

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ, ІСТОРІЇ ТА СОЦІОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**

**ПСИХОЛОГІЧНИЙ ПРОФІЛЬ ЕФЕКТИВНОГО ПІДПРИЄМЦЯ
В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ**

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Виконала: здобувачка 2 курсу 231 групи
Спеціальності 053 Психологія
Освітньо-професійної програми «Психологія»

Наталія ТАНКЛЕВСЬКА

Керівник: к.психол.н., доцентка

Олена ТАНАСІЙЧУК

Рецензент:

З М І С Т

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ЕФЕКТИВНОГО ПІДПРИЄМЦЯ.....	8
1.1. Сутність та типи психологічного профілю підприємця	8
1.2. Психологічні аспекти, що впливають на успішність підприємницької діяльності.....	21
1.3. Методики дослідження психологічного профілю ефективного підприємця.....	30
Висновки до першого розділу.....	37
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ЕФЕКТИВНОГО ПІДПРИЄМЦЯ.....	39
2.1 Аналіз психологічного профілю ефективного підприємця.....	39
2.2. Вплив психологічного профілю підприємця на формування його ефективності.....	53
2.3. Практичні рекомендації підприємцям щодо посилення психологічної стійкості	66
Висновки до другого розділу.....	75
ВИСНОВКИ.....	78
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	88

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. В сучасному світі підприємництво стає все більш важливим фактором розвитку економіки країни, підприємці це самозайняті особи, які займаються створенням нових робочих місць, збільшенням виробництва валового внутрішнього продукту, розробкою та впровадженням інновацій. Проте в умовах швидких змін, викликів і воєнного часу, не всі підприємці змогли продовжити свою діяльність, забезпечити розвиток свого бізнесу і бути ефективними. При цьому, значна частина підприємців зазнають постійного стресу та інших психологічних проблем, не завжди розуміють чи схильні вони до підприємницької діяльності.

Крім цього, дослідження психологічного профілю ефективного підприємця може стати важливим кроком в напрямку розуміння, які вміння та які риси характеру необхідні для успішного підприємництва. Отримані результати дослідження можуть допомогти підприємцям удосконалити свої навички та зрозуміти, як певні аспекти їхнього характеру впливають на успіх їхньої діяльності. Також, результати дослідження можуть бути корисними для підприємців, які тільки починають свою діяльність, оскільки це може допомогти їм визначити, які якості їм необхідно розвивати, щоб бути успішними в майбутньому.

Серед зарубіжних науковців, що вивчали проблему особливості психологічного профілю підприємця слід відзначити: Шарон Алвес, Девід Макклелланд, Альберт Бандура, Роберт Барон, Крістін Бьюк, Кристофер Флінн, Рейчел Фрі, Майкл Фрідман, Дженніфер Карсон, Джером Кларк, Марк Лоренцо, Марк Френсіс, Сара Дженкінсон, Мелісса Кертіс, Бруно Зандер, Майкл Генсбургер. Українські вчені активно досліджують питання психологічного профілю особистості та його вплив на ефективність і успішність бізнесменів, зокрема: І. Безкоровайна, О. Бондарчук, І. Гавриленко, Т. Калініна, Л. Кириченко, М. Коростілева, Н. Кузьменко, А. Луцишин, С. Мамчур, В. Попович, В. Чернега, В. Шевченко та ін.

Проте, в умовах невизначеності та різноманітних викликів, потребують подальшого розвитку дослідження психологічного профілю підприємців і вплив цих характеристик на ефективність функціонування суб'єктів підприємництва в сучасних реаліях. Таким чином, можна стверджувати, що тема дослідження є актуальною і важливою для вивчення та дослідження психології бізнесу й психології особистості.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційна робота виконана в межах тематичного плану науково-дослідної роботи кафедри психології ФПС Херсонського державного університету «Соціально-психологічні виміри становлення та розвитку особистості» (державний реєстраційний номер 0119U101096).

Метою кваліфікаційної роботи магістра є обґрунтування теоретико-методичних основ та розробка практичних рекомендацій щодо формування та оцінки психологічного профілю ефективного підприємця в умовах сучасних викликів.

Для досягнення поставленої мети на перспективу потрібно вирішити наступні **завдання**:

- обґрунтування та уточнення теоретико-методичних основ формування та оцінки психологічного профілю ефективного підприємця;
- здійснення аналізу психологічного профілю ефективного підприємця в сучасних реаліях;
- визначення впливу психологічного профілю підприємця на формування його ефективності;
- розробка практичних рекомендацій підприємцям щодо посилення психологічної стійкості.

Гіпотеза дослідження. Існує взаємозв'язок між психологічним профілем особистості та рівнем успішності її як підприємця.

Об'єктом дослідження є особистість підприємця.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних та практичних засад формування психологічного профілю ефективного підприємця в сучасних реаліях.

В процесі дослідження були використані наступні загальні та спеціальні **методи**: монографічний, аналізу і синтезу, порівняння, систематизації та узагальнення, кейс-дослідження, анкетування, психологічні тести, статистико-математичні методи обробки інформації. Крім цього, в процесі дослідження використані методики дослідження психологічного профілю ефективного підприємця, а саме: методику з визначення підприємницьких характеристик «Самооцінка підприємницького потенціалу» (Entrepreneurial Potential Self-Assessment) (для визначення рівня підприємницького потенціалу бізнесмена, оцінки здатності особи до підприємництва, рівень її креативності, інноваційності, здатності до ризику та прагнення до успіху), тест на визначення мотивації до успіху за методикою Т. Елерса (при дослідженні мотивації та цілеспрямованості підприємця, його нахил до ризику та відношення до успіху та втрат), методика "16 особистостей" (для вимірювання важливих характеристик особистості, такі як екстравертність, інтуїція, сприйняття, оцінка та вирішення проблем, здатність до управління та організації), методика визначення стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора-Девідсона-10 (CD-RISC-10) (для вимірювання рівня резильєнтності підприємців).

Теоретична та практична цінність даного дослідження полягає в обґрунтуванні та уточненні теоретико-методичних основ та визначення практичних засад формування психологічного профілю ефективного підприємця в умовах сучасних викликів.

Наукова новизна одержаних результатів. У роботі обґрунтовано теоретичний базис формування та оцінки психологічного профілю ефективного підприємця; дістали подальший розвиток підходи до аналізу формування та оцінки психологічного профілю підприємця; виявлені

особливості психологічного профілю підприємця які впливають на його ефективність.

Практична значущість дослідження полягає у тому, що на основі теоретичного аналізу та емпіричних пошуків було визначено вплив психологічного профілю особистості на формування ефективного підприємця, а також можливі напрямки корегування та розвитку психологічних особливостей для досягнення успіху в бізнесі. Розкрито основні компоненти психологічного профілю, на основі яких доцільно будувати методичні підходи, схеми і прийоми корекційної й розвивальної роботи, що має прикладне значення для підвищення рівня підприємницького потенціалу. Основні результати кваліфікаційної роботи можуть бути корисними при викладанні навчальних дисциплін з психології в різних закладах освіти, зокрема «Практична психологія», «Психологія бізнесу», «Кар'єрний коучинг», «Психологія управління», «Управління конфліктами» (Дод. Б). Теоретичний та практичний зміст проведеного дослідження має особливо актуальне значення при проведенні тренінгово-терапевтичних груп і наданні психологічних консультацій суб'єктам підприємницької діяльності особливо в умовах нестабільності та невизначеності.

Апробація роботи. Матеріали кваліфікаційної роботи доповідались на на VI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Соціокультурні та психологічні виміри становлення особистості» 24 листопада 2023 р. (ХДУ) та III Міжнародній науково-практичній конференції науково-педагогічних працівників та молодих науковців «Актуальні аспекти розвитку науки і освіти» (9 – 10 листопада 2023 року, Одеський ДАУ).

Публікації. За матеріалами магістерської роботи опубліковано тези Tanklevska N.S. Methodological approaches to determining the psychological profile of an effective entrepreneur. *Соціокультурні та психологічні виміри становлення особистості: збірник тез VI Всеукраїнської науково-практичної конференції 24 листопада 2023 р. ХДУ (у друці)*

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст дослідження викладений на 81 сторінках друкованого тексту, включає 14 таблиць і 14 рисунків. Список використаних джерел нараховує 65 робіт теоретичного, методичного і прикладного характеру.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ЕФЕКТИВНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

1.1. Сутність і типи психологічного профілю підприємця

Психологія підприємництва пов'язана з розумінням взаємозв'язку між успішним керівництвом бізнесом та ментальними прийомами і характеристиками, якими володіють ефективні підприємці, а також з організаційною психологією, що поєднує в собі як практичне застосування бізнесменами науки про людський розум для підвищення продуктивності бізнесу, так і створення здорового бізнес-середовища, незалежно від того, це стосується окремого підприємця або загалом організації. Хоча психологія підприємців відрізняється від людини до людини, неминуче існує певний збіг у тому, як підприємці ставляться до своєї роботи. Наприклад, підприємці, як правило, мотивовані вирішити конкретну проблему або заповнити певну бізнес-нішу. Підприємці також мають певний рівень впевненості та автономії і, як правило, готові робити ставку на себе, не беручи на себе величезні ризики, згідно з даними Американської торговельної палати [59].

Якість управління бізнесом та колективом безпосередньо залежить від особистісних якостей підприємців, наявності ефективних управлінських компетентностей. Таким чином, вагомим вирішальним структурним компонентом процесу управління є людський фактор, відтак знання особистості людини, її психологічного профілю, є важливою передумовою ефективного управління бізнесом, взаємовідносинами з найманими працівниками у сфері виробництва і послуг. Сучасний підприємець за допомогою ефективного застосування методів управління (планування, організація, мотивація, контроль) впливає на процес досягнення визначених цілей розвитку бізнесу. Діяльність сучасного підприємця поєднує два взаємопов'язані напрямки: управління діяльністю та управління людьми, що

визначає необхідність наявності відповідних властивостей, здібностей, знань, навичок у підприємців.

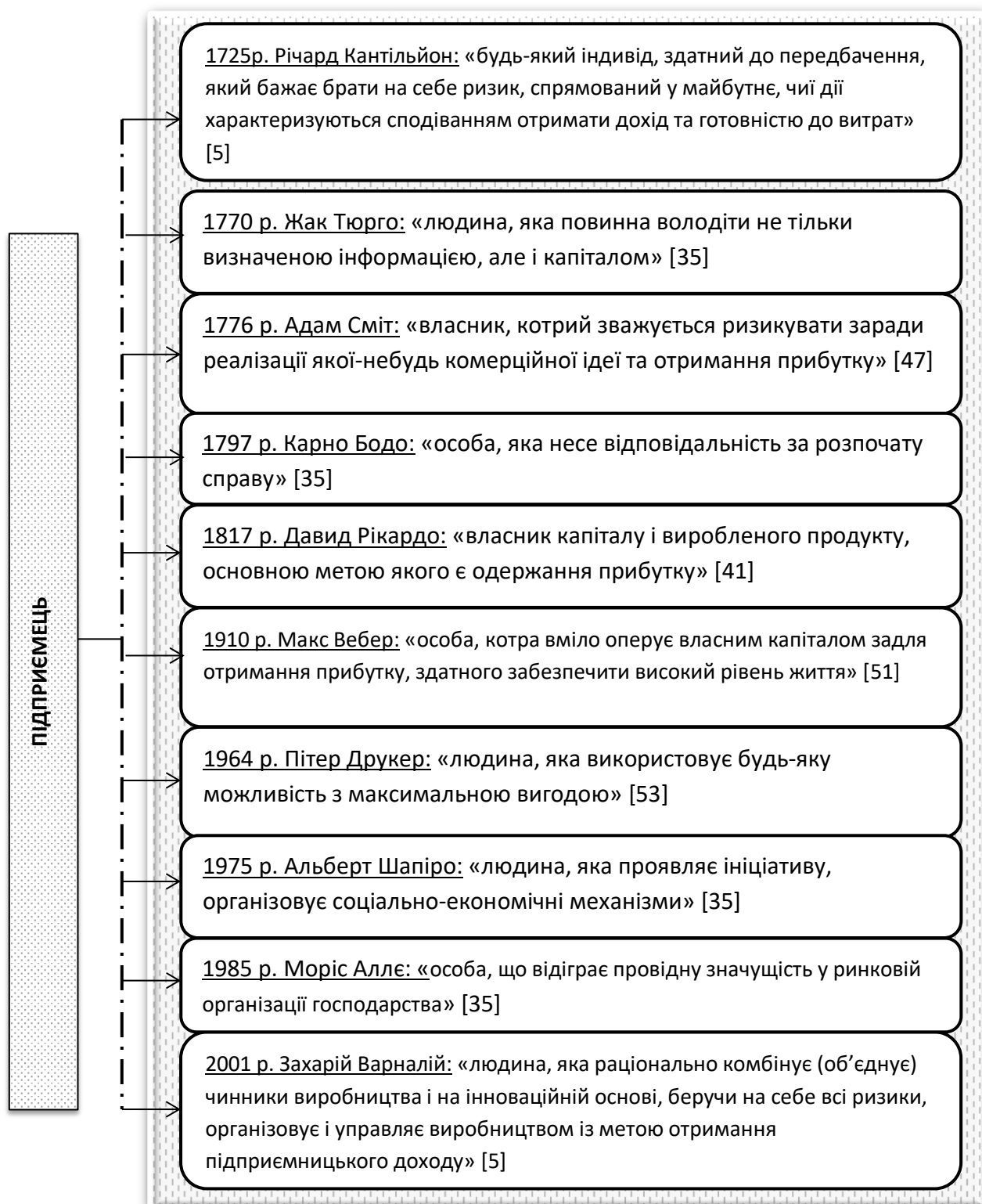


Рис.1.1 – Трактуювання визначення поняття «підприємець»

Існує багато визначень поняття «підприємець», частина з яких наведена на рис.1.1. Сучасна наука менеджменту зосереджується на виявленні того, які саме знання, якості й вміння повинна мати особистість, щоб досягти успіху в сфері бізнесу. Проте важливо при цьому враховувати надбання психології в частині впливу психологічних особливостей особистості на її професійний успіх. Оскільки чисельні рекомендації та вимоги до особистості підприємця та його знань, умінь, навичок накопичуються постійно, актуальним залишається питання, чим саме зумовлюється ефективність підприємця, яким чином її можна розвивати. Сьогодні це питання є нагальним для України, оскільки підприємництво є рушійною силою розвитку економіки держави.

