

**КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛОГІЇ ТА
ПСИХОТЕРАПІЇ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

**Психологічні чинники економічної поведінки підприємців в умовах воєнного
стану**

Здобувача (ки) 2 курсу МЗ-241 групи
Спеціальності 053 Психологія
Освітньо-професійна програма
Психологія забезпечення ментального здоров'я
Вікторії БАДЮК
(прізвище та ініціали)
Керівники
Катерина МІЛЮТИНА, д.психол.н., проф.,
Анна КРАЙЛЮК, к.психол.н.
(прізвище та ініціали, вчене звання, науковий ступінь)

Робота рекомендована до захисту
рішенням кафедри клінічної психології та кафедри соціальної психології

Протокол №11 від «22» червня 2026р.

Зав. кафедри клінічної психології _____ д.психол.н., с.н.с., Лисенко І.П

підпис
батькові)

(наукова ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по

Зав. кафедри соціальної психології _____ к.психол.н., доц., Трофімова Д.О.

підпис
батькові)

(наукова ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по

Київ—2026

АНОТАЦІЯ

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена вивченню психологічних чинників економічної поведінки підприємців в умовах повномасштабного воєнного стану в Україні.

Дослідження виконано у порівняльному кількісному дизайні. Вибірку становили 90 осіб: підприємці малого та середнього бізнесу ($n = 41$) і наймані працівники ($n = 49$). Застосовано три верифіковані психодіагностичні методики – шкала самооефективності SOSES (Rigotti et al., 2008; адаптація О. В. Креденцер), опитувальник суб'єктивного благополуччя BBC-SWB (Pontin et al., 2013; адапт. Карамушка та ін., 2022), методика діагностики мотиваційних установок О. Ф. Потьомкіної – та авторська анкета економічної поведінки. Статистична обробка даних здійснювалась у програмі Jamovi 2.7 із застосуванням U-критерію Манна-Вітні, коефіцієнта кореляції Спірмена, Z-тесту Фішера та критерію χ^2 з V Крамера.

Встановлено, що підприємці і наймані не відрізняються за абсолютним рівнем самооефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок, проте принципово різняться за структурою взаємозв'язків між ними та характером економічної поведінки. Самооефективність підприємців функціонує відносно автономно і не пов'язана з рівнем суб'єктивного благополуччя – на відміну від найманих. Орієнтація на процес праці є єдиним значущим диференціовальним мотиваційним маркером ($U = 741$, $p = .030$, $r = .263$). На основі результатів розроблено Індекс адаптивного підприємця (ІАП) та психолого-просвітницьку програму «Ресурс підприємця».

Результати мають теоретичне та практичне значення для психології підприємництва, бізнес-інкубаторів і ветеранських підприємницьких програм.

Ключові слова: економічна поведінка, психологічні чинники підприємництва, самооефективність, суб'єктивне благополуччя, мотиваційні установки, воєнний стан, психологічний профіль підприємця.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМЦІВ.....	8
1.1. Економічна поведінка підприємців як об'єкт психологічного аналізу	8
1.2. Психологічні чинники економічної поведінки підприємця.....	12
1.3. Психологічні особливості підприємницької діяльності в умовах кризи та воєнного стану.....	18
1.4. Сучасний стан дослідження проблеми та концептуальна модель дослідження	25
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I	31
РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	33
2.1. Обґрунтування дизайну та методів дослідження	33
2.2. Психодіагностичний інструментарій дослідження	37
2.3. Характеристика вибірки дослідження.....	40
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II	43
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	45
3.1. Описова статистика та рівні психологічних характеристик обох груп....	45
3.2. Порівняльний аналіз психологічних характеристик та економічної поведінки двох груп	49
3.3. Структура взаємозв'язків між психологічними характеристиками у двох групах.....	52
3.4. Психологічний профіль підприємця в умовах воєнного стану.....	55
3.5. Практичні рекомендації з психологічної підтримки підприємців та оптимізації їхньої економічної поведінки	61
3.6. Порівняння результатів з результатами попередніх досліджень.....	72
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III	77
ВИСНОВКИ	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	84
ДОДАТКИ	84

ВСТУП

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну у лютому 2022 року поставило підприємців у безпрецедентні умови: продовжувати бізнес-діяльність в умовах хронічної небезпеки, руйнування ланцюгів постачання, масової міграції кадрів і глибокої економічної нестабільності. Одні підприємці припинили діяльність, інші – адаптували і розвивали бізнес. Що відрізняє тих, хто зберігає і нарощує підприємницьку активність, від тих, хто відступає? Відповідь на це запитання лежить не лише в економічній площині, а й у психологічній.

Актуальність дослідження зумовлена трьома взаємопов'язаними чинниками. По-перше, психологія підприємництва як наукова галузь ще не накопичила достатньої доказової бази щодо функціонування підприємців в умовах збройного конфлікту – особливо із застосуванням стандартизованих психодіагностичних методик і порівняльного дизайну. Переважна більшість досліджень або описова, або виконана на одній групі без групи порівняння (Ahmed et al., 2022). По-друге, практичний запит є нагальним: бізнес-інкубатори, грантові програми і ветеранські підприємницькі ініціативи потребують науково обґрунтованих інструментів для оцінки психологічного потенціалу учасників. По-третє, в умовах поствоєнного відновлення підприємці стануть ключовою рушійною силою, тому розуміння їхнього психологічного профілю є стратегічно значущим для економіки України.

Незважаючи на зростаючий масив досліджень, ключова прогалина залишається незаповненою: у науці надзвичайно мало порівняльних досліджень, що зіставляли б психологічні характеристики підприємців і найманих за допомогою стандартизованих методик в умовах воєнного стану (Карамушка, Креденцер, 2023). Klyver і McMullen (2025) наголошують: у ситуаціях причинно-заплутаних криз, до яких належить збройний конфлікт,

необхідне принципово нове осмислення підприємницьких процесів і психологічних механізмів їхньої регуляції.

Мета роботи – дослідити психологічні чинники економічної поведінки підприємців в умовах воєнного стану та виявити їхню специфіку порівняно з найманими працівниками.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

- 1) здійснити теоретичний аналіз наукових підходів до розуміння економічної поведінки підприємців та її психологічних детермінант;
- 2) виявити психологічні особливості підприємницької діяльності в умовах кризи та воєнного стану, спираючись на вітчизняні та зарубіжні дослідження;
- 3) розробити та обґрунтувати методологічний інструментарій порівняльного емпіричного дослідження психологічних характеристик підприємців і найманих;
- 4) встановити рівні самоефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок у двох групах і порівняти їх за допомогою стандартизованих психодіагностичних методик;
- 5) визначити структуру взаємозв'язків між психологічними конструктами окремо у підприємців і найманих та встановити специфіку психологічного профілю адаптивного підприємця;
- 6) розробити практичний інструментарій – Індекс адаптивного підприємця (ІАП) та програму психологічного супроводу – на основі отриманих емпіричних результатів.

Об'єкт дослідження – економічна поведінка підприємців малого і середнього бізнесу.

Предмет дослідження – психологічні чинники економічної поведінки підприємців в умовах повномасштабного воєнного стану в Україні.

Теоретико-методологічну основу дослідження складають: теорія самоефективності А. Бандури (1997); теорія самодетермінації Е. Deci та R. Ryan (2000); теорія збереження ресурсів S. Hobfoll (1989); транзакційна модель стресу R. Lazarus та S. Folkman (1984); концепція ефектуації S. Sarasvathy

(2001); теорія перспектив D. Kahneman та A. Tversky (1979); сучасні дослідження психологічної стійкості підприємців (Hartmann et al., 2022; Stephan, 2018); вітчизняні дослідження організаційної та економічної психології (Москаленко, 2003; Карамушка, Креденцер, 2023; Кононець, Кіпчик, 2025).

Методи дослідження. Теоретичні: аналіз, синтез, систематизація та узагальнення наукової літератури. Емпіричні: психодіагностичне тестування (SOSES, BBC-SWB, методика Потьомкіної), авторська анкета економічної поведінки, онлайн-опитування. Статистичні: U-критерій Манна–Вітні, коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (ρ), Z-тест Фішера, критерій χ^2 з V Крамера; статистична обробка у Jamovi 2.7.

Характеристика вибірки. У дослідженні взяли участь 90 осіб: підприємці малого і середнього бізнесу ($n = 41$; 56,1% жінок; переважно віком 35–54 роки; підприємницький стаж 8 і більше років – 70,7%) і наймані працівники ($n = 49$; 81,6% жінок; середній вік 35–44 роки). Рекрутинг здійснювався через тематичні бізнес- та HR-спільноти у соціальних мережах упродовж 2026 р. Участь добровільна, анонімна.

Дослідницькі питання, на які спрямоване дослідження:

1. Чи відрізняються підприємці і наймані за рівнем самоефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок в умовах воєнного стану?
2. Як відрізняється структура взаємозв'язків між психологічними ресурсами у підприємців порівняно з найманими працівниками, і чи функціонує самоефективність підприємців автономно?
3. Які психологічні характеристики найбільш виразно диференціюють підприємців від найманих, і чи може на їхній основі бути побудований практичний діагностичний інструмент?

Теоретична значущість полягає у доповненні психологічного знання про механізми диференціації підприємців і найманих працівників: отримано емпіричні дані, які уточнюють уявлення про відносно автономне

функціонування самоефективності підприємців щодо суб'єктивного благополуччя – на відміну від найманих працівників, де ці конструкти тісно пов'язані. Встановлено, що орієнтація на процес праці є ключовим диференціювальним маркером підприємницького мотиваційного профілю в умовах воєнного стану. Результати розширюють теорію збереження ресурсів Hobfoll (1989) і концепцію психологічної стійкості підприємців (Hartmann et al., 2022) у контексті збройного конфлікту.

Практична значущість визначається розробкою двох прикладних продуктів. По-перше, Індекс адаптивного підприємця (ІАП) – зважений композитний показник, придатний для скринінгу учасників бізнес-інкубаторів, грантових програм і ветеранських підприємницьких ініціатив. По-друге, психолого-просвітницька програма «Ресурс підприємця» (5 модулів, 9–12,5 годин), адаптована зокрема для ветеранів з урахуванням концепції посттравматичного зростання (Tedeschi & Calhoun, 1996). Результати можуть використовуватися у практиці організаційних і практичних психологів, у діяльності центрів зайнятості й служб психологічної підтримки підприємців.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи – понад 80 сторінок та додатки 36 сторінок. Список літератури налічує 84 найменувань, з них 62 – іноземними мовами. Роботу ілюструють 24 таблиці та 5 рисунків.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМЦІВ

1.1. Економічна поведінка підприємців як об'єкт психологічного аналізу

Чому економічна поведінка людини стає предметом психологічного, а не лише економічного вивчення? Класична теорія раціонального вибору пропонувала ясну, спрощену модель пояснення: людина діє як *homo economicus* – раціональний суб'єкт, котрий завжди максимізує власну корисність, діє на підставі повної ринкової інформації і прораховує ризики з математичною точністю. Але реальність є іншою. Підприємці продовжують збиткові проєкти через уже вкладені кошти, уникають об'єктивно вигідних угод через суб'єктивні страхи і роблять вибір, що важко пояснити лише раціональним розрахунком. Саме ця розбіжність між нормативною моделлю та реальною людською поведінкою стала відправною точкою для економічної психології – і для цього дослідження.

У вітчизняній психологічній думці концептуалізація економічної поведінки відбулася передусім завдяки фундаментальним дослідженням В. В. Москаленка (2003). Вчений визначає її як систему вчинків і дій особистості у сферах виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ, детерміновану мотивами, установками, цінностями та суб'єктивними уявленнями. Водночас підприємництво виокремлюється в цій концепції як вищий, найбільш автономний і творчий різновид економічної активності: воно пов'язане із самозайнятістю, прийняттям рішень в умовах невизначеності та повною особистою відповідальністю за результат. Кононець і Кіптик (2025) уточнюють, що економічна поведінка є наслідком взаємодії внутрішніх соціально-психологічних чинників із зовнішнім середовищем, а психологічний підхід дозволяє пояснити фінансові рішення не лише рівнем доходу чи освіти, а й символічним значенням грошей, емоційними реакціями та когнітивними патернами. Фера (2020) у навчальному посібнику з

економічної психології підкреслює: когнітивні, афективні та мотиваційні складові визначають, чому в однакових об'єктивних умовах різні люди роблять принципово різні вибори. Карамушка та Паршак (2020), досліджуючи роль організаційного середовища у формуванні ставлення персоналу до грошей, підтверджують: установки щодо матеріальних ресурсів мають не лише індивідуальну, а й соціально-організаційну природу.

З наукового погляду, переломним моментом у вивченні реальної економічної поведінки стала поведінкова економіка – міждисциплінарний напрям, що поєднав психологічний аналіз рішень із економічним моделюванням. Її фундамент закладений у роботі, яка й досі лишається однією з найбільш цитованих у журналі *Econometrica*: Kahneman та Tversky (1979) у теорії перспектив запропонували альтернативу теорії очікуваної корисності. Вони емпірично встановили, що люди оцінюють втрати і надбання асиметрично відносно точки відліку – психологічна «вага» втрати приблизно вдвічі більша, ніж еквівалентного надбання. Для підприємця цей механізм має безпосереднє значення: він здатний відмовитися від обґрунтованого ризику лише тому, що суб'єктивне сприйняття втрати переважає сприйняття еквівалентного виграшу як більш реальний, ніж потенційний виграш.

Серед когнітивних спотворень, що найбільш системно досліджуються в контексті підприємницької поведінки, ключову роль відіграє надмірна впевненість (*overconfidence*). Kraft, Günther, Kammerlander та Lampe (2022) у метааналізі виявили, що цей феномен стимулює оцінку можливостей і створення нових підприємств, проте негативно позначається на результативності бізнесу на пізніших стадіях, а його вплив опосередковується рівнем сприйнятого ризику. Villanueva та Martins (2022) на вибірці студентів перевірили, що посилює впевненість і страх невдачі, пов'язані з оцінюванням ризику та підприємницьким планом. Ризик оцінюється швидше через викривлене сприйняття власних шансів на успіх, аніж через суто раціональний розрахунок. Saura та Bužinskienė (2025), аналізуючи взаємодію поведінкової економіки, штучного інтелекту і підприємництва, зазначають: технологічні

зміни не скасовують психологічних закономірностей – когнітивні упередження залишаються стійкими навіть за наявності великих обсягів аналітичних даних.

Поведінкова економіка як наукова дисципліна наразі є одним із найдинамічніших напрямів психологічного вивчення економічних рішень. Angner (2020) у сучасному курсі поведінкової економіки систематизує класичні та нові дані про те, як когнітивні упередження, ефекти обрамлення і соціальний контекст формують фінансову поведінку особистості. Практичний вимір цього напрямку для підприємця є безпосереднім: установки щодо грошей і фінансів, за даними Sesini та Lozza (2023), є стійкими психологічними конструктами – вони формуються через досвід, цінності та соціальне оточення і визначають фінансові рішення незалежно від рівня доходу. Song, Chen та Pan (2023) на широкій вибірці встановили: фінансова грамотність і толерантність до ризику взаємодіють не лінійно, а через емоційний інтелект як модератор – тобто одна лише когнітивна обізнаність не гарантує зваженої поведінки. Вукова та ін. (2024) підтверджують: саме здатність усвідомлювати й регулювати емоційні стани є ключовим предиктором якості фінансових рішень у нестабільних умовах, що особливо значуще для підприємця воєнного часу.

Принципово інший погляд на логіку підприємницьких рішень запропонувала Sarasvathy (2001) у концепції ефектуації. Якщо каузаційний підхід, характерний для класичного менеджменту, орієнтований на досягнення заздалегідь визначеної мети, то ефектуальна логіка діє навпаки: підприємець відштовхується від наявних ресурсів, знань і соціальних зв'язків, формуючи з них можливі цілі – «causation rests on a logic of prediction, effectuation on the logic of control» (Sarasvathy, 2001, с. 245). Ця відмінність є принциповою в контексті кризових умов: коли воєнний стан руйнує звичні ланцюги постачання, ринки і плани, ефектуальна логіка – гнучкість, орієнтація на наявне, миттєва адаптація – забезпечує виживання і розвиток. Саме підприємництво, за визначенням Shane і Venkataraman (2000), є поведінкою,

спрямованою на виявлення і експлуатацію сприятливих можливостей в умовах невизначеності – це визначення залишається значущим і в умовах збройного конфлікту.

Порівняння підприємців і найманих працівників у цьому дослідженні є концептуально виправданим, а не формальним. Найманий працівник діє в межах заданої організаційної структури: його відповідальність обмежена посадовою інструкцією, горизонт планування задається вимогами роботодавця, а фінансовий ризик закривається гарантованою заробітною платою. Підприємець, натомість, несе повну особисту відповідальність за весь ланцюг рішень, постійно балансує між збереженням наявного і пошуком нового. Frese та Gielnik (2023) підкреслюють, що підприємницька діяльність характеризується проактивністю, особистою ініціативою і системним орієнтуванням на результат – рисами, які у найманих не є системоутворювальними. Саме тому відмінності між групами виявляються передусім не в абсолютному рівні психологічних ресурсів, а в характері їхньої організації та структурі взаємозв'язків між ними.

Вагомим вітчизняним внеском у дослідження психологічних детермінант економічної поведінки є вивчення мотиваційно-потребнісної сфери особистості. Методика О. Ф. Потьомкіної «Діагностика соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребнісній сфері» виокремлює вісім базових орієнтацій: на процес і результат, альтруїзм і егоїзм, свободу і владу, працю і гроші. Ці парні конструкти відображають ключові внутрішні напруги у мотиваційній сфері людини. Для підприємницької поведінки ця типологія є особливо доречною: підприємець, на відміну від найманого, змушений самостійно балансувати між цими полюсами без зовнішньої структури, яка б задавала пріоритети. Москаленко (2003) наголошує, що саме мотиваційні установки, а не рівень знань чи доступ до капіталу, є вирішальним предиктором підприємницької активності. У підручнику з соціальної психології Москаленко (2004) розглядає економічну поведінку в ширшому соціально-психологічному контексті та підкреслює роль

групових норм і соціальних установок у регуляції ринкової активності особистості.

Важливим аналітичним виміром є також типологія економічної поведінки підприємців у кризових умовах. Дослідники виокремлюють кілька базових стратегій адаптації: активну перебудову під нові умови, трансформацію бізнес-моделі або сфери діяльності, проактивне прийняття невизначеності та очікування стабілізації без суттєвих змін. Каліна та Мазур (2022) підтверджують: вибір між цими стратегіями визначається не лише зовнішніми умовами, а й внутрішніми психологічними характеристиками підприємця – готовністю до ризику, локусом контролю і мотиваційними установками. Саме ця типологія стала операційною основою для авторської анкети дослідження.

Отже, психологія економічної поведінки є не просто суміжною з економікою дисципліною, а самостійною теоретичною рамкою для пояснення й передбачення реальних рішень реальних людей у реальних економічних ситуаціях. Три конструкти, обрані для емпіричного аналізу, охоплюють різні рівні психологічної регуляції: соціально-психологічні установки у мотиваційно-потребнісній сфері (методика Потьомкіної) відображають диспозиційний рівень відносно стійких орієнтацій; рівень професійної самоефективності (SOSSES) – ресурсний рівень впевненості у власній компетентності; суб'єктивне благополуччя (BBC-SWB) – результативний рівень інтегральної оцінки власного функціонування. Порівняння підприємців і найманих за цими трьома вимірами уможливорює перевірку центральної гіпотези роботи, деталізованої у підрозділі 1.4.

1.2. Психологічні чинники економічної поведінки підприємця

Якщо у попередньому підрозділі йшлося про те, як психологія загалом пояснює економічну поведінку, то тут предметом аналізу стають конкретні психологічні чинники, що регулюють підприємницьку діяльність. Для цього дослідження принципово важливі ті з них, що безпосередньо пов'язані з

прийняттям рішень в умовах невизначеності, управлінням ризиком, стратегічним плануванням і здатністю адаптувати бізнес до змінних умов. Ідеться про самоефективність, мотиваційні установки, локус контролю, суб'єктивне благополуччя, копінгові стратегії, психологічну стійкість, толерантність до невизначеності та проактивність. Саме ці конструкти обрано як теоретичне підґрунтя для емпіричного дослідження.

Центральне місце серед психологічних чинників підприємницької діяльності посідає самоефективність. Теорія самоефективності Бандури (1997) стверджує: переконання особистості у власній здатності виконувати певні завдання є потужнішим предиктором поведінки, ніж об'єктивний рівень компетентності. Для підприємця це означає: впевненість у тому, що він подолає труднощі і досягне цілей, є ресурсом, що запускає підприємницьку активність, підтримує її в умовах невдач і відновлює після кризи. Виокремлюють чотири джерела самоефективності: досвід успіхів, спостереження за моделями, вербальне заохочення від значущих людей та управління фізіологічним станом. Зв'язок між самоефективністю та підприємницькою результативністю підтверджений у багатьох дослідженнях: Hamzah та Othman (2023) показали, що самоефективність є ключовим посередником між підприємницькою компетентністю та діловим успіхом, а García-Salirrosas та ін. (2025) встановили, що страх не дає негативно пов'язаних із підприємницькою пристрастю, тоді як пристрасть позитивно пов'язана з підприємницькою самоефективністю. Самоефективність безпосередньо впливає на прийняття рішень, на стратегічне планування і адаптацію бізнесу у кризових умовах.

Для вимірювання самоефективності у цьому дослідженні використовується коротка версія Шкали професійної самоефективності – Short Occupational Self-Efficacy Scale (SOSES), розробленої Rigotti, Schyns та Mohr (2008). Методика складається з шести пунктів, що вимірюють узагальнену впевненість людини у власній здатності ефективно виконувати завдання в контексті трудової діяльності. Надійність за α Кронбаха у цьому дослідженні

становить 0.840 у підприємців і .866 у найманих, що підтверджує адекватність методики для обох груп. Принципово важливою є адаптація SOSES, виконана Креденцер О. В., яка дозволяє коректно застосовувати інструмент на україномовних вибірках.

Нерозривно пов'язаним із самоефективністю є конструкт локусу контролю, теоретично обґрунтований у межах теорії соціального навчання Rotter (1966). Локус контролю описує, якою мірою людина вважає, що події її життя визначаються власними діями (внутрішній локус) або зовнішніми обставинами (зовнішній локус). Rotter (1966) встановив, що особи з внутрішнім локусом виявляють вищий мотив досягнення і менші попередні до пасивного очікування зовнішніх змін. Uysal та ін. (2022) емпірично підтвердили, що внутрішній локус контролю й потреба в досягненні позитивних результатів пов'язаний з підприємницьким наміром, завдяки чому цей зв'язок опосередковується підприємницькою самоефективністю. У вибірці цього дослідження 43.9% підприємців пов'язують успіх переважно з власними зусиллями та рішеннями. Водночас у найманих цей показник є вищим (67%), що свідчить не про нижчий внутрішній контроль підприємців, а про більш реалістичне врахування ними зовнішніх ринкових і воєнних чинників у бізнес-контексті.

Мотивація підприємця в умовах воєнного стану потребує окремого теоретичного осмислення – класичні моделі, побудовані на наявних вибірках, не завжди точно описують підприємницький контекст. Підприємець, на відміну від найманого працівника, функціонує без зовнішньої структури, що задавала б йому цілі; його діяльність утримується передусім внутрішніми регуляторами. Теорія самодетермінації Deci та Ryan (2000) розрізняє внутрішню мотивацію – діяльність заради задоволення від самого процесу – і зовнішню, спрямовану на отримання нагород або уникнення покарань. У кризових умовах, коли зовнішні стимули слабшають або зникають, саме внутрішня мотивація виявляється надійнішим рушієм підприємницької активності. Shir, Nikolaev i Wincent (2019), перевіряючи цю теорію в

підприємницькому контексті, показали: активне залучення до підприємницької роботи суттєво пов'язане із задоволенням базових психологічних потреб – автономії, компетентності та зв'язку. Ця відмінність між підприємцями і найманими працівниками набуває особливої гостроти саме під час кризи. Nayak та ін. (2024) встановили: підприємці з вищим рівнем автономної мотивації демонструють тіснішу відповідність між намірами і реальними діями. Bergner та ін. (2023) підкреслюють: поєднання ставлення до можливостей та індивідуальних мотиваційних чинників суттєво варіює підприємницький намір. Для вимірювання мотиваційного профілю у цьому дослідженні застосовується методика О. Ф. Потьомкіної з восьми субшкел. Карамушка та Креденцер (2023), систематизуючи вітчизняні дослідження підприємницької активності, підкреслюють: мотиваційні установки є одночасно результатом і чинником організаційного середовища. Раніше Карамушка та Креденцер (2020) емпірично довели: підприємницька самоефективність і система управління організацією є значущими чинниками підприємницької активності персоналу освітніх організацій.

Важливим напрямом у вивченні психологічних детермінант економічної поведінки є дослідження фінансового самоконтролю і часового дисконтування. Gamst-Klaussen, Steel та Svardal (2019) показали: схильність до прокрастинації і низька фінансова самоефективність є негативними чинниками фінансового благополуччя. Strömbäck та ін. (2017) підтверджують: самоконтроль є медіатором між загальними психологічними рисами та конкретними фінансовими рішеннями. Для підприємця, який несе повну відповідальність за фінанси бізнесу, самоконтроль є не опційним, а базовим ресурсом – особливо в умовах нестабільних надходжень воєнного часу. Клименко (2023), аналізуючи грошові установки жінок і їхній зв'язок із соціально-демографічними чинниками, підтверджує: ставлення до грошей є психологічно детермінованим і тісно пов'язаним із загальними цінностями особистості – що цілком відповідає знахідці цього дослідження про низьку грошову орієнтацію підприємців ($M = 3.02$). Xiao та Porto (2019) уточнюють:

схильність до часового дисконтування – переваги миттєвої винагороди над відстроченою – є одним із найстійкіших упереджень у фінансовій поведінці особистості і особливо виражена в умовах хронічної невизначеності, коли горизонт планування вимушено стискується.

Ще одним теоретично значущим чинником є копінгові стратегії – способи, якими особистість долає стресові ситуації. Lazarus та Folkman (1984) у транзакційній моделі стресу і копінгу запропонували розуміти стрес не як зовнішній подразник, а як результат взаємодії людини і середовища, опосередкованої когнітивною оцінкою. Первинна оцінка визначає, чи становить ситуація загрозу; вторинна – які ресурси є для її подолання. Саме вторинна оцінка – «чи вистачить у мене ресурсів?» – визначає, чи буде прийнято рішення про адаптацію бізнесу або про його припинення. Підприємці, які обирають проблемно-орієнтований копінг, частіше вдаються до активної адаптації; емоційно-орієнтовані стратегії, навпаки, корелюють з пасивним очікуванням. Цей теоретичний зв'язок підтверджується результатами цього дослідження: 53.6% підприємців вибірки обрали проактивну стратегію (адаптацію або розширення).

Для розуміння того, як психологічні ресурси взаємодіють між собою в умовах хронічного стресу, важливою є теорія збереження ресурсів Hobfoll (1989). Відповідно до неї, стрес виникає тоді, коли ресурси людини перебувають під загрозою, втрачаються або не відновлюються після значних витрат. Особливе значення має ідея накопичення ресурсів: ресурси не існують ізольовано, а підтримують один одного. Тому втрата одного ресурсу може послаблювати інші, тоді як наявність сильного ресурсу здатна підтримувати загальну психологічну стійкість. Проте в умовах надзвичайного зовнішнього тиску психологічна система виробляє адаптивну відповідь, що виражається у функціональній автономізації ресурсів. Підприємець здатен зберігати впевненість у власній компетентності навіть за зниженого суб'єктивного благополуччя – і це є специфічною адаптивною стратегією, а не ознакою дисфункції. Саме цей феномен – функціональна автономність

самоефективності від благополуччя у підприємців – є центральною знахідкою цього дослідження: кореляція Самоефективність $\times$ Суб'єктивне благополуччя у підприємців становить $r = .252$ ($p = .112$, н.з.), тоді як у найманих вона значуща ($r = .312$, $p = .029$).

