування, готовність діяти в екстремальних ситуаціях, орієнтація на результат, товариськість, емпатійність, турботливість, відповідальність, альтруїзм, схильність до підтримки та допомоги іншим, потреба у схваленні.

Аналіз відмінностей у кореляціях параметрів психологічного профілю підприємців, долучених до різних форм ведення бізнесу, показав, що найбільша кількість значущих зв'язків спостерігається у групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької діяльності. У цій групі виявлено три прямий зв'язок між підприємницьким потенціалом і мотивацією прагнення до успіху, зворотний – між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач, а також

прямий – між мотивацією прагнення до успіху і стресостійкістю. Для групи підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом, структура взаємозв'язків є подібною, проте дещо спрощеною – виявлено лише два достовірні зв'язки: пряму кореляцію між підприємницьким потенціалом і мотивацією прагнення до успіху та зворотну – між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. У підприємців-власників корпоративного бізнесу виявлено лише один достовірний зв'язок – зворотну кореляцію між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. Значущих зв'язків параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу не виявлено.

Отже, ми бачимо, що психологічний профіль підприємців істотно відрізняється, залежно від форми ведення підприємницької діяльності, що дає нам підстави стверджувати те, що гіпотеза нашого дослідження була підтверджена (нульова гіпотеза відкидається; приймається альтернативна).

ВИСНОВКИ

1. В ході здійснення теоретичного аналізу було встановлено, що Підприємництво є багатовимірним феноменом, який охоплює економічний, соціальний та психологічний виміри людської активності, виступаючи не лише як форма господарювання, а й як специфічний тип мислення, поведінки й ціннісної орієнтації особистості, що поєднує прагнення до самореалізації з готовністю приймати ризик і нести відповідальність за прийняті рішення. Психологічний профіль підприємців являє собою складну інтегративну систему, у якій поєднуються когнітивно-інтелектуальні, емоційно-вольові, мотиваційно-ціннісні та соціально-комунікативні характеристики особистості. Підприємництво в такому ракурсі постає як соціокультурна діяльність, що вимагає високого рівня самостійності, відповідальності, інноваційності, схильності до ризику та стратегічного мислення. Перебування особистості в умовах бойових дій виступає потужним психотравмувальним чинником, який зумовлює глибокі зміни в емоційній сфері. Такі зміни проявляються у зростанні рівня тривожності, страху, гніву, відрази, горя, а також у поступовому згасанні позитивних емоцій і підвищенні емоційної ригідності.

2. У процесі визначення параметрів психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності було виявлено, що для підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, характерний середній рівень підприємницького потенціалу, помірний рівень мотивації до успіху, високий рівень вмотивованості до уникнення невдач та відповідність нормі показника стресостійкості. Для підприємців, які долучені до партнерського керування бізнесом, загалом характерна мінімальна тенденція до прояву вищого за середній підприємницького потенціалу та мотивації до успіху, середній рівень вмотивованості до уникнення невдач та нормальна стресостійкість. Для підприємців-власників корпоративного бізнесу загалом характерний вищий за середній рівень підприємницького потенціалу, підвищений рівень мотивації до успіху, виразність вмотивованості до уникнення невдач на межі між помірним та

низьким рівнями та відповідність нормі показника стресостійкості. Крім того, було встановлено, що найбільш поширеними серед підприємців загалом є такі особистісні риси, як креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, схильність до новаторства, орієнтація на ідеї та зміни, енергійність, активність, цілеспрямованість, прагматизм, швидке реагування, готовність діяти в екстремальних ситуаціях, орієнтація на результат, товариськість, емпатійність, турботливість, відповідальність, альтруїзм, схильність до підтримки та допомоги іншим, потреба у схваленні.