Аналіз основних підходів до феноменів підприємництва дозволив виокремити дві усталені традиції [32, 33]: 1) аналіз підприємництва як суто економічної активності людини. Основна увага науковців спрямована на осмислення предметної сторони діяльності підприємців, визначення критеріїв успішного підприємництва. У межах такого напрямку Й. Шумпетер сформулював основні функції підприємництва, які полягають у «здійсненні нових комбінацій» виготовлення, впровадження, знаходження джерел сировини або фінансування тощо. Р. Хизріч і М. Пітерс запропонували рольову модель підприємця, що базується на підході до здійснення задуму; типі стратегічної орієнтації; методах і формах залучення ресурсів; різновиді організаційної структури підприємства. Основними характеристиками підприємця різні автори вважають: інноваційність, автономність, ризик і контроль (В.С. Автономов, С.М. Белозеров, Б. Карлоф, В.І. Корольов, П.Г. Щедровицький); 2) суб'єктний підхід щодо аналізу підприємництва, у межах якого підприємець розглядається як суб'єкт діяльності, що втілює в життя відповідну систему цінностей, свою індивідуальність. Даний підхід передбачає, що підприємець реалізує системну якість особистості в економічній сфері – особистісну суб'єктність, здатність до самодетермінації в економічній сфері, і це розкривається у відповідних параметрах особистості, зокрема таких як мотивація до досягнень (D.C. McClelland); суверенність і

функціональність (А.І. Пригожин); інноваційність (Б. Санто, П.Ф. Друкер), система цінностей особистості та організаційної культури (А.Є. Чірікова, L.W. Fernald) та ін. [32, 33].

Так, згідно двовимірної моделі підприємництва, за Дж. Роненом – підприємець і менеджер це різні психо особистості. При цьому, на підтвердження моделі Ронена корелюється теза, що підприємець – є своєрідною антитезою менеджерові, враховуючи те, що перший здійснює підприємницьку діяльність у неструктурованому оточенні, де переважають швидкі непередбачувані зміни постійного характеру. Менеджер функціонує в налагодженій управлінській ієрархії, притаманній класичному менеджменту, з чітко визначеними законами діяльності. Слід відзначити, що найбільш помітні розходження у психологічних портретах сучасних підприємця і менеджера дотичні до лідерства й потреб у владі. Х. Хекхаузен відзначав, що менеджери та підприємці проявляють яскраво виражені лідерські якості, проте по-різному: менеджер як лідер ієрархії, а підприємець – лідер ідей [20]. На думку Д. Макклеланда, підприємці, які створюють компанії, доволі рідко відрізняються лідерськими якостями, це пояснюється тим, що у них домінує саме мотив досягнення, який є «грою однієї людини», тобто для нього не є вагомим залучення інших людей. Такий погляд підтримується іншими дослідниками, які акцентують саме на незалежності та індивідуалізмі особистості підприємця [52].

Макклеланд Д. вважав, що важливою рисою підприємця є прагнення до нововведень (інновацій), при цьому він більше покладається на допомогу експертів, ніж родичів і знайомих. Підприємець має схильність до початку нової справи ніж розвивати вже існуюче налагоджене виробництво, йому потрібен виклик. Підприємець має своєрідне ставлення до наявності й кількості грошей. Справа в тому, що самоцінність грошей для підприємця невисока. Для підприємця психологічна цінність грошей полягає в їх ефективності як інструменту досягнення поставленої мети [20].

Відомий вчений Й. Шумпетер [22] вирізняє три мотиви підприємницької діяльності: 1. Прагнення до влади, володіння, тобто у ефективного підприємця потреба панувати розвинена сильніше, ніж звичайне прагнення до високого матеріального благополуччя. 2. Воля до перемоги і успіху, тобто прибуток є барометром успіху підприємця. 3. Радість творчості, творення, зокрема: опануючи нові інструменти, нові технології, нові джерела сировини, виробництво нових, раніше невідомих благ, удосконалення системи організації та управління, підприємець прагне до успіху. Н. Побірченко та В. Лагутін підкреслюють значення таких мотивів, як: прагнення до свободи; потреба творчості. В свою чергу, Р. Хисрич виокремлює як ведучі головні мотиви діяльності підприємця як прагнення до створення капіталу, незалежності, творчої роботи й волю дій [20].

Західні вчені, зокрема Е. Робертс, виокремлюють наступні психологічні типи підприємців, які обумовлені певними психологічними профілями (рис.1.2):

1. Технологічні підприємці - це переважно екстраверти, які орієнтовані на повноцінну реалізацію своїх аналітичних та інтуїтивних здібностей, помірно схильні до влади, уникають підпорядкування, стурбовані лише ефективністю власної справи, а не персональною фінансовою винагородою.

2. Дрібний підприємець - це оптиміст, який вирізняється здатністю витримувати дуже високі трудові навантаження порівняно з найманими працівниками, завжди орієнтований на економічний ефект.

3. Масовий підприємець - це людина, яка поділяє погляди, що існують у суспільній свідомості, на те, що підприємництво - це спосіб самореалізації кожної особистості, яка хоче перевірити свої здібності в конкурентній боротьбі та має потребу в успіху; наявність грошей для нього є передусім свідченням його успіху, а не важлива самоціль або засіб влади.

4. Стратегічний підприємець – це бізнесмен, який віддає перевагу рішенням великомасштабного характеру стосовно реорганізації, купівлі-

продажу бізнесу, його переорієнтації та ін. Для такого підприємця характерно діяти швидко, своєчасно, обдуманно.

5. Підприємець-чемпіон – це підприємець, який розглядає конкурентну боротьбу і бізнес як захоплюючий вид спорту з азартом.

6. Підприємець-новатор – це винахідник, здатний долати опір своїм ідеям і йти впевнено до кінця, конформіст, схильний довіряти виконавцям і бізнес-партнерам, з явними проявами неекономічної мотивації, а саме: статусної, суспільного визнання тощо.

7. Підприємець-посередник – бізнесмен, який діє на зовнішньому кордоні фірми, з характерним прагненням до відчуття успіху і власної значущості, схильності до дотримання зобов'язань, з високим рівнем економічної мотивації, з орієнтацією на прибутковість [20, 21].



Рис.1.2 – Основні психологічні типи підприємців

Науковий підхід до аналізу психологічного профілю підприємця включає в себе детальне дослідження психологічних характеристик та

особистісних особливостей індивіда, які впливають на його здатність та схильність до підприємницької діяльності. Психологічний профіль підприємця - це опис психологічних характеристик, які характеризують особистість підприємця та впливають на його або її здатність до підприємницької діяльності.

Психологічний профіль підприємця є об'єктом досліджень у галузі психології підприємництва, і він включає в себе ряд ключових аспектів. Один із важливих аспектів психологічного профілю підприємця - це мотивація. Дослідники вивчають, що саме спонукає підприємця до ведення бізнесу та які конкретні цілі він переслідує в своїй діяльності. Різні мотиви можуть впливати на рішення та дії підприємця. Ризикова схильність є важливим аспектом психологічного профілю сучасного підприємця. Саме відношення до ризику, ступінь готовності приймати ризиковані рішення й реакція на невизначеність відіграють ключову роль у підприємницькому успіху. Також, слід звернути увагу на необхідності аналізу творчості підприємця та його здатності генерувати нові ідеї та інновації, а також його лідерських якостях і здатності впливати на інших. Соціальні навички та здатність встановлювати конструктивні відносини з клієнтами, партнерами та співробітниками також впливають на формування психологічного профілю підприємця. Спроможність підприємця витримувати стрес, регулювати емоції, вирішувати конфлікти та управляти труднощами також є важливими аспектами аналізу. Психологічний профіль підприємця може також включати в себе аспекти навчання та готовність до адаптації до змін у бізнес-середовищі.

Загалом, психологічний профіль підприємця є складним об'єктом дослідження, який враховує психологічні фактори, що впливають на успішну підприємницьку діяльність. Дослідження цього профілю дозволяє краще розуміти особистість підприємця та впливати на розвиток його підприємницьких якостей і навичок.

При цьому необхідно звернути увагу на професійну обдарованість підприємців, як на відповідне гармонічне поєднання в структурі особистості

здібностей та інтересів, що створюють достатні передумови для високої успішності діяльності підприємця в різних сферах реалізації. Результатом економічної соціалізації і формування економічного самосвідомості особистості підприємця стане осмислення власної економічної суб'єктивності, створення «Я - концепції» підприємця, що вибирає свій індивідуальний шлях в підприємницькому справі. Головна ознака суб'єктності - «діяльна» самосвідомість, тобто правильне розуміння своєї особистої ініціативи, визначаючи її як суб'єктивно можливу основу власного існування й творчої самореалізації [15].

Я-концепція підприємця - це сукупність всіх уявлень особистості про себе, включаючи переконання, оцінки і тенденції поведінки, які можуть бути оформлені у вигляді можливих і реальних схем та робочих концепцій «Я-підприємець». Як компоненти Я-концепції успішного підприємця слід розглядати психологічне і соціальне Я. У психологічному Я виділяються два стани: відчуття власної компетентності, самоефективності, пов'язане зі здатністю оволодіння ситуацією досягнення (суб'єктивним контролем) і відчуттям своєї моральної цінності. Соціальне Я як сукупність уявлень про своє Я в порівнянні з соціумом може мати переважно мати індивідуалістичний або колективистический характер. З точки зору аналізу Я-концепції, науковий і практичний інтерес становить те, як співвідносяться «індивідуальні» і «групові» категорії» в процесі самосприйняття, чи бачить особистість власне Я як унікальне і незалежне, або схоже на інших і залежне від групи [16, 17].

Психологічне Я і соціальне Я відносяться до структур Я-концепції вищого рівня. При розгляді особливостей профорієнтації і економічної соціалізації сучасного підприємця необхідно враховувати формування та аналіз специфічних рівнів, що мають відношення до економічної і професійної ідентичності особистості. Економічне Я, виражене в «почутті власності» і поведінці, пов'язане з фундаментальними конструктами, як особистісна компетентність, тотожна достатку, спроможності і компетентності в різних

сферах як відображення економічного самосвідомості, є інтегральною частиною самоконцепції. Економічна суб'єктивність підприємця проявляється в бажанні та можливості визначати економічну сторону свого життя, брати контроль в цій сфері на себе, працювати самозайнятим. Така здатність безпосередньо пов'язана зі ступенем вираженості якості самоефективності у підприємця, тобто наявній усвідомленій здатності справлятися зі специфічними ситуаціями, яка призводить до кар'єрного професійного успіху, але іноді й до провалів. Професійне Я формується не тільки на основі економічного Я (тип суб'єктивності), але і на основі психологічного Я - особистісним почуттям контролю над ситуацією, відчуттям своєї компетентності й самоефективності, а також ціннісно-смысловим контекстом [18].

Також важливим елементом психологічного профілю підприємця є його мотивація до успіху. Мотивація досягнення - невід'ємна властивість підприємця, високий ступінь його вираженості не тільки зумовлює професійний вибір, але і забезпечує успіх діяльності. Спонукальним мотивом до досягнень є потреба в самоактуалізації, спрямованої на успішну реалізацію свого особистісного потенціалу. Для особистостей, мотивованих на досягнення успіху, характерним є чітка постановка позитивних цілей діяльності, послідовне й активне прагнення до досягнення успіху, впевненість у своїх можливостях, адекватна самооцінка. Такі підприємці вважають за краще завдання середньої складності ніж низької, а при невдачах швидко мобілізують сили і підвищують свою активність [9].

Мотивації досягнення успіху протистоїть мотив уникнення невдачі. Особистості, які мотивовані на уникнення невдачі, доволі часто проявляють не впевненість у своїх силах і навичках, ймовірна можливість невдачі викликає у них занепокоєння і тривогу. Для них характерна неадекватна самооцінка (завищена або занижена), вони схильні обирати дуже легкі або, навпаки, дуже складні завдання. Отриманий успіх у діяльності підвищує їх активність, але будь-які невдачі призводять до швидкого її зниження. При цьому, ухвалення

відповідальних рішень зачасту залежить від наявного співвідношення таких мотивацій. Таким чином, якщо мотив невдачі перевершує рівень мотивації досягнення, то низька ймовірність, що така людина стане ефективним підприємцем.

Автор теорії локусу контролю Дж. Роттер вважав, що висока мотивація досягнення підприємців пов'язана з внутрішнім інтернальністю локусом контролю над власною поведінкою і значущими подіями. Інтерналі здатні на високому рівні контролювати життєво важливі для себе події й доволі схильні приймати на себе відповідальність за результати своєї діяльності, і при цьому немає значення це досягнення, успіхи або невдачі. Це показник соціальної зрілості, незалежності, самостійності і активності свідомості. Екстернали з переважанням зовнішнього екстернального локусу схильні вважати, що основні значущі події їх життя, свої успіхи і невдачі контролюються зовнішніми обставинами: впливом інших людей, непередбачуваністю або сприятливістю зовнішніх умов, випадковістю тощо. Виявляються якості конформності, тобто поступливий, залежна поведінка, невпевненість в собі, тривожність. Успішні підприємці значно більш інтернальні, ніж розорилися. Експериментальне доведено, що потенційні підприємці (студенти-випускники бізнес-шкіл) мають більш високі показники інтернальності, ніж студенти-менеджери [10, 20].

З мотиваційною сферою особистості підприємця нерозривно пов'язані і такі її компоненти, як рівень самооцінки, здатність приймати рішення, здатність до ризику. Ефективний підприємець відрізняється зазвичай високою, але досить об'єктивною самооцінкою, яка дозволяє йому доволі реалістично оцінювати свої можливості, бути самокритичним, продуктивно аналізувати власний життєвий і професійний досвід, постійно оволодівати новими знаннями. Специфічність рівня домагань успішного підприємця полягає, як зазначалося, в готовності його до автономної діяльності, в якій можна покладатися тільки на себе і свої можливості.