Суб'єктивне благополуччя є третім ключовим конструктом дослідження. Stephan (2018) у систематичному огляді 144 емпіричних досліджень встановила, що благополуччя підприємців суттєво відрізняється від благополуччя найманих, а моделі, розроблені для однієї групи, не можуть автоматично переноситись на іншу. Stephan, Rauch та Hatak (2023) у метааналізі 319 ефектів із 94 досліджень в 82 країнах встановили: підприємці демонструють вищий рівень задоволеності роботою і життям порівняно з найманими працівниками, проте ця перевага значно менш виражена в інституційно слабких або кризових контекстах – таких як воєнний стан. Rojas, Watkins-Fassler та Rodríguez-Ariza (2022) показали, що задоволеність підприємців є багатовимірною конфігурацією, яка залежить від типу бізнесу, сімейного контексту і культурного середовища. Wiklund та ін. (2019) узагальнюють: підприємницьке благополуччя – це «досвід задоволення, позитивного афекту, нечастого негативного афекту і психологічного функціонування у зв'язку з розвитком, запуском, зростанням і управлінням підприємством» – самостійний конструкт, а не просте суб'єктивне благополуччя у звичному розумінні. Для вимірювання суб'єктивного благополуччя у цьому дослідженні використовується модифікована шкала BBC-SWB (Pontin, Schwannauer, Tai & Kinderman; адаптація Карамушки Л. М., Терещенко К. В. та Креденцер О. В.), що охоплює три виміри: психологічне благополуччя, фізичне здоров'я та якість міжособистісних стосунків. Карамушка, Терещенко та Креденцер (2022) підтвердили надійність адаптованої версії на українській вибірці ($\alpha = .889$ у цьому дослідженні).

Поряд із зазначеними конструктами, три додаткові психологічні чинники суттєво доповнюють картину підприємницької адаптивності. По-

перше, психологічна стійкість (resilience) – здатність відновлюватися після несприятливих подій. Runst та Thomä (2023) у лонгітюдному дослідженні показали, що «стійка» особистість з моделі Big Five – поєднання відкритості, свідомості та низького нейротизму – значно частіше приходиться до самозайнятості. Раніше, Rauch та Frese (2007) у метааналізі встановили: найбільш надійними чинниками створення, і успіху бізнесу є риси особистості, які функціонально відповідають завданням підприємницької діяльності – зокрема потреба в досягненнях і проактивність. По-друге, толерантність до невизначеності – здатність зберігати продуктивне функціонування в умовах відсутності чіткої інформації. По-третє, проактивність – орієнтація на ініціативне перетворення середовища, а не на реактивне пристосування до нього. Frese та Gielnik (2023) підкреслюють, що підприємницька активність за своєю суттю є проактивною: підприємець структурує хаотичне середовище, а не пасивно очікує його стабілізації.

Вітчизняні дослідження підтверджують актуальність цих конструктів в умовах воєнного стану. Карамушка та Креденцер (2023) наголошують: бракує комплексних досліджень, що поєднують мотиваційний, ресурсний і вимір суб'єктивного благополуччя в єдиній методологічній рамці. Цю прогалину прагне заповнити це дослідження: поєднання методики Потьомкіної (мотиваційні установки), SOSES (самоефективність) і BBC-SWB (суб'єктивне благополуччя) дозволяє охопити три рівні психологічної регуляції. Специфіка умов, у яких зазначені чинники виявляються найбільш рельєфно – умов кризи і збройного конфлікту – розглядається у наступному підрозділі.

1.3. Психологічні особливості підприємницької діяльності в умовах кризи та воєнного стану

Підприємець за самою природою своєї діяльності – людина, яка обирає невизначеність. Якщо найманий працівник функціонує в умовах більш-менш передбачуваних правил, гарантованого доходу і зовнішньо заданого горизонту завдань, то підприємець щодня приймає рішення, наслідки яких неможливо

точно прорахувати. Ризик є не вимушеною характеристикою підприємницької діяльності, а її невіддільним атрибутом. В умовах воєнного стану ця невизначеність набуває екзистенційного виміру – і саме тому вивчення психологічних механізмів адаптації підприємців у таких умовах є принципово важливим науковим завданням.

Психологія ризику є однією з найбільш досліджених тем підприємницької психології, і водночас однією з найбільш суперечливих. Підприємці загалом демонструють вищу толерантність до ризику порівняно з найманими – але це не означає, що вони є «ризикофілами» у класичному розумінні. Frese та Gielnik (2023) пояснюють: підприємці не «люблять ризик», а схильні до проактивних дій, і ризик є побічним наслідком цієї проактивності. Важливо розрізняти сприйнятий і об'єктивний ризик: підприємці з вищим рівнем самоефективності сприймають той самий об'єктивний ризик як менший. Hamzah та Othman (2023) підтверджують: підприємницька компетентність, опосередкована самоефективністю, знижує суб'єктивну оцінку загрози і підвищує готовність до дії. В умовах воєнного стану підприємці, які продовжують бізнес-діяльність, роблять це не тому, що недооцінюють небезпеку, а тому, що – за логікою ефекту Saravathy (2001) – орієнтуються на контроль наявних ресурсів, а не на передбачення майбутнього.

Підприємницька стійкість – здатність відновлюватися після несприятливих подій і зберігати підприємницьку активність – є центральним конструктом сучасних досліджень підприємництва в умовах кризи. Hartmann, Backmann, Newman, Brykman та Pidduck (2022) у систематичному огляді більш як двохсот досліджень концептуалізують стійкість підприємця як динамічну здатність, що формується у взаємодії особистісних ресурсів – зокрема самоефективності та мотивації – із соціальним і контекстуальним середовищем. Принциповою є теза авторів: стійкість не є фіксованою рисою, а розвивається – і саме тому піддається психологічній підтримці. St-Jean та

Tremblay (2023), досліджуючи на вибірці 496 підприємців стрес і благополуччя під час пандемії COVID-19, виявили, що задачно-орієнтований копінг знижує стрес, тоді як емоційно-орієнтований – підвищує; при цьому реляційні ресурси (якість стосунків) є сильнішим чинником благополуччя, ніж організаційні. Backman та ін. (2023), здійснюючи порівняльне опитування шведських підприємців і найманих на різних стадіях пандемії COVID-19, встановили: криза чинила суттєвий негативний вплив на благополуччя підприємців (порівняно з найманими), проте психологічне відсторонення від кризи (або суб'єктивна молодшість) суттєво пом'якшувало цей вплив, що підкреслює роль психологічної дистанції як захисного ресурсу. Це узгоджується з результатом цього дослідження: субшкала якості стосунків (BBS_sub3) найбільш тісно пов'язана з впевненістю підприємців у виживанні бізнесу ($\rho = .442$, $p = .004$). Ratten (2021) у монографії, присвяченій підприємництву під час пандемії COVID-19, узагальнює: підприємці з розвиненою психологічною гнучкістю не лише виживають у кризових умовах – вони виявляють здатність переосмислювати загрозу як можливість і перебудовувати бізнес-моделі швидше, ніж їхні конкуренти з пасивними стратегіями. Цей висновок методологічно узгоджується з даними нашого дослідження: 53,6% підприємців обрали активно-адаптивну або розширювальну стратегію поведінки.

Окремим теоретичним питанням є проблема підприємницької ідентичності та її трансформації в умовах кризи. Підприємець є не просто «власником бізнесу»: для нього бізнес і особиста ідентичність нерозривно пов'язані. Stephan (2018), огляд якої охопив 144 емпіричні дослідження, наголошує: центральна роль роботи в ідентичності підприємця є одночасно джерелом залученості і джерелом уразливості. Коли бізнес під загрозою, загроза сприймається не лише економічно, а й як загроза самоідентичності. Саме тому підприємці частіше за найманих працівників вдаються до проблемно-орієнтованих копінг-стратегій. Водночас внутрішня мотивація

(«любов до справи»), яку у нашій вибірці зазначили 43.9% підприємців як основний ресурс, є виразом саме цієї нерозривності особистого і підприємницького вимірів ідентичності.

Питання адаптації бізнесу під час кризи тісно пов'язане з горизонтом планування підприємця. В умовах нормального функціонування підприємці зазвичай мислять на квартал–рік вперед; в умовах гострої кризи горизонт «стискається», а за хронічних кризових умов – поступово відновлюється у відповідь на психологічну адаптацію. Klyver, Steffens та Honig (2022), вивчаючи підприємницькі рішення серед українських біженців, встановили: новизна і адаптивність підприємницьких ідей у кризових умовах пов'язана з когнітивною гнучкістю та попереднім підприємницьким досвідом. Васq та ін. (2020) описують феномен соціально-підприємницької мобілізації в реальному часі: підприємці здатні перетворювати зовнішню загрозу на каталізатор інновацій і соціальних рішень – що є виразом процес-орієнтованої мотивації і альтруїстичної спрямованості. У даному дослідженні 70.7% підприємців зберегли горизонт планування від кварталу і більше – що є показником психологічної стабільності. Підприємці значуще частіше планують на квартал і більше порівняно з найманими ($\chi^2(3) = 10.4$, $p = .015$, $V = .340$).

Вплив збройного конфлікту на підприємницьку поведінку якісно відрізняється від впливу економічних криз чи пандемій. Rugina та Klyver (2025), аналізуючи мотивацію підприємців, які відкривали новий бізнес безпосередньо у воєнних умовах, виявили парадоксальний феномен: частина підприємців демонструє підвищену ділову активність саме в умовах конфлікту. Зокрема, підприємницька активність у воєнний час нерідко посилюється мотивами соціальної місії, відповідальності перед громадою і прагненням відновити власний контроль над ситуацією. Пояснення лежить не в раціональному розрахунку, а в психологічній площині – відчуття місії, відповідальність перед громадою, переосмислення сенсу діяльності. Obłój та Voronovska (2024), вивчаючи адаптацію українських компаній під час

повномасштабної агресії, показали: ключовим чинником успішного перелаштування бізнес-моделі є здатність керівника до швидкого переосмислення ситуації – конструкт, тісно пов'язаний із підприємницькою самоефективністю. Nadad та Shaked (2025), досліджуючи 363 підприємців в Ізраїлі після військового нападу 7 жовтня 2023 р., встановили: невизначеність і втрата доходу посилюють психологічний дистрес підприємців, тоді як психологічна стійкість і надія виконують роль захисних ресурсів.

Феномен функціональної автономності ресурсів є однією з ключових теоретичних новацій цього дослідження. Класична психологічна логіка передбачає, що самоефективність і суб'єктивне благополуччя мають бути тісно пов'язані. Проте теорія збереження ресурсів Hobfoll (1989) описує механізм захисної адаптації: в умовах хронічного стресу ресурси можуть «розщеплюватися» і функціонувати відносно незалежно. Підприємець здатен зберігати компетентнісну впевненість навіть за зниженого суб'єктивного благополуччя – і це є не ознакою дисфункції, а специфічною адаптивною конфігурацією. У вибірці цього дослідження кореляція Самоефективність $\times$ Суб'єктивне благополуччя у підприємців становить $r = .252$ ($p = .112$, н.з.), тоді як у найманих вона є значущою ($r = .312$, $p = .029$).

Зміна мотиваційного профілю підприємців в умовах воєнного стану є окремою і важливою темою. В умовах збройного конфлікту мотиваційна структура суттєво трансформується: на перший план виходять відповідальність перед командою, патріотичний обов'язок, збереження робочих місць. У вибірці цього дослідження 65.8% підприємців хоча б раз жертвували власним прибутком заради команди, а 43.9% зазначили «внутрішню мотивацію і любов до справи» як основний ресурс. Теорія самодетермінації Deci та Ryan (2000) пояснює цю трансформацію: в умовах нестабільних зовнішніх стимулів внутрішня мотивація стає єдиним надійним рушієм. Карамушка та Креденцер (2023) підкреслюють: організаційний контекст воєнного часу породжує нові мотиваційні конфігурації, що не

описуються класичними типологіями. Карамушка (2023) у методичному посібнику з психічного здоров'я персоналу організацій в умовах війни узагальнює доказову базу щодо збереження психологічних ресурсів і наголошує: структурована психологічна підтримка є критичною умовою утримання працездатності в тривалих кризах.

Зовнішній контекст, у якому функціонують підприємці в умовах повномасштабної агресії, підтверджується даними незалежних аналітичних організацій. За результатами моніторингу рівня життя в Україні, проведеного World Bank (2025), понад третина домогосподарств зафіксувала суттєве погіршення матеріального становища у 2024 році – що безпосередньо позначилося на платоспроможному попиті і ринкових умовах роботи малого бізнесу. UNDP Ukraine (2024), аналізуючи вплив війни на молодь, встановив, що підприємницькі наміри серед молодих українців залишаються стійкими, попри значне зниження суб'єктивного відчуття безпеки. Filyppova (2023), досліджуючи фінансову грамотність і поведінку українців в умовах бойових дій, виявила: під впливом воєнних умов рівень фінансової тривожності зростає, проте особи з вищою фінансовою самоефективністю зберігають більш раціональні патерни заощаджувальної і ризикової поведінки. Ці макроекономічні та соціодемографічні дані є важливим зовнішнім контекстом, на якому психологічні механізми адаптації підприємців, виявлені в цьому дослідженні, набувають більш повного пояснення.

Вітчизняні й зарубіжні дослідження підтверджують: попри зростаючий інтерес до психології підприємництва в умовах кризи, ключова прогалина залишається незаповненою. Переважна більшість досліджень використовує описовий дизайн на одній групі або зосереджується на поведінкових і фінансових індикаторах, залишаючи психологічні механізми лише концептуально позначеними. Вітчизняні студії заклали важливе підґрунтя для розуміння психологічної адаптації особистості в умовах кризи, хоча й без специфічного фокусу на підприємницькій вибірці в порівнянні з найманими:

Винославська та Кононець (2021) дослідили феномен економічної безпеки особистості в умовах пандемії COVID-19, Кононець і Кіптик (2025) проаналізували соціально-психологічні чинники економічної поведінки особистості, а Карамушка та Снігур (2020) розкрили сутність і класифікацію копінг-стратегій та їхнє значення для психологічного здоров'я особистості й організації. Piotrowski та ін. (2023), досліджуючи рівень стресу, стійкості і самоефективності у жінок з України, Польщі та Румунії у перші місяці агресії, встановили: самоефективність виступає захисним чинником, що пом'якшує вплив стресу на психологічне здоров'я. Doern, Williams та Vorley (2019) у систематичному огляді наголошують: підприємництво в умовах кризи вимагає принципово нового осмислення – класичні логіки бізнес-рішень перестають діяти в повному обсязі, і саме психологічний рівень аналізу є в цьому найбільш продуктивним. Специфіку дослідницьких прогалин і авторську концептуальну модель розглянуто у наступному підрозділі.

Вагомим доповненням до розуміння психологічних механізмів підприємницької адаптації є вивчення ролі емоційного інтелекту і когнітивних процесів у прийнятті економічних рішень. Зайченко (2025) у дослідженні впливу страху, радості та соціальних емоцій на економічні рішення показує: у кризових умовах емоційний компонент набуває ще більшої ваги – і підприємці, здатні усвідомлювати й регулювати свої емоційні реакції, приймають якісніші рішення. Кузнецова та Ченуша (2023), аналізуючи емоційний інтелект у поведінковій економіці, підкреслюють: здатність розпізнавати емоційний контекст ситуації корелює з вищою фінансовою ефективністю. Це є суттєвим доповненням до традиційно когнітивних моделей підприємницьких рішень.

Економічна ідентичність підприємця є ще одним малодослідженим, проте психологічно значущим конструктом. Дембицька та ін. (2024) у монографічному дослідженні психологічних механізмів економічної соціалізації підкреслюють: формування стійкої економічної ідентичності є

умовою адаптивної поведінки в умовах трансформацій. Зубіашвілі та Лавренко (2024) конкретизують: економічна ідентичність як психологічний механізм соціалізації особливо актуальна в умовах стресових соціальних змін. Для підприємця, чия особистісна ідентичність нерозривно пов'язана з бізнесом (Stephan, 2018), ці дослідження є особливо релевантними: руйнування бізнесу в умовах воєнного стану сприймається не лише як фінансова, а й як втрата частини професійної ідентичності.

Підприємець за самою природою своєї діяльності – людина, яка обирає невизначеність. Якщо найманий працівник функціонує в умовах більш-менш передбачуваних правил, гарантованого доходу і зовнішньо заданого горизонту завдань, то підприємець щодня приймає рішення, наслідки яких неможливо точно прорахувати. Ризик є не вимушеною характеристикою підприємницької діяльності, а її невіддільним атрибутом. В умовах воєнного стану ця невизначеність набуває екзистенційного виміру – і саме тому вивчення психологічних механізмів адаптації підприємців у таких умовах є принципово важливим науковим завданням.

1.4. Сучасний стан дослідження проблеми та концептуальна модель дослідження

Три попередні підрозділи заклали теоретичне підґрунтя дослідження: від загального визначення економічної поведінки як психологічно детермінованого феномену – через аналіз конкретних психологічних чинників підприємницької активності – до специфіки цих чинників у кризових і воєнних умовах. Підрозділ 1.4 виконує синтетичну функцію: систематизує, що саме вже відомо науці, що залишається суперечливим, а що – принципово не дослідженим.

Що вже відомо у психології підприємництва – і відомо достатньо переконливо. По-перше, підприємці відрізняються від найманих за психологічним профілем: вони демонструють вищу орієнтацію на досягнення,

внутрішній локус контролю і толерантність до невизначеності (Frese & Gielnik, 2023). По-друге, психологічна стійкість є надійним предиктором підприємницького виживання в умовах кризи – це підтверджено систематичним оглядом Hartmann та ін. (2022), що охопив понад двісті досліджень. По-третє, Ahmed, Ucbasaran, Cacciotti та Williams (2022) у критичному огляді 125 статей встановили, що підприємцям притаманні унікальні стресори і ця специфіка вимагає окремих теоретичних моделей. Gorgievski та Stephan (2016), здійснивши систематичний огляд психологічної літератури з підприємництва у провідних психологічних журналах, виокремили п'ять основних дослідницьких напрямків психології підприємництва: особистісні відмінності, кар'єра, здоров'я і благополуччя, поведінка та лідерство – і рекомендували: психологія потребує власного теоретичного апарату, а не простого перенесення моделей з інших галузей. По-четверте, Stephan, Zbierowski та ін. (2023) у масштабному міжкраїнному дослідженні ($n > 2000$ підприємців із 28 країн) показали, що гнучке реагування на кризу краще підтримує благополуччя підприємця, ніж пасивне очікування стабілізації.

Разом із тим у літературі зберігаються суттєві суперечності. Перша: частина досліджень фіксує значно вищий рівень самоефективності у підприємців порівняно з найманими (Hamzah & Othman, 2023), інші роботи не виявляють різниці за умови статистичного контролю демографічних змінних. Друга: класична теорія Бандури (1997) передбачає позитивний і прямий зв'язок між самоефективністю і благополуччям, проте дослідження підприємців у стресових умовах показують, що ця кореляція може бути близькою до нуля. St-Jean та Tremblay (2023) фіксують: серед підприємців реляційні ресурси є сильнішими чинниками благополуччя, ніж виробничо-організаційні, – і цей висновок суперечить моделям, побудованим на найманих вибірках. Третя: за одними даними, гроші є значущим мотивом відкриття бізнесу, за іншими – домінують автономія, свобода і сенс (Deci & Ryan, 2000). У вибірці цього

дослідження орієнтація на гроші виявилась найнижчою ($M = 3.02$), що узгоджується з другою позицією.

Що залишається недостатньо дослідженим – і саме це визначає наукову новизну роботи. Більшість наявних досліджень використовує дизайн однієї групи – лише підприємці, без порівняльної групи найманих, – що не дозволяє відповісти: чи є виявлені психологічні закономірності специфічно підприємницькими, чи відображають загальні реакції на стрес? Ahmed та ін. (2022) прямо вказують на цю методологічну прогалину. Doern, Williams та Vorley (2019) наголошують, що в ситуаціях причинно-заплутаних криз, до яких належить збройний конфлікт, традиційні порівняльні дослідницькі схеми потребують переосмислення. В українському контексті це переосмислення ще не відбулося: Карамушка та Креденцер (2023) зафіксували брак саме таких – порівняльних і методологічно суворих – досліджень психологічних ресурсів підприємців в умовах воєнного стану. Нарешті, жодне з наявних досліджень не будує інтегрального кількісного індексу адаптивного підприємця для практичного застосування.

Теоретичну модель дослідження можна преставити схематично на Рис.1.1.

Зважаючи на викладений аналіз, центральна гіпотеза дослідження формулюється так: підприємці і наймані працівники в умовах воєнного стану не відрізняються за абсолютним рівнем самоефективності, суб'єктивного благополуччя та загальної мотивації, проте відрізняються за структурою взаємозв'язків між цими конструктами та за характером економічної поведінки. Зокрема, у підприємців самоефективність функціонує як відносно автономний ресурс, не пов'язаний із поточним рівнем суб'єктивного благополуччя; орієнтація на процес праці є значущим диференціальним маркером підприємницького профілю; а поведінкові характеристики відображають якісно іншу конфігурацію психологічних ресурсів. Ця гіпотеза

є синтезом теоретичних положень попередніх підрозділів і безпосередньо задає логіку емпіричного дослідження.

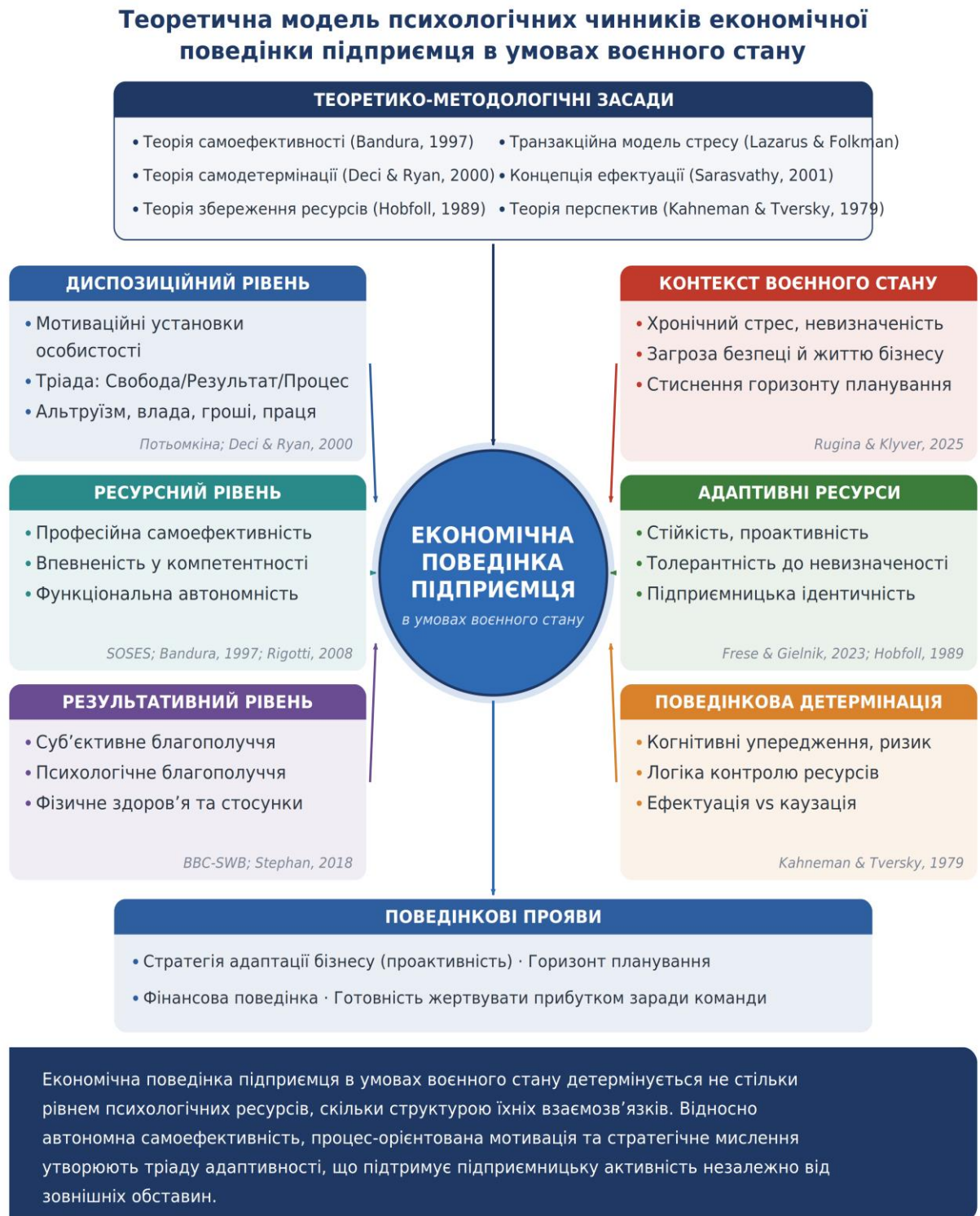


Рис. 1.1. Теоретична модель психологічних чинників економічної поведінки підприємця в умовах воєнного стану (авторська розробка)

Авторська концептуальна модель охоплює три рівні аналізу та чотири системи взаємозв'язків (Рис. 1.2). На першому – диспозиційному – рівні знаходяться мотиваційні установки особистості (шкала Потьомкіної): вісім субшкал, що відображають відносно стійкі психологічні орієнтації. На другому – ресурсному: самоефективність (SOSSES) як впевненість у власній здатності виконувати завдання незалежно від їх специфіки. На третьому – результативному: суб'єктивне благополуччя (BBC-SWB) у трьох вимірах – психологічному (BBS_sub1), фізичному (BBS_sub2) і якості стосунків (BBS_sub3). Усі три рівні пов'язані між собою, і саме ця система взаємозв'язків є предметом порівняльного аналізу між підприємцями і найманими.

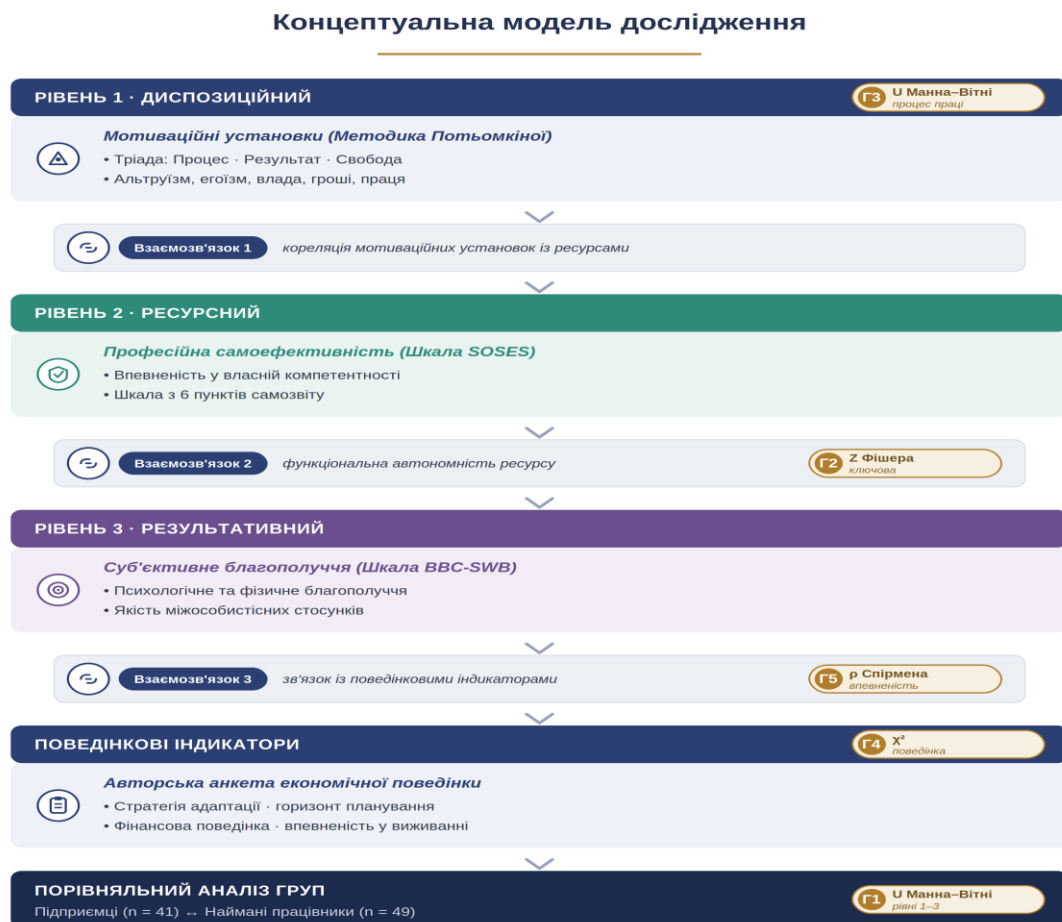


Рис. 1.2. Концептуальна модель дослідження психологічних чинників економічної поведінки підприємців (авторська розробка)

Часткові гіпотези дослідження формуються так. Г1: підприємці і наймані не відрізняються за абсолютним рівнем професійної самоефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок (перевіряється U-критерієм Манна–Вітні). Г2: у підприємців кореляція самоефективності із суб'єктивним благополуччям є нижчою або незначущою порівняно з найманими, що відображає функціональну автономність ресурсів (перевіряється Z-тестом Фішера для незалежних кореляцій). Г3: підприємці демонструють значуще вищу орієнтацію на процес праці порівняно з найманими (перевіряється U-критерієм Манна–Вітні). Г4: поведінкові характеристики підприємців значуще відрізняються від характеристик найманих (перевіряється критерієм χ^2). Г5: між суб'єктивною впевненістю підприємців у виживанні бізнесу і рівнем благополуччя та самоефективності існує позитивний кореляційний зв'язок (перевіряється коефіцієнтом Спірмена).