3. При визначенні особливостей психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності було встановлено, що найбільша виразність підприємницького потенціалу притаманна представникам групи підприємців-власників корпоративного бізнесу; дещо меншим цей показник є в підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом; і достовірно найнижчий підприємницький потенціал – у підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи. У підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької справи, мотивація уникнення невдач є найвищою; дещо меншою – у підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом; і найнижчою – у підприємців-власників корпоративного бізнесу. Також було виявлено, що серед особистісних рис підприємців, які долучені до одноосібної підприємницької справи, найбільшою мірою виділяються такі, як креативність, гнучкість мислення, інтелектуальна допитливість, схильність до новаторства, орієнтація на ідеї та зміни, енергійність, активність, цілеспрямованість, прагматизм, швидке реагування, готовність діяти в екстремальних ситуаціях, орієнтація на результат, аналітичність, рефлексивність та певна обережність у прийнятті рішень. Серед особистісних рис підприємців, які долучені до партнерського керування бізнесом, найбільшою мірою виділяються такі, як товариськість, емпатійність, турботливість, відповідальність, альтруїзм, схильність до підтримки та допомоги іншим, потреба у схваленні, інтуїтивність, емпатійність, вразливість, прагнення до саморозвитку та орієнтація на глибинне розуміння людей і стосунків. Для

підприємців-власників корпоративного бізнесу характерне значне різноманіття особистісних рис, серед яких жодні не мають значної переваги над іншими.

4. Визначення особливостей зв'язків параметрів психологічного профілю підприємців, віку та тривалістю ведення бізнесу при різних формах ведення підприємницької діяльності показало, що найбільша кількість значущих кореляцій спостерігається у групі підприємців, що долучені до одноосібної підприємницької діяльності. У цій групі виявлено три прямий зв'язок між підприємницьким потенціалом і мотивацією прагнення до успіху, зворотний – між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач, а також прямий – між мотивацією прагнення до успіху і стресостійкістю. Для групи підприємців, що долучені до партнерського керування бізнесом, структура взаємозв'язків є подібною, проте дещо спрощеною – виявлено лише два достовірні зв'язки: пряму кореляцію між підприємницьким потенціалом і мотивацією прагнення до успіху та зворотну – між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. У підприємців-власників корпоративного бізнесу виявлено лише один достовірний зв'язок – зворотну кореляцію між підприємницьким потенціалом і мотивацією уникнення невдач. Значущих зв'язків параметрів психологічного профілю підприємців з віком та тривалістю ведення бізнесу не виявлено.

Таким чином, гіпотеза нашого дослідження була підтверджена.

Перспективи впровадження отриманих результатів ми вбачаємо в тому, що вони можуть стати у нагоді при розробці тренінгових програм, необхідних для набуття підприємцями-початківцями необхідних психологічних якостей з метою підвищення професійної успішності, з урахуванням форми ведення підприємницької діяльності, в яку вони залучаються.

Література

1. Антонюк Д. А., Бухаріна Л.М., Онищенко О.А., Шишкін В.О. *Підприємництво в сучасних умовах розвитку України: науково-практичний посібник*. Запоріжжя : ЗНУ, 2018. 428 с.
2. Болотов Г.П., Дерій Ж.В., Семченко О.Б. Генеза та розвиток теорій підприємництва. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. Чернігів : ЧДТУ, 2011. № 4 (54). С. 7-16.
3. Бондарчук М.Є., Шмиріна А.І. Психологічні особливості підприємницької діяльності. *Тези доповідей 55-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ магістрантів «Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі»* Матеріалознавство. Одеса: ОНПУ, 2020. Випуск 55. С. 44-46.
4. Бутко М.П., Неживенко А.П., Пепа Т.В. Економічна психологія: навчальний посібник. За ред. М. П. Бутко. Київ : ЦУЛ, 2016. 232 с.
5. Варналій З.С. Основи підприємництва: навчальний посібник. Київ: Знання-Прес, 2006. 350 с.
6. Гнускіна Г. В. Професійне вигорання у підприємців: зв'язок між рівнем вираженості та чинниками мезорівня. *Актуальні проблеми психології*. 2014. Т. 1, Вип. 41. С. 122-125.
7. Гончарук Т.В., Шумка М.Л. Портретна характеристика сучасного підприємця. Філософія фінансової цивілізації: *Людина у світі грошей*: матеріали міжнародних філософсько-економічних читань. Львів, 2008. С. 282-289.
8. Гуляєва А. С. Психологічні особливості вимушеного переселення. *Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Кам'янець-Подільський, 2017. 37. С. 66-75.
9. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 305 с.