Прийняття рішень - це завжди вибір між декількома альтернативами дій для досягнення мети, необхідність якого виникає в ситуаціях криз та невизначеності. Саме в таких ситуаціях перевіряється здатність підприємця приймати на себе ризик, який пов'язаний з управлінням та прийняттям рішень. Дослідження показали, що занижений рівень домагань веде до уникнення ризику і зайвої обережності при прийнятті рішення, і як наслідок до значних фінансових, соціальних, моральних та інших втрат. «Ідеальному» підприємцю властива здатність йти на сміливий, але розумний ризик, на відміну від менеджера, який віддає перевагу стабільності, безпеці і передбачуваності. Крім цього, підприємцям доволі часто приписується соціально-психологічна функція «поглинання» ризику, яка полягає у створенні для інших людей «ілюзії» абсолютної гарантії успіху.

Існують дві основні різновиди ризику - мотивований і невмотивований. Ризик виконує важливу регулятивну функцію в соціумі, без нього немає руху вперед, це необхідна умова розвитку креативного мислення. Найбільший успіх чекає на підприємців, які творчо вирішують економічні проблеми, які ламають стереотипи і долають психологічні бар'єри. Тобто ризики господарської діяльності не тільки змушують підприємців працювати в умовах невизначеності, а й створення таких ситуацій призводить до появи нових можливостей. Звідси, і неадаптивна активність підприємців, неприйнятність ними усталених зразків поведінки і схем мислення, створення все нових форм діяльності та прийняття несподіваних креативних рішень [19].

Реальність така, що діяльність де все зрозуміле - там немає для підприємця нічого особливо інноваційного, тому така діяльність сприймається як рутинна монотонна діяльність. Пошук ризикових ситуацій це важлива природня неминучість підприємництва. Ризикова ситуація та вміння долати викликів мають для підприємця високу цінність. Тому ризик в підприємстві передбачає вміння діяти у відповідному високому темпі, концентрувати увагу на важливих аспектах справи й ігнорувати неважливі або менш важливі, а також це вміння розпочати й налагодити власну справу.

Таким чином, однією з базових характеристик особистості підприємця є інноваційність, в протилежність адаптивності, переважання інтуїтивного мислення над раціональним, функціонування особливого роду «евристик», креативність мислення, що призводить закономірно до активного, «ініціативного» ставлення до дійсності. Підприємець-новатор здійснює прорив до нового: вводить нові цінності та методи виробництва; відкриває нові ринки і джерела прибутку. Саме націленість на постійне оновлення, впевненість в своїх силах дозволяє підприємцю усвідомлено шукати ризиковані ситуації (нові можливості) [22].

Незамінною психологічною якістю підприємця є його воля (до влади, цілі, прийняття рішення, дії, успіху), а саме: свідоме регулювання поведінки і діяльності, спрямоване на уміння долати внутрішні й зовнішні труднощі. Воля у підприємця може проявлятися для нарощування зусиль з долання перешкод, усунення перешкоди, утримання обраного напрямку розвитку бізнесу, в разі відхилення від своєї мети.

Вольова активність підприємця має складну психологічну структуру, яка включає в себе ставлення до зовнішніх впливів, свідому регуляцію, мотивацію, контроль. При цьому можна виділити кілька етапів вольової активності:

1. Постановка мети і прагнення до її досягнення. Відбувається усвідомлення мотивів (причин) діяльності, їх боротьба і закінчується прийняттям рішення.

2. Усвідомлення ряду можливостей і вибір засобів (способів, шляхів) для досягнення поставленої мети.

3. Здійснення прийнятого рішення, виконання - як наявність вольового зусилля, без виконання рішення немає вольової дії [24, 25].

Підприємцю вкрай необхідно володіти рядом вольових якостей, таких як: сила волі, рішучість, самовладання, сміливість, ініціативність, витримка наполегливість, висока організованість, бажання відмовитися від негативних якостей, зокрема впертості, імпульсивності.

Однією з важливих психологічних характеристик підприємця є його комунікативна компетентність, тобто здатність ефективно встановлювати і підтримувати ділові контакти з іншими людьми [20]. Він повинен володіти професійним набором комунікативних умінь і навичок, а саме: вміння чітко ставити цілі й дотримуватися етики спілкування, грамотно використовувати інформаційний зміст спілкування та бути адекватним ситуації і проблеми спілкування. При взаємодії з іншими людьми необхідно орієнтуватися на контроль і розуміння ситуації, вміти управляти поведінкою інших, знати основи й принципи безконфліктного спілкування, застосовувати відповідні стратегії співробітництва у вирішенні конфліктних ситуацій.

Важливе значення для розуміння підприємницького поведінки мають ціннісні орієнтації. У більшості підприємців переважають такі цінності, як: свобода, самоповага, відповідальність і незалежність. Крім того, важливими є цінність інтересу до справи, дієве лідерство, незначна потреба в підтримці інших людей, висока потреба досягнення поставлених бізнес-цілей. У підприємців в області високих технологій виявили так зване «естетичне почуття». Саме коли підприємець орієнтований на владу, спостерігається прагнення впровадження цінностей зростання фірми для розширення і посилення цієї влади, в той час як при орієнтації на незалежність спостерігається занепокоєння тим, щоб не приносити в жертву свою незалежність, що можливо при надмірному зростанні компанії [29, 33].

В рамках аналізу етичних структур особистості підприємця існує думка про те, що підприємець є одночасно суб'єктом професії з ігровим стилем життя. При цьому підприємництво розглядається як спосіб життя, як життєвий шлях особистості, перш за все, в його моральних координатах.

Становлення економічного самосвідомості підприємця відбувається в процесі залучення його до культурно-історичного досвіду, де особливе місце займає економічна соціалізація, яка характеризується тим, що особистість не тільки набуває необхідні знання, поняття, уявлення про економічні явища і засвоює поведінкові стереотипи, норми, соціально-економічні ролі, типи

поведінки, але і занурюється в особливий ціннісний простір, де основними орієнтирами є моделі економічного успіху та соціальні норми. Від існуючих в культурі моральних нормативних цінностей залежить специфіка стилю економічної соціалізації та економічної поведінки, що реалізується насамперед на рівні сім'ї, а пізніше - на рівні інших інститутів соціалізації. Моральна свідомість є головним і визначальним у економічній свідомості та самосвідомості підприємців. Тому взаємозв'язок моральної і економічної свідомості стає найважливішою проблемою психології формування підприємницького самосвідомості [20, 25].

1.2. Психологічні аспекти, що впливають на успішність підприємницької діяльності

Важливі для психологічного портрета підприємця якості доцільно об'єднати в три блоки. В інтелектуальний блок входять компетентність, комбінаційний дарунок, розвита уява, реальна фантазія, розвита інтуїція, перспективне мислення. У комунікативний блок – талант координатора зусиль співробітників, здатність і готовність йти проти плину. У мотиваційно-вольовому блоці – це схильність до ризику, відповідальність, прагнення бороти і перемагати, потреба в самореалізації і суспільному визнанні, виразність мотиву досягнення успіху [28]. З огляду на, що підприємець, самозайнятий, йому необхідно дбати про гарне здоров'я, володіти невичерпною міцною енергією й оптимізмом. Окреслений перелік характеристик психологічного портрета відноситься до портрета так званого ідеального, а не типового підприємця. Але ж які необхідні сполучення якостей повинні обов'язково бути присутнім у портреті пересічного типового підприємця щоб забезпечити його успішну діяльність.

Доцільно звернути увагу на дослідження сучасних науковців, які доводять лише обов'язкову наявність компонентів мотиваційно-вольового блоку, тому що підприємець насамперед фігура діюча, шукаюча, активна.

Перевага мотива досягнення успіху над мотивом уникання невдачі, потребою й умінням брати на себе відповідальність, висока та вище середньої схильність до ризику, залишаються необхідними складовими в психологічному портреті ефективного підприємця незалежно від типу, галузі та специфіки підприємницької діяльності. Інші характеристики, які визначаються вченими і практиками-психологами як важливі, не завжди збігаються у різних дослідників.

А.І Агеєв склав узагальнений особистісний портрет зарубіжних підприємців, що включає інтелектуальні, комунікативні, вольові властивості і частину ділових якостей, які на його думку є необхідною передумовою для забезпечення успіху в підприємницькій діяльності (табл.1.1)[28].

Таблиця 1.1

Особистісний портрет зарубіжного підприємця

Якості	Індикатори прояву якості
1. Пошук можливостей і ініціативність	- бачить і використовує нові або незвичні ділові можливості; - діє до того, як його вимусять до цього обставини
2. Завзятість і наполегливість	- готовий до неодноразових зусиль, щоб подолати перешкоду; - змінює стратегії, щоб досягти мети
3. Готовність до ризику	- віддає перевагу ситуаціям „виклику” або помірному ризику; - віддає перевагу діям, щоб зменшити ризик або контролювати результати
4. Орієнтація на ефективність	- знаходить шляхи робити речі краще, дешевше, швидше; - прагне досягати досконалості, покращувати стандарти ефективності
5. Залучення в робочі контакти	- приймає на себе відповідальність і йде на особисті жертви для виконання роботи; - береться за справу з працівниками або замість них

6. Цілеспрямованість	- ясно висловлює цілі, має довгострокове бачення; - постійно ставить і коректує короткострокові задачі
7. Прагнення бути інформованим	- особисто збирає інформацію про клієнтів, постачальників, конкурентів; - використовує особисті і ділові контакти для своєї інформованості
8. Систематичне планування і спостереження	- планує, розбиваючи крупні задачі на під задачі; - розробляє або використовує процедури стеження за виконанням робіт
9. Здатність переконувати і встановлювати зв'язки	- використовує обережні стратегії для впливу і переконання людей; - використовує ділові і особисті контакти як засіб досягнення цілей
10. Незалежність і самовпевненість	- прагне до незалежності від правил і контролю інших людей; - покладається лише на себе перед обличчям протистояння і за відсутності успіху; - вірить у свою здатність виконувати складні задачі

Фахівці-психологи, науковці та практики в галузі підприємницької діяльності розрізняють такі чотири основні типи (моделі) підприємців (рис.1.3) [28]. Перший тип - це індивідуальний (персональний) підприємець, приватний підприємець. Такий тип підприємця прагне винятково до особистих досягнень, займається малим бізнесом, не володіє або в незначній мірі володіє якостями керівника (менеджера). До такого типу підприємців відносяться люди, яким необхідно діяти, працювати, досягати, бути в постійному русі, їх головна мета - самореалізація. Вони мають гарний потенціал стати успішними ефективними підприємцями. Проте доволі часто підприємницький успіх таких бізнесменів є не лише результатом їхнього бажання працювати і досягати успіхів, реалізації амбіцій, а й великого прагнення бути незалежними, самостійними, реалізованими підприємцями, які звикли покладатися на свій талант, досвід і власні сили. При цьому такі підприємці намагаються максимально ефективно використовувати для своєї

самореалізації та самоствердження гарантовані їм суспільством права, свободи, рівні можливості, ринкові відносини, переваги і цінності демократії та ін.

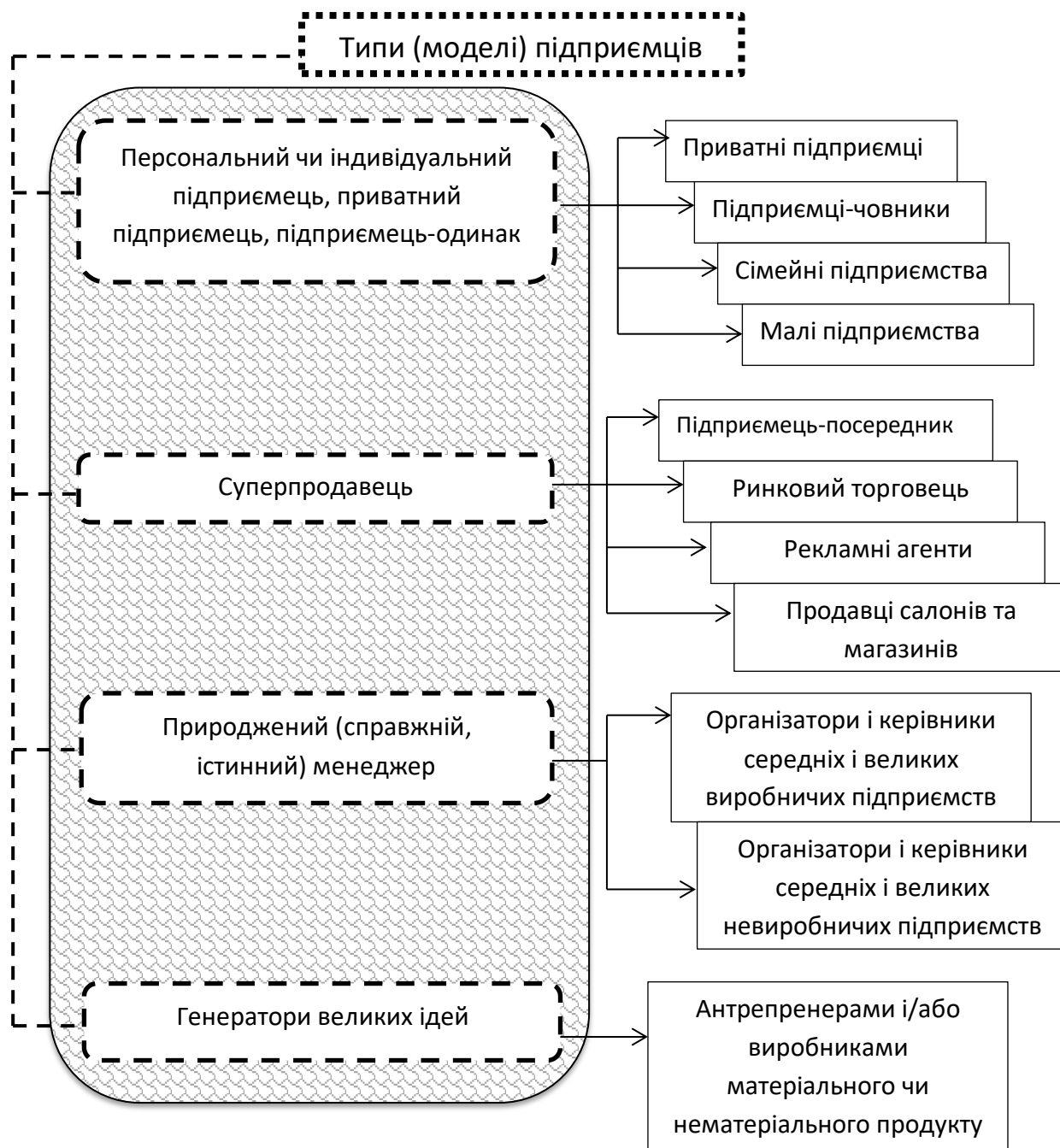


Рис.1.3. – Класифікація типів (моделей) підприємців

Саме вони є класичними підприємцями, які отримують задоволення та радість від того, що маєть можливість працювати самостійно на себе, без контролю і тиску з боку керівництва, вони можуть втілювати в життя проєкти,

які самі запланували, і як наслідок досягають свої цілі. Такі бізнесмени витрачають багато часу та енергії на розвиток свого бізнесу (компаній), чітко планують і прогнозують діяльність та її фінансові результати. Підприємці цієї групи дуже ініціативні, енергійні, віддані власній справі. Вони винятково самостійні й вірять у те, що самі будують своє життя й бізнес, вміло контролюють їх завдяки винятково власним діям і рішенням. Підприємницька діяльність таких бізнесменів підпорядковується власними цілям, правилам і планам, а не чужим завданням. Такі підприємці, доволі часто досягають значного успіху, наполегливо крокують до своєї мети, послідовно втілюючи в життя свої ідеї та плани, доводять до логічного кінця свої задуми, долають кризи, намагаються бути успішними в усьому, беруться за велику кількість справ [1, 28].