Запропонована модель має кілька методологічних переваг порівняно з наявними підходами. По-перше, вона передбачає порівняльний дизайн, що дозволяє відокремити специфічно підприємницькі закономірності від загальних реакцій на стрес. По-друге, охоплює три рівні психологічної регуляції – диспозиційний, ресурсний і результативний – замість типового зосередження на одному-двох конструктах. По-третє, включає поведінкові індикатори поряд із психодіагностичними шкалами, що підвищує екологічну валідність. Нарешті, вона орієнтована на прикладний результат: побудова Індексу адаптивного підприємця (ІАП) з конкретними пороговими значеннями для скринінгу відповідає запиту практики бізнес-інкубаторів і ветеранських підприємницьких програм (Rugina & Klyver, 2025; Klyver, Steffens & Honig, 2022). Методологія, вибірка, процедура і психодіагностичний інструментарій докладно описані у Розділі II.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ I

Теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми психологічних чинників економічної поведінки підприємців в умовах воєнного стану дозволяє сформулювати шість узагальнювальних положень.

1. Економічна поведінка особистості є психологічно детермінованим феноменом, у якому мотиви, установки, когнітивні упередження та суб'єктивна оцінка ризику відіграють не меншу роль, ніж об'єктивні ринкові умови. Поведінкова економіка переконливо демонструє систематичні відхилення реальних рішень від моделі раціонального вибору, а концепція ефектуації розкриває, чому підприємці в умовах невизначеності діють за логікою контролю наявних ресурсів, а не передбачення майбутнього.

2. Серед психологічних чинників підприємницької активності ключову регулятивну роль відіграють три конструкти. Самоефективність – як ресурс впевненості у власній компетентності – є потужнішим предиктором поведінки, ніж об'єктивний рівень знань і навичок. Мотиваційні установки визначають спрямованість і стійкість активності: внутрішня мотивація (орієнтація на процес і свободу) виявляється надійнішим ресурсом, ніж зовнішня, особливо в умовах, коли зовнішні стимули нестабільні або відсутні. Суб'єктивне благополуччя є інтегральним індикатором функціонування особистості і безпосередньо пов'язане з вибором поведінкових стратегій.

3. Підприємницька діяльність в умовах збройного конфлікту потребує специфічних адаптивних ресурсів, що відрізняються від ресурсів, описаних у мирних і навіть пандемічних контекстах. Психологічна стійкість, толерантність до невизначеності і проактивність стають базовими умовами збереження підприємницької активності. Водночас підприємницька ідентичність, нерозривно пов'язана з бізнесом, є одночасно джерелом залученості і джерелом підвищеної уразливості – і цей парадокс вимагає окремої теоретичної та практичної уваги.

4. Воєнний стан суттєво трансформує структуру економічних рішень і поведінкових стратегій підприємців. Мотиваційна ієрархія переорієнтовується від фінансових стимулів до внутрішніх – відповідальності перед командою, відчуття місії, любові до справи. Горизонт планування стискається, але з часом відновлюється у відповідь на психологічну адаптацію. Адаптація бізнес-моделі, а не пасивне очікування стабілізації, є домінуючою стратегією серед тих, хто зберігає психологічну стійкість і внутрішній локус контролю.

5. Попри зростаючий масив досліджень психології підприємництва в умовах кризи, ключова прогалина залишається незаповненою: у науці надзвичайно мало порівняльних досліджень, що зіставляли б психологічні характеристики підприємців і найманих за допомогою стандартизованих психодіагностичних методик. Більшість робіт вивчає рівень окремих психологічних характеристик, тоді як структура їхніх взаємозв'язків – зокрема питання функціональної автономності самоефективності від суб'єктивного благополуччя – залишається практично не дослідженою.

6. Виявлені прогалини визначають мету, дизайн і методологічні рішення цього дослідження. Порівняльна вибірка підприємців ($n = 41$) і найманих працівників ($n = 49$) із застосуванням трьох верифікованих психодіагностичних інструментів – SOSES, BBC-SWB та шкали Потьомкіної – дозволяє охопити три рівні психологічної регуляції і перевірити центральну гіпотезу: відмінність між групами полягає не в абсолютному рівні психологічних ресурсів, а в характері їхньої організації та структурі взаємозв'язків.

РОЗДІЛ II. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1. Обґрунтування дизайну та методів дослідження

Вибір дизайну емпіричного дослідження визначається не технічними міркуваннями, а природою самої дослідницької проблеми. Щоб виявити психологічні чинники, специфічні для підприємницької діяльності, недостатньо описати підприємців як окрему групу. Потрібно зіставити їх з іншою групою зайнятих, яка функціонує в тих самих умовах воєнного стану, але в принципово іншому контексті трудової діяльності. Це відповідає логіці порівняльного дизайну незалежних груп.

Дослідження виконано в межах кількісної методологічної парадигми із застосуванням порівняльного дизайну незалежних груп. Порівняльний підхід, на відміну від описового, дозволяє відповісти на питання методологічно складніше: не «якими є підприємці?», а «чим вони відрізняються від інших груп зайнятих і що в цих відмінностях є специфічно підприємницьким?». Саме така постановка питання продуктивна, коли дослідника цікавить не рівень показників сам по собі, а структура психологічних відмінностей між групами. Вибір кількісного підходу зумовлений тим, що три застосовані методики мають перевірені психометричні характеристики і дозволяють отримати надійні числові показники. Крім того, статистичне порівняння груп вимагає стандартизованих вимірювань.

Центральне методологічне рішення – включення до вибірки двох груп: підприємців ($n = 41$) і найманих працівників ($n = 49$). Щоб стверджувати, що певні психологічні характеристики є специфічними для підприємців, необхідно показати, що вони не є загальнолюдськими реакціями на воєнний стрес, притаманними всім, хто живе і працює в умовах збройного конфлікту. Саме група порівняння – наймані працівники, що функціонують у тих самих умовах воєнного часу – забезпечує цей доказовий рівень. Підприємці та

наймані мають спільний контекст (хронічна невизначеність, загроза безпеці), але принципово різний характер трудової діяльності: підприємець несе повну відповідальність за бізнес-рішення і їх наслідки, тоді як найманий діє в межах заданих умов зайнятості. Ця відмінність у структурі відповідальності й автономії утворює емпірично обґрунтовану ситуацію порівняння, яка дозволяє виявити психологічний профіль підприємницької поведінки (Frese & Gielnik, 2023).

Ключові поняття дослідження операціоналізовано таким чином. Психологічні чинники вимірюються через три конструкти: соціально-психологічні установки у мотиваційно-потребнісній сфері (методика О. Ф. Потьомкіної), рівень професійної самоефективності (SOSSES) та суб'єктивне благополуччя (BBC-SWB). Мотиваційні установки виступають відносно стабільними диспозиційними утвореннями, самоефективність – когнітивним ресурсом підтримки активності, суб'єктивне благополуччя – інтегральним показником психологічного функціонування. Економічна поведінка оцінена через авторську анкету, що фіксує стратегію адаптації бізнесу, горизонт планування, локус контролю у фінансовій сфері та характер ключових рішень.

Таким чином, емпіричний етап дослідження побудовано як послідовну процедуру переходу від теоретично визначених психологічних конструктів до їх кількісного вимірювання, статистичної перевірки та прикладної інтерпретації. Така логіка дала змогу не лише порівняти підприємців і найманих працівників за основними психологічними показниками, а й виявити внутрішню структуру взаємозв'язків між мотиваційними установками, професійною самоефективністю, суб'єктивним благополуччям та особливостями економічної поведінки. Загальна послідовність організації емпіричного дослідження представлена на схемі нижче.



Рис. 2.1. Схема емпіричного дослідження психологічних чинників економічної поведінки підприємців в умовах воєнного стану (авторська розробка)

Дослідження проводилося впродовж 2026 року методом онлайн-опитування з використанням платформи Google Forms. В умовах повномасштабної агресії проведення очного опитування є суттєво ускладненим через міграцію населення і нерегулярний графік роботи. Онлайн-формат забезпечує ширше географічне охоплення і підвищує достовірність відповідей на питання про фінансові стратегії завдяки анонімності, яка знижує ефект соціальної бажаності. Рекрутинг учасників здійснювався через цільовий розподіл посилань у тематичних бізнес-спільнотах і HR-спільнотах у соціальних мережах. Критерії включення для підприємців: наявність діючого бізнесу під час воєнного стану; безпосередня участь у прийнятті економічних рішень; проживання або діяльність на території України; добровільна згода. Для найманих: статус найманого працівника без власного бізнесу; зайнятість під час вторгнення; добровільна згода.

Дотримано базових принципів психологічної етики. Конфіденційність забезпечена повною анонімністю: жодних персональних ідентифікаторів не збиралося. Добровільність задекларована в преамбулі опитувальника. Анкета не містить психологічно травматичного контенту. Дані використовуються виключно в узагальненому вигляді для наукових цілей.

На підставі теоретичного аналізу (Розділ I) і логіки порівняльного дизайну сформульована робоча гіпотеза: підприємці і наймані працівники відрізняються не стільки за абсолютним рівнем психологічних ресурсів – самоефективності, суб'єктивного благополуччя і мотиваційних установок, – скільки за структурою взаємозв'язків між цими ресурсами та характером економічної поведінки в умовах воєнної кризи. Ця гіпотеза фокусує увагу не на «вищих» чи «нижчих» рівнях показників, а на відмінностях у тому, як психологічні ресурси пов'язані між собою і з поведінкою.

Статистична обробка даних здійснювалася у програмі Jamovi (версія 2.7). Для перевірки нормальності розподілу застосовано критерій Шапіро–Вілکا – оптимальний для вибірок до 50 осіб. Відхилення від нормального розподілу виявлено принаймні в одній з груп для більшості шкал, тому для

порівняння груп обрано непараметричний U-критерій Манна–Вітні з розрахунком розміру ефекту (ранг-бісеріальна кореляція (r)). Для аналізу взаємозв'язків між показниками використано коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (ρ), кореляційні матриці побудовано окремо для кожної групи. Відмінності у розподілі відповідей на номінальні запитання оцінювалися за критерієм χ^2 з V Крамера. Статистично значущими вважалися відмінності при $p < .05$ (Field, 2018).

Обмеження дослідження необхідно визнати явно. По-перше, вибірка є цільовою, а не випадковою, що знижує репрезентативність відносно генеральних сукупностей підприємців і найманих України. По-друге, онлайн-формат збору даних виключає осіб без доступу до інтернету. По-третє, між групами зафіксовано суттєвий гендерний дисбаланс: серед найманих жінок значно більше (81.6% проти 56.1%), що потребує обережності при інтерпретації гендерних відмінностей. По-четверте, всі три стандартизовані методики ґрунтуються на самозвіті, що не виключає впливу суб'єктивності відповідей. По-п'яте, авторська анкета не проходила ретестової перевірки надійності. Усі зазначені обмеження беруться до уваги при інтерпретації результатів у Розділі III.

2.2. Психодіагностичний інструментарій дослідження

Вибір методик є концептуальним, а не технічним рішенням: кожен інструмент має відображати певний теоретичний конструкт і відповідати реальним можливостям вибірки. У цьому дослідженні застосовано три стандартизовані психодіагностичні методики та авторську анкету. Зведений огляд інструментарію наведено у Табл. 2.1.

Табл. 2.1

Зведена характеристика психодіагностичного інструментарію дослідження

Методика	Конструкт	Пунктів	Шкала	Діапазон	α
SOSSES (Rigotti et al., 2008; адапт. Креденцер, 2023)	Професійна самоефективність	6	1–6	6–36	.840 / .866
BBC-SWB (Pontin et al., 2013; адапт. Карамушка та ін., 2022)	Суб'єктивне благополуччя (3 субшкали)	24	1–5	24–120	.916
Методика О. Ф. Потьомкіної (1993)	Мотиваційні установки (8 субшкал)	80	0/1	0–10 (кожна)	–
Авторська анкета (2026)	Економічна поведінка	23+	Номін.	–	–

Примітка. α – коефіцієнт Кронбаха; у колонці SOSSES наведено значення для груп: підприємці / наймані. Методика Потьомкіної не проходила стандартизованої психометричної перевірки у сучасному розумінні, тому α не розраховувався.

Методика 1. Шкала професійної самоефективності, коротка версія (SOSSES). Опитувальник Short Occupational Self-Efficacy Scale розроблено T. Rigotti, B. Schyns та G. Mohr (2008) як скорочений варіант оригінальної шкали. SOSSES складається з 6 тверджень і пройшла стандартизацію у п'яти країнах Європи. Усі шість тверджень утворюють єдину однофакторну шкалу з оцінюванням від 1 до 6; сумарний бал варіює у діапазоні 6–36. Внутрішня узгодженість у міжнародній стандартизаційній вибірці: α від .79 до .87; у цьому дослідженні — .840 у підприємців і .866 у найманих. Конвергентна валідність підтверджена позитивними кореляціями із загальною самоефективністю та задоволеністю роботою, негативними – з вигоранням і тривожністю. Для використання на україномовних вибірках методику адаптовано О. В. Креденцером (Карамушка, Креденцер, & Терещенко, 2023).

Застосування SOSES для підприємців є методологічно обґрунтованим: впевненість у власних здібностях у контексті трудової діяльності є психологічно релевантним конструктом для будь-якої форми зайнятості, а підприємець, несучи повну відповідальність за рішення, потребує цього ресурсу особливою мірою (Hamzah & Othman, 2023).

Методика 2. Модифікована шкала суб'єктивного благополуччя (BBC-SWB). Методику розроблено Р. Pontin, М. Schwannauer, С. Tai та Р. Kinderman (2013) для комплексного вимірювання суб'єктивного благополуччя у трьох вимірах: психологічне благополуччя (12 пунктів, діапазон 12–60), фізичне здоров'я та благополуччя (7 пунктів, 7–35) і стосунки (5 пунктів, 5–25). Загальний показник – сума всіх 24 пунктів (24–120). Пункт 4 має зворотний порядок нарахування балів. Внутрішня узгодженість за оригінальними даними: $\alpha = .87$ для загальної шкали; у цьому дослідженні $\alpha = .916$. Адаптацію для українських вибірок виконано Л. М. Карамушкою, К. В. Терещенко та О. В. Креденцером (Карамушка, Терещенко, & Креденцер, 2022). Надійність адаптованої версії підтверджена на українській вибірці.

Методика 3. Діагностика соціально-психологічних установок особистості у мотиваційно-потребнісній сфері (О. Ф. Потьомкіна). Методика призначена для виявлення ступеня вираженості відносно стабільних диспозиційних орієнтацій. Опитувальник включає 80 бінарних запитань і вісім субшкал по 10 запитань кожна: процес, результат, альтруїзм, егоїзм, свобода, влада, праця, гроші. Сумарний бал кожної субшкали варіює від 0 до 10. Результати не порівнюються з нормами у традиційному розумінні – натомість аналізується індивідуальний профіль: співвідношення субшкальних показників між собою. Методика використовується як профільний та описовий інструмент, а не як повноцінна сучасна психометрична шкала: вона не проходила стандартизованої перевірки надійності й валідності у сучасному розумінні, що є її обмеженням і визнається в цій роботі (Москаленко, 2003, Воронов, 2017).

Методика 4. Авторська анкета економічної поведінки. Жодна зі стандартизованих методик не вимірює економічну поведінку в умовах воєнного стану з урахуванням специфіки підприємницької та найманої зайнятості. Саме це зумовило розробку авторської анкети. Обидві версії – для підприємців і для найманих – побудовано за однаковою блоковою логікою. Анкета включає шість змістових блоків: загальна інформація та демографія; стан бізнесу або зайнятості під час повномасштабної війни; психологія прийняття економічних рішень; фінансова поведінка та адаптація; психологічна стійкість і мотивація; соціальний вимір поведінки. Кожна поведінкова змінна аналізувалася окремо методом χ^2 з розрахунком V Крамера – без зведення до єдиного профільного індексу, що відповідає номінальному рівню вимірювання (Field, 2018). Обмеження авторської анкети: відсутні дані про ретестову надійність; можливий ефект соціальної бажаності, частково нівельований анонімністю; категоріальне шкалювання не фіксує тонких відтінків позицій. Повні тексти авторських анкет для підприємців і найманих працівників подано в Додатках Б і В.

2.3. Характеристика вибірки дослідження

Вибірку сформовано відповідно до цільової стратегії рекрутингу. Загальний обсяг: $N = 90$ осіб, з них 41 підприємець і 49 найманих працівників. Такий обсяг відповідає рекомендованому мінімуму для порівняльного дизайну з непараметричними методами і є достатнім для виявлення відмінностей середнього і великого розміру ефекту (Field, 2018).

Група підприємців ($n = 41$). Серед учасників переважають жінки – 56.1% ($n = 23$). Вікова структура зміщена в бік зрілого дорослого віку: 43.9% – категорія 35–44 роки, 41.5% – 45–54 роки. Підприємницький стаж є значним: 39.0% мають 8–15 років досвіду, ще 31.7% – понад 15 років. Загалом 70.7% підприємців мають вісім і більше років підприємницького стажу. За сферою діяльності переважають послуги (46.3%), торгівля (22.0%), виробництво

(9.8%) та ІТ і технології (7.3%). Більшість – самозайняті або мікропідприємці (ФОП: 58.5%); 87.8% підприємців постійно проживають в Україні, ще 7.3% перебувають частково в Україні та частково за кордоном; разом 95.1% учасників цієї групи зберігають безпосередній зв'язок з українським контекстом.

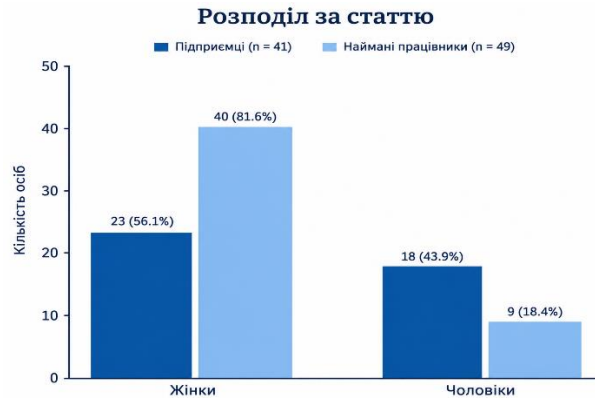


Рис. 2.2. Розподіл учасників дослідження за статтю



Рис. 2.3. Розподіл учасників дослідження за віком

Група найманих працівників (n = 49). Серед учасників суттєво переважають жінки – 81.6% (n = 40), чоловіки становлять 18.4% (n = 9). Вікова структура зміщена в бік молодшого дорослого віку: 32.7% – 25–34 роки, 36.7% – 35–44 роки. Загальний трудовий стаж учасників є значним: 42.9% мають 15–25 років стажу, ще 32.7% – 8–15 років. Місце проживання: 93.9% постійно в Україні. Міжгрупові відмінності за статтю є статистично значущими ($\chi^2(1) = 6.93$, $p = .008$, χ^2 Пірсона без поправки Йейтса), за віком – також

($\chi^2(4) = 9.76$, $p = .045$). Ці відмінності відображають реальні соціодемографічні особливості двох форм зайнятості.

Методологічне уточнення щодо стажу. У підприємців колонка «Досвід» відображає підприємницький стаж, у найманих – загальний трудовий. Ці конструкти частково перетинаються, але не є тотожними. Порівняння між групами за стажем – якщо воно виникає в контексті інтерпретації – здійснюється з урахуванням цього обмеження.

Соціодемографічні характеристики обох груп представлені у Табл. А.1. у Додатку А.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ II

Другий розділ присвячено методологічному обґрунтуванню емпіричного дослідження. Здійснений аналіз дозволяє сформулювати такі висновки.

1. Вибір порівняльного кількісного дизайну зумовлений логікою дослідницької проблеми. Щоб виявити психологічні чинники, специфічні саме для підприємницької діяльності, необхідно зіставити підприємців із групою, яка функціонує в тих самих умовах воєнного стану, але в якісно іншому контексті зайнятості. Групу порівняння склали наймані працівники ($n = 49$), що, як і підприємці ($n = 41$), перебувають під впливом хронічного стресу збройного конфлікту, однак позбавлені автономії у прийнятті економічних рішень. Саме цей контраст уможливорює змістовну інтерпретацію виявлених відмінностей.

2. Психодіагностичний інструментарій охоплює три стандартизовані методики та авторську анкету. Шкала SOSES (Rigotti et al., 2008; адапт. Креденцер, 2023) забезпечує вимірювання рівня професійної самоефективності ($\alpha = .840$ у підприємців, $.866$ у найманих; діапазон 6–36). Шкала BBC-SWB (Pontin et al., 2013; адапт. Карамушка та ін., 2022) дозволяє диференційовано оцінити психологічне, фізичне та соціальне благополуччя ($\alpha = .916$). Методика О. Ф. Потьомкіної (Воронов 2017) застосовується як профільний та описовий інструмент для виявлення восьми мотиваційних установок. Авторська анкета фіксує ключові індикатори економічної поведінки на номінальному рівні вимірювання.

3. Вибір непараметричних методів статистичного аналізу обґрунтований результатами перевірки нормальності за критерієм Шапіро–Вілка. Відхилення виявлено принаймні в одній із груп для кожної шкали: SOSES – $W = .897$, $p < .001$ (наймані); BBC – $W = .934$, $p = .008$ (наймані); MOT – $W = .893$, $p = .001$ (підприємці). З огляду на це застосовано U-критерій

Манна–Вітні з розрахунком ранг-бісеріальної кореляції (r), коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (ρ) та критерій χ^2 з V Крамера (Field, 2018).

4. Аналіз поведінкових змінних авторської анкети здійснювався без зведення до єдиного композитного індексу – з огляду на номінальний рівень вимірювання і різну структуру анкет у двох групах. Кожна поведінкова змінна аналізувалася окремо методом χ^2 з розрахунком V Крамера, що забезпечило статистично коректну і змістовно інтерпретовану картину міжгрупових відмінностей в економічній поведінці.

Сукупність методологічних рішень – порівняльний дизайн, верифікований психодіагностичний інструментарій, адекватні непараметричні методи і коректна процедура аналізу номінальних змінних – забезпечує достатній рівень валідності та надійності для відповіді на поставлені дослідницькі питання. Результати емпіричного дослідження представлені у Розділі III.

РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ ЧИННИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

3.1. Описова статистика та рівні психологічних характеристик обох груп

Перш ніж переходити до порівняльного та кореляційного аналізу, важливо отримати чітке уявлення про фактичний рівень психологічних характеристик учасників. Описова статистика дає відповідь на кілька ключових запитань: яким є рівень самоефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок у двох групах? Де ці групи розміщуються відносно нормативних значень методик? Наскільки однорідний їхній склад?

Психодіагностичний інструментарій включав шкалу професійної самоефективності SOSES (Rigotti et al., 2008; адапт. Креденцер, 2023), опитувальник суб'єктивного благополуччя BBC-SWB (Pontin et al., 2013; адапт. Карамушка та ін., 2022) та методику дослідження мотиваційних установок Потьомкіної (Воронов 2017). Надійність шкал підтверджено на вибірці дослідження: α Кронбаха для SOSES становить .840 (підприємці) та .866 (наймані), а для BBC-SWB — .916.

Описова статистика психологічних характеристик підприємців і найманих працівників наведена у Додатку Г. Перший і найбільш очевидний висновок із таблиці Г.1 – показники двох груп є надзвичайно близькими. Середні значення по всіх шкалах у підприємців і найманих практично ідентичні: SOSES – 26.76 проти 27.94; BBC-SWB загальне – 79.39 проти 79.00; Мотиваційні установки загальне – 41.46 проти 41.80. Різниця в кілька одиниць становить менш як половину стандартного відхилення по кожній шкалі. Але ця зовнішня схожість є лише частиною картини. За однаковим рівнем

показників може ховатися принципово різна психологічна структура, що буде показано у підрозділах 3.2 і 3.3.

Варто звернути увагу на стандартні відхилення. За шкалою BBC-SWB розкид у найманих працівників ($SD = 14.08$) помітно більший, ніж у підприємців ($SD = 10.56$). Це свідчить про значну неоднорідність групи найманих працівників: серед них є особи і з дуже низькими показниками ($Min = 39$), і з відносно високими ($Max = 102$). За шкалою Потьомкіної картина зворотна – підприємці значно неоднорідніші ($SD = 9.13$ проти 6.99): мотиваційні профілі у підприємницькій групі є різноманітнішими.

Результати перевірки нормальності розподілу (критерій Шапіро–Вілка) за основними шкалами наведено в Додатку Г.

Перевірка нормальності розподілу та обґрунтування статистичних методів

Для перевірки нормальності розподілу застосовано критерій Шапіро–Вілка, який є оптимальним для вибірок обсягом до 50 осіб (Field, 2018). Результати свідчать: принаймні в одній із груп відхилення від нормальності виявлено для кожної зі шкал (Таблиця Г1, Додаток Г). Зокрема, SOSES порушує нормальність у групі найманих ($W = .897$, $p < .001$) через лівобічну асиметрію. BBS-2 – у підприємців ($W = .944$, $p = .045$). BBS-3 і BBC-SWB загальне – у найманих. Мотивація загальна – у підприємців ($W = .893$, $p = .001$).

Оскільки відхилення від нормальності виявлено принаймні в одній групі для кожної шкали, для подальшого порівняння груп застосовано непараметричний U-критерій Манна–Вітні. Вибір додатково обґрунтований відносно невеликим обсягом вибірок: непараметричний підхід у таких умовах є більш консервативним і надійним (Field, 2018). Для аналізу взаємозв'язків між шкалами всередині груп використовується коефіцієнт рангової кореляції Спірмена (ρ).

Рівні суб'єктивного благополуччя за нормами BBC-SWB

Стандартизована методика BBC-SWB дозволяє не лише порівнювати групи між собою, але й розміщувати отримані показники відносно нормативних значень. Результати нормативного порівняння наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Рівні суб'єктивного благополуччя за нормами BBC-SWB у двох групах

Субшкала / показник	Норматив. діапазон	Підпр. М	Рівень	Низьк. п (%)	Серед. п (%)	Вис. п (%)	Прац. М
Психологічне благополуччя (BBS-1)	40–47	40,41	середній	15 (37%)	20 (49%)	6 (15%)	40,41
Фізичне здоров'я (BBS-2)	21–25	21,46	середній	12 (29%)	26 (63%)	3 (7%)	21,14
Якість стосунків (BBS-3)	17–20	17,51	середній	15 (37%)	17 (41%)	9 (22%)	17,45
Загальне благополуччя (BBC-SWB)	77–91	79,39	середній	16 (39%)	20 (49%)	5 (12%)	79,00

Примітка. Нормативні діапазони – за Карамушка та ін. (2023). Відсоток – частка осіб у відповідній нормативній групі. Дані наведено для підприємців; рівні найманих працівників аналогічні за нормативною інтерпретацією.