10. Жабинець О. Й., Сухий О. О. Проблеми експортоорієнтованого бізнесу регіонів України в умовах війни та основні шляхи їх вирішення. *Бізнес Інформ*. 2023. № 2. С. 39-45.
11. Карамушка Л., Гнускіна Г. Психологія професійного вигорання підприємців: монографія. Київ: Логос, 2018. 198 с.
12. Карамушка Л.М., Худякова Н.Ю. Мотивація підприємницької діяльності: монографія. Київ-Львів: Сполом, 2011. 208 с.
13. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: навчальний посібник К., 2021. 108 с.
14. Красилова Ю.В. Психологічні чинники підприємницької активності особистості : автореф. дис.... канд. психол. наук : 19.00.01. Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2004. 16 с.
15. Крейдун Н.П., Харченко А.О., Наливайко О.О., Севост'янов П.О., Зотова Л.М, Невоєнна О.А, Яворовська Л.М., Лук'янова В.В. Емоційна сфера жінок, які тривалий час перебувають в зоні проведення антитерористичної операції. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Психологія*. 2022. № 72. С. 52-58.
16. Лантух І.В. Психологічна структура особистісної надійності суб'єктів підприємницької діяльності : дис. ... док. психол. наук : 19.00.01. Київ, 2020. 574 с.
17. Лантух І.В. Психологічний портрет суб'єктів підприємницької діяльності. *Fundamental and applied researches in practice of learning scientific schools*. 2019. Vol. 32 (2). P.3-10
18. Ложкін Г.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія : навчальний посібник. Київ: ДП Вид. дім «Персонал», 2014. 412 с.
19. Львовчкін А.М. Економічна психологія: навчальний посібник. Київ: Міленіум. 2003. 128 с.
20. Максименко С.Д. Психологія підприємницької діяльності. *Філософська і соціологічна думка*. 1993. № 5. С. 15–21.
21. Міщенко О.О. Соціально-психологічні детермінанти економічної культури студентської молоді : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05. Київ, 2011. 199 с.

22. Москаленко В.В., Лавренко О.В., Дембицька Н.М., Зубіашвілі І.К. Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія за ред. В.В. Москаленко. Київ: Педагогічна думка, 2015. 405 с.
23. Намлієва Н. особливості підприємницької діяльності в умовах воєнного стану в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2023. 2(47). С. 150-157.
24. Невоєнна О. А., Ярош Н. С. Особливості емоційної сфери осіб, що проживають у "гарячих точках світу". *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Психологія*. 2014. № 1110, Вип. 55. С. 37-42.
25. Олексенко Р.І. Портрет підприємця новітньої формації в сучасних соціокультурних умовах. *Філософські обрії*. 2015. № 34. С.41-48.
26. Омельченко А. І. Інтегрований підхід до ситуаційного управління бізнесом в умовах війни. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: Економічні науки*. 2023. № 2.
27. Пачковський Ю.Ф. Підприємницька діяльність і становлення ринкових відносин в Україні. *Республіканець*. 1993. №6. С. 50-52
28. Пилипенко В., Шевель І. Соціологія підприємництва. Київ: Стилос, 1997. 104 с.
29. Романова Ю., Лісецька В. Індивідуально-психологічні особливості осіб, які займаються соціальним підприємництвом. *Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2020. № 2 (12). С. 82-86.
30. Селезньов Д.А., Качарова В.М. Ціннісні орієнтації в управлінській діяльності підприємців. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2019. №1 (39). С. 106-112
31. Семененко О., Дейнега О., Воронченко І., Борисюк С., Митченко С., Таран О. Щодо трансформації форм та способів воєнних дій в умовах ведення гібридних війн. *Journal of Scientific Papers «Social development and Security»*. 2021. Т. 11 (2). С. 256-271.

32. Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. *Бізнес Інформ*. 2022. № 6. С. 94-100.
33. Танклевська Н.С., Танасійчук О.М. Індивідуально-психологічні якості підприємця, який веде бізнес на деокупованих територіях. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія психологічні науки*. 2024. Випуск 1. С. 29-36.
34. Чернявська Т.П. Особистість у бізнесі: навчально-методичний посібник. Донецьк: Донбас, 2013. 40 с.
35. Шендерівська Л. П., Гук О. В., Мохонько Г. А. Трансформація бізнес-моделей видавництва в умовах війни та пандемії. *Економічний простір*. 2022. № 179. С. 79-85.
36. Шестопалова Л.Ф., Кожевнікова В.А., Бородавко О.О., Особливості психологічної адаптації цивільних осіб, тимчасово переміщених із зони бойових дій. *Особистість у кризових умовах та критичних ситуаціях життя*: матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції (22-23 лютого 2018 року, м. Суми). Сумський державний педагогічний університет імені А.С. Макаренка. – Суми : Вид-во СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2018. С. 426-427.
37. Яновська С. Г. Психологічна структура підприємницької активності в малому бізнесі : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.10. Харків, 2019. 211 с.
38. Akhtar R., Ahmetoglu G., Chamorro-Premuzic, T. Greed is good? Assessing the relationship between entrepreneurship and subclinical psychopathy. *Personality and Individual Differences*. 2013. V.54(3). P. 420–425.
39. Bakker A.B., Demerouti E. Job demands resources theory. In P.Y. Chen & C.L. Cooper (Eds.), *Wellbeing: A complete reference guide*. Malden, MA: John Wiley & Sons, 2014. 298 p.
40. Baum J.R., Locke E.A. The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*. 2004. V. 89(4). P. 587–598.

41. Chevalier S., Fouquereau E., Gillet N., Demulier V. Development of the Reasons for Entrepreneurs Retirement Decision Inventory (RERDI) and preliminary evidence of its psychometric properties in a French sample. *Journal of Career Assessment*. 2013. V.21(4). P. 572–586.
42. Frese M., Gielnik M.M. The psychology of entrepreneurship. *Organizational Psychology and Organizational Behavior*. 2014. V.1. P. 413–438.
43. Gonner E.C.K. Economic Essays by David Ricardo (Routledge Revivals). 1'st ed. Routledge, 2014. P. 316.
44. Gorgievski M.J., Stephan U. Advancing the Psychology of Entrepreneurship: A Review of the Psychological Literature and an Introduction. *Applied Psychology: an International Review*. 2016. V.65(3). P. 437–468.
45. Haggarty J. The Wisdom of Adam Smith. Liberty Fund. First Edition. 1977. P. 234.
46. Harms P.D., Spain S.M. Beyond the bright side: Dark personality at work. *Applied Psychology: An International Review*. 2015. V.64(1). P. 15–24.
47. Javidi H., Yadollahie M. Post-traumatic Stress Disorder. *The international journal of occupational and environmental medicine*. 2012. 3(1). P. 2-9.
48. Joshi P.T., O'Donnell D. Consequences of child exposure to war and terrorism. *Clinical Child and Family Psychology Review*. 2003. 6(4). P. 279-291.
49. Korunka C., Kessler A., Frank H., Lueger M. Personal characteristics, resources, and environment as predictors of business survival. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 2010. V.83(4). P. 1025 1051.
50. Kyndt E., Baert H. Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*. 2015. V.90. P. 13–25.
51. Lumpkin G.T., Dess G.G. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*. 1996. V.21(1). P. 135–172.
52. Mathieu C., St-Jean E. Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences*. 2013. V.55(5). P. 527–531.