Другий тип підприємців це суперпродавець., Як правило, цей тип підприємця має талант співчувати іншим людям, бути емпатичним, піклуватися про людей, допомогати їм усіма можливими шляхами. Зазвичай такий тип називають підприємець-посередник. Він не володіє або не дуже володіє розвигненими управлінськими якостями. Такий підприємець може працювати як самостійно, приватним підприємцем, так й за наймом. Звичайна сфера діяльності підприємців-посередників це малий і середній бізнес, доволі часто - великий бізнес. Такий тип бізнесмена є базисом й запорукою здійснення ефективної торгівлі, рушійною силою роздрібною та оптовою торгівлі, тому що такий суперпродавець є визнаним генієм продажів. Підприємці другого типу є гарними психологами. Саме вони вміють використовувати м'який, ненав'язливий підхід до потенційних клієнтів і споживачів, акуратно і професійно переконують здійснити покупки, використовують весь наявний маркетинговий арсенал інструментів впливу на покупців. Такі підприємці застосовують унікальний, майже авторський, підхід для здійснення торговельної діяльності. Суперпродавці вміло використовують подяку покупців, для них дуже важливі гарні взаємовідносини з клієнтами, їм подобаються соціальні ситуації та спілкування з різними групами людей.

Таким підприємцям подобається спілкуватися з покупцями, вони вважають, що саме продажі є основною важливою метою як для бізнеса, так і для них самих. З метою досягнення підприємницького успіху, таким підприємцям важливо займатися торгівельною діяльністю. Як приклад типів підприємців-суперпродавців можна зазначити ринкових торговців, продавців приватних салонів і магазинів, агентів зі збуту виробничих підприємств, торгівельних, страхових, туристичних та інших компаній. Зазвичай в народі природжених суперпродавців шанобливо називають торгашами [1, 28].

Третій тип підприємців - природжений (істинний, справжній) менеджер. Такий тип підприємців віддає перевагу високому рівню відповідальності за свою діяльність. Вони доволі часто займають високі керівні позиції в корпораціях, враховуючи їх яскраво виражені якості лідера. Їм притаманні риси конкурентності, схильності до перемоги, боротьби за першість. Такі підприємці не бояться конкурентної середовища, вони не уявляють себе поза конкурентною боротьбою, завжди змагаються тільки за лідерські позиції, за першість. Життя таких бізнесменів це постійна боротьба з конкурентами, концентрація на необхідності перемагати та високому рівні задоволення від перемоги. Тому вони є надзвичайно амбіційними, рішучими, сміливими, високо цінують заслужений авторитет, тому орієнтуються на тих, хто має авторитет. Їм подобається влада, приймати рішення, що мають суспільний резонанс, люблять діяти від імені громадськості. Вони починають свою професійну діяльність з великих компаній, зачасту стають успішними маркетологами, частково керуючи ринковим (маркетинговим) процесом.

Такі підприємці досягають значних успіхів завдяки дієвій організації торгівлі та продажів, професійно розбираючись у торгівлі і будучи від природи гарними продавцями. Вони мотивують та заохочують споживачів до здійснення покупки, доволі агресивно нав'язують їм свою продукцію, використовуючи логіку і силу своїх професійних переконань чинять на покупців тиск. Вони застосовують агресивний підхід, який кардинально відрізняється від м'якого, делікатного і ненав'язливого підходу

суперпродавців. Їхня внутрішня сила і впевненість керують зростанням бізнесу. Доволі часто їм не потрібний генеральний менеджер, тому що вони самі є ним. Ідеальний шлях до успіху таких підприємців - це ефективно керування середнім або великим бізнесом, самостійно розпочати досить великий бізнес, де в повній мірі можливо реалізувати їхні управлінські навички й талант [28].

На відміну від лідерів-керівників, які мають не яскраво виражені задатки (уроджені якості, риси характеру, схильності особливості психіки) підприємця, природжений менеджер є підприємцем, що володіє якостями ефективного керівника. Він відноситься до числа керівників середнього і великого бізнесу. При цьому розрізняють і тип суперменеджерів, а саме: керівників-організаторів підприємницької діяльності, які володіють найвищою кваліфікацією, дієвими управлінськими навичками, наділені максимальними повноваженнями. До такої категорії відносяться й менеджери, які організують виробничу діяльність підприємств, керують цією діяльністю, реалізуючи тактичні завдання бізнесу. Так, до природжених менеджерів слід віднести керівників і топ-менеджерів середніх та великих виробничих і невиробничих підприємств. Суперменеджери схильні ефективно керувати діяльністю транснаціональних корпорацій, міжнародних компаній тощо [4, 28].

До четвертого типу підприємців відносять підприємців-генераторів великих ідей, які активно генерують нові ідеї, винаходять нові товари, знаходять нові ніші для бізнесу. Вони талановито знаходять шляхи і можливості, як спрацювати ефективніше ніж конкуренти. Такі підприємці є новаторами в чистому підприємницькому розумінні, вони захоплюються світом ідей та новацій, креативності й творчості. Проте їм потрібно контролювати свій ентузіазм, який може завести їх у бік від головної цілі, сприятиме невдачам, враховуючи те, що недостатньо враховують різні види ризику. Для того щоб мінімізувати ризик, до якого призводить такий ентузіазм, необхідна значна увага і велика обережність. Доволі часто їм навіть

потрібна зовнішня допомога щодо визначення ризиків і умов невизначеності. Такі підприємці бувають іноді занадто ідеалістичними і недостатньо практичними, найбільш бажаним для них є шлях до підприємницького успіху через генерування нових ідей, оцінки ризиків, бачення перспектив розвитку для своєї справи. Досить часто генератори масштабних ідей займаються підприємництвом, пов'язаним з високими технологіями, новою технікою, дослідженнями і винахідництвом. Як правило, генератори великих ідей є бізнесменами, які не в достатній мірі володіють якостями керівника (менеджера), але більшість є геніями підприємницької діяльності, які активно просувають уперед науково-технічний прогрес [20, 28].

Доцільно відзначити, що представлені чотири типи особистості підприємця є далеко не однорідними. Частина успішних підприємців може характеризуватися лише одним із цих типів, а деякі підприємці поєднують особливості декількох типів. Головне, якщо бізнесмен за своїми характеристиками відноситься до певного типу підприємця, він досягне успіху, якщо тільки виявиться саме в тій ситуації, що відповідає його типу і в якій він зможе успішно реалізувати себе, використовуючи свої сильні якості. Крім цього, використовуючи свої сильні сторони, підприємці можуть долати і нівелювати слабкі сторони. Якщо у підприємця яскраво присутні ознаки більш одного типу і він характеризується рисами, притаманними двом чи більше типам, то такого підприємця називають комплексний підприємець. При цьому, найбільш відомі успішні підприємці зазвичай поєднують в собі ознаки відразу декількох типів [4, 9, 28].

Слід підкреслити, що успішному лідеру-підприємцю необхідно володіти наступними якостями як: адекватність самооцінки, гнучкість в мисленні і поведінці, гостра інтуїція, товариськість, наявність високої мети і прагнення до досягнення і переваги, підприємливість, уміння брати на себе ризик і відповідальність, наполегливість, самовладання.

Здатність «прийняти на себе» підприємницький успіх є величезною цінністю як для людини, так і для всього суспільства. Однак не всі реалізують

цю можливість повністю. Виникає проблема «що я повинен зробити, що змінити в собі, щоб реалізувати свій підприємницький потенціал?». Існують психологічні бар'єри на шляху до підприємництва, які кореняться в традиційній освіті, вихованні, соціальних умовах, а головне в психології людини. Доцільно навести типологію психологічних бар'єрів у підприємців, яка дозволить з'ясувати причини невпевненості в особистому успіху:

1. Бар'єри «особистої ініціативи». Охоплює проблеми, які пов'язані з певними труднощами прояву індивідуалізму та реалізації «духу підприємництва», опору змінам, оскарженням пріоритету «особистого блага», здатністю до постійного саморозвитку.

2. Бар'єри «помилкової установки». Включають всі аспекти соціального та особистого «міфотворчості» з приводу підприємства, цінності праці, матеріального блага та ін., А також протиріччя свідомості, властиві перехідним ситуаціям.

3. Бар'єри автономності. Їх взаємопов'язані сторони це незахищеність особистості (правова, соціальна) і синдром «залежності».

4. Бар'єри досягнення. Включають відповідні аспекти, які пов'язані з мотивацією до успіху, з труднощами в реалізації прийнятих рішень, зокрема: проблеми неякісного і неточного прогнозування, недостатня швидкість і якість прийняття управлінських рішень, несвоєчасне реагування на складну ситуацію та виклики, невміння своєчасно відмовитися від неефективного або низько ефективного рішення, низька варіативність в економічній поведінці.

5. Бар'єри ризику. Відображають емоційний (відповідальний ризик) і раціональний (зважений ризик, по якому виявлені всі фактори ризику) аспекти.

6. Бар'єри комунікації. Містять перешкоди на шляху формування інформаційної доступності та наявні проблеми довіри в діловому професійному спілкуванні людей.

7. Бар'єри сприйнятливості до нового. Вказують на наявний професійний догматизм, недостатній рівень освіти, низький рівень прийняття та відкритості до нових ідей та способів поведінки [15, 16].

Слід відзначити перешкоди, які заважають успіху підприємця, а саме:: емоційна неврівноваженість, ліниво, пасивність, навіюваність, надмірна старанність і пунктуальність. Підприємництво - це завжди ризик і дії в умовах невизначеності та турбулентності. При таких обставинах саме ефективний підприємець обере діяти і припускатися деяких помилок, роблячи висновки зі своїх помилок, ніж боятися провалу й нічого не робити.

Знання оптимальних особистісних якостей і існуючих психологічних бар'єрів до заняття підприємництвом, вміння їх вирішувати дозволять усвідомлено підходити до вибору підприємницької діяльності, швидше розвивати особистісно-ділові якості і домагатися творчих успіхів, адже основна пристрасть людини - це реалізація свого потенціалу, здійснитися в цьому світі. З психологічної точки зору успіх підприємця полягає в переживанні стану радості, задоволення, що отриманий результат, до якого бізнесмен прагнув у підприємницькій діяльності, або збігся з його очікуваннями і сподіваннями, або перевершив. Важливим є переживання успіху, самооцінка, самореалізація, усвідомлення себе успішною особистістю.

1.3. Методики дослідження психологічного профілю ефективного підприємця

Методика дослідження психологічного профілю ефективного підприємця ґрунтується на комплексному застосуванні різноманітних психологічних тестів, які дозволяють оцінити тип особистості підприємця, його особистісні риси та окремі фактори, які впливають на успішну підприємницьку діяльність.

На сьогодні існує велика різноманітність психологічних тестів, які можуть бути корисні для вимірювання психологічного профілю підприємця.

При цьому вибір конкретних методик тестування залежить від цілей оцінки, контексту дослідження та доступності інструментів. Тому доцільно охарактеризувати декілька популярних психологічних тестів, які можуть бути застосовані для визначення психологічного профілю ефективного підприємця:

1. Тест Myers-Briggs Type Indicator (МВТІ) допомагає визначити тип особистості підприємця за чотирма основними діаметрами - екстраверсія або інтроверсія, сприйняття або інтуїція, мислення або почуття, судження або сприйнятливність. Він допомагає зрозуміти, як особистість взаємодіє з оточенням, як приймає рішення та реагує на нові ідеї. Це психологічний тест, який був розроблений Кетрін Кук Бріггс та її донькою Айзенбергом Кетрін Бріггс в середині 20-го століття. МВТІ базується на теорії типів особистості, яка була розроблена швейцарським психологом Карлом Юнгом [19, 22]. Тест став відомим і широко використовуваним інструментом для розуміння особистостей та їхніх типів. Тест розглядає особистість з певних кутків зору і визначає, до якої з чотирьох пар протилежних психологічних функцій конкретна особистість належить. Ці чотири пари функцій:

1. Екстраверсія (E) vs. Інтроверсія (I): Визначає, як людина отримує енергію – від зовнішнього оточення (екстраверт) або від внутрішнього світу та самостійності (інтроверт).