Обидві групи демонструють середній рівень суб'єктивного благополуччя за всіма показниками. Але не просто середній – а нижню межу середнього. Загальний показник BBC-SWB у підприємців ($M = 79.39$) і найманих ($M = 79.00$) перевищує поріг 77 балів лише незначно. BBS-1 в обох групах – $M = 40.41$ – знаходиться рівно на межі між низьким і середнім рівнем. Такий результат є психологічно передбачуваним: хронічний стрес повномасштабної агресії і невизначеність закономірно знижують благополуччя навіть у відносно адаптованих осіб. Карамушка (2024) показала, що суб'єктивне благополуччя в умовах воєнного стану визначається не стільки об'єктивними фінансовими обставинами, скільки психологічними ресурсами адаптації.

Рівень самоефективності та мотиваційний профіль

Шкала SOSES має діапазон 6–36 балів. Обидві групи суттєво перевищують теоретичне середнє: підприємці – $M = 26.76$, наймані – $M = 27.94$. У відносних одиницях це 74,3% і 77,6% від максимально можливого балу. Такий рівень відповідає уявленням про те, що продовження активної економічної діяльності в умовах воєнного стану само по собі підтримує самоефективність через досвід успішного подолання труднощів (Bandura, 1997). Детальні дані наведено у Додатку Г.

Мотиваційний профіль обох груп виявляє чітку ієрархію, дані наведено у Додатку Д. Найвищі позиції в обох групах займають Свобода і Результат – орієнтація на незалежність і досягнення цілей є спільною рисою активних економічних агентів незалежно від форми зайнятості. Найнижчі – Гроші і Влада. Єдина статистично значуща відмінність між групами – орієнтація на Процес праці: підприємці демонструють вищий рівень ($M = 6.32$ проти 5.45 у найманих; $U = 741$, $p = .030$). Підприємець отримує задоволення від самого процесу діяльності незалежно від фінансового результату. Саме ця особливість у кризових умовах виступає психологічним стабілізатором мотивації (Deci & Ryan, 2000).

Описова статистика дозволяє сформулювати перший концептуальний висновок дослідження: підприємці і наймані працівники демонструють практично однакові абсолютні рівні самоефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок. Обидві групи розміщуються у зоні вище-середнього рівня самоефективності і середнього (нижня межа) рівня благополуччя. Однак ця схожість є оманливою. Структурні відмінності між групами, що є змістом наступних підрозділів, не видно на рівні описових показників.

3.2. Порівняльний аналіз психологічних характеристик та економічної поведінки двох груп

Центральне завдання цього підрозділу – перевірка гіпотези дослідження: чи відрізняються підприємці від найманих за рівнем психологічних ресурсів, і чи є ці відмінності статистично значущими? Аналіз організовано у два блоки: порівняння за психологічними характеристиками та порівняння за показниками економічної поведінки.

Блок А. Порівняння за психологічними характеристиками

Для порівняння груп за кількісними показниками застосовано непараметричний U-критерій Манна–Вітні. Вибір обґрунтований відхиленнями від нормальності, виявленими в підрозділі 3.1. Розмір ефекту оцінювався через ранг-бісеріальну кореляцію (r) за формулою Kerby (2014): до 0.10 – незначущий ефект; 0.10–0.30 – малий; 0.30–0.50 – середній; понад 0.50 – великий.

Таблиця Ж.1 у Додатку Ж фіксує важливий результат: жодна з основних психологічних шкал не виявила статистично значущої відмінності між підприємцями і найманими (усі $p > .05$). Самоефективність (SOSSES)

найближча до порогу значущості – $U = 778$, $p = .065$, $r = .23$ – що кваліфікується як тенденція. Для решти шкал значення r коливаються від .641 до 1.000.

Цей результат не спростовує гіпотезу, а підтверджує її першу частину: гіпотеза передбачала, що групи відрізнятимуться не рівнем ресурсів, а їх функціональною організацією. Обидві групи – психологічно подібно забезпечені. Як буде показано в підрозділі 3.3, структура взаємозв'язків між цими ресурсами принципово різна, і саме це є ядром відмінності між групами.

Блок Б. Порівняння за показниками економічної поведінки ($\chi^2 + V$ Крамера)

Авторська анкета вимірює економічну поведінку на номінальному рівні через категоріальні відповіді. Для таких змінних застосовано критерій χ^2 з розрахунком V Крамера: до 0.10 – незначущий ефект; 0.10–0.30 – малий; 0.30–0.50 – середній; понад 0.50 – великий (Field, 2018).

Таблиця 3.1 у Додатку 3 демонструє виразний контраст із попередніми даними: якщо за психологічними шкалами групи практично не відрізняються, то за показниками економічної поведінки сім із дев'яти змінних виявляють статистично значущі відмінності, причому більшість – з великим або дуже великим розміром ефекту.

Найбільший розмір ефекту виявила змінна «Стратегія поведінки» ($V = .912$, $p < .001$). Серед підприємців домінують активна адаптація бізнес-моделі (34%) і розширення можливостей (20%), тоді як наймані переважно вдаються до адаптації власної поведінки в межах організаційної структури (63%). Це якісно різні процеси: підприємець переосмислює продукт і ринок, тоді як найманий адаптує стиль роботи. Вони відображають різну суб'єктну позицію в умовах кризи.

«Стратегія використання доходів» ($V = .859$, $p < .001$) також демонструє чіткі відмінності: підприємці переважно реінвестують або комбінують заощадження і розвиток, тоді як наймані спрямовують кошти на потреби сім'ї

(33%) або формують резерв (45%). Ця різниця відповідає теорії проблемно-орієнтованого копіngu (Lazarus & Folkman, 1984): підприємець активно перетворює ситуацію, а не лише адаптується до неї.

Розподіл відповідей на ключові анкетні запитання у двох групах наведено у Додатку К.

Парадоксальним є результат по «Фінансових змінах» ($V = .520, p < .001$): 59% найманих повідомляють про зростання доходів, тоді як 34% підприємців фіксують нестабільні доходи, а ще 34% – їх зниження. Підприємці об'єктивно несуть значно більший фінансовий ризик. Однак їхні показники благополуччя є практично однаковими з найманими (BBC $M = 79.39$ проти 79,00). Це свідчить про психологічну стійкість підприємця – здатність зберігати суб'єктивне благополуччя попри погіршення фінансового стану.

Горизонт планування ($V = .340, p = .015$) виявляє суттєві відмінності: підприємці переважно планують на квартал (51%) і рік (20%), тоді як більшість найманих обмежується місяцем (45%) або ситуативним плануванням (18%). Результат по локусу контролю ($V = .363, p = .019$) є контрінтуїтивним: наймані частіше пов'язують успіх із власними зусиллями (67%), тоді як підприємці – лише 44%. Це пояснює практичний досвід: ведення бізнесу вчить реалістично оцінювати роль чинників, що не піддаються контролю. Йдеться не про пасивність, а про реалістичний зовнішній локус щодо ринкових ризиків при збереженні внутрішньої мотивації (Hamzah & Othman, 2023).

Порівняльний аналіз підтвердив ключовий парадокс дослідження: при практично однаковому рівні психологічних ресурсів підприємці і наймані демонструють принципово різні патерни економічної поведінки. Підприємці зберігають стратегічне планування, проактивну адаптацію і психологічне благополуччя попри об'єктивно гірші фінансові результати.

3.3. Структура взаємозв'язків між психологічними характеристиками у двох групах

Попередній аналіз засвідчив: підприємці і наймані працівники фактично не відрізняються за абсолютним рівнем психологічних ресурсів. Якщо ресурси однакові, то що саме відрізняє людину, яка веде бізнес в умовах війни, від тої, яка працює за наймом? Відповідь – у структурі взаємозв'язків між психологічними конструктами. Кореляційний аналіз, проведений окремо для кожної групи, виявив принципово різну внутрішню архітектуру психологічних показників.

Методологічно аналіз будувався у три кроки. Спочатку обчислено кореляційні матриці (ρ Спірмена) окремо для кожної групи – оскільки тест Шапіро–Вілка зафіксував ненормальний розподіл більшості змінних хоча б в одній групі. Далі матриці порівняно для виявлення якісних відмінностей у структурі зв'язків. Нарешті, для перевірки того, чи є відмінності статистично значущими, застосовано Z-тест Фішера.

Структура взаємозв'язків у групі підприємців

Серед усіх аналізованих пар змінних у підприємців статистично значущими виявились передусім внутрішні зв'язки між субшкалами благополуччя (табл. 3.7). Зафіксовано значущий зв'язок між Психологічним благополуччям і Фізичним здоров'ям ($\rho = .341$, $p = .029$), Психологічним благополуччям і Якістю стосунків ($\rho = .310$, $p = .048$), Фізичним здоров'ям і Якістю стосунків ($\rho = .379$, $p = .015$). Три компоненти благополуччя функціонують злагоджено, залишаючись при цьому відносно автономними конструктами. Детальні дані наведено у Додатку Л

Серед мотиваційних установок виразним є зв'язок між орієнтаціями на процес і результат: $\rho = .423$, $p = .006$. Підприємці, схильні отримувати задоволення від самої діяльності, паралельно орієнтовані й на досягнення конкретних цілей. Цей внутрішньо узгоджений профіль відповідає концепції

автотелічної діяльності – де зовнішня результативність і внутрішня цінність процесу не суперечать, а взаємно підсилюють одна одну (Csikszentmihalyi, 1990). Те, що така узгодженість виявляється саме в умовах воєнного стану, є особливо показовим.

Щодо ключового питання дослідження – зв'язку між самоефективністю і благополуччям – картина принципово інша. Кореляція між Самоефективністю і Загальним благополуччям у підприємців становить $r = .252$, $p = .112$ – статистично незначуща. Жодна з мотиваційних субшкел також не виявила значущого зв'язку з самоефективністю (усі $p > .07$). Отже, самоефективність підприємців функціонує як відносно відокремлений ресурс – вона не вбудована у загальну систему психологічного благополуччя. Це можна інтерпретувати як тенденцію до більш автономного функціонування ресурсу: підприємець зберігає впевненість у власній компетентності незалежно від поточного емоційного стану.

Структура взаємозв'язків у групі найманих працівників

У найманих картина кардинально відрізняється в одній, але вирішальній точці. Самоефективність тут статистично значуще пов'язана із загальним Благополуччям ($r = .312$, $p = .029$) і безпосередньо з Психологічним ($r = .393$, $p = .005$). Зафіксовано також значущий зв'язок між Самоефективністю і орієнтацією на результат ($r = .322$, $p = .024$).

Значущі кореляції (r Спірмена) у групі найманих працівників ($n = 49$) представлено у Додатку М

У найманих самоефективність інтегрована в ширшу психологічну систему: людина, яка відчуває себе компетентною, водночас переживає вищий рівень суб'єктивного благополуччя і відзначається результатомцентризмом. Це відповідає теорії самодетермінації: у контексті структурованої зайнятості компетентність (як базова психологічна потреба) тісніше пов'язана із загальним психологічним функціонуванням (Deci & Ryan, 2000). Суттєвою є

й щільніша внутрішня структура благополуччя: Психологічне благополуччя $\times$ Фізичне здоров'я у найманих становить $\rho = .711$, тоді як у підприємців – лише .341.

Більш розгалужена мотиваційна мережа у найманих (Результат $\times$ Свобода: $\rho = .460$; Процес $\times$ Альтруїзм: $\rho = .405$) свідчить про більш взаємозалежну мотиваційну систему. Підприємці демонструють структурно простішу, але потенційно більш стійку конфігурацію.

Феномен агрегаційного зміщення та Z-тест Фішера

Коли обидві групи об'єднуються в одну вибірку ($N = 90$), кореляція Самоефективність $\times$ Благополуччя становить $\rho = .278$, $p = .008$. На перший погляд це виглядає як підтвердження зв'язку між самоефективністю і благополуччям. Насправді маємо класичний приклад агрегаційного зміщення: об'єднання неоднорідних груп породжує хибне враження про систематичний зв'язок. Аналіз по групах є методологічно більш інформативним.

Таблиця 3.2

Z-тест Фішера для порівняння кореляційних коефіцієнтів між групами

Пара змінних	ρ підприємці	ρ наймані	Z	p	Висновок
Самоефективність $\times$ Суб'єктивне благополуччя загальне	.252	.312	-.297	.766	н.з.
Самоефективність $\times$ Результат	.051	.322	-1.290	.197	н.з.

Примітка. н.з. – статистично не значуще ($p > .05$). Розрахунок за перетворенням Фішера. Підприємці: $n = 41$; Наймані: $n = 49$.

Результати Z-тесту Фішера показали: жодна з міжгрупових відмінностей у кореляційних коефіцієнтах не досягає рівня статистичної значущості. Отже, попри те що в одній групі кореляції є значущими, а в іншій – ні, стверджувати про достовірну міжгрупову різницю некоректно (Nieuwenhuis et al., 2011). Ці результати слід розуміти як тенденцію: самоефективність асоціюється з різними функціональними ролями у двох групах, але ця тенденція потребує перевірки на ширших вибірках.

Узагальнюючи, підприємці і наймані відрізняються не рівнем психологічних ресурсів, а характером взаємозв'язків між ними. У найманих самоефективність інтегрована у систему благополуччя і пов'язана з результатотоцентричною мотивацією – що відповідає теорії самодетермінації (Deci & Ryan, 2000). У підприємців самоефективність функціонує як відокремлений ресурс, що підтримує поведінкову активність незалежно від емоційного стану. Цей феномен перегукується з дослідженнями Stephan (2018), яка виявила, що ресурси підприємців є менш інтегрованими, але більш стабільними у кризових умовах. Схожі висновки підтверджують Hartmann et al. (2022) у контексті психологічної стійкості під час пандемії.

3.4. Психологічний профіль підприємця в умовах воєнного стану

На основі всього масиву емпіричних даних формується інтегральний психологічний профіль підприємця, який продовжував вести бізнес в умовах повномасштабного воєнного стану в Україні. Профіль охоплює чотири компоненти: ресурсний, мотиваційний, поведінковий і соціально-когнітивний. Важливо розуміти: профіль є дескриптивним, а не нормативним – він описує реальний стан вибірки, а не «ідеального підприємця». Він характеризує підприємців малого і середнього бізнесу, які продовжили діяльність і погодились на участь в опитуванні, – тобто певною мірою вже «відфільтровану» вибірку.

Ресурсний компонент: самоефективність та суб'єктивне благополуччя

Центральним ресурсним показником є рівень самоефективності за шкалою SOSES (Rigotti et al., 2008). Підприємці цього дослідження є вибіркою людей із достатнім ресурсним потенціалом: $M = 26.76$ ($Mdn = 26$, $SD = 3.88$) при максимально можливих 36 балах за шкалою. 43,9% досліджуваних мають високий рівень самоефективності (понад 27 балів), 53,7% – середній (19–27 балів), і лише 2,4% виявили низький рівень.

Ключова якісна характеристика цього ресурсу – функціональна автономність. На відміну від найманих працівників, у яких самоефективність значуще корелює із суб'єктивним благополуччям ($r = .312$, $p = .029$), у підприємців цей зв'язок відсутній ($r = .252$, $p = .112$). Самоефективність не пов'язана також з жодною мотиваційною субшкалою (усі $p > .07$). Підприємець підтримує впевненість у власній компетентності незалежно від поточного емоційного стану. Hobfoll (1989) та Stephan (2018) розглядають таку автономність ресурсу як ознаку психологічної стійкості в кризових умовах.

Суб'єктивне благополуччя підприємців (BBC-SWB: $M = 79.39$, $SD = 10.56$) знаходиться у нормативному діапазоні (77–91 балів за нормами Карамушка та ін., 2023). Усі три субшкали відповідають нормі, однак Психологічне благополуччя (задоволеність і позитивні переживання: $M = 40.41$) перебуває на нижній межі норми (40–47). Це прихований індикатор тривалого воєнного стресу при збереженні загальної психологічної стабільності. Зниження показника BBS-1 не є ізольованим результатом. Подібну картину описують Карамушка (2024) та Stephan (2018): в умовах тривалого стресового навантаження насамперед знижується емоційно-оцінювальний компонент благополуччя, тоді як загальна функціональність особистості може зберігатися. Узагальнені описові показники самоефективності та суб'єктивного благополуччя в обох групах наведено в таблиці 3.3 нижче.

Таблиця 3.3

Психологічний ресурсний профіль підприємців (n = 41)

Показник профілю	Підприємці (n = 41)	Нормативний діапазон	Інтерпретація
SOSES – самоефективність	M = 26.76; Mdn = 26; SD = 3.88	Середній: 19–27; Високий: > 27	43,9% – високий; 53,7% – середній
BBC-SWB – суб'єктивне благополуччя	M = 79.39; Mdn = 80; SD = 10.56	Норма: 77–91	Відповідає нормі; нижня межа – ознака стресу
BBS-1 – психологічне благополуччя	M = 40.41; Mdn = 40; SD = 6.18	Норма: 40–47	На нижній межі норми
BBS-2 – фізичне здоров'я	M = 21.46; Mdn = 22; SD = 3.32	Норма: 21–25	Відповідає нормі
BBS-3 – якість стосунків	M = 17.51; Mdn = 18; SD = 3.83	Норма: 17–20	Відповідає нормі

Примітка. Нормативні діапазони для BBC-SWB наведено за: Карамушка та ін. (2023). SOSES – Rigotti et al. (2008). M – середнє; Mdn – медіана; SD – стандартне відхилення.

Мотиваційний компонент: тріада Свобода–Результат–Процес

Мотиваційний профіль підприємців є найбільш виразною прикладно значущою знахідкою. Аналіз субшкал методики Потьомкіної виявив чітку ієрархію орієнтацій. На першому місці – свобода (M = 7.15, 72% від

максимуму): прагнення незалежності і самостійності у прийнятті рішень. На другому – результат ($M = 6.93$, 69%): виражена цілеспрямованість і фокусованість на досягненнях. Ця ієрархія відповідає класичним описам підприємницького типу особистості (Frese & Gielnik, 2023; Baron, 2007).

Особливо важливою є позиція на третьому місці – орієнтація на процес ($M = 6.32$, 63%). Саме ця субшкала є єдиним мотиваційним показником, що статистично значуще відрізняє підприємців від найманих працівників: $U = 741$, $p = .030$, $r = .263$. У найманих орієнтація на процес є нижчою ($M = 5.45$). Підприємець отримує задоволення від самої діяльності незалежно від фінансового результату. Десі та Ryan (2000) показали, що внутрішня мотивація є більш стійким ресурсом, ніж зовнішня. В умовах воєнного стресу, коли фінансові результати нестабільні, орієнтація на процес слугує стабілізатором підприємницької активності.

На протилежному кінці шкали – влада ($M = 3.54$) і гроші ($M = 3.02$). Це спростовує стереотипне уявлення про підприємця як людину, що керується виключно корисливими мотивами. Комбінація «Свобода → Результат → Процес» при мінімальній грошовій орієнтації відповідає концепції автотелічного підприємництва (Csikszentmihalyi, 1990): бізнес постає не лише як інструмент заробітку, а як спосіб самореалізації.

Поведінковий компонент: стратегія, планування та фінансова поведінка

Більше половини підприємців (53,6%) обрали проактивну реакцію на кризу: 34,1% – активну адаптацію і зміну бізнес-моделі, 19,5% – розширення і пошук нових можливостей. 70,7% мають горизонт планування не менше трьох місяців, і лише 7,3% обмежуються ситуативним плануванням «день–тиждень». Підприємці значуще відрізняються від найманих за горизонтом планування ($\chi^2(3) = 10.4$, $p = .015$, $V = .340$): серед найманих лише 36,7%

планують на квартал і більше. Стратегічне мислення – маркер підприємницької ідентичності.

Фінансова поведінка підприємців є обережною і переважно самодостатньою: 34,1% уникають боргових зобов'язань, 31,7% розраховують виключно на власні ресурси. Водночас 72,1% так чи інакше спрямовують частину прибутку на розвиток або резервування – ознака стратегічного, а не виживального фінансового мислення.

Поведінковий профіль підприємців: домінуючі відповіді за ключовими питаннями анкети ($n = 41$) наданий у Додатку К.

Соціальний та когнітивний компоненти

Соціальний вимір профілю поєднує індивідуальну відповідальність з командною орієнтацією. 43,9% підприємців назвали внутрішню мотивацію та любов до справи головним ресурсом продовження діяльності, 34,1% — економічну потребу, 22,0% — відповідальність перед командою. Особливо показовим є ставлення до жертвовності: 65,8% підприємців хоча б раз жертвували прибутком заради збереження команди. Вибір є свідомим і автономним — на відміну від найманих, у яких альтруїзм обернено корелює із задоволеністю фізичним здоров'ям ($\rho = -.303$, $p = .035$).

Когнітивний вимір охоплює переконання, пов'язані з контролем і впевненістю. 78,1% підприємців оцінюють впевненість у виживанні бізнесу позитивно. Запитання 1.21 є найбільш психологічно інформативним: воно корелює із загальним суб'єктивним благополуччям ($\rho = .362$, $p = .020$), якістю стосунків ($\rho = .442$, $p = .004$) і самоефективністю ($\rho = .301$, $p = .056$ — тенденція), охоплюючи три виміри, що діють одночасно. 43,9% підприємців пов'язують успіх переважно з власними зусиллями; ставлення до кризи як до можливості поділяють 44%. Ця конфігурація — внутрішній локус, процес-орієнтація і готовність бачити у виклику ресурс — створює психологічну основу адаптивної підприємницької поведінки (Hamzah & Othman, 2023).

Таблиця 3.4

Зведений психологічний профіль підприємця в умовах воєнного стану

Компонент	Зміст профілю
Ресурсний	SOSES ≥ 24 (середній-високий рівень); самоефективність функціонує відносно автономно – не залежить від благополуччя; BBC-SWB ≥ 70 (у нормативному діапазоні). BBS-1 на нижній межі норми – прихований індикатор стресу.
Мотиваційний	Ієрархія: Свобода (M = 7.15) $\rightarrow$ Результат (M = 6.93) $\rightarrow$ Процес (M = 6.32). Орієнтація на процес – диференціювальний маркер ($p = .030$ проти найманих). Низька грошова орієнтація (M = 3.02).
Поведінковий	Домінуюча стратегія: активна адаптація (34,1%) або розширення (19,5%) – разом 53,6% проактивна реакція. Горизонт планування: 70,7% – квартал і більше. Фінансова поведінка: комбінування розвитку і резерву (34,1%), уникання боргів (34,1%).
Соціальний	43,9% – внутрішня мотивація; 65,8% хоча б раз жертвували прибутком заради команди; 17,1% – командний локус контролю. Альтруїстична орієнтація не пов'язана з виснаженням.
Когнітивний	78,1% впевнені у виживанні бізнесу; 44% розглядають кризу як можливість; 43,9% – внутрішній локус контролю. Запитання 1.21 є найбільш інформативним скринінговим показником.

3.5. Практичні рекомендації з психологічної підтримки підприємців та оптимізації їхньої економічної поведінки

Практичний підрозділ має подвійне призначення. З одного боку – підсумувати емпіричні знахідки у формі, доступній для безпосереднього застосування психологами-практиками, бізнес-інкубаторами і грантовими комісіями. З іншого – запропонувати авторський інструмент – Індекс адаптивного підприємця (ІАП), – що перетворює описовий психологічний профіль на вимірювану величину. Усі рекомендації є прямим виведенням із результатів емпіричного дослідження.

Індекс адаптивного підприємця (ІАП)

На основі ієрархії предикторів, встановленої у попередніх підрозділах, розроблено композитний Індекс адаптивного підприємця (ІАП) – зважену суму шести нормованих показників. Ваги кожного показника визначались його диференційною силою в дослідженні. Важливо підкреслити: ваги мають евристичний характер і ґрунтуються на теоретичній значущості та емпіричній диференційній силі показників у межах цього дослідження. Індекс є дослідницьким інструментом і потребує валідизації на ширшій вибірці ($n \geq 200$).

Формула ІАП: $ІАП = 0.30 \times \text{Самоефективність_норм} + 0.20 \times \text{Процес} + 0.15 \times \text{Свобода} + 0.15 \times \text{Горизонт_планування_норм} + 0.10 \times \text{Впевненість} + 0.10 \times \text{Стратегія}$

Кожен показник нормується до шкали 0–10: *Самоефективність* = $(\text{SOSES_sum} - 6) / 30 \times 10$. *Впевненість* та *Стратегія* кодуються бінарно: «Скоріше / Повністю впевнений(а)» = 10; «Важко сказати» = 5; «Невпевнений(а)» = 0. «Активна адаптація / Розширення» = 10; «Скорочення» = 3; «Збереження без змін» = 0.

Таблиця 3.5

Компоненти Індексу адаптивного підприємця: ваги та значення у вибірці
(n = 41)

Компонент	Показник	Вага (w)	Значення у вибірці	Норм. значення /10	Внесок у ІАП
Ресурсний	Самоефективність (SOSES_sum)	0.30	(26.76–6)/30	6,92	2,08
Мотиваційний	Процес	0.20	6,32/10	6,32	1,26
Мотиваційний	Свобода	0.15	7,15/10	7,15	1,07
Поведінковий	Горизонт планування	0.15	70,7% квартал+	7,07	1,06
Когнітивний	Впевненість (Q1.21)	0.10	78,1% позитивна	7,80	0.78
Поведінковий	Стратегія (Q1.10)	0.10	53,6% проактивна	5,37	0.54
РАЗОМ	–	1,00	–	–	6,79 / 10

Примітка. Шкала 0–10: $\geq 7,0$ – висока адаптивність; 5,0–6,9 – помірна; $< 5,0$ – потребує підтримки. ІАП є дослідницьким орієнтиром, а не відбірковим критерієм.

Значення ІАП у вибірці підприємців становить 6,79 / 10 – що відповідає зоні помірної адаптивності (5,0–6,9). Цей показник може слугувати орієнтовним нормативом для порівняння. Важливе методологічне

застереження: ІАП – це скринінговий орієнтир для психолога, а не автономний відбіркового критерій. Низький індекс означає «потребує підтримки», а не «не підходить». Інструмент не замінює рішення людини.

Таблиця 3.6

Інтерпретація рівнів ІАП та рекомендовані рішення

Рівень ІАП	Значення	Характеристика	Рекомендоване рішення
Високий	$\geq 7,0$	Відповідає профілю адаптивного підприємця	Відбір + стандартна програма
Середній	5,0–6,9	Є підприємницький потенціал, але є зони ризику	Відбір + посилений супровід
Низький	$< 5,0$	Суттєва невідповідність профілю	Підготовчий модуль перед програмою

Примітка. Межі рівнів встановлено орієнтовно на основі розподілу вибірки і потребують перегляду після апробації на ширшій вибірці ($n \geq 200$).

Скринінговий психодіагностичний комплекс для оцінки адаптивного потенціалу підприємця

Для практичного використання ІАП необхідна стандартизована скринінгова батарея, що дозволяє розрахувати індекс за 20–25 хвилин. Розроблений комплекс охоплює сім інструментів. Перші шість формують ІАП; сьомий (BBC-SWB) виконує функцію моніторингу ризику виснаження.

Таблиця 3.7

Скринінговий психодіагностичний комплекс для оцінки адаптивного потенціалу підприємця

Інструмент (пріоритет)	Що вимірює	Маркер адаптивності	Тривожний сигнал	Час (хв.)	Входить до ІАП
1. SOSES	Самоефективність	≥ 24 бали	< 18 балів	5	Так
2. Процес за методикою Потьомкіної	Процес-орієнтація	≥ 6 балів	< 4 балів	3	Так
3. Свобода за методикою Потьомкіної	Автономія	≥ 6 балів	< 4 балів	3	Так
4. Пит.1.21 – Впевненість	Суб'єктивна стійкість	Скоріше / Повністю впевнений(а)	Значні сумніви / критично	1	Так
5. Пит.1.11 – Горизонт	Стратегічне мислення	Квартал і більше	День–тиждень	1	Так
6. Пит.1.10 – Стратегія	Тип реакції на кризу	Адаптація / розширення	Лише збереження	1	Так
7. BBC-SWB (моніторинг)	Ризик виснаження	$BBC \geq 70$	$BBS-1 < 36$	10	Ні
Загальний час	—	—	—	~24	—

Примітка. SOSES – Rigotti et al. (2008); Потьомкіна – класична методика; BBC-SWB – Карамушка та ін. (2023). Питання 1.21, 1.11, 1.10 – з авторської анкети економічної поведінки.