53. Murthy R.S., Lakshminarayana R. Mental health consequences of war: a brief review of research findings. *World Psychiatry*. 2006. 5(1). P. 25-30.
54. Niessen C., Binnewies C., Rank J. Disengagement in work-role transitions. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 2010. V.83(3). P. 695–715.
55. Obschonka M., Silbereisen R.K., Schmitt-Rodermund E. Entrepreneurial intention as developmental outcome. *Journal of Vocational Behavior*. 2010. V.77(1). P. 63–72.
56. Omorede A., Thorgren S., Wincent J. Entrepreneurship psychology. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 2014. V.11(4). P. 743–768.
57. Parker S.K. Beyond motivation: Job and work design for development, health, ambidexterity, and more. *Annual Review of Psychology*. 2014. V.65. P. 661–691.
58. Peter F. Drucker. *The Age of Discontinuity*. Routledge, 1992. P. 434.
59. Priebe S., Jankovic Gavrilovic J., Bremner S., Ajdukovic D., Franciskovic T., Galeazzi G. M., Kucukalic A., Lecic-Tosevski D., Morina N., Popovski M., Schützwohl M., Bogic M. Psychological symptoms as long-term consequences of war experiences. *Psychopathology*. 2013. 46(1). P. 45-54.
60. Rauch A., & Frese M. Lets put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners. *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 2007. V.16(4). P. 353-385.
61. Rooks G., Sserwanga A., Frese M. Unpacking the personal initiative–performance relationship: A multi-group analysis of innovation by Ugandan rural and urban entrepreneurs. *Applied Psychology: An International Review*. 2016. V.65(1). P. 99–131.
62. Schmitt-Rodermund E. Pathways to successful entrepreneurship: Parenting, personality, early entrepreneurial competence, and interests. *Journal of Vocational Behavior*. 2004. V.65(3). P. 498–518.
63. Schyns B. Dark personality in the workplace: Introduction to the Special Issue. *Applied Psychology: An International Review*. 2015. 64(1). P. 1–14.

64. Shane S., Venkatraman S. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*. 2000. V.25(1). P. 217–226.
65. Strümpel B. Economic well-being as an object of social measurement / in: subjective Elements of well-Being. *Economic Cooperation and development*. 1974. P. 75–122.
66. Totterdell P., Wood S., Wall T. An intra-individual test of the demandscontrol model: A weekly diary study of psychological strain in portfolio workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*. 2006. V.79. P. 63–84.
67. Turgot A.R.J. The Turgot Collection (Large Print Edition): Writings, Speeches, and Letters of Anne Robert Jacques Turgot. Create Space Independent Publishing Platform, 2011. P. 560.
68. Uy M.A., Chan K.Y., Sam Y.L., Ho M.R., Chernyshenko O.S. Proactivity, adaptability and boundaryless career attitudes: *The mediating role of entrepreneurial alertness*. *Journal of Vocational Behavior*. 2015. V.86. P. 115–123.
69. Weber M. The Vocation Lectures (Hackett Classics). Hackett Publishing Company Inc., 2004. P. 176.

Анотація

Особливості психологічного профілю підприємців при різних формах ведення підприємницької діяльності в умовах воєнного часу

У дослідженні розглянуто особливості психологічного профілю підприємців, які здійснюють діяльність у різних організаційних формах в умовах воєнного часу. Метою роботи є визначення специфічних рис особистості підприємців залежно від форми ведення бізнесу. Використано комплекс психодіагностичних методик (МБТІ, оцінка підприємницького потенціалу, методика Т. Елерса, CD-RISC-10) та статистичні методи аналізу (критерії χ^2 , Краскела–Уолліса, кореляції Спірмена). У вибірку увійшли 101 підприємець, поділені на три групи за формами бізнесу. Результати дозволили виявити суттєві відмінності у структурі психологічного профілю, зокрема у мотиваційних, стресостійкісних і типологічних характеристиках, що відображають адаптивні стратегії підприємців у кризових умовах.

Ключові слова: підприємництво, психологічний профіль, мотивація до успіху, резильєнтність, тип особистості, воєнний час.

Abstract

Peculiarities of the Psychological Profile of Entrepreneurs Engaged in Different Forms of Business Activity under Wartime Conditions

The study explores the psychological profile characteristics of entrepreneurs engaged in different forms of business activity under wartime conditions. The aim was to identify distinctive personality traits depending on the organizational form of entrepreneurship. A set of psychodiagnostic tools was applied (MBTI, Entrepreneurial Potential Self-Assessment, T. Ehlers' Motivation Test, CD-RISC-10), along with statistical methods (Chi-square, Kruskal–Wallis, Spearman correlation). The sample included 101 entrepreneurs divided into three groups based on business form. The results revealed significant differences in motivational, resilience-related, and typological parameters, highlighting specific adaptive strategies entrepreneurs employ in crisis conditions.

Keywords: entrepreneurship, psychological profile, motivation for success, resilience, personality type, wartime conditions.