2. Сприйняття (S) vs. Інтуїція (N): Вказує, як людина сприймає інформацію – через конкретні факти та деталі (сприйняття) або через загальні патерни та можливості (інтуїція).

3. Мислення (T) vs. Відчуття (F): Розкриває, як людина приймає рішення – засновані на логіці та аналізі (мислення) чи засновані на емоціях та соціальних аспектах (відчуття).

4. Оцінка (J) vs. Відчиненість (P): Вказує, як людина сприймає світ – чітко організована та рішуча (оцінка) чи більш гнучка та адаптивна (відчиненість).

Комбінація цих чотирьох пар функцій дає 16 можливих типів особистості, таких як "ESTJ", "INFP", "ENTJ", і так далі. Кожен тип

характеризується своїми особливостями та схильностями у способі мислення та взаємодії з оточуючим світом. MBTI використовується в особистісному розвитку, управлінні та командній роботі, а також у виборі професійного напрямку [17]. Важливо відзначити, що MBTI не є ідеальним чи беззаперечним інструментом, і деякі дослідження підводили під сумнів його наукову достовірність. Отже, його використання вимагає обережності та критичного підходу. В Україні найбільш поширеним є адаптований варіант цього тесту, відомий як тест «16 особистостей».

2. Big Five Personality Traits (п'ять великих особистісних рис) допомагає оцінити п'ять головних особистісних рис, таких як: екстраверсію, ладність, приємність, емоційну стійкість та відкритість до досвіду. Він може допомогти з'ясувати, які риси особистості підприємця підкреслені, і як це впливає на його бізнес. Так, рівень екстраверсії (Extraversion) показує, що підприємці, які мають її високий рівень, можуть бути схильними до активного мережевого зв'язку, спілкування з клієнтами та партнерами, а також до створення інтерактивних команд. Вони можуть відчувати більше комфорту у громадських виступах та розвитку бізнес-контактів. Високий рівень сумірності (Conscientiousness) у підприємця може вказувати на важливу якість для успіху в бізнесі, що означає організованість, здатність до планування, відповідальність і вміння виконувати завдання вчасно та ефективно. Вищий рівень відчуття новизни (Openness to Experience) може сприяти інноваційності та креативності у підприємницькій діяльності. Саме підприємці з цією рисою можуть бути більш схильними до прийняття ризиків та впровадження новаторських ідей. Підприємці з високим рівнем приємності (Agreeableness) можуть бути доброзичливими, співчутливими та схильними до співпраці з партнерами та клієнтами. Ця риса може сприяти побудові позитивних відносин у бізнес-середовищі. Підприємцям важливо мати стійкість до стресу та негативних емоцій. Підприємці з низьким рівнем нейротизму (Neuroticism) можуть бути менше схильними до тривожності та здатні більш ефективно вирішувати проблеми [28, 30].

3. Тест Креативного Мислення (Torrance Tests of Creative Thinking) був розроблений американським психологом Еллісом Полом Торренсом в 1966 році. Його доцільно застосовувати для здійснення оцінки креативності і здатності до генерації нових ідей, знаходження нетрадиційних рішень проблем, що може бути важливою рисою підприємця. Тест може бути корисним інструментом для підприємців, особливо тих, хто займається інноваційною або креативною діяльністю.

4. Тести на вимірювання стресостійкості дозволяють визначити рівень стресостійкості та здатність підприємця ефективно управляти стресом, що є важливим в адаптації до бізнес-середовища в сучасних реаліях. При цьому існують різноманітні методики, які доцільно застосовувати (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Методики вимірювання стресостійкості

№	Назва	Характеристика
1	2	3
1	Шкала резильєнтності Коннора-Девідсона-10 (CD-RISC-10)	допомагає оцінити, наскільки особистість відзначається рядом якостей, які характеризують резильєнтність, такі як відчуття контролю, оптимізм, самоефективність та здатність до відновлення після стресових ситуацій. CD-RISC-10 складається з 10 запитань, призначених для вимірювання рівня резильєнтності.
2	Тест на стресостійкість Коена (Cohen's Perceived Stress Scale)	дозволяє оцінити сприйняття стресу у повсякденному житті, тобто оцінює, наскільки сильно і часто людина відчуває стрес та як вона реагує на нього. Основною метою цього тесту є вимірювання того, наскільки особистість сприймає різні події і ситуації як стресові. Учасники тесту оцінюють свій рівень стресу, відповідаючи на різні питання та описуючи свої емоції та відчуття, пов'язані зі стресом.
3	Тест на визначення рівня стресу (за В. Ю. Щербатих)	визначає інтелектуальні та поведінкові ознаки стресу, емоційні та фізіологічні симптоми стресу.
4	Шкала психологічного дистресу Кесслера (The Kessler Psychological Distress Scale (K10))	визначає рівень стресостійкості та здатність керувати стресом у різних життєвих обставинах.

1	2	3
5	Шкала сприйманого стресу (Perceived Stress Scale-10, PSS-10)	це скорочена версія шкали Коена, яка складається з 10 запитань. Учасники тесту відповідають на ці запитання, вказуючи, наскільки часто вони відчувають різні симптоми стресу та напруженості, використовуючи п'ятибальну шкалу від "ніколи" до "часто". Всі відповіді обчислюються для отримання загального балу, який вказує на рівень сприйманого стресу.
6	Тест BASIC Ph. Модель стресодолаання	М. Лахад запропонував власну багатовимірну модель подолання стресу та пошуку внутрішньої стабільності для людини. Модель «BASIC Ph» – це деякий «міст над прірвою», що допомагає людині «вирости» з кризової ситуації, «з'єднати» її внутрішнє «Я» та зовнішній «Світ». Автор відзначає, що у кожної людини є шість каналів подолання стресу, при цьому, з них домінуючими є лише кілька. З огляду на це, важливо розуміти свої сильні сторони і розвивати слабкі (пасивні) канали, тим самим посилюючи і збагачуючи свої ресурси.

Також, при визначенні психологічного профілю підприємця доцільно застосовувати тести на вимірювання комунікабельності та лідерських якостей, які є важливими для досягнення підприємницького успіху. Вони допомагають оцінити здатність підприємця спілкуватися з іншими, будувати команду, керувати персоналом і виконувати лідерську роль. При цьому слід відзначити такі методики як методика Т. Елерса: діагностика мотивації до успіху, методика "Міжособистісні відносини" (Interpersonal Relationships Test), тест лідерських якостей (Leadership Assessment Test), тест комунікабельності (Communication Skills Assessment), методика "Командоутворення" (Team Building Assessment), методика "Міжособистісні конфлікти" (Interpersonal Conflict Assessment) [1, 4, 14].

Таблиця 1.3

Методики щодо вимірювання комунікабельності та лідерських якостей підприємців

№	Назва методики	Характеристика
1	Методика Т. Елерса: діагностика мотивації до успіху	призначена для визначення і аналізу мотиваційних факторів та особистісних рис, що впливають на прагнення до досягнення успіху у різних аспектах життя, включаючи професійну та підприємницьку діяльність.
2	Методика «Міжособистісні відносини Т. Лірі» (Interpersonal Relationships Test)	оцінює здатність підприємця встановлювати та підтримувати ефективні взаємини з різними типами людей, включаючи співробітників, клієнтів та партнерів, враховуючи два чинники: домінування-підпорядкування і дружелюбність-агресивність.
3	Тест лідерських якостей (Leadership Assessment Test)	допомагає визначити рівень лідерських якостей у підприємця, включаючи здатність до прийняття рішень, мотивацію команди, ефективне керівництво та інші аспекти лідерства
4	Тест комунікабельності (Communication Skills Assessment)	дозволяє визначити рівень навичок комунікації, включаючи вміння висловлювати свої думки, слухати інших, вирішувати конфлікти та спілкуватися з різними типами людей
5	Методика «Командоутворення» (Team Building Assessment)	допомагає визначити здатність підприємця створювати та керувати командами, розподіляти обов'язки та стимулювати спільну роботу для досягнення цілей
6	DISC (DISC Personality Test)	допомагає визначити оцінку і класифікацію особистостей на основі їхніх поведінкових характеристик і стилю спілкування. Цей тест ідентифікує які основні риси характеру домінують у людини та як вона взаємодіє з іншими людьми.
7	методика К. Томаса «Визначення стилю поведінки в конфліктній ситуації»	призначена для визначення здатності особи до ефективного вирішення конфліктів, включає такі аспекти, як навички спілкування, здатність до компромісу, вміння вирішувати конфлікти в конструктивний спосіб та інші психологічні аспекти, пов'язані з конфліктними ситуаціями

Заслужують на увагу методики з визначення підприємницьких характеристик і навичок, так звані підприємницькі тести, серед яких займає провідну роль методика «Самооцінка підприємницького потенціалу» (Entrepreneurial Potential Self-Assessment) [42]. Вона була розроблена спеціалістами на основі досліджень і спостережень за характеристиками канадських підприємців у всіх галузях промисловості, які відзначають, що підприємці мають тенденцію отримувати результати, вищі за результати населення в цілому. Ця методика дозволяє визначити підприємницький потенціал, тобто ймовірність того, що людина зможе успішно розпочати та вести власний бізнес, визначаючи здатність людини до підприємництва, що визначається низкою факторів, включаючи рівень її креативності, інноваційності, здатності до ризику та прагнення до успіху. Крім цього, дана методика дозволяє визначити потенційні сфери для зростання та розвитку, щоб підприємці могли продовжувати вдосконалювати свої бізнесові навички з часом.

Також, викликає науковий інтерес існуюча методика визначення кількісних параметрів потреби досягнення успіху, яка розроблена Макклелланд і його колегами. Вченими була встановлена кореляція між високим $nAch$ (так скорочено формулюється поняття потреби досягнення успіху) і успішною підприємницькою діяльністю. Девід Макклелланд, американський психолог, спільно зі своїми колегами розробив методику визначення кількісних параметрів потреби досягнення успіху. Ця методика стала відома як «Тест досягнення» або «Тест Макклелланда». Вона призначалась для вимірювання рівня потреби досягнення у людей. Основна ідея цієї методики полягає у вивченні мотивації людини до досягнення успіху в різних сферах життя, включаючи бізнес, кар'єру, навчання та інші активності. Макклелланд вважав, що рівень потреби досягнення може суттєво впливати на поведінку та рішення людини. Тест Макклелланда включає в себе серію ситуаційних завдань або оповідей, у яких людина повинна обрати, як діяти в певних ситуаціях. Відповіді на ці завдання допомагають виявити

наявність та силу потреби досягнення у тестованій особі. Важливо зазначити, що підходи до вимірювання психологічних характеристик, включаючи потребу досягнення, можуть різнитися, і існують інші методики оцінки цієї характеристики. Тест Макклелланда має свої обмеження і потребує кваліфікованого використання для досягнення точних результатів [20, 52].

Висновки до першого розділу:

1. Психологія підприємництва пов'язана з розумінням взаємозв'язку між успішним керівництвом бізнесом та ментальними прийомами і характеристиками, якими володіють ефективні підприємці, а також з організаційною психологією, що поєднує в собі як практичне застосування бізнесменами науки про людський розум для підвищення продуктивності бізнесу, так і створення здорового бізнес-середовища, незалежно від того, це стосується окремого підприємця або загалом організації.

2. Психологічний профіль підприємця є об'єктом досліджень у галузі психології підприємництва, і він включає в себе ряд ключових аспектів, зокрема: мотивація до успіху, ризикова схильність (ступінь готовності приймати ризиковані рішення і реакція на невизначеність), творчість і креативність, лідерські якості та здатність впливати на інших, рівень стресостійкості, готовність до адаптації до змін у бізнес-середовищі. Психологічний профіль підприємця є складним об'єктом дослідження, який враховує психологічні фактори, що впливають на успішну підприємницьку діяльність. Дослідження психологічного профілю дозволяє краще розуміти особистість підприємця та впливати на розвиток його підприємницьких якостей і навичок. Незамінною психологічною якістю підприємця є його воля (до влади, цілі, прийняття рішення, дії, успіху), яка має складну психологічну структуру, включає ставлення до зовнішніх впливів і викликів, рівень мотивації, свідому регуляцію.

3. Визначені психологічні аспекти, що впливають на успішність підприємницької діяльності, а також досліджено класифікацію типів

(моделей) підприємців. З'ясовано, що перевага мотива досягнення успіху над мотивом уникання невдачі, потребою й умінням брати на себе відповідальність, висока та вище середньої схильність до ризику, залишаються необхідними складовими в психологічному портреті ефективного підприємця незалежно від типу, галузі та специфіки підприємницької діяльності.

4. Вважаємо, що комплексний підхід до визначення психологічного профілю підприємця, використовуючи різні методики для аналізу психологічних особливостей, креативності, стресостійкості, мотивації до успіху, вимірювання комунікабельності та лідерських якостей, підприємницького потенціалу тощо, є надзвичайно актуальним, корисним і обґрунтованим. Цей підхід дозволяє отримати більш повний та об'єктивний образ психологічного профілю ефективного підприємця. Враховуючи багатофакторну природу підприємництва, наявність широкого спектру психологічних тестів і методик надає можливість адаптувати методику дослідження до конкретних завдань і контексту. Такий підхід є невід'ємною частиною психологічного аналізу ефективних підприємців та сприяє розумінню їхньої особистості і прогностуванню їхньої успішної діяльності в бізнесі.

5. Для проведення аналізу психологічного профілю ефективного підприємця вважаємо за доцільне комплексно застосовувати декілька методик, а саме: адаптовану форму тесту Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) – «16 особистостей», методику оцінки підприємницького потенціалу (Entrepreneurial potential self-assessment), методику Т. Елерса: діагностика мотивації до успіху, методику вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора-Девідсона-10 (CD-RISC-10). Що дозволяє не тільки визначити як тип особистості впливає на ефективність підприємця, а й врахувати рівень їх підприємницького потенціалу, мотивацію до успіху та рівень стресостійкості, що системно відображає психологічні особливості та здібності бізнесменів у сучасних реаліях.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОФІЛЮ ЕФЕКТИВНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

2.1 Аналіз психологічного профілю ефективного підприємця

Для проведення аналізу психологічного профілю ефективного підприємця вважаємо за доцільне комплексно застосовувати декілька методик, а саме: тест Myers-Briggs Type Indicator (MBTI), методику оцінки підприємницького потенціалу (Entrepreneurial potential self-assessment), методику Т. Елерса: діагностика мотивації до успіху, методику вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора-Девідсона-10 (CD-RISC-10). Що дозволяє не тільки визначити як тип особистості впливає на ефективність підприємця, а й врахувати рівень їх підприємницького потенціалу, мотивацію до успіху та рівень стресостійкості, що системно відображає психологічні особливості та здібності бізнесменів у сучасних реаліях.