Психолого-просвітницька програма «Ресурс підприємця»

На основі виявленого профілю розроблено програму психологічного супроводу «Ресурс підприємця». Принципова відмінність від стандартних бізнес-тренінгів – фокус не на навичках, а на психологічних ресурсах: зміцненні самоефективності, розвитку процес-орієнтації та стратегічного мислення. Програма має просвітницький і розвивальний характер – це не психотерапія і не психокорекція. Для її ведення достатньо компетентностей практичного або організаційного психолога.

Цільова аудиторія: підприємці малого і середнього бізнесу з ІАП у діапазоні 5,0–8,0. Підприємцям із ІАП < 5,0 рекомендується індивідуальний підготовчий супровід перед груповою програмою. Формат: груповий (8–12 осіб) з 2–3 індивідуальними сесіями для учасників із зонами ризику (SOSES < 24 або BBC-SWB < 65).

Важливо, що програма не передбачає оцінювання підприємця за принципом «придатний / непридатний». Її завдання полягає у виявленні сильних сторін і зон ризику, які можуть бути посилені через групову роботу, рефлексію власного досвіду та підтримку з боку інших підприємців. Структуру програми «Ресурс підприємця» подано в таблиці 3.8

Таблиця 3.8

Структура програми «Ресурс підприємця» (5 модулів + індивідуальний супровід)

Модуль	Тривалість	Зміст та методи	Цільовий показник
Мій мотиваційний профіль	2 год.	Діагностика субшкал Потьомкіної; усвідомлення тріади Свобода–Результат–Процес; рефлексія «Навіщо мені цей бізнес?»; вправа на розмежування автентичної мотивації і зовнішнього тиску	Процес ↑; Свобода – усвідомлення
Автономна самоефективність	2 год.	КПТ-техніки зміцнення компетентнісної впевненості; аналіз власних кризових кейсів («Де я вже впорався?»); вправа «Малі перемоги»; моделювання рішень в умовах невизначеності	SOSSES ↑ (незалежно від BBC)

Цінність процесуальної мотивації	1,5 год.	Техніки стану потоку за Чиксентміхайї; переструктурування цілей від «виживати» до «розвиватися»; вправа «Що мені подобається незалежно від результату?»	Процес ↑; внутрішня мотивація
Стратегічне мислення в умовах невизначеності	2 год.	Сценарне планування (3 сценарії × 3 місяці); канва бізнес-моделі (Lean Canvas) в кризових умовах; підвищення горизонту планування через конкретний план на квартал	Горизонт планування ↑; Q1.21 ↑
Команда і підтримка без виснаження	1,5 год.	Розмежування здорової жертвності від вигорання; Mastermind- коло серед підприємців (8–12 осіб); профілактика прихованого емоційного виснаження	BBS-1 ↑; BBS-3 ↑

Індивідуальні сесії (2–3)	3–4,5 год.	Для підприємців із SOSES < 24 або BBC < 65: поглиблена КПТ-робота, кейс-супровід, менторинг від досвідченого підприємця	SOSES ↑; ІАП ↑
Загальний обсяг	9–12,5 год.	Груповий формат 8–12 осіб + індивідуальні сесії	ІАП ≥ 7,0

Примітка. ↑ – цільовий напрям змін показника після проходження модуля. Програма потребує апробації у форматі дослідження до/після (pre/post). Не є психотерапевтичним втручанням.

Дослідження показало: субшкала якості стосунків BBS-3 є значущим корелятом впевненості підприємця у майбутньому ($p = .442$, $p = .004$). Це означає: підтримуючі горизонтальні зв'язки з іншими підприємцями – психологічно обґрунтований інструмент стійкості. Щотижневі Mastermind-групи мають бути не факультативним, а обов'язковим структурним компонентом програми. Схожі формати успішно застосовувалися під час COVID-19 (St-Jean et al., 2023). Повну структуру психолого-просвітницької програми «Ресурс підприємця» подано в Додатку Н.

Рекомендації для різних рівнів підтримки

Для підприємців: центральна рекомендація – усвідомлення того, що самоефективність є відносно автономним ресурсом. Вона не потребує «чекання» покращення емоційного стану. Техніка «малих перемог» (Bandura, 1997) – систематичне фіксування дрібних успішних рішень – є найбільш доступним інструментом для самостійного підвищення Самоефективності.

Підприємцям із нижчою процес-орієнтацією корисно вести щоденник процесу – фіксувати, що приносить задоволення незалежно від фінансового результату.

Для психологів-практиків: ключова настанова – не ототожнювати зовнішню активність підприємця з відсутністю виснаження. 36,6% підприємців стали більш обережними у фінансовому ризику, а Психологічне благополуччя (BBS-1) перебуває на нижній межі норми ($M = 40.41$ при нормі 40–47). Це ознаки прихованого стресу за збереженої зовнішньої активності. Психолог має діагностувати те, що маскується продуктивністю.

Для бізнес-інкубаторів і грантових організацій: впровадити психологічний скринінг на етапі відбору учасників. Передбачити диференційовані траєкторії: стандартну ($ІАП \geq 7,0$), з посиленням супроводом ($ІАП 5,0-6,9$) і підготовчу ($ІАП < 5,0$). Психологічний супровід інтегрувати як наскрізний компонент, а не окремий захід. Повторна діагностика через 3 і 6 місяців дає змогу відстежувати динаміку ІАП.

Адаптація програми для ветеранів

Окремим напрямом є ветеранські підприємницькі програми. Феномен підприємництва під час і після збройного конфлікту привертає зростаючу увагу дослідників (Rugina & Klyver, 2025; Klyver, Steffens та Honig, 2022): ветерани нерідко демонструють підвищену орієнтацію на смисл і результат, що є ресурсом підприємницької мотивації. Теоретичне підґрунтя – концепція посттравматичного зростання (Tedeschi & Calhoun, 1996): надважкий досвід може стати джерелом нової підприємницької ідентичності.

Разом із тим ветерани стикаються зі специфічними викликами: ПТСР або субклінічний стрес знижують Самоефективність і Суб'єктивне благополуччя; командно-ієрархічна культура суперечить підприємницькій автономії. Для відбору ветеранів рекомендується знизити Самоефективність (SOSSES)-поріг до ≥ 20 балів (замість ≥ 24 для цивільних) і підвищити вагу

орієнтації на результат і внутрішнього локусу контролю як компенсуючих ресурсів.

Таблиця 3.9

Адаптована програма для ветеранів, які прагнуть стати підприємцями

Модуль	Тривалість	Специфіка для ветеранів	Зв'язок із профілем	Ключовий метод
Від військового до підприємця	3 год.	Перехід від ієрархічної до автономної культури рішень; підприємницька ідентичність після служби	Свобода ↑; локус → внутрішній	Рольова гра «Рішення без наказу»
Ресурс стійкості	3 год.	Посттравматичне зростання (PTG – Post-Traumatic Growth): бойовий досвід як ресурс підприємця; техніки стабілізації самоефективності при ПТСР-симптомах	SOSES ↑; BBC → норма	Наратив «Мій бойовий кейс у бізнесі»

Бізнес-план за 48 годин	4 год.	канва бізнес- моделі (Lean Canvas); сценарний аналіз 3 місяці; перший клієнт за тиждень; горизонт від 0 до кварталу	Горизонт планування ↑; Q1.21 ↑	Воркшоп із реальним кейсом
Ветеранська спільнота (Mastermind)	2 год./тиж.	Підтримка у форматі «рівний — рівному» серед ветеранів- підприємців; обмін кейсами; підприємець- ментор	BBS-3 ↑; BBS-1 ↑	Щотижневі кола підтримки

Примітка. PTG (Post-Traumatic Growth) – посттравматичне зростання (Tedeschi & Calhoun, 1996). Mastermind-група – формат груп взаємопідтримки серед рівних (підтримка у форматі «рівний — рівному»). Програма потребує участі психолога з досвідом роботи з травмою як ко-фасилітатора. Адаптовану програму психологічного супроводу ветеранів подано в Додатку II.

Отримані рекомендації можуть бути безпосередньо впроваджені у діяльність бізнес-інкубаторів, ветеранських бізнес-програм та державних ініціатив з підтримки підприємництва. Їхня практична цінність – у конкретному вимірюваному інструменті (ІАП), диференційованому алгоритмі відбору та психологічно обґрунтованій програмі супроводу. Подальші

дослідження мають включати лонгітюдну перевірку прогностичної валідності ІАП і апробацію програми «Ресурс підприємця» у форматі дизайну до/після (pre/post).

3.6. Порівняння результатів з результатами попередніх досліджень

Отримані у цьому дослідженні результати набувають наукового виміру лише тоді, коли розглядаються у контексті попередніх досліджень. Зіставлення власних знахідок з уже накопиченою доказовою базою дозволяє оцінити, що є підтвердженням відомих закономірностей, а що – новим, специфічним для воєнного контексту результатом.

Порівняння щодо рівнів психологічних ресурсів

Центральний результат цього дослідження – відсутність значущих відмінностей між підприємцями і найманими за рівнями самоефективності, суб'єктивного благополуччя та мотиваційних установок – суперечить частині наявних досліджень, але узгоджується з іншими. Hamzah та Othman (2023), досліджуючи малайзійських підприємців, виявили значуще вищий рівень самоефективності у підприємців порівняно із загальною популяцією. Однак важливо зазначити: ці дані отримані в мирних умовах без зовнішнього стресу, порівняльна вибірка не була зрівняна за контекстом загрози. В умовах хронічного стресу збройного конфлікту, як показує дослідження Piotrowski та ін. (2023) на вибірці жінок з України, Польщі та Румунії, рівень самоефективності у різних групах може вирівнюватись – оскільки стрес виступає нівелюючим фактором.

Stephan, Rauch та Hatak (2023) у метааналізі 319 ефектів із 94 досліджень у 82 країнах встановили: перевага підприємців над найманими за суб'єктивним благополуччям значно менш виражена або повністю зникає в інституційно слабких або кризових контекстах. Отриманий у цьому дослідженні результат – BBC-SWB = 79,39 у підприємців проти 79,00 у найманих працівників ($p = .679$) – прямо підтверджує цей висновок. Воєнний

контекст є якраз тим кризовим середовищем, де відмінності у благополуччі між групами стираються.

Backman та ін. (2023), вивчаючи 1 254 шведських підприємців і найманих під час пандемії COVID-19, виявили: у гострій фазі кризи підприємці демонструють нижче благополуччя, ніж наймані, а не вище. Це є ще одним свідченням того, що кризовий контекст суттєво модифікує психологічні відмінності між групами. Результати цього дослідження узгоджуються з цими висновками і доповнюють їх специфічно воєнним контекстом.

Порівняння щодо мотиваційного профілю

Знахідка про домінування орієнтації на Свободу і Результат при мінімальній орієнтації на Гроші узгоджується з класичними дослідженнями підприємницької мотивації. Deci та Ryan (2000) у теорії самодетермінації постулюють: автономна (внутрішня) мотивація є більш стійким ресурсом, ніж зовнішня. Shir, Nikolaev і Wincent (2019), порівнюючи 900 шведських підприємців і найманих, підтвердили: задоволення базових психологічних потреб – автономії і компетентності – є значуще вищим у підприємців. Frese та Gielnik (2023) у нещодавньому огляді підкреслюють: підприємницька активність за своєю суттю є проактивною і внутрішньо мотивованою. Орієнтація на процес ($M = 6.32$ у підприємців проти $M = 5.45$ у найманих) відображає саме цю внутрішню мотиваційну природу підприємництва.

Водночас отримані результати уточнюють цю картину. Мамчур, Міненко та Мельничук (2024), досліджуючи економічну свідомість українців в умовах воєнного стану, зафіксували суттєву трансформацію мотиваційних пріоритетів: на передній план виходять цінності збереження, відповідальності та внутрішнього смислу. Низька орієнтація на Гроші ($M = 3.02$) у підприємців цього дослідження цілком відповідає цій трансформації. Малхазов (2025) у методологічному аналізі підкреслює: прогнозування економічної поведінки в умовах системної кризи потребує врахування мотиваційних сценаріїв,

відмінних від стандартних. Саме така нестандартна конфігурація – внутрішня мотивація понад фінансовою – і виявлена у цьому дослідженні.

Порівняння щодо функціональної автономності самоефективності

Феномен відносної автономності самоефективності від благополуччя у підприємців ($p = .252$, $p = .112$ проти $p = .312$, $p = .029$ у найманих) є найбільш оригінальною знахідкою цього дослідження. Порівняння з наявними даними дозволяє оцінити, наскільки вона є новою.

Stephan (2018) у систематичному огляді 144 досліджень зазначає: психологічні ресурси підприємців функціонують інакше, ніж у найманих працівників, і моделі, розроблені для найманих вибірок, не можна автоматично переносити на підприємців. Дослідниця виявила, що зв'язок між самоефективністю і благополуччям у підприємців є слабшим і нестабільнішим, ніж прогнозується класичними моделями. Це прямо узгоджується з результатами цього дослідження. St-Jean та Tremblay (2023), вивчаючи 496 підприємців під час COVID-19, виявили: реляційні ресурси (якість стосунків) є сильнішими предикторами благополуччя, ніж ресурсно-компетентнісні – що також відображає відносну відокремленість самоефективності від загального благополуччя.

Hobfoll (1989) у теорії збереження ресурсів пропонує теоретичне пояснення цього феномену: в умовах хронічного стресу психологічна система виробляє захисну реакцію – «розщеплення» ресурсів на більш і менш захищені. Самоефективність, як ресурс, що безпосередньо забезпечує поведінкову активність, виявляється більш захищеним і відносно ізольованим від загального емоційного стану. Nadad та Shaked (2025), досліджуючи 363 підприємців в Ізраїлі після атаки 7 жовтня 2023 р., отримали схожий результат: психологічна стійкість і надія функціонували як захисні ресурси незалежно від рівня дистресу – що є паралельним феноменом до виявленої автономності самоефективності.

Разом із тим необхідно підкреслити: Z-тест Фішера не підтвердив статистичної достовірності міжгрупової різниці у кореляціях ($z = -.297$, $p =$

.766). Дослідження, з якими зіставляються отримані результати, також рідко перевіряють цю гіпотезу прямими статистичними методами. Таким чином, виявлена тенденція є теоретично узгодженою та практично значущою, проте потребує підтвердження на ширших вибірках.

Порівняння щодо поведінкових характеристик

Результати порівняльного аналізу поведінкових показників цілком узгоджуються з даними попередніх досліджень. Doern, Williams та Vorley (2019) у систематичному огляді підкреслюють: підприємці в умовах кризи частіше вдаються до проактивних стратегій, ніж наймані працівники. У цьому дослідженні 53,6% підприємців обрали активну адаптацію або розширення – що узгоджується з цим висновком.

Obłój та Voronovska (2024), вивчаючи адаптацію українських компаній під час повномасштабного вторгнення, виявили: ключовою характеристикою успішного перелаштування бізнес-моделі є здатність керівника до швидкого переосмислення ситуації і стратегічного горизонту. В цьому дослідженні 70,7% підприємців зберегли горизонт планування квартал і більше – що є прямим підтвердженням збереження стратегічного мислення навіть в умовах гострої кризи. Rugina та Klyver (2025), аналізуючи жінок-підприємців в Україні, виявили: підприємницька активність у воєнний час нерідко посилюється мотивами соціальної місії – і результат про 65,8% підприємців, які жертвували прибутком заради команди, узгоджується з цим висновком.

Klyver, Steffens та Honig (2022), вивчаючи підприємницьку адаптацію серед українських біженців, встановили: новизна підприємницьких ідей у кризових умовах пов'язана з когнітивною гнучкістю і попереднім досвідом. Зв'язок між горизонтом планування і підприємницьким стажем у цьому дослідженні ($\chi^2(3) = 10.4$, $p = .015$) підтверджує роль досвіду як ресурсу адаптивності.

Порівняння щодо жертовності та альтруїзму

Особливо показовим є зіставлення результатів про жертовність підприємців. Мамчур та ін. (2024) зафіксували: в умовах воєнного стану

підприємці України демонструють підвищену соціальну орієнтацію і готовність жертвувати особистою вигодою на користь колективу чи суспільства. Дані цього дослідження підтверджують цю тенденцію: 65,8% підприємців хоча б раз жертвували прибутком. Водночас, на відміну від найманих, ця жертвовність у підприємців не пов'язана з психологічним виснаженням (відсутній значущий зв'язок альтруїзму та якістю стосунків). Це є важливим диференціюючим результатом, що потребує подальшого вивчення.

Загальна оцінка узгодженості результатів

Підсумовуючи, результати цього дослідження є переважно узгодженими з наявною науковою базою. Виявлені відмінності у структурі взаємозв'язків між ресурсами – а не в їхньому рівні – узгоджуються з ключовими висновками Stephan (2018), Hartmann та ін. (2022), St-Jean та Tremblay (2023). Тенденція до автономного функціонування самоефективності є теоретично обґрунтованою і відображає адаптивний феномен, описаний у теорії збереження ресурсів Hobfoll (1989). Оригінальним внеском цього дослідження є: (а) перевірка цих гіпотез у специфічно воєнному контексті в Україні; (б) застосування стандартизованого порівняльного дизайну з трьома психодіагностичними методиками; (в) розробка ІАП як першого евристичного скринінгового інструменту для практики. Обмеження полягають у відносно невеликій вибірці та цільовому рекрутингу, що знижує можливість узагальнень. Перевірка на ширших і більш репрезентативних вибірках є необхідним наступним кроком.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ III

Емпіричне дослідження, результати якого систематизовано у Розділі III, дало змогу перевірити центральну гіпотезу роботи та отримати знахідки, що мають як теоретичне, так і прикладне значення. Нижче узагальнено ключові положення, встановлені за результатами аналізу даних 90 досліджуваних – підприємців ($n = 41$) і найманих працівників ($n = 49$).

1. Надійність психодіагностичного інструментарію підтверджено на вибірці дослідження. Коефіцієнт α Кронбаха для SOSES становить .840 у підприємців і .866 у найманих; для BBC-SWB — .916. Усі показники перевищують прийнятний поріг .70, що свідчить про придатність методик для вимірювання відповідних конструктів в умовах воєнного стресу.

2. Гіпотеза дослідження отримала часткове емпіричне підтвердження. Підприємці і наймані відрізняються не стільки за абсолютним рівнем психологічних ресурсів, скільки за характером взаємозв'язків між ними. Жодної значущої різниці між групами не виявлено за Самоефективність ($U = 778$, $p = .065$), Суб'єктивне благополуччя ($p = .679$) та Мотивація ($p = 1.000$). Натомість у найманих працівників Самоефективність значуще пов'язана з Суб'єктивне благополуччям ($p = .312$, $p = .029$) і орієнтацією на результат ($p = .322$, $p = .024$), тоді як у підприємців ці зв'язки відсутні ($p > .10$). Z-тест Фішера не підтвердив статистичної достовірності міжгрупової різниці ($z = -.297$, $p = .766$), однак якісно відображає різну функціональну роль самоефективності в двох групах.

3. Мотиваційний профіль підприємців є виразним і внутрішньо узгодженим. Домінуюча тріада – Свобода ($M = 7.15$), Результат ($M = 6.93$), Процес ($M = 6.32$) – при мінімальній орієнтації на Гроші ($M = 3.02$) і Владу ($M = 3.54$). Єдиним мотиваційним показником, що статистично значуще відрізняє підприємців від найманих, є орієнтація на процес ($U = 741$, $p = .030$, $r = .263$ –

помірний ефект). У кризових умовах ця установка слугує стабілізатором мотивації незалежно від фінансових результатів.

4. Самоефективність підприємців (SOSSES: $M = 26.76$, $SD = 3.88$) функціонує як відносно автономний психологічний ресурс. Вона не пов'язана зі суб'єктивним благополуччям ($r = .252$, $p = .112$) та жодною мотиваційною субшкалою (усі $p > .07$). Функціональна автономність не є ознакою дисфункції – вона забезпечує підтримку компетентнісної впевненості навіть за несприятливого емоційного фону. Психологічне благополуччя (задоволеність) перебуває на нижній межі норми ($M = 40.41$ при нормі 40–47) – прихований індикатор тривалого воєнного стресу.

5. Виявлено значущі гендерні відмінності в адаптації бізнес-моделі підприємців. $\chi^2(3) = 14.74$, $p = .002$, $V = .600$ – дуже великий ефект. Чоловіки-підприємці частіше обирають суттєву адаптацію бізнес-моделі (55,6%), жінки схильються до часткових змін (60,9%). Водночас жодна психологічна шкала не виявила значущого зв'язку з глибиною адаптації (усі $p > .18$). Адаптація бізнес-моделі у межах цього дослідження виявилася сильніше пов'язаною з поведінковими, демографічними та стратегічними чинниками, ніж із вимірними психологічними шкалами.

6. Змінна «Впевненість у виживанні бізнесу» є найбільш психологічно інформативним одиничним показником. Вона корелює із Суб'єктивним благополуччям ($r = .362$, $p = .020$), Якість стосунків ($r = .442$, $p = .004$) та Самоефективність ($r = .301$, $p = .056$ – тенденція). Одне запитання охоплює три виміри психологічного функціонування. Його прикладна цінність: у ситуаціях обмеженого часу запитання 1.21 може слугувати скринінговим індикатором.

7. Підприємці значуще відрізняються від найманих працівників за горизонтом планування. $\chi^2(3) = 10.4$, $p = .015$, $V = .340$: 70,7% підприємців планують щонайменше на квартал, серед найманих працівників – лише 36,7%.

Стратегічне мислення є маркером підприємницької ідентичності та поведінкової стійкості в умовах невизначеності.

8. Розроблено Індекс адаптивного підприємця (ІАП) – зважений композитний показник (Самоефективність: $w = .30$; Процес: $w = .20$; Свобода: $w = .15$; Горизонт планування: $w = .15$; Впевненість: $w = .10$; Стратегія: $w = .10$). Значення ІАП у вибірці підприємців становить 6,79 / 10. Ваги мають евристичний характер і потребують статистичної валідизації на ширшій вибірці.

9. Розроблено диференційований алгоритм психологічного супроводу підприємців. Він включає скринінгову батарею (7 інструментів, ~24 хвилини) та психолого-просвітницьку програму «Ресурс підприємця» (5 модулів, 9–12,5 годин). Запропоновано адаптацію програми для ветеранів з урахуванням концепції посттравматичного зростання (Tedeschi & Calhoun, 1996) та специфіки переходу від командно-ієрархічної до автономної культури рішень.

Загалом результати дослідження формують цілісну картину психологічної специфіки підприємця в умовах воєнного стану. Вирізняє підприємця не рівень ресурсів, а спосіб їхньої організації: відносно автономна самоефективність, процес-орієнтована мотивація і стратегічне мислення утворюють тріаду адаптивності, що підтримує підприємницьку активність незалежно від зовнішніх обставин. Отримані висновки є теоретичним внеском у психологію підприємництва та емпіричним підґрунтям для розробки психологічно обґрунтованих програм підтримки – для діючих підприємців і тих, хто планує власну справу в умовах поствоєнного відновлення.

ВИСНОВКИ

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена вивченню психологічних чинників економічної поведінки підприємців в умовах повномасштабного воєнного стану в Україні. За результатами теоретичного аналізу та емпіричного дослідження, проведеного на вибірці 90 осіб – підприємців ($n = 41$) і найманих працівників ($n = 49$), – сформульовано такі загальні висновки.

1. Економічна поведінка підприємців є психологічно детермінованим феноменом, у якому мотиви, установки, когнітивні упередження та суб'єктивна оцінка ризику відіграють не меншу роль, ніж об'єктивні ринкові умови. Теоретичний аналіз засвідчив: концепція раціонального вибору неспроможна пояснити реальних рішень підприємців. Поведінкова економіка, концепція ефектуатії та теорія збереження ресурсів утворюють продуктивнішу пояснювальну рамку. Підприємець в умовах невизначеності діє не за логікою передбачення майбутнього, а за логікою контролю наявних ресурсів – психологічних, соціальних і матеріальних.

2. Підприємці і наймані не відрізняються за абсолютним рівнем психологічних ресурсів, однак принципово різняться за структурою взаємозв'язків між ними. Гіпотеза дослідження отримала часткове емпіричне підтвердження: жодної значущої різниці між групами не виявлено за Самоефективність ($U = 778$, $p = .065$), Суб'єктивне благополуччя ($p = .679$) та Мотивація ($p = 1.000$). Обидві групи розміщуються у зоні вище-середнього рівня самоефективності і середнього (нижня межа) рівня благополуччя. Водночас внутрішня архітектура взаємозв'язків між ресурсами є якісно різною. Це спростовує інтуїтивне уявлення про те, що підприємці «просто психологічно сильніші»: вирізняє їх не рівень ресурсів, а спосіб їхньої організації.

3. Самоефективність підприємців функціонує відносно автономно – як стійкий, проте відокремлений психологічний ресурс. У найманих Самоефективність значуще корелює із суб'єктивним благополуччям ($\rho = .312$, $p = .029$) і результатотентричною мотивацією ($\rho = .322$, $p = .024$). У підприємців – ні ($p > .10$ для всіх пар). Z-тест Фішера не підтвердив статистичної достовірності цієї відмінності ($z = -.297$, $p = .766$), що вказує на тенденцію, яка потребує перевірки на ширших вибірках. Функціональна автономність самоефективності – це не дисфункція, а специфічна адаптивна конфігурація, що відповідає логіці збереження ресурсів: підприємець підтримує компетентнісну впевненість незалежно від поточного емоційного фону.

4. Орієнтація на процес праці є ключовим диференціувальним маркером підприємницького мотиваційного профілю. Це єдина субшкала, за якою підприємці статистично значуще відрізняються від найманих працівників: $U = 741$, $p = .030$, $r = .263$ – помірний ефект. Мотиваційна тріада підприємців – Свобода ($M = 7.15$) → Результат ($M = 6.93$) → Процес ($M = 6.32$) – при мінімальних орієнтаціях на Гроші ($M = 3.02$) і Владу ($M = 3.54$) спростовує стереотип про підприємця як людину, що керується виключно фінансовими стимулами. В умовах воєнного стресу, коли фінансові результати нестабільні, орієнтація на процес стає психологічним стабілізатором мотивації – відповідно до теорії самодетермінації.

5. Поведінкові характеристики підприємців якісно відрізняються від характеристик найманих працівників при однаковому рівні психологічних ресурсів. Сім з дев'яти анкетних змінних виявили статистично значущі відмінності між групами, більшість – з великим або дуже великим ефектом (V Крамера від .340 до .912). Підприємці обирають активну адаптацію або розширення бізнесу (53,6% проактивних стратегій), планують на квартал і більше (70,7%), комбінують реінвестування і резервування (34,1%), а 65,8% хоча б раз жертвували прибутком заради збереження команди. Попри

об'єктивно гірші фінансові результати (34% фіксують зниження доходів, тоді як 59% найманих – їх зростання), рівень суб'єктивного благополуччя підприємців є еквівалентним. Це підтверджує феномен психологічної стійкості підприємця в умовах збройного конфлікту.

6. Виявлено ключові когнітивні та соціальні маркери адаптивного підприємця. 78,1% підприємців впевнені у виживанні бізнесу – і це запитання виявилось найбільш психологічно інформативним у всій анкеті: воно корелює з Суб'єктивним благополуччям ($r = .362, p = .020$), Якістю стосунків ($r = .442, p = .004$) і Самоефективністю ($r = .301, p = .056$). Встановлено також значущі гендерні відмінності в адаптації бізнес-моделі: чоловіки частіше обирають суттєву адаптацію бізнес-моделі (55,6%), жінки – часткові зміни (60,9%), $\chi^2(3) = 14.74, p = .002, V = .600$. При цьому жодна психологічна шкала не корелює з глибиною адаптації, що свідчить: у межах цього дослідження адаптація бізнес-моделі виявилася насамперед поведінковим і стратегічним показником, а не прямим наслідком виміряних психологічних шкал.

7. Розроблено Індекс адаптивного підприємця (ІАП) – практичний скринінговий інструмент для бізнес-інкубаторів і грантових програм. ІАП є зваженим композитним показником шести компонентів: самоефективності ($w = .30$), процес-орієнтації ($w = .20$), орієнтації на свободу ($w = .15$), горизонту планування ($w = .15$), суб'єктивної впевненості у виживанні ($w = .10$) і стратегії адаптації ($w = .10$). Значення ІАП у вибірці підприємців – 6,79 / 10. Ваги мають евристичний характер і потребують валідазації на ширшій вибірці ($n \geq 200$). Зона $\geq 7,0$ відповідає профілю адаптивного підприємця; 5,0–6,9 – потребує посиленого психологічного супроводу; $< 5,0$ – підготовчого модуля.

8. Розроблено психолого-просвітницьку програму «Ресурс підприємця» (5 модулів, 9–12,5 годин) та її адаптацію для ветеранів. Програма спрямована на зміцнення самоефективності, розвиток процес-орієнтованої мотивації і стратегічного мислення. Вона не є психотерапевтичним втручанням – для її

ведення достатньо компетентностей практичного або організаційного психолога. Ветеранська адаптація ґрунтується на концепції посттравматичного зростання та враховує специфіку переходу від командно-ієрархічної до автономної підприємницької культури. Практична цінність програми – у поєднанні скринінгу (ІАП) з диференційованим психологічним супроводом.

9. Результати дослідження мають теоретичне і практичне значення, водночас мають методологічні обмеження. Цільова вибірка (не випадкова) знижує репрезентативність. Наявний гендерний дисбаланс між групами (56,1% жінок у підприємців проти 81,6% у найманих працівників). Поперечний дизайн не дозволяє встановлювати причинно-наслідкові зв'язки. ІАП потребує валідаційного дослідження на ширшій вибірці. Програма «Ресурс підприємця» потребує апробації у форматі дослідження до/після (pre/post) з вимірюванням ефективності.

Загалом результати дослідження формують цілісний психологічний портрет підприємця в умовах воєнного стану. Virізняє підприємця не рівень ресурсів, а спосіб їхньої організації: відносно автономна самоефективність, процес-орієнтована мотивація і стратегічне мислення утворюють тріаду адаптивності, яка підтримує підприємницьку активність незалежно від зовнішніх обставин.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з лонгітудною верифікацією прогностичної валідності ІАП, апробацією програми «Ресурс підприємця» у форматі контрольованого дослідження до/після (pre/post), а також із залученням ширших і репрезентативніших вибірок – зокрема підприємців, які припинили бізнес, і ветеранів, що розпочинають підприємницьку діяльність після демобілізації. Важливим напрямом є також міжкраїнне порівняння, яке дозволить відокремити специфічно воєнний контекст від загальних закономірностей підприємницької психологічної адаптації в умовах кризи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Винославська, О., & Кононець, М. (2021). Економічна безпека особистості в умовах пандемії COVID-19. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1(22), 33–44. <https://doi.org/10.31108/2.2021.1.22.4>
2. Воронов, О. І. (2017). *Методика діагностування соціально-психологічних впливів на прийняття державно-управлінських рішень в індетермінованих умовах*. Київ: НАДУ.
3. Дембицька, Н. М., Зубіашвілі, І. К., Лавренко, О. В., & Мельничук, Т. І. (2024). *Психологічні механізми економічної соціалізації особистості: від раннього юнацького до раннього дорослого віку* (монографія). Інститут психології ім. Г. С. Костюка НАПН України.
4. Зайченко, А. (2025). Емоційний вплив на економічні рішення: роль страху, радості, відрази та соціальних емоцій. *Економіка та суспільство*, 71. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-71-99>
5. Зубіашвілі, І. К., & Лавренко, О. В. (2024). Економічна ідентичність як основний психологічний механізм економічної соціалізації учнівської молоді. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 33(3–4), 97–109. <https://doi.org/10.31108/2.2024.3.33.9>
6. Каліна, І. І., & Мазур, Ю. В. (2022). Організаційно-економічний механізм реалізації засад маркетингу на підприємстві в адаптаційний період. *Економічний простір*, 182, 73–78.
7. Карамушка, Л. М. (2021). *Психолого-організаційні детермінанти забезпечення психологічного здоров'я персоналу освітніх організацій в умовах соціальної напруженості: монографія*. Київ – Львів: Видавець Вікторія Кундельська.

8. Карамушка, Л. М. (2023a). *Психічне здоров'я персоналу організацій в умовах війни*. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України.
9. Карамушка, Л. М. (2023b). Суб'єктивне благополуччя персоналу освітніх та наукових організацій в умовах війни: рівень вираженості та зв'язок з копінг-стратегіями. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1(28). <https://doi.org/10.31108/2.2023.1.28.2>
10. Карамушка, Л. М., & Креденцер, О. В. (2020). Аналіз основних психологічних чинників розвитку підприємницької активності персоналу освітніх організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 18(3–4), 54–67. <https://doi.org/10.31108/2.2020.3.21.5>
11. Карамушка, Л. М., Креденцер, О. В., Терещенко, К. В., Лагодзінська, В. І., Івкін, В. М., & Ковальчук, О. С. (2023). *Методики дослідження психічного здоров'я та благополуччя персоналу організацій*. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України.
12. Карамушка, Л. М., & Паршак, О. І. (2020). Роль комерційних організацій у формуванні адекватного ставлення персоналу до грошей. *Актуальні проблеми психології*, 1(57), 37–44.
13. Карамушка, Л. М., & Снігур, Ю. С. (2020). Особливості копінг-стратегій персоналу організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1–2(22), 72–81.
14. Карамушка, Л. М., Терещенко, К. В., & Креденцер, О. В. (2022). Адаптація на українській вибірці методик The Modified BBC Subjective Well-being Scale (BBC-SWB). *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 3–4(27), 85–94. <https://doi.org/10.31108/2.2022.3.27.8>
15. Клименко, Н. Х. (2023). Грошові установки жінок та їх зв'язок із соціально-демографічними, соціально-економічними та організаційно-професійними чинниками. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2–3(29), 39–51. <https://doi.org/10.31108/2.2023.2.29.4>

16. Кононець, М. О., & Кіптик, К. В. (2025). Соціально-психологічні чинники економічної поведінки особистості. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 35(2).
17. Креденцер, О. В. (2023). Професійна самоефективність та її роль у забезпеченні психологічного здоров'я персоналу освітніх організацій в умовах війни. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 29(2–3), 52–64. <https://doi.org/10.31108/2.2023.2.29.5>
18. Кузнєцова, К. О., & Ченуша, О. С. (2023). Емоційний інтелект у поведінковій економіці. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*, 26. <https://doi.org/10.20535/2307-5651.26.2023.287403>
19. Малхазов, О. Р. (2025). Методологія разово-цільового прогнозування ймовірних сценаріїв економічної поведінки. *Журнал соціальної та практичної психології*, 6, 119–124. <https://doi.org/10.32782/psy-2025-6-17>
20. Мамчур, І. В., Міненко, О. О., & Мельничук, І. Я. (2024). Соціально-психологічні особливості економічної свідомості українців в умовах воєнного стану. *Наукові записки. Серія: Психологія*, 3, 41–46. <https://doi.org/10.32782/cusu-psy-2024-3-6>
21. Москаленко, В. В. (2003). Підприємництво як предмет дослідження економічної психології. *Актуальні проблеми психології. Том 1: Економічна психологія*, вип. 11, 17–20.
22. Москаленко, В. В. (2004). *Соціальна психологія: Підручник*. Київ: Центр навчальної літератури.
23. Фера, С. В. (2020). *Економічна психологія: Навчальний посібник*. ФОП Баликіна С. М.
24. Ahmed, A. E., Ucbasaran, D., Cacciotti, G., & Williams, T. A. (2022). Integrating psychological resilience, stress, and coping in entrepreneurship: A critical review and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 497–538. <https://doi.org/10.1177/10422587211046542>
25. Angner, E. (2020). *A course in behavioral economics* (3rd ed.). Bloomsbury Publishing.

26. Bacq, S., Geoghegan, W., Josefy, M., Stevenson, R., & Williams, T. A. (2020). The COVID-19 virtual idea blitz: Marshaling social entrepreneurship to rapidly respond to urgent grand challenges. *Business Horizons*, 63(6), 705–723. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.05.002>
27. Backman, M., Hagen, J., Kekezi, O., Naldi, L., & Wallin, T. (2023). In the eye of the storm: Entrepreneurs and well-being during the COVID-19 crisis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(3), 751–787. <https://doi.org/10.1177/10422587211057028>
28. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W. H. Freeman.
29. Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 167–182. <https://doi.org/10.1002/sej.12>
30. Bergner, S., Auburger, J., & Paleczek, D. (2023). The why and the how: A nexus on how opportunity, risk and personality affect entrepreneurial intention. *Journal of Small Business Management*, 61(6), 2656–2689. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1934849>
31. Blevins, C. A., Weathers, F. W., Davis, M. T., Witte, T. K., & Domino, J. L. (2015). The Posttraumatic Stress Disorder Checklist for DSM-5 (PCL-5): Development and initial psychometric evaluation. *Journal of Traumatic Stress*, 28(6), 489–498. <https://doi.org/10.1002/jts.22059>
32. Bykova, S., Bulavina, O., Purhani, S. H., & Soloviov, A. (2024). The role of emotional intelligence in making successful financial decisions. *Theoretical and Practical Research in Economic Fields*, 15(1), 145–154. [https://doi.org/10.14505/tpref.v15.1\(29\).14](https://doi.org/10.14505/tpref.v15.1(29).14)
33. Csikszentmihalyi, M. (1990). *Flow: The psychology of optimal experience*. Harper & Row.
34. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01

35. Doern, R., Williams, N., & Vorley, T. (2019). Special issue on entrepreneurship and crises: Business as usual? An introduction and review of the literature. *Entrepreneurship & Regional Development*, 31(5–6), 400–412. <https://doi.org/10.1080/08985626.2018.1541590>
36. Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
37. Filyppova, S. V. (2023). Characteristics of evaluating financial literacy and financial behaviour of Ukrainians during the war. *Problems of Economy*, 5, 44–54.
38. Frese, M., & Gielnik, M. M. (2023). The psychology of entrepreneurship: Action and process. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10, 137–164. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-055646>
39. Gamst-Klaussen, T., Steel, P., & Svartdal, F. (2019). Procrastination and personal finances: Exploring the roles of planning and financial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 10, 775. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00775>
40. García-Salirrosas, E. E., Millones-Liza, D. Y., Rondon-Eusebio, R. F., Esponda-Pérez, J. A., Salas-Tenesaca, E. E., Armas-Herrera, R., & Zumba-Zúñiga, M. F. (2025). The interaction between self-efficacy, fear of failure, and entrepreneurial passion: Evidence from business students in emerging economies. *Behavioral Sciences*, 15(7), 951. <https://doi.org/10.3390/bs15070951>
41. Gorgievski, M. J., & Stephan, U. (2016). Advancing the psychology of entrepreneurship: A review of the psychological literature and an introduction. *Applied Psychology*, 65(3), 437–468. <https://doi.org/10.1111/apps.12073>
42. Hadad, S., & Shaked, O. (2025). Entrepreneurship under fire: Psychological distress during armed conflict from a public health perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 22(12), 1866. <https://doi.org/10.3390/ijerph22121866>

43. Hamzah, H., & Othman, A. K. (2023). Locus of control and business success: Mediating effects of entrepreneurial competency. *Frontiers in Psychology*, 13, 958911. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.958911>
44. Hartmann, S., Backmann, J., Newman, A., Brykman, K. M., & Pidduck, R. J. (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *Journal of Small Business Management*, 60(5), 1041–1079. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.2024216>
45. Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
46. Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
47. Kerby, D. S. (2014). The simple difference formula: An approach to teaching nonparametric correlation. *Comprehensive Psychology*, 3, 11.IT.3.1.
48. Klyver, K., & McMullen, J. S. (2025). Rethinking entrepreneurship in causally entangled crises: A poly-crisis perspective. *Journal of Business Venturing*, 40(1), 106459. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2024.106459>
49. Klyver, K., Steffens, P., & Honig, B. (2022). Psychological factors explaining Ukrainian refugee entrepreneurs' venture idea novelty. *Journal of Business Venturing Insights*, 18, e00348. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00348>
50. Kraft, P. S., Günther, C., Kammerlander, N. H., & Lampe, J. (2022). Overconfidence and entrepreneurship: A meta-analysis of different types of overconfidence in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 37(4), 106126. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2022.106207>
51. Kroenke, K., Spitzer, R. L., & Williams, J. B. W. (2001). The PHQ-9: Validity of a brief depression severity measure. *Journal of General Internal Medicine*, 16(9), 606–613. <https://doi.org/10.1046/j.1525-1497.2001.016009606.x>
52. Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, appraisal, and coping*. Springer.

53. Management of Posttraumatic Stress Disorder and Acute Stress Disorder Work Group. (2023). *VA/DoD clinical practice guideline for management of posttraumatic stress disorder and acute stress disorder*. Department of Veterans Affairs & Department of Defense. <https://www.healthquality.va.gov/guidelines/MH/ptsd/>
54. Nayak, P. M., Joshi, H. G., Nayak, M., & Gil, M. T. (2024). The moderating effect of entrepreneurial motivation on the relationship between entrepreneurial intention and behaviour: An extension of the theory of planned behaviour on emerging economy. *F1000Research*, 12, 1585. <https://doi.org/10.12688/f1000research.140675.2>
55. Nieuwenhuis, S., Forstmann, B. U., & Wagenmakers, E.-J. (2011). Erroneous analyses of interactions in neuroscience: A problem of significance. *Nature Neuroscience*, 14(9), 1105–1107. <https://doi.org/10.1038/nn.2886>
56. Obłój, K., & Voronovska, R. (2024). How business pivots during war: Lessons from Ukrainian companies' responses to crisis. *Business Horizons*, 67(1), 93–105. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2023.09.001>
57. Piotrowski, A., Boe, O., Sygit-Kowalkowska, E., Petrovska, I., Predoiu, A., Predoiu, R., & Makarowski, R. (2023). Women during the war: Stress, resilience and self-efficacy during the Russian–Ukrainian war. *European Psychiatry*, 66(S1), S869. <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2023.1350>
58. Pontin, E., Schwannauer, M., Tai, S., & Kinderman, P. (2013). A UK validation of a general measure of subjective well-being: The modified BBC subjective well-being scale (BBC-SWB). *Health and Quality of Life Outcomes*, 11(1), 150. <https://doi.org/10.1186/1477-7525-11-150>
59. Ratten, V. (2021). *COVID-19 and entrepreneurship: Challenges and opportunities for small business*. Routledge.
60. Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European*

- Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.
<https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
61. Rigotti, T., Schyns, B., & Mohr, G. (2008). A short version of the Occupational Self-Efficacy Scale. *Journal of Career Assessment*, 16(2), 238–255. <https://doi.org/10.1177/1069072707305763>
 62. Rojas, M., Watkins-Fassler, K., & Rodríguez-Ariza, L. (2022). The life satisfaction of owner-manager entrepreneurs when the business of business is not only business. *Applied Research in Quality of Life*, 17(4), 2251–2275. <https://doi.org/10.1007/s11482-022-10035-1>
 63. Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80(1), 1–28.
 64. Rugina, S., & Klyver, K. (2025). War and entrepreneurship: Why (“on earth”) do people start businesses in wartime? *Journal of Business Venturing Insights*, 24, e00574. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2025.e00574>
 65. Runst, P., & Thomä, J. (2023). Resilient entrepreneurs? Revisiting the relationship between the Big Five and self-employment. *Small Business Economics*, 61(1), 417–443. <https://doi.org/10.1007/s11187-022-00686-7>
 66. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.5465/amr.2001.4378020>
 67. Saura, J. R., & Bužinskienė, R. (2025). Behavioral economics, artificial intelligence and entrepreneurship: An updated framework for management. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 21, 67. <https://doi.org/10.1007/s11365-025-01076-7>
 68. Sesini, G., & Lozza, E. (2023). Understanding individual attitude to money: A systematic scoping review and research agenda. *Collabra: Psychology*, 9(1), 77305. <https://doi.org/10.1525/collabra.77305>

69. Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226. <https://doi.org/10.5465/amr.2000.2791611>
70. Shir, N., Nikolaev, B., & Wincent, J. (2019). Entrepreneurship and well-being: The role of psychological autonomy, competence, and relatedness. *Journal of Business Venturing*, 34(5), 105875. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.05.002>
71. Song, C., Chen, W., & Pan, H. (2023). The interplay between financial literacy, financial risk tolerance, and financial behaviour: The moderator effect of emotional intelligence. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 913–928. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S398450>
72. Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. *Academy of Management Perspectives*, 32(3), 290–322. <https://doi.org/10.5465/amp.2017.0001>
73. Stephan, U., Rauch, A., & Hatak, I. (2023). Happy entrepreneurs? Everywhere? A meta-analysis of entrepreneurship and wellbeing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(2), 553–593. <https://doi.org/10.1177/10422587211072799>
74. Stephan, U., Zbierowski, P., Pérez-Luño, A., Wach, D., Wiklund, J., McMullen, J. S., Gorgievski, M. J., Shchegolev, V., Cieslik, J., & Belousova, O. (2023). Act or wait-and-see? Adversity, agility, and entrepreneur wellbeing across countries during the COVID-19 pandemic. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(3), 682–723. <https://doi.org/10.1177/10422587221104820>
75. St-Jean, É., Tremblay, M., Janssen, F., Baronet, J., Loue, C., & Mathieu, C. (2023). Turbulence and adaptations to the coronavirus crisis: Resources, coping and effects on stress and wellbeing of entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19, 1013–1039. <https://doi.org/10.1007/s11365-023-00851-8>
76. Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal*

- of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38.
<https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
77. Tedeschi, R. G., & Calhoun, L. G. (1996). The Posttraumatic Growth Inventory: Measuring the positive legacy of trauma. *Journal of Traumatic Stress*, 9(3), 455–471. <https://doi.org/10.1007/BF02103658>
 78. UNDP Ukraine. (2024). *Вплив війни на молодь в Україні (аналітичний звіт)*. https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/2024-12/undp-impact-of-war-on-youth-in-ukraine_0.pdf
 79. Uysal, Ş. K., Karadağ, H., Tuncer, B., & Şahin, F. (2022). Locus of control, need for achievement, and entrepreneurial intention: A moderated mediation model. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100560. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2021.100560>
 80. Villanueva, E., & Martins, I. (2022). Overconfidence, fear of failure, risk-taking and entrepreneurial intention: The behavior of undergraduate students. *Tec Empresarial*, 16(3), 16–33. <https://doi.org/10.18845/te.v16i3.6355>
 81. Wiklund, J., Nikolaev, B., Shir, N., Foo, M.-D., & Bradley, S. (2019). Entrepreneurship and well-being: Past, present, and future. *Journal of Business Venturing*, 34(4), 579–588. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.01.002>
 82. World Bank. (2025). *Monitoring living conditions in Ukraine: 2024 update*. World Bank Group.
 83. Xiao, J. J., & Porto, N. (2019). Present bias and financial behavior. *Financial Planning Review*, 2, e1048. <https://doi.org/10.1002/cfp2.1048>

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Соціодемографічна характеристика вибірки дослідження

До вибірки ввійшли 90 осіб: 41 підприємець малого та середнього бізнесу (Група 1) і 49 найманих працівників (Група 2). Обидві групи перебували в умовах повномасштабного воєнного стану в Україні (2022–2026 рр.) і брали участь у добровільному анонімному онлайн-опитуванні.

Група підприємців (n = 41): жінки - 56,1% (n = 23), чоловіки - 43,9% (n = 18). Вік: 9,8% - 25–34 роки; 43,9% - 35–44 роки; 41,5% - 45–54 роки; 4,9% - 55 і старше. Підприємницький стаж: 7,3% - менше 1 року; 7,3% - 1–3 роки; 14,6% - 4–7 років; 39,0% - 8–15 років; 31,7% - понад 15 років. Сфера: послуги (46,3%), торгівля (22,0%), виробництво (9,8%), ІТ (7,3%), інше (14,6%). Місце проживання: в Україні постійно - 87,8%.

Група найманих працівників (n = 49): жінки - 81,6% (n = 40), чоловіки - 18,4% (n = 9). Вік: 4,1% - до 25 років; 32,7% - 25–34 роки; 36,7% - 35–44 роки; 24,5% - 45–54 роки; 2,0% - 55 і старше. Трудовий стаж: 4,1% - 1–3 роки; 12,2% - 4–7 років; 32,7% - 8–15 років; 42,9% - 15–25 років; 8,2% - понад 25 років. Місце проживання: в Україні постійно - 93,9%.

Табл. А.1

Соціодемографічний профіль вибірки дослідження

Характеристика	Категорія	Підпр. (n=41) n	Підпр. (n=41) %	Наймани (n=49) n	Наймани (n=49) %
Стать	Жінка	23	56,1	40	81,6
	Чоловік	18	43,9	9	18,4
Вік	До 25 років	-	-	2	4,1

Характеристика	Категорія	Підпр. (n=41) n	Підпр. (n=41) %	Наймані (n=49) n	Наймані (n=49) %
	25–34 роки	4	9,8	16	32,7
	35–44 роки	18	43,9	18	36,7
	45–54 роки	17	41,5	12	24,5
	55 і старше	2	4,9	1	2,0
Досвід / стаж	Менше 1 року	3	7,3	-	-
	1–3 роки	3	7,3	2	4,1
	4–7 років	6	14,6	6	12,2
	8–15 років	16	39,0	16	32,7
	15–25 років	-	-	21	42,9
	Понад 15 років	13	31,7	-	-
	Понад 25 років	-	-	4	8,2
Місце проживання	В Україні постійно	36	87,8	46	93,9
	Частково за кордоном	3	7,3	3	6,1
	За кордоном	2	4,9	-	-

ДОДАТОК Б

Авторська анкета дослідження

«Економічна поведінка підприємців в умовах воєнного стану»

Шановний(а) учаснику(це)! Це дослідження проводиться в рамках магістерської роботи з психології та присвячене вивченню психологічних чинників економічної поведінки підприємців в умовах воєнного стану. Участь є добровільною та анонімною. Ваші відповіді використовуватимуться виключно в узагальненому вигляді для наукових цілей. Дякуємо за Ваш час.

БЛОК 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВАС ТА ВАШ БІЗНЕС

1.1. Ваше місце проживання після лютого 2022 року:

- ☐ Постійно проживаю в Україні
- ☐ Проживаю за кордоном
- ☐ Проживаю частково в Україні та частково за кордоном

1.2. Ваша стать:

- ☐ Чоловік
- ☐ Жінка

1.3. Ваш вік:

- ☐ До 25 років
- ☐ 25–34 роки
- ☐ 35–44 роки
- ☐ 45–54 роки
- ☐ 55 років і старше

1.4. Скільки років Ви займаєтесь підприємницькою діяльністю?

- ☐ Менше 1 року
- ☐ 1–3 роки
- ☐ 4–7 років
- ☐ 8–15 років
- ☐ Більше 15 років

1.5. Сфера діяльності Вашого бізнесу (в разі кількох напрямів обирайте основний):

- ☐ Послуги (консалтинг, освіта, краса, здоров'я, право, фінанси, реклама)
- ☐ Торгівля (онлайн / офлайн)
- ☐ IT / технології
- ☐ Виробництво (промислове, ремесла, ручна робота)
- ☐ Будівництво та нерухомість

- ☐ Транспорт та логістика
- ☐ Туризм та гостинність
- ☐ Аграрна сфера
- ☐ Інше: _____

1.6. Оберіть розмір свого підприємства:

- ☐ Самозайнятість (ФОП, річний дохід до 10 млн грн)
- ☐ Мікропідприємство (до 33 млн грн)
- ☐ Мале підприємство (до 377 млн грн)
- ☐ Середнє підприємство (до 1,88 млрд грн)
- ☐ Велике підприємство (понад 1,88 млрд грн)

1.7. Кількість працівників у Вашому бізнесі:

- ☐ 0 осіб (самозайнята особа, працюю сам/сама)
- ☐ 1–9 осіб
- ☐ 10–49 осіб
- ☐ 50–249 осіб
- ☐ 250 і більше осіб

БЛОК 2. СТАН БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

1.8. Як змінився стан Вашого бізнесу після лютого 2022 року?

- ☐ Бізнес продовжує роботу без суттєвих змін
- ☐ Бізнес адаптувався і продовжує роботу зі змінами
- ☐ Бізнес тимчасово призупинив роботу, але відновився
- ☐ Бізнес значно скоротив масштаб діяльності
- ☐ Бізнес припинив роботу

1.9. Як змінився фінансовий результат від підприємницької діяльності протягом останніх 4 років?

- ☐ Доходи вирости і перевищили довоєнний рівень
- ☐ Доходи не змінилися і залишилися на довоєнному рівні
- ☐ Доходи зменшилися і не відновилися до довоєнного рівня
- ☐ Доходи нестабільні, можуть зростати чи зменшуватися

1.10. Яка стратегія була основною для Вашого бізнесу з початком повномасштабної війни?

- ☐ Скорочення витрат і збереження того, що є
- ☐ Збереження поточної діяльності без значних змін
- ☐ Активна адаптація та зміна бізнес-моделі
- ☐ Розширення та пошук нових можливостей

1.11. Яким є Ваш нинішній горизонт фінансового планування?

- ☐ День–тиждень (ситуативне планування)
- ☐ Місяць
- ☐ Квартал (3 місяці)
- ☐ Рік і більше

БЛОК 3. ПСИХОЛОГІЯ ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

1.12. На чому Ви переважно базуєте свої фінансові рішення в умовах невизначеності?

- ☐ Математичний розрахунок та аналіз даних
- ☐ Інтуїція та власний досвід
- ☐ Поради колег, партнерів або експертів
- ☐ Комбінація всіх підходів

1.13. Як змінилося Ваше ставлення до фінансових ризиків порівняно з довоєнним періодом?

- ☐ Став(ла) значно більш обережним(ою)
- ☐ Став(ла) дещо більш обережним(ою)
- ☐ Ставлення не змінилося
- ☐ Ризикую більше, бо є нові можливості
- ☐ Ризикую більше, бо «втрачати нічого»

1.14. Від чого, на Вашу думку, зараз найбільше залежить успіх Вашого бізнесу?

- ☐ Переважно від моїх власних зусиль та рішень
- ☐ Переважно від зовнішніх обставин (держава, ринок, ситуація)
- ☐ Від удачі та непередбачуваних факторів
- ☐ Від зусиль моєї команди

1.15. Наскільки часто емоційний стан заважає Вам приймати зважені бізнес-рішення?

- ☐ Майже ніколи
- ☐ Рідко (кілька разів на рік)
- ☐ Іноді (кілька разів на місяць)
- ☐ Часто (кілька разів на тиждень)
- ☐ Майже постійно

БЛОК 4. ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ТА АДАПТАЦІЯ БІЗНЕСУ

1.16. Яка Ваша поточна політика щодо прибутку бізнесу?

- ☐ Все вкладаю в розвиток та розширення бізнесу
- ☐ Створюю «подушку безпеки» - резервний фонд
- ☐ Використовую для забезпечення потреб сім'ї та особистих потреб
- ☐ Комбіную: частково розвиток, частково резерв

1.17. Яка поведінка найбільш точно описує Ваше ставлення до залучення фінансування?

- ☐ Активно залучаю кредити, гранти, інвестиції для розвитку
- ☐ Звертаюсь за фінансуванням лише у крайньому разі
- ☐ Намагаюсь уникати будь-яких боргових зобов'язань
- ☐ Розраховую виключно на власні ресурси

1.18. Чи змінили Ви свою бізнес-модель або продукт / послугу під впливом воєнного стану?

- ☐ Так, кардинально - перейшов(ла) в іншу сферу або ринок

- ☐ Так, суттєво адаптував(ла) продукт / модель
- ☐ Так, частково - незначні зміни
- ☐ Ні, зберіг(ла) попередню модель

БЛОК 5. ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ТА МОТИВАЦІЯ ПІДПРИЄМЦЯ

1.19. Що є Вашим основним психологічним ресурсом для продовження підприємницької діяльності під час війни?