Для здійснення такого аналізу була розроблена анкета, яка включає п'ять розділів. Розділ 1 включає інформацію про вік, стать, сімейний стан, кількість дітей, в якому віці підприємці почали займатись підприємницькою діяльністю, скільки років займаються підприємницькою діяльністю, чи під час повномасштабної війни продовжують бізнесмени свою діяльність в Херсоні, в Україні або закордоном, чи була підприємницька діяльність прибутковою до повномасштабної війни і чи є наразі такою.

Розділ 2 анкети включає оцінку підприємницького потенціалу з використанням опитувальника (Entrepreneurial potential self-assessment), який містить 50 тверджень, і його заповнення займе близько 10 хвилин. Для кожного твердження потрібно обрати цифру за шкалою від 1 до 5, яка найкраще описує думку підприємця. При цьому доцільно використовувати всю шкалу, наскільки це можливо, оскільки постійні відповіді "2" або "3" не дозволять респонденту повною мірою скористатися цим інструментом,

отримані результати не будуть повною мірою відображати реальний рівень підприємницького потенціалу.

Розділ 3 включає опитувальник за методикою Т. Елерса: діагностика мотивації до успіху, що дозволяє зрозуміти мотивацію до успіху та використовується як інструмент для діагностики та аналізу особистісних мотиваційних факторів, що мають важливе значення в професійному та особистому житті. Дана методика дозволяє визначити рівень мотивації особистості до успіху, що є вкрай важливим для підприємницького успіху. Особистість, у якої високий рівень мотивація до успіху, в основному воліє мати середній або низький рівень ризику своєї діяльності, їй властиво уникати високого ризику. При слабкій мотивації до успіху, надії на успіх зазвичай скромніший, проте такі підприємці багато працюють для досягнення успіху, мають великий рівень прагнення до успіху.

Розділ 4 присвячений застосуванню методики вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора-Девідсона-10 (CD-RISC-10). Ця методика має 10 запитань, і вона оцінює, наскільки особистість може ефективно подолати стрес та адаптуватися до труднощів. В корпоративному бізнес середовищі ця шкала може використовуватися для оцінювання рівня стресостійкості працівників і визначення, наскільки вони готові до подолання труднощів на робочому місці.

Розділ 5 включає адаптований тест Myers-Briggs Type Indicator (MBTI) – 16 особистостей. Діагностична система Майерс-Бріггс знайшла широке застосування в найбільших західних компаніях, що говорить про її практичної надійності і валідності. Ця типологія фактично інтегрована в систему державного стандартизованого США. Зокрема, вона схвалена Американською Психологічною Асоціацією, як спосіб продовження освіти за Категорії 1 для психологів. Типологія Майерс-Бріггс розроблялася Катаріною Бріггс і її дочкою Ізабеллю Майерс-Бріггс на основі роботи «Психологічні типи» Карла Густава Юнга. Перші публікації Кетрін Бріггс відносяться до кінця 1920-х, перша версія тесту - у 1942 році, перша версія керівництва з

використання типології - в 1944 році. Класичний тестовий варіант визначення типу відомий як "опитувальник Майерс-Бріггс" [Myers-Briggs Type Indicator (MBTI)].

В процесі проведення дослідження увага сконцентрована на оцінці психологічного профілю підприємців Херсонської області, з метою чого було проведено опитування шляхом анкетування 39 респондентів підприємців Херсонської області. З 39 респондентів – жінки становлять 59 % або 23 особи, чоловіки - 41% або 16 осіб (рис.2.1).

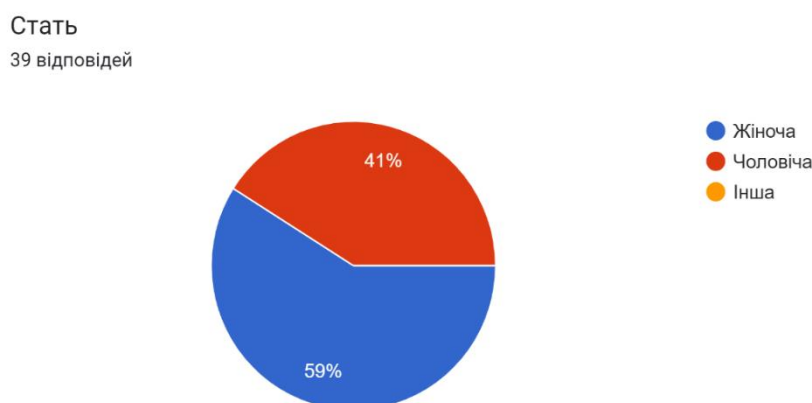


Рис.2.1 Розподіл респондентів за статтю

При цьому розподіл респондентів за віком наступний: найбільшу частку 35,9% складають респонденти віком 40-49 років (14 осіб) і 30,8% - 30-39 років (12 осіб); 15,4% - 50-59 років (6 осіб); 10,3% - 16-24 роки (4 особи); найменшу частку 7,6% - 25-29 років (3 особи)(рис.2.2).

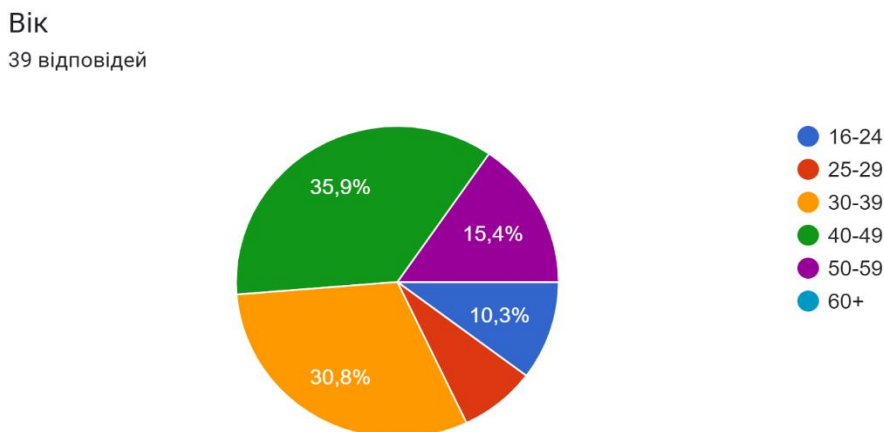


Рис. 2.2 Розподіл респондентів за віком

Проаналізуємо склад респондентів-підприємців (табл.2.1). Сімейний стан опитуваних підприємців наступний: більше половини респондентів є одружені/заміжні – 53,8% або 21 особа), розлучених – 23,1% або 9 осіб, неодружених/незаміжних – 20,5% або 8 осіб, один респондент перебуває у цивільному шлюбі (рис. 2.3). При цьому 69% або 27 підприємців мають дітей (13 осіб або 33,3% має одну дитину, 13 осіб або 33,3% - двох дітей, 1 особа - є трьох дітей) і 31 % або 12 осіб не мають дітей. Більшість респондентів розпочали займатися підприємницькою діяльністю у віці 16-24 роки (17 осіб, що складає 43,6%), 12 осіб (30,8%) – у віці 25-29 років, 8 осіб (20,5%) – у віці 30-39 років і два підприємця – у віці 40-49 років. Тобто спостерігається тенденція, що майже 75% підприємців відкрили власний бізнес у віці до 29 років. Здійснюють підприємницьку діяльність під час повномасштабної війни 26 осіб, що становить 66,7% від загальної кількості респондентів, які до 24.02.2022 р. займалися бізнесом.

Таблиця 2.1

Аналіз складу респондентів-підприємців

№	Показник	Всього респондентів, осіб	Жінки		Чоловіки	
			осіб	%	осіб	%
1	2	3	4	5	6	7
1	Кількість респондентів	39	23	59	16	41
2	Сімейний стан:					
	Одружений/Заміжня	21	13	33,3	8	20,5
	Неодружений/Незаміжня	8	5	12,8	3	7,7
	Разлучений(а)	9	4	10,3	5	12,8
	Інше	1	1	2,6	0	0
3	Кількість дітей:					
	Немає	12	8	20,5	4	10,3
	1	13	7	17,9	6	15,4
	2	13	8	20,5	5	12,8
	3 і більше	1	0	0	1	2,6
4	В якому віці почали займатися					

	підприємницькою діяльністю:	17	8	20,5	9	23,1
	16-24 р					
	25-29 р	12	8	20,5	4	10,3
	30-39 р	8	5	12,8	3	7,7
	40-49 р	2	2	5,1	0	0
5	Тривалість підприємницької діяльності респондентів:					
	До 1 року	3	2	5,1	1	2,6
	1-3 р	5	5	12,8	0	0
	3-5 р	3	3	7,7	0	0
	5-10 р	6	5	12,8	1	2,6
	10-15 р	5	2	5,1	3	7,7
	Понад 15 р	17	6	15,4	11	28,2
6	Здійснюють підприємницьку діяльність під час повномасштабної війни	26	14	35,9	12	30,8

Сімейний стан

39 відповідей

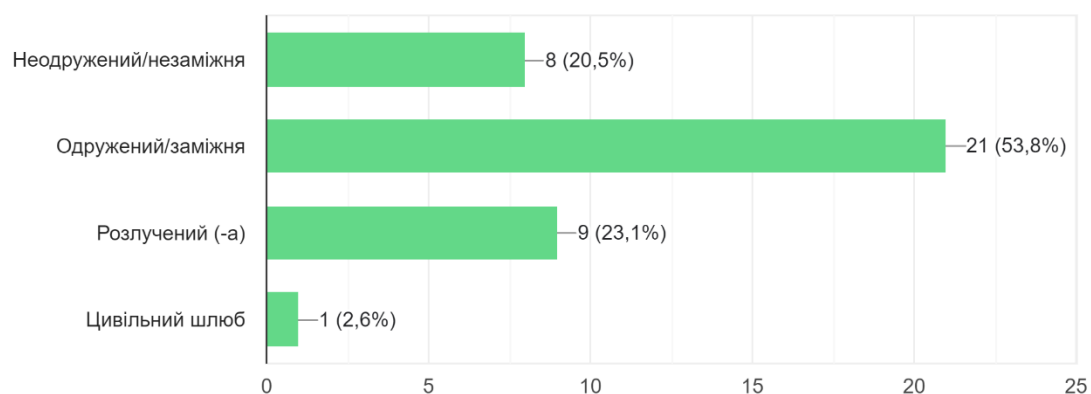


Рис.2.3 – Аналіз сімейного стану респондентів

В якому віці Ви почали займатись підприємницькою діяльністю?

39 відповідей

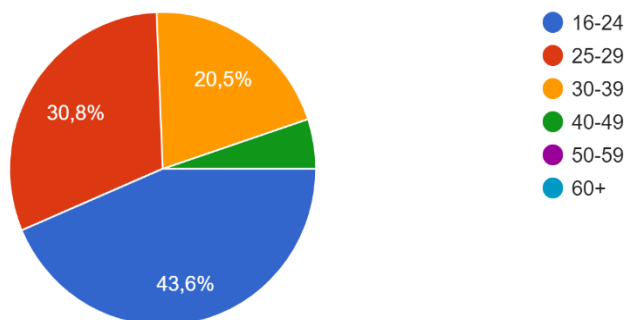


Рис.2.4. – Структура респондентів за віком

Скільки років Ви займаєтесь підприємницькою діяльністю?

39 відповідей

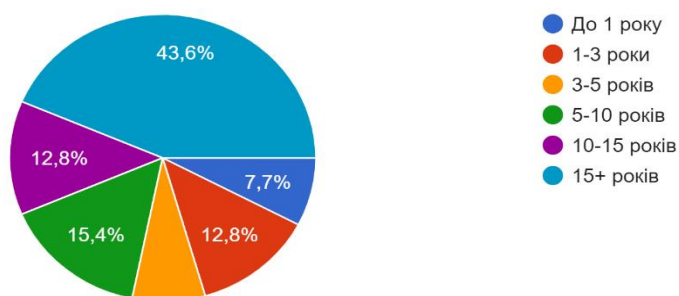


Рис.2.5. Розподіл респондентів за тривалістю підприємницької діяльності

Дані дослідження свідчать, що 17 респондентів з 39 осіб або 43,6 % займаються підприємницькою діяльністю понад 15 років, 6 осіб (15,4%) – 5-10 років, по 5 осіб – 1-3 роки і 10-15 років, по 3 особи – до 1 року і 3-5 років (рис.2.5).