- ☐ Відповідальність перед командою та близькими
- ☐ Економічна необхідність (матеріальна потреба)
- ☐ Внутрішня мотивація, любов до своєї справи
- ☐ Патріотичний обов'язок - підтримка економіки країни
- ☐ Азарт та прагнення до нових досягнень

1.20. Наскільки Ви згодні з твердженням: «Я розглядаю поточну кризу як можливість для розвитку»?

- ☐ Повністю згоден(на)
- ☐ Скоріше згоден(на)
- ☐ Важко сказати
- ☐ Скоріше не згоден(на)
- ☐ Зовсім не згоден(на)

1.21. Як Ви оцінюєте свою впевненість у тому, що Ваш бізнес проіснує ще принаймні один рік?

- ☐ Повністю впевнений(на) - маю чіткий план
- ☐ Скоріше впевнений(на)
- ☐ Важко сказати - багато залежить від обставин
- ☐ Маю значні сумніви
- ☐ Не впевнений(на) - ситуація критична

БЛОК 6. СОЦІАЛЬНИЙ ВИМІР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ

1.22. Чи доводилось Вам жертвувати прибутком заради збереження команди?

- ☐ Так, неодноразово - вважаю це своїм обов'язком
- ☐ Так, кілька разів - у критичних ситуаціях
- ☐ Ні, але розглядав(ла) такий варіант
- ☐ Ні, пріоритет - фінансова стійкість бізнесу

1.23. Яку частку прибутку Ви в середньому спрямовуєте на волонтерські проєкти?

- ☐ Немає можливості допомагати фінансово
- ☐ До 5%
- ☐ 10–20%
- ☐ Більше 20%

Дякуємо за участь у дослідженні!

ДОДАТОК В

Авторська анкета дослідження

«Економічна поведінка найманих працівників в умовах воєнного стану»

Шановний(а) учаснику(це)! Це дослідження проводиться в рамках магістерської роботи з психології та присвячене вивченню психологічних чинників економічної поведінки в умовах воєнного стану. Участь є добровільною та анонімною. Ваші відповіді використовуватимуться виключно в узагальненому вигляді для наукових цілей.

БЛОК 1. ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВАС ТА ВАШУ ДІЯЛЬНІСТЬ

1.1. Ваше місце проживання після лютого 2022 року:

- ☐ Постійно проживаю в Україні
- ☐ Проживаю за кордоном
- ☐ Проживаю частково в Україні та частково за кордоном

1.2. Ваша стать:

- ☐ Чоловік
- ☐ Жінка

1.3. Ваш вік:

- ☐ До 25 років
- ☐ 25–34 роки
- ☐ 35–44 роки
- ☐ 45–54 роки
- ☐ 55 років і старше

1.4. Який Ваш трудовий стаж?

- ☐ Менше 1 року
- ☐ 1–3 роки
- ☐ 4–7 років
- ☐ 8–15 років
- ☐ 15–25 років
- ☐ Більше 25 років

1.5. Сфера Вашої діяльності:

- ☐ Послуги (консалтинг, освіта, краса, здоров'я, право, фінанси, реклама)
- ☐ Торгівля (онлайн / офлайн)
- ☐ ІТ / технології
- ☐ Виробництво
- ☐ Будівництво та нерухомість
- ☐ Транспорт та логістика

- ☐ Туризм та гостинність
- ☐ Аграрна сфера
- ☐ Інше: _____

БЛОК 2. РЕЗУЛЬТАТИ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

1.6. Чи змінювали Ви сферу діяльності після лютого 2022 року?

- ☐ Ні
- ☐ Так, 1 раз
- ☐ Так, декілька разів

1.7. Чи змінювали Ви місце роботи після лютого 2022 року?

- ☐ Ні
- ☐ Так, 1 раз
- ☐ Так, 2 рази
- ☐ Так, 3 рази і більше

1.8. Як змінився фінансовий результат від трудової діяльності протягом останніх 4 років?

- ☐ Доходи виросли і перевищили довоєнний рівень
- ☐ Доходи не змінилися і залишилися на довоєнному рівні
- ☐ Доходи зменшилися і не відновилися до довоєнного рівня
- ☐ Доходи нестабільні, можуть зростати чи зменшуватися

1.9. Яка стратегія була основною для Вашої економічної поведінки з початком повномасштабної війни?

- ☐ Скорочення витрат і збереження того, що є
- ☐ Збереження поточних витрат без значних змін
- ☐ Активна адаптація та зміна поведінки відповідно до ситуації
- ☐ Розширення та пошук нових можливостей заробітку
- ☐ Інше: _____

1.10. Яким є Ваш нинішній горизонт фінансового планування?

- ☐ День–тиждень (ситуативне планування)
- ☐ Місяць
- ☐ Квартал (3 місяці)
- ☐ Рік і більше

БЛОК 3. ПСИХОЛОГІЯ ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

1.11. На чому Ви переважно базуєте свої фінансові рішення в умовах невизначеності?

- ☐ Математичний розрахунок та аналіз даних
- ☐ Інтуїція та власний досвід
- ☐ Поради колег, партнерів або експертів
- ☐ Комбінація всіх підходів

1.12. Як змінилося Ваше ставлення до фінансових ризиків порівняно з довоєнним періодом?

- ☐ Став(ла) значно більш обережним(ою)
- ☐ Став(ла) дещо більш обережним(ою)
- ☐ Ставлення не змінилося
- ☐ Ризикую більше, бо є нові можливості
- ☐ Ризикую більше, бо «втрачати нічого»

1.13. Від чого, на Вашу думку, зараз найбільше залежить Ваш фінансовий результат?

- ☐ Переважно від моїх власних зусиль та рішень
- ☐ Переважно від зовнішніх обставин (держава, ринок, ситуація)
- ☐ Від удачі та непередбачуваних факторів
- ☐ Інше: _____

1.14. Наскільки часто емоційний стан заважає Вам приймати зважені фінансові рішення?

- ☐ Майже ніколи
- ☐ Рідко (кілька разів на рік)
- ☐ Іноді (кілька разів на місяць)
- ☐ Часто (кілька разів на тиждень)

БЛОК 4. ФІНАНСОВА ПОВЕДІНКА ТА АДАПТАЦІЯ

1.15. Яка Ваша поточна політика щодо розподілу доходів?

- ☐ Все витрачаю для забезпечення потреб сім'ї та особистих потреб
- ☐ Створюю «подушку безпеки» - резервний фонд
- ☐ Частково інвестую в різні інвестиційні інструменти
- ☐ Комбіную: частково інвестую, частково резерв
- ☐ Інше: _____

1.16. Чи робили Ви великі покупки та витрати під час війни? (можна обрати декілька варіантів)

- ☐ Ні
- ☐ Так, придбав(ла) квартиру / будинок
- ☐ Так, придбав(ла) землю
- ☐ Так, придбав(ла) автомобіль
- ☐ Так, зробив(ла) ремонт
- ☐ Так, придбав(ла) побутову техніку
- ☐ Так, оплатив(ла) дороговартісне навчання
- ☐ Так, інвестував(ла)
- ☐ Інше: _____

1.17. Чи змінили Ви свій підхід до роботи під впливом воєнного стану?

- ☐ Так, кардинально - перейшов(ла) в іншу сферу або ринок
- ☐ Так, адаптуюся до нових вимог, проходжу навчання
- ☐ Так, частково - незначні зміни
- ☐ Ні, зберіг(ла) на довоєнному рівні
- ☐ Інше: _____

БЛОК 5. ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ ТА МОТИВАЦІЯ ПРАЦІВНИКА

1.18. Що є Вашим основним психологічним ресурсом для продовження трудової діяльності під час війни?

- ☐ Відповідальність перед близькими
- ☐ Економічна необхідність (матеріальна потреба)
- ☐ Внутрішня мотивація, любов до своєї справи
- ☐ Патріотичний обов'язок - підтримка економіки країни
- ☐ Азарт та прагнення до нових досягнень
- ☐ Інше: _____

1.19. Наскільки Ви згодні з твердженням: «Я розглядаю поточну кризу як можливість для розвитку»?

- ☐ Повністю згоден(на)
- ☐ Скоріше згоден(на)
- ☐ Важко сказати
- ☐ Скоріше не згоден(на)
- ☐ Зовсім не згоден(на)

БЛОК 6. СОЦІАЛЬНИЙ ВИМІР ПОВЕДІНКИ ПРАЦІВНИКІВ

1.20. Чи доводилось Вам жертвувати власним прибутком заради збереження відносин з колегами?

- ☐ Так, неодноразово - вважаю це своїм обов'язком
- ☐ Так, кілька разів - у критичних ситуаціях
- ☐ Ні, але розглядав(ла) такий варіант
- ☐ Ні, пріоритет - мій фінансовий результат

1.21. Яку частку Вашого доходу Ви в середньому спрямовуєте на волонтерські проекти?

- ☐ Немає можливості допомагати фінансово
- ☐ До 5%
- ☐ 10–20%
- ☐ Більше 20%

Дякуємо за участь у дослідженні!

ДОДАТОК Г

**Описова статистика психологічних характеристик підприємців і
найманих працівників**

Примітка. Гр. 1 - підприємці (n = 41), Гр. 2 - наймані (n = 49). М - середнє, SD - стандартне відхилення, Mdn - медіана, Min/Max - мінімум і максимум, SW р - значущість критерію Шапіро–Вілка. * - $p < .05$ (ненормальний розподіл).

Табл. Г.1

Описові показники психологічних шкал у двох групах (N = 90)

Шкала	Гр.	N	M	SD	Mdn	Min	Max	SW р
Самоефективність (SOSES)	1	41	26.76	3.88	26.0	17	35	.340
	2	49	27.94	4.58	28.0	12	36	< .001*
Психологічне благополуччя (BBS-1)	1	41	40.41	6.18	40.0	26	55	.886
	2	49	40.41	8.38	42.0	18	57	.097
Фізичне здоров'я (BBS-2)	1	41	21.46	3.32	22.0	14	27	.045*
	2	49	21.14	3.78	22.0	12	32	.086
Якість стосунків (BBS-3)	1	41	17.51	3.83	18.0	9	25	.664
	2	49	17.45	3.73	18.0	6	24	< .001*
BBS-SWB загальне	1	41	79.39	10.56	80.0	51	101	.243
	2	49	79.00	14.08	81.0	39	102	.008*
Загальний показник мотиваційних установок	1	41	41.46	9.13	41.0	6	67	.001*
	2	49	41.80	6.99	41.0	28	56	.704

ДОДАТОК Д

Середні показники субшкал мотиваційних установок у двох групах

Табл. Д.1

Середні значення субшкал методики О. Ф. Потьомкіної (M , SD ; $max = 10$)

Субшкала	Підпр. М	Підпр. SD	Наймані М	Наймані SD	% від макс. (підпр.)	U	p
Свобода	7.15	2.04	7.04	1.86	71.5%	937	.577
Результат	6.93	1.82	7.12	1.79	69.3%	958	.703
Процес *	6.32	1.65	5.45	1.81	63.2%	741	.030
Альтруїзм	5.66	2.45	5.98	2.47	56.6%	937	.582
Праця	4.98	2.17	4.73	2.04	49.8%	914	.460
Егоїзм	3.88	2.18	3.86	1.58	38.8%	967	.758
Влада	3.54	1.63	3.88	2.13	35.4%	938	.584
Гроші	3.02	1.98	3.73	2.05	30.2%	815	.119

Примітка. * - $p < .05$ (значуща міжгрупова відмінність за U-критерієм Манна–Вітні). Підпр. - підприємці ($n = 41$), Наймані - ($n = 49$).

ДОДАТОК Ж

**Результати U-критерію Манна–Вітні для психологічних показників у
двох групах**

Табл. Ж.1

*Порівняльний аналіз психологічних характеристик підприємців і найманих
працівників (U-критерій Манна–Вітні, N = 90)*

Шкала	п підпр.	п найм.	U	p	r	Висновок
Самоефективність (SOSES)	41	49	778	.065	.23	тенденція ~
Суб'єктивне благополуччя (BBC-SWB)	41	49	953	.679	.05	незначуще
Психологічне благополуччя (BBS-1)	41	49	947	.641	.06	незначуще
Фізичне здоров'я (BBS-2)	41	49	954	.683	-.05	незначуще
Якість стосунків (BBS-3)	41	49	1001	.980	.00	незначуще
Загальний показник мотиваційних установок	41	49	1004	1.000	.00	незначуще
Процес	41	49	741	.030	.26	значуще *

Примітка. r - ранг-бісеріальна кореляція як показник розміру ефекту. * - $p < .05$. ~ - статистична тенденція ($p < .10$).

ДОДАТОК 3

**Результати порівняльного аналізу економічної поведінки двох груп
(критерій χ^2)**

Табл. 3.1

*Порівняльний аналіз анкетних змінних між групами підприємців і найманих
(χ^2 , $N = 90$)*

Анкетна змінна	χ^2	df	p	V Крамера	Сила ефекту	Знач.
Стратегія поведінки	74.90	6	< .001	.912	дуже великий	***
Стратегія використання доходів	66.30	10	< .001	.859	дуже великий	***
Ресурс активності	29.60	5	< .001	.574	великий	***
Фінансові зміни	24.40	3	< .001	.520	великий	***
Жертовність заради команди	17.70	4	.001	.444	середній	**
Локус контролю	11.80	4	.019	.363	середній	*
Горизонт планування	10.40	3	.015	.340	середній	*
Ставлення до кризи як можливості	2.19	4	.701	.156	незначуще	н.з.
Благодійна активність	4.90	3	.179	.233	незначуще	н.з.

Примітка. V Крамера: $\geq .50$ - дуже великий ефект; .35–.49 - великий; .20–.34 - середній; $< .20$ - малий.

ДОДАТОК К

Поведінковий профіль підприємців: домінуючі відповіді за ключовими питаннями анкети (n = 41)

Табл. К.1

Розподіл відповідей підприємців на ключові питання анкети

Питання анкети	Домінуюча відповідь	Частка
1.10. Стратегія	Активна адаптація та зміна бізнес-моделі	34,1%
1.11. Горизонт планування	Квартал (3 місяці)	51,2%
	Рік і більше	19,5%
1.14. Локус контролю	Переважно від власних зусиль та рішень	43,9%
1.16. Політика прибутку	Комбіную: розвиток + резерв	34,1%
1.17. Залучення фінансування	Уникаю боргових зобов'язань	34,1%
1.18. Адаптація бізнес-моделі	Часткові незначні зміни	46,3%
	Суттєва адаптація	26,8%
1.19. Психологічний ресурс	Внутрішня мотивація, любов до справи	43,9%
1.21. Впевненість у виживанні	Скоріше впевнений(а)	56,1%
	Повністю впевнений(а)	22,0%
1.22. Жертва заради команди	Так, кілька разів - у критичних ситуаціях	46,3%

Табл. К.2

Розподіл відповідей на ключові анкетні запитання у двох групах

Показник / відповідь	Підпр. п	Підпр. %	Наймані п	Наймані %	χ^2	р
ФІНАНСОВІ ЗМІНИ						
Доходи вирости	7	17%	29	59%	24,40	< .001
Доходи не змінилися	4	10%	9	18%		
Доходи нестабільні	16	39%	4	8%		
Доходи зменшилися	14	34%	7	14%		
ГОРИЗОНТ ПЛАНУВАННЯ						
День-тиждень	3	7%	9	18%	10,40	.015
Місяць	9	22%	22	45%		
Квартал (3 місяці)	21	51%	13	27%		
Рік і більше	8	20%	5	10%		
ЛОКУС КОНТРОЛЮ						
Переважно власні зусилля	18	44%	33	67%	11,80	.019
Переважно зовнішні обставини	14	34%	13	27%		
Зусилля команди	7	17%	-	-		
Удача і непередбачувані фактори	2	5%	2	4%		

ДОДАТОК Л

Значущі кореляції (ρ Спірмена) у групі підприємців ($n = 41$)

Табл. Л.1

Кореляційна матриця психологічних показників у групі підприємців ($N = 41$)

Пара змінних	ρ (Спірмен)	p	Значущість
SOSES $\times$ BBC-SWB загальне	.252	.112	н.з.
BBC-SWB загальне $\times$ BBS-1	.815	< .001	***
BBC-SWB загальне $\times$ BBS-2	.640	< .001	***
BBC-SWB загальне $\times$ BBS-3	.667	< .001	***
BBS-1 $\times$ BBS-2	.341	.029	*
BBS-1 $\times$ BBS-3	.310	.048	*
BBS-2 $\times$ BBS-3	.379	.015	*
BBS-3 $\times$ Впевненість у виживанні (Q1.21)	.442	.004	**
Процес $\times$ Результат	.423	.006	**
Егоїзм $\times$ Влада	.315	.045	*
Егоїзм $\times$ Гроші	.315	.045	*

Примітка. *** - $p < .001$; ** - $p < .01$; * - $p < .05$; н.з. - не значуще.

SOSES - Short Occupational Self-Efficacy Scale. Самоефективність

BBC-SWB - Modified BBC Subjective Well-being Scale. Суб'єктивне благополуччя

BBS-1 - Психологічне благополуччя

BBS-2 - Фізичне здоров'я

BBS-3 - Якість стосунків

ДОДАТОК М

Значущі кореляції (ρ Спірмена) у групі найманих працівників ($n = 49$)

Табл. М.1

Кореляційна матриця психологічних показників у групі найманих ($N = 49$)

Пара змінних	ρ (Спірмен)	p	Значущість
SOSES $\times$ BBC-SWB загальне	.312	.029	*
SOSES $\times$ BBS-1	.393	.005	**
SOSES $\times$ RESULT (Результат)	.322	.024	*
BBC-SWB загальне $\times$ BBS-1	.955	< .001	***
BBC-SWB загальне $\times$ BBS-2	.807	< .001	***
BBC-SWB загальне $\times$ BBS-3	.680	< .001	***
BBS-1 $\times$ BBS-2	.711	< .001	***
BBS-1 $\times$ BBS-3	.576	< .001	***
BBS-2 $\times$ BBS-3	.357	.012	*
BBS-2 $\times$ RESULT	.320	.025	*
BBS-2 $\times$ Альтруїзм	-.303	.035	*
BBS-3 $\times$ Гроші	-.331	.020	*
Процес $\times$ Альтруїзм	.405	.004	**
Результат $\times$ Свобода	.460	.001	***
Альтруїзм $\times$ Егоїзм	-.401	.004	**
Влада $\times$ Гроші	.320	.025	*

Примітка. *** - $p < .001$; ** - $p < .01$; * - $p < .05$. Порівняння структур кореляцій між групами: Z-тест Фішера для пари SOSES $\times$ BBC-SWB: $z = -0,297$, $p = .766$ (н.з.).

ДОДАТОК Н

Психолого-просвітницька інтерв'язійна програма «Ресурс підприємця»: психологічний супровід адаптивної підприємницької діяльності в умовах воєнного стану

Концептуальне обґрунтування програми

Програма «Ресурс підприємця» є психолого-просвітницьким інтерв'язійним форматом - поєднанням психоедукації, групової рефлексії, інтерв'язії у форматі «рівний — рівному» та елементів Mastermind-підтримки. Вибір саме такої назви формату усуває методологічну суперечність між назвою «інтерв'язія» і наявністю мікролекцій та діагностичних елементів: програма є ширшим форматом, де інтерв'язія є одним із ключових, але не єдиним методом.

Теоретична основа програми охоплює три концептуальні засади.

1) Теорія збереження ресурсів *Hobfoll (1989)*: психологічні ресурси людини не є безкінечними, а їхнє свідоме відновлення є умовою стійкої підприємницької активності.

2) Теорія самодетермінації *Deci та Ryan (2000)*: задоволення базових психологічних потреб - автономії, компетентності і зв'язку з іншими - безпосередньо визначає якість мотивації і психологічне благополуччя.

3) Концепція психологічної стійкості підприємців *Hartmann та ін. (2022)*: стійкість є динамічною здатністю, що формується у взаємодії особистісних ресурсів із соціальним середовищем і піддається цілеспрямованому зміцненню.

Формат інтерв'язії обрано з урахуванням психологічного профілю підприємця: виявленої у дослідженні високої орієнтації на свободу ($M = 7,15$) та автономію у прийнятті рішень. Директивний тренінг суперечить цьому профілю; горизонтальна підтримка у форматі «рівний — рівному» — підсилює його. *St-Jean та Tremblay (2023)* показали, що під час кризи благополуччя підприємців більше пов'язане з якістю соціальної підтримки, ніж лише з організаційними ресурсами чи професійними навичками. Програма не є психотерапевтичним втручанням і не замінює індивідуальну психологічну або психіатричну допомогу. Для її ведення достатньо компетентностей практичного або організаційного психолога з досвідом групової роботи. Обмеження програми описані далі.

Мета, завдання та очікувані результати програми

Мета програми: розвиток психологічних ресурсів підприємців, що підтримують адаптивну економічну поведінку в умовах воєнного стану, та формування горизонтальної peer-підтримки як механізму тривалої психологічної стійкості.

Табл. Н.1

Завдання програми «Ресурс підприємця», їх зміст та очікувані результати

Завдання програми	Зміст	Очікуваний результат
1. Мотиваційне усвідомлення	Діагностика мотиваційних установок; рефлексія тріади «Свобода–Результат–Процес»	Формулювання «мотиваційного якоря»; зростання усвідомленості автентичної мотивації
2. Підтримка самоефективності	Аналіз власного досвіду подолання криз; техніка «малих перемог» (Bandura, 1997)	Зростання Самоефективності; зниження залежності самоефективності від поточного настрою
3. Процес-орієнтована мотивація	Виявлення «зон потоку»; переструктурування цілей (Csikszentmihalyi, 1990)	Підвищення показника «Процес» за методикою Потьомкіної; стійкість мотивації у кризі
4. Стратегічне мислення	Сценарне планування 3×3; ефектуальна логіка (Sarasvathy, 2001)	Розширення горизонту планування до кварталу і більше (Пит 1.11 ↑)
5. Горизонтальна підтримка	Формування Mastermind-кола; «Карта підтримки»	Покращення якості стосунків; зростання суб'єктивної впевненості у виживанні (Пит 1.21 ↑)
6. Профілактика виснаження	Диференціація жертвовності і самовиснаження; індивідуальні сесії за потреби	BBS-1 $\geq$ 40; ІАП $\geq$ 7,0

Примітка. ↑ - очікуваний напрям зміни показника. SOSES - Short Occupational Self-Efficacy Scale (Rigotti et al., 2008). BBC-SWB - Modified BBC Subjective Well-being Scale (Карамушка та ін., 2022). ІАП - Індекс адаптивного підприємця (авторська розробка).

Цільова аудиторія та критерії відбору учасників

Цільова аудиторія: підприємці малого і середнього бізнесу з Індексом адаптивного підприємця (ІАП) у діапазоні 5,0–8,0, що продовжують економічну діяльність в умовах воєнного стану. Для учасників із ІАП < 5,0 рекомендується попередня індивідуальна сесія (1–2 зустрічі з психологом) перед включенням до групи. *Примітка щодо ІАП:* індекс використовується лише як попередній скринінговий показник, а не як стандартизована психодіагностична методика; він потребує валідазації на ширшій вибірці.

Примітка щодо показника SOSES: у програмі самоефективність вимірюється та інтерпретується за варіантом адаптації О. В. Креденцер із 6-бальною шкалою відповіді; сумарний діапазон становить 6–36 балів. Порогові значення, наведені у таблицях П.2 і П.4, відповідають цьому діапазону.

Оптимальний склад групи: 8–12 осіб. При меншій кількості втрачається ефект різноманіття кейсів; при більшій - знижується глибина обговорення.

Загальний обсяг: 5 групових модулів (9–10 годин) + 2–3 індивідуальні сесії (45–60 хвилин кожна) для учасників із «зонами ризику» (SOSES < 24 або BBC-SWB < 65).

Табл. Н.2

Критерії включення та виключення/перенаправлення учасників

Критерії включення	Критерії виключення / перенаправлення
Чинний підприємець або самозайнята особа	Гострий суїцидальний ризик
Досвід ведення бізнесу в умовах воєнного стану	Виражені симптоми ПТСР (PCL-5 $\geq$ 33)
Добровільна участь і інформована згода	Психотичні симптоми
Готовність до групового формату	Тяжка депресія (PHQ-9 $\geq$ 20)
ІАП 5,0–8,0 (або $\geq$ 5,0 для ветеранської адаптації)	Залежність у гострій фазі
Відсутність гострого кризового стану	Стан, що потребує індивідуальної психотерапії або психіатричної допомоги

Примітка. PCL-5 – PTSD Checklist for DSM-5 (Blevins et al., 2015). PHQ-9 – Patient Health Questionnaire-9 (Kroenke et al., 2001). При виявленні ознак клінічно значущого стану учасник направляється до психотерапевта або психіатра.

Протокол безпеки та правила групи

Перед початком першого модуля фасилітатор оголошує і фіксує письмово правила групи. Їх дотримання є обов'язковою умовою участі.

Правила групи:

- Конфіденційність: усе, що обговорюється у групі, залишається у групі. Загальні теми (не персональні дані) можуть бути згадані за межами групи.
- Добровільність саморозкриття: кожен учасник сам вирішує, чим і якою мірою ділитися. Право не відповідати діє завжди.
- Відмова від непроханих порад: учасники ставлять тільки уточнюючі питання, не дають оцінок і рекомендацій, якщо про це не просять.

- Говорити від першої особи: «Я думаю...», «Мені здається...» - не «ти маєш», «всі знають».
- Не оцінювати чужі рішення: критика підприємницьких виборів інших учасників забороняється.
- Не обговорювати конкретні фінансові дані учасників поза групою.
- У разі емоційного перевантаження учасник може вийти з вправи - без пояснень. Фасилітатор дбає про його/її стан після.

Протокол дій при дестабілізації учасника під час вправи:

- Фасилітатор м'яко зупиняє вправу і звертається до учасника: «Ти тут. Ти в безпеці. Зроби один глибокий вдих».
- Після заземлення - запитує, чи готовий учасник продовжувати або вийти з вправи.
- Після заняття - обов'язковий індивідуальний контакт фасилітатора з учасником.
- За потреби - направлення до психолога або психотерапевта.

Форма інформованої згоди

Перед першим заняттям кожен учасник підписує (або підтверджує в електронному форматі) форму інформованої згоди. Нижче наведено її типовий зміст.

ФОРМА ІНФОРМОВАНОЇ ЗГОДИ

на участь у психолого-просвітницькій інтерв'язійній програмі «Ресурс підприємця»

Мене поінформовано про таке:

1. Мета програми - розвиток психологічних ресурсів підприємців, що підтримують адаптивну підприємницьку діяльність. Програма не є психотерапією.
2. Участь є цілком добровільною. Я можу відмовитися від будь-якої вправи або припинити участь у програмі в будь-який момент без жодних наслідків.
3. Усе, що обговорюється у групі, є конфіденційним. Виняток: ситуації реальної загрози безпеці учасника або інших осіб.
4. Мої персональні дані (ім'я, контакти) не передаються третім особам. Знеособлені дані можуть бути використані в наукових цілях у рамках дослідження.
5. Фасилітатор є психологом, але не проводить психотерапію в рамках цієї програми. При виявленні ознак клінічного стану я отримаю направлення до фахівця.
6. З питань або у разі занепокоєння я можу звернутися до організатора програми: _____ (контакт).

Я ознайомився/лась з умовами програми, зрозумів/ла їх і даю згоду на участь.

Підпис: _____ Дата: _____

Зведена структура модулів програми

Табл. Н.3

Зведена структура модулів психолого-просвітницької інтервізійної програми «Ресурс підприємця»

Модуль	Назва	Ключові вправи	Цільовий показник
1	Мій мотиваційний профіль	«Три рівні навіщо»; «Мотиваційний якор»	Процес ↑; Свобода - усвідомити
2	Автономна самоефективність	«Три кризи - три виходи»; «Малі перемоги»	SOSSES ↑; підтримка самоефективності незалежно від поточного емоційного стану
3	Цінність процесу	«Де мій потік?»; Переструктурування цілі	Процес ↑; внутрішня мотивація
4	Стратегічне мислення	Сценарне планування «3 × 3»	Планування ↑; Пит.1.21 ↑
5	Команда підтримки і	«Карта підтримки»; Mastermind-коло	BBS-3 ↑; BBS-1 ↑

Примітка. ↑ - очікуваний напрям зміни показника після проходження модуля. Процес, Свобода - субшкали методики Потьомкіної. SOSSES - самоефективність. BBS-1, BBS-3 - субшкали BBC-SWB.

Модуль 1. «Мій мотиваційний профіль: навіщо мені цей бізнес?»**Тривалість:** 2 академічні години.

Психологічне обґрунтування. Якщо підприємець не усвідомлює власної мотиваційної структури, він ризикує рухатись за інерцією або під тиском зовнішніх очікувань. Теорія самодетермінації *Deci та Ryan (2000)* чітко розрізняє автономну і контрольовану мотивацію: перша стійка у кризі, друга руйнується разом із зовнішніми підкріпленнями. Мотиваційний профіль з дослідження показує: успішні підприємці в умовах воєнного стану демонструють домінування тріади «Свобода–Результат–Процес» при мінімальній грошовій орієнтації ($M = 3,02$). Цей профіль стає рамкою для групової рефлексії.

Вступна частина (15 хв.): знайомство у форматі «Назви ім'я і одне слово, яке описує твій бізнес зараз»; оголошення правил групи.

Рефлексивний бланк мотиваційного профілю (20 хв.): учасники заповнюють авторський короткий рефлексивний бланк, побудований за логікою шкал Потьомкіної (4 шкали, по 4 запитання). Бланк *не є психодіагностичним інструментом* - він виконує просвітницьку та рефлексивну функцію. Повна методика Потьомкіної застосовується в основному дослідженні; тут використовується лише її концептуальна логіка.

Вправа «Три рівні навіщо» (25 хв.): письмові відповіді на три запитання: (1) Навіщо я займаюся цим бізнесом сьогодні - раціональна відповідь? (2) Навіщо насправді - якби ніхто не оцінював? (3) Що станеться зі мною, якщо цього бізнесу не стане? Третє питання діагностує ступінь злиття особистої ідентичності з бізнесом - феномен, описаний *Stephan (2018)* як одночасно джерело сили і уразливості. Добровільний обмін у колі без коментарів від інших.

Мікролекція (10 хв.): різниця між внутрішньою і зовнішньою мотивацією (*Deci & Ryan, 2000*); чому процесна мотивація є «страховкою» у кризі.

«Мотиваційний якір» (10 хв.): кожен учасник формулює одну фразу - особистий «мотиваційний якір», що залишається стійким в умовах невизначеності. Записується на картку.

Міжсесійне завдання: фіксувати моменти, коли підприємницька діяльність приносить задоволення незалежно від фінансового результату - «журнал процесу» (*Csikszentmihalyi, 1990*).

Модуль 2. «Автономна самоефективність: впевненість, яка не залежить від настрою»

Тривалість: 2 академічні години.

Психологічне обґрунтування. Самоефективність підприємців виявляє тенденцію до відносно автономного функціонування від суб'єктивного благополуччя ($\rho = .252$, $p = .112$ - проти $\rho = .312$, $p = .029$ у найманих). Це означає, що підприємець здатен зберігати впевненість у компетентності навіть у дні емоційного спаду. Однак ця автономність не виникає сама по собі. *Bandura (1997)* описує чотири джерела самоефективності: досвід успіхів, спостереження за моделями, вербальна підтримка і регуляція фізіологічного стану.

Перевірка завдання (10 хв.): учасники по колу діляться одним спостереженням із «журналу процесу».

Вправа «Три кризи - три виходи» (30 хв.): письмовий опис трьох ситуацій, коли все здавалося критичним, але учасник впорався. У парах - партнер ставить одне запитання: «Що саме ти зробив(ла) - конкретно?» Мета:

активувати *mastery experience* - досвід майстерності як найпотужніше джерело самоефективності (Bandura, 1997).

Мікролекція «Ефект дня-зомбі» (10 хв.): феномен функціональної автономії - збереження компетентнісних рішень у дні емоційного спаду. Це норма, а не патологія; у найманих самоефективність тісніше прив'язана до настрою (Stephan, 2018).

Техніка «Малих перемог» (20 хв.): «реєстр малих перемог» - 10–15 конкретних компетентнісних дій за останній місяць. Hartmann та ін. (2022) підкреслюють: фокус на власних ресурсах відрізняє психологічно стійких підприємців.

Контракт із собою (10 хв.): одна конкретна щоденна дія на наступний тиждень - «мала перемога».

Модуль 3. «Цінність процесу: мотивація, яка не виснажується»

Тривалість: 1,5 академічні години.

Психологічне обґрунтування. Орієнтація на процес праці є єдиним мотиваційним маркером, що статистично значуще відрізняє підприємців від найманих ($U = 741$, $p = .030$, $r = .263$). Csikszentmihalyi (1990) описує «потік» (flow) - стан повного поглинання діяльністю, де зовнішні результати відходять на другий план. В умовах воєнного стану, коли фінансові результати нестабільні, процесна мотивація виступає психологічним стабілізатором підприємницької активності.

Вправа «Де мій потік?» (25 хв.): чотири письмових питання про ті аспекти роботи, що захоплюють незалежно від результату. Обмін у трійках - без загальної дискусії.

Мікролекція «Результат як побічний ефект» (15 хв.): феномен «crowding out» - надмірна фокусація на зовнішньому результаті витісняє внутрішню мотивацію і знижує якість рішень (Deci & Ryan, 2000). Підприємці, зосереджені на процесі, в довгостроковій перспективі частіше досягають результатів.

Переструктурування цілі (15 хв.): одна актуальна бізнес-задача переформулюється з «результатної» у «процесну» мову. Hartmann та ін. (2022) описують цей прийом як один із ключових механізмів підтримки підприємницької стійкості.

Модуль 4. «Стратегічне мислення в умовах невизначеності»

Тривалість: 2 академічні години.

Психологічне обґрунтування. 70,7% підприємців дослідження зберегли горизонт планування квартал і більше ($\chi^2(3) = 10.4$, $p = .015$, $V = .340$). Sarasvathy (2001) у концепції ефектуації показує: в умовах непередбачуваності

підприємець діє за логікою контролю наявних ресурсів, а не передбачення майбутнього.

Мікролекція «Ефектуальна логіка» (10 хв.): каузацийне планування - від цілі до ресурсів; ефектуальне - від ресурсів до можливих цілей. У воєнних умовах ефектуальна логіка є психологічно безпечнішою.

Сценарне планування «3 × 3» (35 хв.): план на три місяці у трьох сценаріях: базовий, позитивний, кризовий. Для кожного - три дії у зоні власного контролю. Презентація у групі: тільки уточнюючі питання.

Публічне зобов'язання (10 хв.): одна конкретна дія з «базового» сценарію - записується і зачитується на початку наступного модуля.

Модуль 5. «Команда і підтримка без виснаження: Mastermind-коло»

Тривалість: 1,5 академічні години + опційна продовжена сесія (60 хв.) для формування постійного Mastermind-кола.

Психологічне обґрунтування. Якість стосунків (BBS-3) є найбільш значущим корелятом впевненості підприємця у виживанні бізнесу ($\rho = .442$, $p = .004$). *St-Jean та Tremblay (2023)*, вивчаючи 496 підприємців під час COVID-19, підтвердили, що під час кризи благополуччя підприємців більше пов'язане з якістю соціальної підтримки, ніж лише з організаційними ресурсами чи професійними навичками. Жертовність заради команди у підприємців (65,8%) не пов'язана з виснаженням, на відміну від найманих - що свідчить про свідомість цього вибору (*Deci & Ryan, 2000*).

«Карта підтримки» (20 хв.): три кільця: «до кого звертаюся у складний момент» - «кого підтримую сам» - «з ким обмінююся бізнес-ідеями». Рефлексія перекосу «даю / отримую». *Hobfoll (1989)*: без соціальної підтримки людина з часом втрачає й інші ресурси.

Мікролекція «Жертовність vs самовиснаження» (15 хв.): жертовність, що є власним вибором і відповідає цінностям, не спустошує - вона підтверджує ідентичність. Жертовність через провину або тиск - виснажує (*Deci & Ryan, 2000*).

Формування Mastermind-кола (25 хв.): підгрупи по 4–5 осіб. Структура щотижневої зустрічі: виклик (10 хв.) → уточнюючі питання (20 хв.) → ідеї та досвід (15 хв.) → публічне зобов'язання (10 хв.).

ІАП-скринінг (10 хв.): скорочена батарея (SOSSES + 3 питання анкети) для фіксації динаміки ІАП. Порівняння з початковими показниками.

Індивідуальні сесії (для учасників із «зонами ризику»)

Учасники з показником SOSSES < 24 або BBC-SWB < 65 запрошуються на 2–3 індивідуальні сесії (45–60 хвилин кожна). Ці сесії є поглибленою консультативною підтримкою з елементами КПТ: реструктурування когнітивних упереджень щодо власної компетентності, аналіз

«катастрофізуючих» сценаріїв, практики саморегуляції. При ознаках клінічних симптомів - направлення до психотерапевта.

Менторинг від досвідченого підприємця виконує додаткову функцію: за Bandura (1997), спостереження за моделями (vicarious experience) є другим за силою джерелом самоефективності після власного досвіду успіхів.

Моніторинг ефективності та статистична оцінка

Програма оцінюється у форматі дизайну до/після (pre/post) з повторним виміром через 3 місяці після завершення. Для оцінки змін до і після участі застосовується **критерій Вілкоксона** для пов'язаних вибірок (для кількісних показників: SOSES, BBC-SWB). Для якісних змін у категоріальних показниках (горизонт планування, стратегія) застосовується **критерій Мак-Немара** або описовий аналіз змін. Розмір ефекту подається через r (ранг-бісеріальна кореляція) або ϕ .

Табл. Н.4

Індикатори ефективності програми «Ресурс підприємця» та методи їх оцінювання

Показник	До (норматив)	Ціль після	Метод вимірювання	Статистика
SOSES	< 24	≥ 24	Шкала SOSES (Rigotti et al., 2008)	Критерій Вілкоксона; r
ІАП	5,0–6,9	$\geq 7,0$	Авторська формула ІАП	Описовий аналіз
Горизонт планування (Q1.11)	$\leq$ місяць	Квартал+	Питання анкети	Критерій Мак-Немара
BBS-1 (задоволеність)	< 40	≥ 40	BBC-SWB (Карамушка та ін., 2022)	Критерій Вілкоксона; r
BBS-3 (якість стосунків)	Будь-який	$\uparrow$	BBC-SWB	Критерій Вілкоксона; r
Впевненість у виживанні (1.21)	Невпевнений	Скоріше/повністю впевнений	Питання анкети	Критерій Мак-Немара

Примітка. $\uparrow$ - очікуваний напрям зміни. $\geq$ - цільовий поріг. Вимірювання проводиться до, відразу після та через 3 місяці після завершення програми. r - ранг-бісеріальна кореляція як показник розміру ефекту.

Робочі матеріали фасилітатора

Для проведення програми фасилітатор готує такі матеріали (роздруковані або у цифровому форматі):

- 1) Бланк рефлексивного мотиваційного профілю (16 запитань за логікою Потьомкіної - 4 шкали $\times$ 4 запитання; дані залишаються в учасника).
- 2) Бланк «Три рівні навіщо» (три питання + рядки для відповідей).
- 3) Бланк «Три кризи - три виходи» (таблиця 3×3 : ситуація - що зробив - яку компетентність розвинув).
- 4) Картка «Малі перемоги» (15 рядків для записів + питання-рефлексія в кінці тижня).
- 5) Шаблон сценарного планування « 3×3 » (три сценарії $\times$ три дії + горизонт - дата).
- 6) Бланк «Карта підтримки» (три концентричних кільця для малювання).
- 7) Скорочена скринінгова батарея до/після (pre/post) (SOSSES 6 пунктів + Питання.1.21, 1.11, 1.10).
- 8) Форма інформованої згоди.

Маршрут перенаправлення та подальший супровід

У разі гострого кризового стану учасника фасилітатор:

- припиняє участь особи у груповій роботі і проводить коротке стабілізувальне втручання (дихальна вправа, заземлення);
- за згодою учасника - повідомляє контактну особу або супроводжує до фахівця;
- надає перелік доступних фахових сервісів допомоги (психологічні служби, кризові лінії, Veteran Support Organizations);
- документує подію і звітує організатору програми.

Подальший супровід після завершення програми: рекомендується провести *подальший моніторинг (follow-up)* зустріч через 1 місяць після завершення для підтримки Mastermind-кола та перевірки виконання індивідуальних сценарних дій. Ця зустріч проводиться у тому самому форматі (60–90 хвилин), але вже без фасилітатора - за структурою Mastermind-кола (Г.6, Модуль 5). Повторний ІАП-скринінг через 3 місяці фіксує стійкість ефекту.

Обмеження програми: Програма «Ресурс підприємця» є психолого-просвітницьким і підтримувальним форматом. Вона не є психотерапією, не замінює індивідуальної психологічної або психіатричної допомоги та не може використовуватися як самостійний метод лікування тривожних, депресивних або посттравматичних розладів. Її ефективність потребує емпіричної апробації у форматі дослідження до/після (pre/post) з використанням критерію Вілкоксона для пов'язаних вибірок на вибірці $n \geq 30$.

Індекс адаптивного підприємця (ІАП), що використовується для скринінгу учасників, є евристичним дослідницьким інструментом і потребує валідазації на ширшій вибірці ($n \geq 200$) перед застосуванням як відбірковий критерій.

ДОДАТОК П

Адаптована програма психологічного супроводу для ветеранів, які прагнуть стати підприємцями: «Від військового до підприємця»

Теоретичне обґрунтування адаптації

Програма для ветеранів є не «спрощеною» версією основної програми, а принципово адаптованим форматом, що враховує три специфічні характеристики цільової аудиторії.

Перша - специфіка психологічного стану. Ветерани можуть мати різний рівень впливу бойового досвіду: від субклінічного стресу до клінічно вираженого ПТСР. Навіть субклінічні симптоми здатні знижувати SOSES і BBC-SWB та формувати специфічні когнітивні патерни - бінарне мислення, гіперконтроль, труднощі з делегуванням. *Hadad та Shaked (2025)*, досліджуючи 363 підприємців в Ізраїлі після атаки 7 жовтня 2023 р., підтвердили: психологічна стійкість і надія є ефективними захисними ресурсами навіть у найважчих умовах.

Друга - специфіка ідентичності. Служба формує виразну ідентичність - «я солдат», «я захисник». Перехід до підприємництва вимагає побудови нової ідентичності, і цей процес може бути болісним. *Stephan (2018)* показує: підприємницька ідентичність є центральним конструктом, що визначає залученість і стійкість. Для ветеранів її потрібно будувати, а не виявляти.

Третя - ресурс посттравматичного зростання (PTG). *Tedeschi та Calhoun (1996)* описали п'ять доменів PTG: нові можливості, зміцнення стосунків, особистісна сила, духовні зміни і вдячність за життя. PTG є результатом когнітивної переробки досвіду, а не автоматичним наслідком травми. *Frese та Gielnik (2023)* підкреслюють: підприємницька діяльність вимагає саме тих якостей, які розвиваються через PTG - особистісної сили, нових можливостей, переосмислення пріоритетів.

Цільова аудиторія та критерії відбору

Критерії включення: ветеран або ветеранка, що проходять реінтеграцію; намір розпочати або розвинути підприємницьку діяльність; SOSES ≥ 18 балів (знижений поріг порівняно з основною програмою); добровільна участь і підписана інформована згода; відсутність гострого кризового стану.

Критерії виключення: гострий суїцидальний ризик; виражені симптоми ПТСР (PCL-5 ≥ 33); психотичні симптоми; тяжка депресія (PHQ-9 ≥ 20); залежність у гострій фазі. При виявленні цих ознак учасник направляється до психотерапевта або психіатра і може повернутися до програми після стабілізації.

Склад групи: 6–10 осіб. Тривалість: 4 модулі (12 годин) + щотижневі Mastermind-кола + 2–3 індивідуальні сесії.

Вимоги до ведучого: психолог або психотерапевт із базовою підготовкою з психологічної травми, розумінням військової культури і досвідом групової роботи. Рекомендується ко-фасилітатор - ветеран-підприємець, який вже успішно пройшов перехід до цивільного підприємництва.

Травма-інформований протокол ведення

Усі заняття ветеранської програми проводяться відповідно до принципів травма-інформованого підходу (*trauma-informed care*), що передбачає пріоритет безпечності учасника над досягненням тематичних цілей.

Травма-інформовані принципи ведення:

- Безпечність: фізичне та психологічне середовище групи є передбачуваним і контрольованим учасником.
- Передбачуваність структури: кожне заняття починається і завершується однаково - однаковими «якорями» (дихальна вправа або коротка перевірка стану).
- Контроль учасника над саморозкриттям: жодний учасник не зобов'язаний ділитися бойовим досвідом. Вибір - завжди за ним.
- Уникнення примусового обговорення бойових подій: вправи побудовані так, щоб учасник міг обрати будь-який кейс - не обов'язково бойовий.
- Стабілізація перед рефлексією: кожне заняття починається з короткої практики заземлення.
- Не працювати з травматичними спогадами глибоко у груповому форматі: це завдання для індивідуальної психотерапії, а не групового просвітництва.
- Направлення при дестабілізації: якщо учасник починає плакати або виявляє ознаки дисоціації, фасилітатор спокійно зупиняє вправу і застосовує протокол заземлення.

Протокол заземлення при дестабілізації (для фасилітатора)

- Спокійним голосом: «[Ім'я], подивись на мене. Ти тут. Ти в безпеці. Зроби один повільний вдих».
- Після повернення уваги - запитати: «Як ти зараз? Чи готовий(а) продовжувати або краще зробимо паузу?»
- Якщо стан не стабілізується протягом 3–5 хвилин - супроводити учасника за межі групи, забезпечити присутність ко-фасилітатора.
- Після заняття - обов'язковий індивідуальний контакт і оцінка потреби у направленні.

Межі ролі ко-фасилітатора-ветерана:

- Ко-фасилітатор не проводить психотерапію і не інтерпретує травматичний досвід учасників.
- Не нав'язує власний досвід як «єдино правильний» шлях: ділиться лише в контексті теми і лише тоді, коли це доречно.
- Підтримує групову безпеку і допомагає перекладати підприємницькі завдання мовою ветеранського досвіду.
- При ознаках дестабілізації учасника - інформує головного фасилітатора і не намагається самостійно «попрацювати з травмою».

Інформована згода (ветеранська адаптація)

Додатково до стандартної форми, інформована згода для ветеранів містить такі пункти:

- 1) Програма не є психотерапією і не замінює лікування ПТСР, депресії або інших психічних розладів.
- 2) Деякі вправи можуть викликати емоційні реакції. Це природно. Я маю право вийти з будь-якої вправи без пояснень.
- 3) Якщо в ході програми у мене виявляться ознаки стану, що потребує фахової допомоги, я отримаю направлення до психотерапевта або психіатра.
- 4) Мій попередній досвід служби є цінним ресурсом, але я не зобов'язаний(а) ним ділитися.

Структура модулів

Модуль 1. «Від військового до підприємця: переосмислення ідентичності»

Тривалість: 3 академічні години.

Психологічне обґрунтування. У армії рішення приймаються в ієрархічній структурі. Підприємець, навпаки, несе повну відповідальність за кожне рішення без зовнішньої структури. *Sarasvathy (2001)* описує ефектуальну логіку: підприємець починає з наявних ресурсів і будує план «вперед». Разом із тим бойовий досвід формує прямі підприємницькі активи: здатність приймати рішення під тиском, командна відповідальність, проактивність (*Frese & Gielnik, 2023*).

Відкриття заняття (10 хв.): дихальна вправа «4–7–8» як ритуал заземлення. Правила групи і межі конфіденційності.

Вправа «Аудит бойових компетентностей» (30 хв.): дві колонки: «Що я вмю» (компетентності зі служби) - «Що стане активом у бізнесі» (конкретна підприємницька ситуація). Обмін у парах. Фасилітатор фіксує спільний список «ветеранських підприємницьких активів» - залишається видимим упродовж усієї програми.

Мікролекція (20 хв.): «від виконавця наказу до власника рішення»; планування від поставленої мети та дія від наявних ресурсів (*Sarasvathy, 2001*); аналогія з тактичним мисленням командира.

Наратив «Хто я, коли я не в формі?» (30 хв.): письмові відповіді:

- ким почуваюся зараз у цивільному житті?
- що з армійської ідентичності хочу зберегти? що змінити?
- яким підприємцем хочу стати? *Tedeschi та Calhoun (1996)* зазначають, що осмислення пережитого досвіду є важливим механізмом когнітивної переробки, який може сприяти посттравматичному зростанню

«Карта ідентичності» (10 хв.): три кола - «Хто я був», «Хто я є», «Ким хочу стати». На перетинах - спільні якості.

Завершення (10 хв.): коротка дихальна вправа. Міжсесійне завдання: помічати три ситуації, де підприємницький вибір і армійська компетентність перетинаються.

Модуль 2. «Ресурс стійкості: бойовий досвід як підприємницький актив»

Тривалість: 3 академічні години.

Психологічне обґрунтування. *Tedeschi та Calhoun (1996)* виокремили п'ять доменів посттравматичного зростання. Для підприємницького контексту найбільш релевантними є: нові можливості, зміцнення стосунків і особистісна сила. *Hartmann та ін. (2022)* підкреслюють: стійкість розвивається через рефлексію і соціальну підтримку.

Відкриття заняття (10 хв.): вправа заземлення «5–4–3–2–1» (5 речей, які бачу; 4 - чую; 3 - відчуваю тілом; 2 - нюхаю; 1 - відчуваю на смак). Перевірка завдання з минулого заняття.

Вправа «Мій бойовий кейс у бізнесі» (35 хв.): три питання:

- 1) що сталося?
- 2) що конкретно зробив - і це призвело до виходу?
- 3) яку компетентність або якість розвинув?

Учасник сам обирає - ділитися бойовим кейсом чи будь-яким іншим кризовим досвідом. Обмін у трійках. *Bandura (1997)*: mastery experience - найпотужніше джерело самоефективності.

Зауваження для фасилітатора: вправа має залишатися ресурсною. Якщо учасник починає «занурюватися» у деталі бойових подій - м'яко повернути до питання: «А що ти зробив, що змінило ситуацію?»

Мікролекція «Посттравматичне зростання і підприємницький ресурс» (10 хв.): Посттравматичне зростання не означає «стати кращим, ніж до травми» - це реалізація потенціалу, що не був би виявлений без складного досвіду. Ключовий маркер: «Я можу робити щось, чого раніше не міг».

Техніка «Заземлення через компетентність» (25 хв.): три кроки:

- 1) назвати три компетентності вголос - конкретно;
- 2) пригадати момент їх застосування - деталізовано;
- 3) зафіксувати тілесне відчуття цього спогаду. Практика у парах.

Завершення (10 хв.): кожен формулює: «Після служби я маю [компетентність], яка допоможе мені як підприємцю [конкретно]». Міжсесійне завдання: використати техніку заземлення двічі за тиждень.

Модуль 3. «Бізнес-план за 48 годин: від ідеї до першого клієнта»

Тривалість: 4 академічні години (два блоки по 2 години).

Психологічне обґрунтування. 70,7% підприємців дослідження зберегли горизонт планування квартал і більше. Бойовий досвід тактичного мислення - вибір між кількома сценаріями в умовах невизначеності, прийняття рішення при неповній інформації - є прямим аналогом «ефектуального» підприємницького мислення (Sarasvathy, 2001).

Блок А. Lean Canvas через «мілітарну метафору» (2 год.): «проблема» - «ціль операції»; «рішення» - «тактика»; «сегмент клієнтів» - «театр дій»; «унікальна ціннісна пропозиція» - «перевага над конкурентом». Така метафора знижує тривогу новизни і переносить знайомий формат планування в нове середовище. Кожен заповнює Lean Canvas для власної ідеї; презентація у парах - тільки уточнюючі питання.

Блок Б. Перший клієнт за тиждень (2 год.): одна конкретна людина або компанія - контакт протягом 7 днів. Три сценарії розмови: ідеальний, прийнятний, «найгірший» - і дії у кожному. Sarasvathy (2001): ефектуальна логіка передбачає «прийнятний збиток» - якщо готовий до максимально можливої втрати, дій. Сценарний план «3 × 3» на три місяці (сценарії «ротація» - «стабілізація» - «відновлення»).

Публічне зобов'язання: кожен оголошує конкретний крок до клієнта - дату, формат, ім'я (або тип).

Модуль 4. «Ветеранська спільнота: Mastermind-коло і довгострокова підтримка»

Тривалість: 2 академічні години (перша зустріч) + щотижневі зустрічі.

Психологічне обґрунтування. Якість стосунків є ключовим предиктором підприємницького благополуччя ($\rho = .442$, $p = .004$). Для ветеранів цей зв'язок особливо значущий: армійська культура формує братерство і взаємозалежність, відсутність яких у цивільному житті є одним із найважчих аспектів адаптації. St-Jean та Tremblay (2023) підтверджують: реєг-підтримка серед підприємців знижує стрес і підвищує благополуччя.

Перевірка публічного зобов'язання (20 хв.): «Хто зробив перший крок до клієнта? Що сталося?» Фасилітатор: «Незалежно від результату - ви вже підприємці. Тому що ви діяли».

Формування Mastermind-підгруп (20 хв.): підгрупи по 4–5 ветеранів-підприємців за інтересами або сферою. Структура: виклик (10 хв.) → уточнюючі питання (20 хв.) → ідеї та досвід (15 хв.) → зобов'язання (10 хв.).

Спробна Mastermind-сесія (50 хв.): кожна підгрупа проводить одну скорочену сесію в прямому ефірі.

Завершення програми (10 хв.): ІАП-скринінг. Кожен озвучує: «Яким я входив сюди - і яким виходжу?»

Моніторинг та адаптація програми

Статистична оцінка змін здійснюється аналогічно до основної програми: **критерій Вілкоксона** для кількісних показників (SOSES, BBC-SWB), **критерій Мак-Немара** для категоріальних. Повторний вимір - через 3 і 6 місяців після завершення.

Табл. П.1

Специфічні індикатори ефективності програми «Від військового до підприємця»

Показник	Початковий (ризик)	Цільовий результат	Метод вимірювання	Статистика
SOSES	< 20	≥ 22	Шкала SOSES (Rigotti et al., 2008)	Критерій Вілкоксона; τ
ІАП (адаптований)	< 5,0	≥ 5,5	Авторська формула ІАП	Описовий аналіз
Lean Canvas (наявність)	Відсутній	Заповнений	Якісна оцінка	-
Перший крок до клієнта	Не зроблений	Зроблений до кінця програми	Самозвіт	Описовий аналіз
BBS-3 (якість стосунків)	Будь-який	↑	BBC-SWB (Карамушка та ін., 2022)	Критерій Вілкоксона; τ
Симптоми стресу (моніторинг)	Щосесійно	Без погіршення	Неформальне спостереження + PCL-5	Описовий; PCL-5 < 33

Примітка. PCL-5 – PTSD Checklist for DSM-5 (порогове значення ≥ 33 вказує на клінічно значущий ПТСР). $\uparrow$ - очікувана позитивна динаміка. Порогові значення SOSES знижені порівняно з основною програмою з урахуванням специфіки ветеранської вибірки.

Обмеження ветеранської програми

Ветеранська адаптація програми може застосовуватися лише за умов травма-інформованого ведення та наявності маршруту перенаправлення до психотерапевта або психіатра у разі виявлення клінічно значущого дистресу. Програма не є лікуванням ПТСР, депресії або інших психічних розладів і не замінює спеціалізованої психотерапії - зокрема протоколів Prolonged Exposure (PE), Cognitive Processing Therapy (CPT) та Eye Movement Desensitization and Reprocessing (EMDR), які рекомендовані як першочергові втручання при ПТСР відповідно до клінічних настанов VA/DoD (Management of Posttraumatic Stress Disorder and Acute Stress Disorder Work Group, 2023).

Ефективність програми потребує окремої емпіричної апробації на ветеранській вибірці: результати основного дослідження (підприємці без специфіки бойового досвіду) не можуть автоматично переноситись на ветеранів. Сама програма є авторською розробкою і потребує верифікації у форматі контрольованого дослідження до/після (pre/post).