Доцільно провести аналіз респондентів, яких визначено як ефективних підприємців, тобто тих, хто здійснює прибуткову підприємницьку діяльність (табл.2.2). Так, з 39 респондентів до початку повномасштабної війни здійснювали прибуткову підприємницьку діяльність 34 особи або 87,2%, з яких 18 жінок (53%) та 16 чоловіків (47%). При цьому 5 респондентів – неприбуткових це були жінки. Після початку повномасштабної війни продовжили займатися підприємницькою діяльністю 26 осіб (66,7%), з яких 14

Таблиця 2.2

Аналіз даних по респондентам-ефективним підприємцям

№	Показник	Всього респондентів, осіб	Жінки		Чоловіки	
			Осіб	%	Осіб	%
1	Прибуткова діяльність підприємців -до повномасштабної війни	34	18	52,9	16	47,1
	- під час повномасштабної війни	16	9	56,3	7	43,8
2	В якому віці почали займатися підприємницькою діяльністю:	8				
	16-24 р	8	4	25	4	25
	25-29 р	5	4	25	1	6,25
	30-39 р	3	1	6,25	2	12,5
	40-49 р	0	0	0	0	0
3	Тривалість підприємницької діяльності ефективних підприємців:					
	до 1 року	1	1	6,25	0	0
	1-3 р	2	2	12,5	0	0
	3-5 р	2	2	12,5	0	0
	5-10 р	2	1	6,25	1	6,25
	10-15 р	3	2	12,5	1	6,25
	понад 15 р	6	1	6,25	5	31,25
4	Сімейний стан:	8				
	одружений/заміжня	8	5	31,25	3	18,75
	неодружений/незаміжня	5	3	18,75	2	12,5
	розлучений(а)	3	1	6,25	2	12,5
	інше	0	0	0	0	0
5	Кількість дітей:	8				
	Немає	8	5	31,25	3	18,75
	1	4	2	12,5	2	12,5
	2	3	2	12,5	1	6,25
	3 і більше	1	0	0	1	6,25

жінок і 12 чоловіків, тобто 13 осіб або кожний третій підприємець зупинили свою діяльність. Слід відзначити, що з 26 респондентів на сьогодні є прибутковими 16 осіб (61,5%), з яких 9 жінок (56,3%) і 7 чоловіків (48,7%). Тобто порівнюючі дані кількості прибуткових підприємців до і після повномасштабного вторгнення слід відзначити, що з 34 ефективних підприємців залишилося 16 осіб або 47%, тобто кожний другий підприємець перестав бути прибутковим. Серед ефективних підприємців 13 осіб (81,2%) почали свою господарську діяльність до 29 років, і троє – у віці 30-39 років. При цьому 8 жінок (89%) з 9 та 5 чоловіків (71,4%) з 7 почали свою діяльність у віці до 29 років. За тривалістю підприємницької діяльності ефективні підприємці поділяються таким чином: 10 осіб з 16 займаються підприємницькою діяльністю більше ніж 10 років, що складає 62,5% від загальної кількості прибуткових підприємців. Щодо наявності дітей у ефективних підприємців, то 50% мають дітей та 50% не мають, тобто наявність дітей та ефективність підприємців не є ключовим фактором. Така ж тенденція спостерігається і з сімейним станом, 50 % респондентів ефективних підприємців є одруженими/заміжними і 50% є неодружені/незаміжні або розлучені.

Також важливим фактором при визначенні психологічного профілю ефективного підприємця є визначення рівня його мотивації до успіху, що було здійснено за методикою Т. Елерса. Так, виходячи з опрацьованих даних (табл.2.3) середній рівень мотивації до успіху ефективних підприємців дорівнює 18,37 балів, у томи числі жінок – 18,67 балів та чоловіків – 18,00 балів. При цьому середній рівень такої мотивації по неефективним підприємцям становить 17,74 балів, у тому числі у жінок – 17,64 балів і чоловіків 17,87 балів. Отримані результати свідчать про помірно високий рівень мотивації до успіху (17-20 балів). Середній рівень мотивації всіх респондентів за віком коливається в межах від 17,41 балів (вік 30-39 років) до 18,67 балів (25-29 років) і 18,75 (16-24 роки), тобто найбільш високий рівень мотивації до успіху спостерігається у підприємців віком до 29 років. При

3	Середній рівень мотивації ефективних підприємців за віком: 16-24 р	20,00	Помірно високий рівень
	25-29 р	19,50	Помірно високий рівень
	30-39 р	16,75	Середній рівень
	40-49 р	18,57	Помірно високий рівень
	50-59 р	18,00	Помірно високий рівень
	Понад 60	-	-
4	Середній рівень мотивації до успіху підприємців за тривалістю діяльності: До 1 року	17,00	Помірно високий рівень
	1-3 р	18,80	Помірно високий рівень
	3-5 р	18,00	Помірно високий рівень
	5-10 р	18,33	Помірно високий рівень
	10-15 р	18,00	Помірно високий рівень
	Понад 15 р	17,82	Помірно високий рівень
5	Середній рівень мотивації до успіху ефективних підприємців за тривалістю діяльності: до 1 року	16,00	Середній рівень
	1-3 роки	19,50	Помірно високий рівень
	3-5 років	20,00	Помірно високий рівень
	5-10 років	19,00	Помірно високий рівень
	10-15 років	16,67	Середній рівень
	Понад 15 років	18,50	Помірно високий рівень

Діагностування рівня резильєнтності по Шкалі Коннора-Девідсона-10 показало (табл. 2.4), що середній рівень стресостійкості по респондентам склав 29,8 балів, в той час як по ефективним підприємцям – 30,31 балів, у тому числі у жінок – 28,67 балів і чоловіків – 37,83 балів, а по неефективним підприємцям - 29,48 балів, у тому числі у жінок – 27,57 балів і чоловіків – 33,29 балів. Так

спостерігається відхилення показників по неефективним підприємцям від відповідних показників в середньому по всім респондентам і ефективним підприємцям, тобто середній рівень резильєнтності по ефективним підприємцям вище на 1,2 - 4,54 бали. При цьому показник середнього рівня резильєнтності по групам ефективних підприємців є вищим за середній, а по чоловікам – високим. Середній рівень стресостійкості підприємців за віковими групами є вищим за середній, крім групи 40-49 років – рівень високий. Середній рівень стресостійкості підприємців за тривалістю діяльності коливається від середнього до високого, зокрема по діяльності 3-5 років – середній рівень, 1-3 роки і 10-15 років – вищий за середній рівень, понад 1 рік і понад 15 років – високий рівень. Слід відзначити, що найвищі показники рівня резильєнтності відзначаються або у найбільш досвідчених підприємців – 30,63 бали, або у новачків (до 1 року) – 37,67 балів з максимальних 40 балів.

Таблиця 2.4

Аналіз стресостійкості підприємців-респондентів

№	Показник	Рівень стресостійкості	
		Одиниць	Значення
1	Середній рівень стресостійкості: - ефективні підприємці	30,31	Вищий за середній
	у т.ч. жінки	28,67	Вищий за середній
	чоловіки	37,83	Високий
	- неефективні підприємці	29,48	Вищий за середній
	у т.ч. жінки	27,57	Вищий за середній
	чоловіки	33,29	Високий
2	Середній рівень стресостійкості підприємців за віком:		
	16-24 р	30,75	Вищий за середній
	25-29 р	27,33	Вищий за середній

	30-39 р	30,25	Вищий за середній
	40-49 р	30,64	Вищий за середній
	50-59 р	27,67	Вищий за середній
	Понад 60	-	-
3	Середній рівень стресостійкості підприємців за тривалістю діяльності:		
	до 1 року	37,67	Високий
	1-3 р	26,80	Середній
	3-5 р	26,67	Середній
	5-10 р	32,17	Високий
	10-15 р	29,40	Вищий за середній
	Понад 15 р	31,63	Високий

Також, було визначено тип особистості респондентів за допомогою методики 16 особистостей (Myers-Briggs Type Indicator (МВТІ)), в результаті чого отримані дані згруповані у таблицю 2.5. Так, з 39 респондентів 13 осіб належать до групи «Вартові», 11 осіб – «Аналітики», 10 осіб – «Дипломати» та лише 5 осіб – «Дослідники». При цьому найбільша кількість жінок-підприємців належать до груп дипломатів (9 осіб або 39,13%) і аналітиків (7 осіб або 30,43%), а кожний другий чоловік-підприємець – до групи вартових. Відносно ефективних підприємців розподіл виглядає наступним чином: 43,75% належать до групи аналітиків, 25% - вартових, 18,75% - дослідників і 12,5 – дипломатів. Найбільш домінуючим типом особистості серед ефективних підприємців є Командир (4 особи або 25%), серед неефективних – Керівник (30,4%), Активіст (21,7%). Серед опитуваних респондентів не виявлено два типи особистостей: Посередник і віртуоз; у ефективних підприємців – чотири, а саме: Адвокат, Посередник, Косул, Віртуоз; а серед неефективних підприємців – шість: Командир, Посередник, Протагоніст, Захисник, Віртуоз, Авантюрист. Серед респондентів-жінок виявлено 11 типів особистості з 16, а серед респондентів-чоловіків – 8 з 16.

Таблиця 2.5

Типи особистості респондентів

№	Тип особистості	Всього	Жінки		Чоловіки		Ефективні підприємці		Неефективні підприємці	
			осіб	%	осіб	%	осіб	%	осіб	%
1	Аналітики, всього	11	7	30,43	4	25	7	43,75	4	17,4
1.1	Архітектор	2	2	28,57	0	0	1	14,29	1	25
1.2	Логік	3	1	14,29	2	50	1	14,29	2	50
1.3	Командир	4	2	28,57	2	50	4	57,14	0	0
1.4	Полеміст	2	2	28,57	0	0	1	14,29	1	25
2	Дипломати, всього	10	9	39,13	1	6,25	2	12,5	8	34,8
2.1	Адвокат	3	3	33,33	0	0	0	0	3	37,5
2.2	Посередник	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2.3	Протагоніст	1	1	11,11	0	0	1	50	0	0
2.4	Активіст	6	5	55,56	1	100	1	50	5	62,5
3	Вартові, всього	13	5	21,74	8	50	4	25	9	39,1
3.1	Логіст	2	1	20	1	12,5	1	25	1	11,11
3.2	Захисник	1	0	0	1	12,5	1	25	0	0
3.3	Керівник	9	3	60	6	75	2	50	7	77,78
3.4	Консул	1	1	20	0	0	0	0	1	11,11
4	Дослідники	5	2	8,70	3	18,75	3	18,75	2	8,7
4.1	Віртуоз	-	0	0	0	0	0	0	0	0
4.2	Авантюрист	1	0	0	1	33,33	1	33,33	0	0
4.3	Підприємець	2	0	0	2	66,67	1	33,33	1	50
4.4	Шоумен	2	2	100	0	0	1	33,33	1	50
Всього		39	23	100	16	100	16	100	23	100

Крім цього, дана методика дозволила виявити певні ознаки типів особистості респондентів (табл.2.6). Так, за першою ознакою у ефективних і неефективних підприємців показники несуттєво відрізняються і становлять екстравертивний розум 60,7%-61%, інтровертивний – 39,0%-39,3%, що свідчить про переважну екстравертивність респондентів. За другою ознакою «Енергія» у ефективних підприємців переважає рівень реалістичний 52,7% проти 47,3% інтуїтивного рівня, в той же час у неефективних підприємців ці рівні майже однакові 50,1% і 49,9% відповідно.

Таблиця 2.6

Специфічні ознаки типу особистості підприємців-респондентів

№	Ознаки	Середнє значення показника, %	
		у ефективного підприємця	у неефективні підприємця
1	Розум		
	- екстравертивний	61,0	60,7
	- інтровертивний	39,0	39,3
2	Енергія		
	- інтуїтивний	47,3	49,9
	- реалістичний	52,7	50,1
3	Натура		
	- логічний	48,9	48,1
	- принциповий	51,8	51,9
4	Тактика		
	- плануючий	56,0	45,9
	- шукаючий	44,0	54,1
5	Індивідуальність		
	- самовпевнений	58,0	46,8
	- обережний	42,0	53,2

За третьою ознакою «Натура» поділ по двом групам підприємців майже схожі данні, тобто принциповий рівень переважає логічний на близько 3%. За ознакою «Тактика» у ефективних підприємців плануючий рівень (56%) переважає шукаючий, а у неефективних – навпаки шукаючий рівень становить 54,1% проти 45,9% плануючого. За останньою ознакою «Індивідуальність» у ефективних підприємців самовпевнений рівень (58%) переважає обережний

(42%), в той час як у неефективних підприємців переважає саме обережний рівень (53,2%), тобто ефективні бізнесмени схильні до самовпевнених і ризикових дій частіше ніж неефективні.

Отже, виходячи з вищевказаного, слід відзначити, що ефективні підприємці мають помірковано високий рівень мотивації до успіху, є більш стійкі до стресу. За типом особистості майже кожен другий ефективний підприємець належить до групи аналітиків, 25% - вартових, 18,75% - дослідників і 12,5 – дипломатів. При цьому, найбільш домінуючим типом особистості серед ефективних підприємців є Командир.

2.2. Вплив психологічного профілю підприємця на формування його ефективності

Рівень ефективності діяльності підприємця, тобто його прибутковість, висока стійкість до стресу, ініціативність, креативність, визначається наявним високим рівнем підприємницького потенціалу, на який впливає психологічний профіль суб`єкта господарювання. Доцільно застосовувати запропоновану в першому розділі методику з визначення підприємницьких характеристик «Самооцінка підприємницького потенціалу» (Entrepreneurial Potential Self-Assessment) [42]. Саме ця методика включає 50 тестових запитань з варіантами відповідей за шкалою від 1 до 5. При цьому підприємець може отримати максимальну суму балів – 200. Особливістю методики є те, що, в кінці тестування, разом зі своїми результатами, особа отримує можливість порівняти свої результати з мінімальним, середнім і максимальним результатом по кожній складовій загального підприємницького потенціалу по методиці EPSA.

Після проходження тестування респондент отримує результати у вигляді показника рівня загального підприємницького потенціалу, а також трьох його складових:

1. показник мотивації, який складається з чотирьох показників - показника необхідності досягнень/успіху, показника привабливості сили контролю, показника потреби у змінах (викликах)/амбіції, показника самостійності і свободи;

2. показник здібності/обдарованості, який включає чотири показники – показник наполегливості/рішучості, показник впевненості, показник толерантності до неоднозначності/стресостійкості, показник креативності;

3. показник світогляду, який відображає ступень віри підприємця у здібність впливати на долю і орієнтованість на виконання дій.

В процесі дослідження всі респонденти-підприємці пройшли опитування за даною методикою, результати якого наведено в таблиці 2.7, рис.2.6. і 2.7. Так, показник рівня загального підприємницького потенціалу всіх респондентів дорівнює 154 бали, що на 5 балів вище ніж в середньому по неефективним підприємцям і на 7,26 балів нижче ніж по ефективним підприємцям. При цьому цей показник на 12 балів нижче ніж середній показник EPSA і на 38,74 балів нижче максимального рівня такого показника.

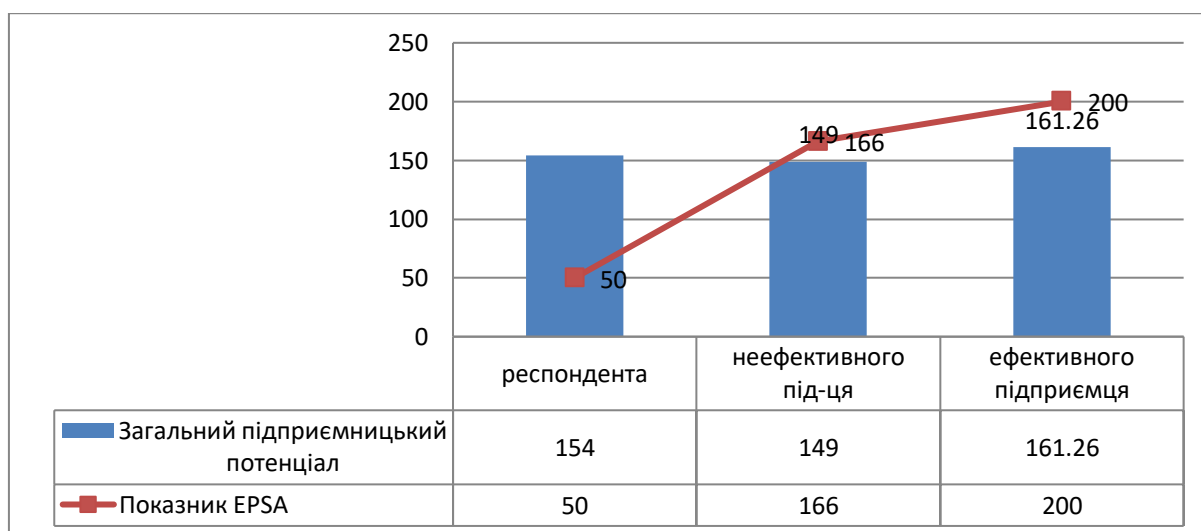


Рис. 2.6 - Загальний підприємницький потенціал респондентів

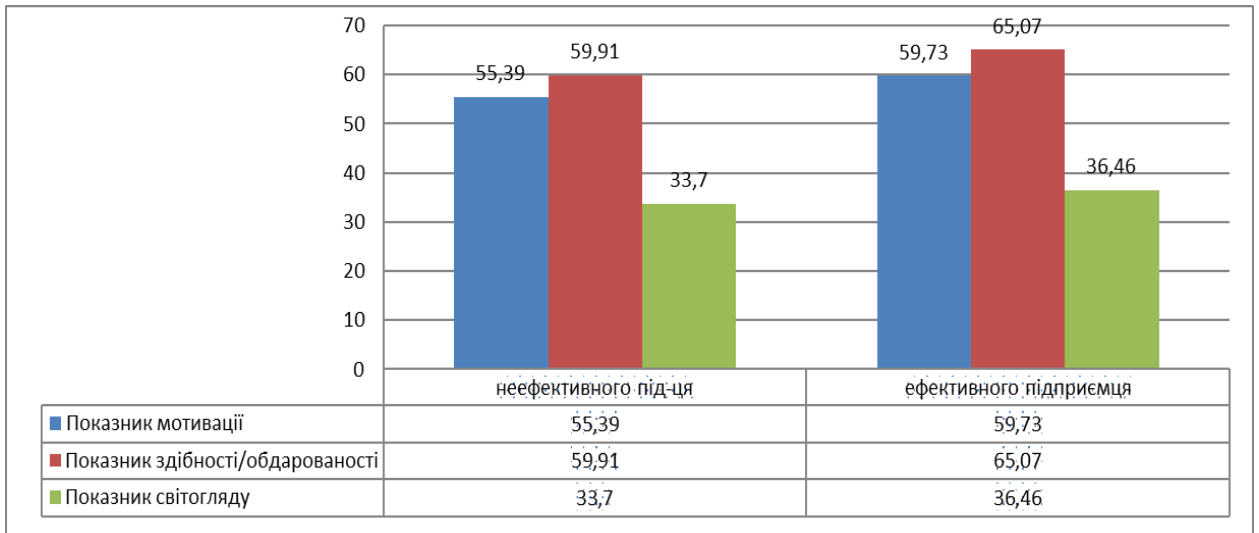


Рис. 2.7 – Структура загального підприємницького потенціалу неефективних і ефективних підприємців

Рівень показника мотивації всіх респондентів становить 57,17 балів, що на 2,56 балів нижче ніж у ефективних підприємців (табл. 2.7, рис. 2.8).

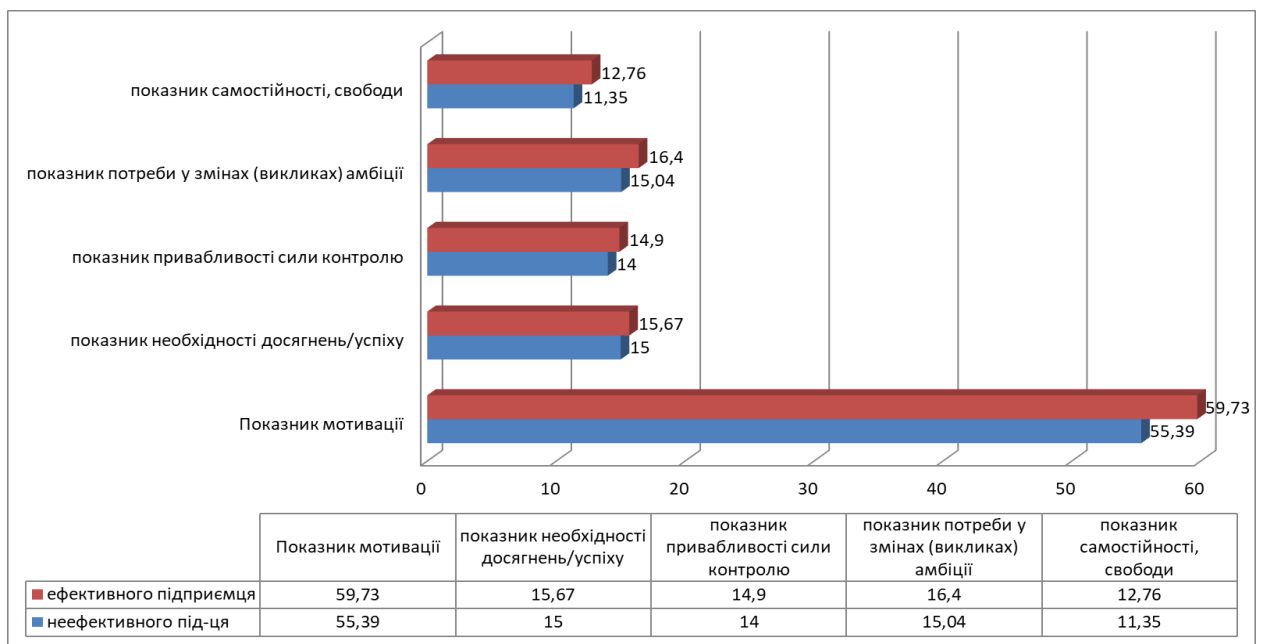


Рис. 2.8 – Показник мотивації та його складові у неефективних і ефективних підприємці

Таблиця 2.7

Аналіз підприємницького потенціалу підприємців–респондентів

№	Показник	У середньому на одного					Показник EPSA			Відхилення показників ефект. під-ців (+,-)	
		респондента	неефективного під-ця	ефективного підприємця			min	середній	max	від сер. EPSA	від max. EPSA
				всього	жінка	чоловік					
1	Загальний підприємницький потенціал	154	149	161,26	152,8	173,3	50	166	200	-4,74	-38,74
2	Показник мотивації	57,17	55,39	59,73	57,55	63,67	19	62	76	-2,27	-16,27
2.1	показник необхідності досягнень/успіху	15,27	15,0	15,67	15,5	15,89	5	17	20	-1,33	-4,33
2.2	показник привабливості сили контролю	14,37	14,0	14,9	14,5	15,48	5	17	20	-2,1	-5,1
2.3	показник потреби у змінах (викликах) амбіції	15,59	15,04	16,4	15,55	17,50	5	16	20	0,4	-3,6
2.4	показник самостійності, свободи	11,94	11,35	12,76	12,00	14,83	4	12	16	0,76	-3,24
3	Показник здібності/обдарованості	62,2	59,91	65,07	61,11	70,17	20	67	80	-1,93	-14,93
3.1	показник наполегливості /рішучості	13,38	13,00	13,93	13,11	15,00	4	14	16	-1	-3
3.2	показник впевненості	12,58	12,23	13,08	11,47	15,17	4	13	16	0,8	-2,92
3.3	показник толерантності /стресостійкості	17,4	16,48	18,49	17,33	20,00	6	19	24	-1,75	-6,75
3.4	показник креативності	18,84	18,2	19,11	19,2	19	6	21	24	-1,89	-4,89
4	Показник світогляду	34,83	33,7	36,46	34,14	39,46	11	37	44	-0,54	-7,54

На рівень показника мотивації впливають рівні: показника необхідності досягнень/успіху (15,27 бали, що нижче на 1,73 балів ніж середній показник EPSA), показника привабливості сили контролю (14,37 балів, що нижче на 1,73 балів ніж середній показник EPSA), показника потреби у змінах (викликах)/амбіції (15,59 балів, що трохи нижче, на 0,41 балів, середнього показника EPSA), показника самостійності і свободи (11,94 балів, що майже дорівнює середньому показнику EPSA).

Показник здібності/обдарованості респондентів-підприємців дорівнює 62,2 балів, що на 4,8 балів нижче ніж відповідний середній показник EPSA (рис.2.9).

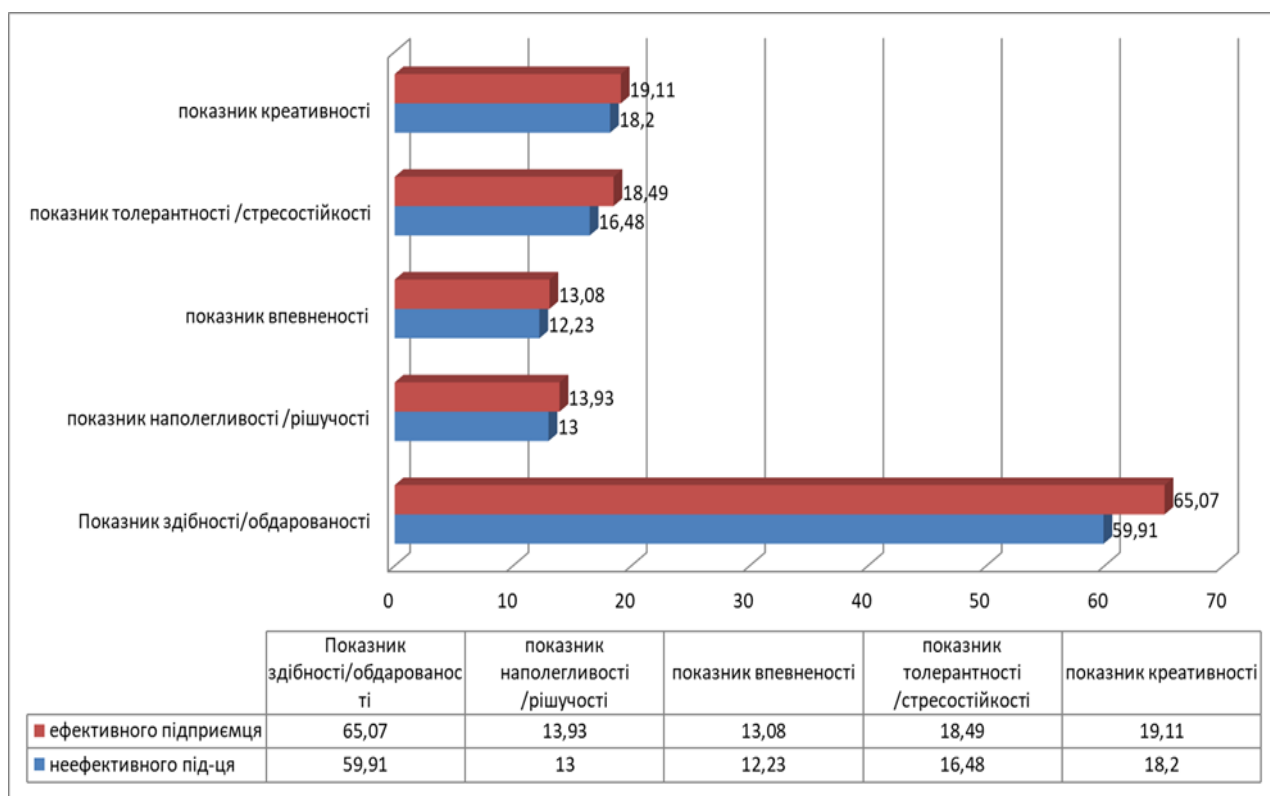


Рис.2.9 – Показник здібності/обдарованості та його складові у неефективних і ефективних підприємців

Показник здібності/обдарованості включає в себе чотири показники: показник наполегливості/рішучості (13,38 балів, що на 0,62 бала нижче ніж

середній показник EPСА), показник впевненості (12,58 балів, що нижче буквально на половину балу ніж середній показник EPСА), показник толерантності/стресостійкості (17,4 балів, що нижче на 1,6 балів ніж середній показник EPСА), показник креативності (18,84 балів, що нижче на 2,16 балів ніж середній показник EPСА). Показник світогляду в середньому по всім респондентам становить 34,83 балів, що на 2,17 балів нижче ніж середній показник EPСА). Середній рівень показника загального підприємницького потенціалу по неефективним підприємцям та його складових нижче як в порівнянні з даними по всім респондентам, так і по ефективним підприємцям-респондентам.

Розглянемо показники підприємницького потенціалу ефективних підприємців, які є вищими ніж показники по всім респондентам і неефективним підприємцям (табл.2.7., рис. 2.10).

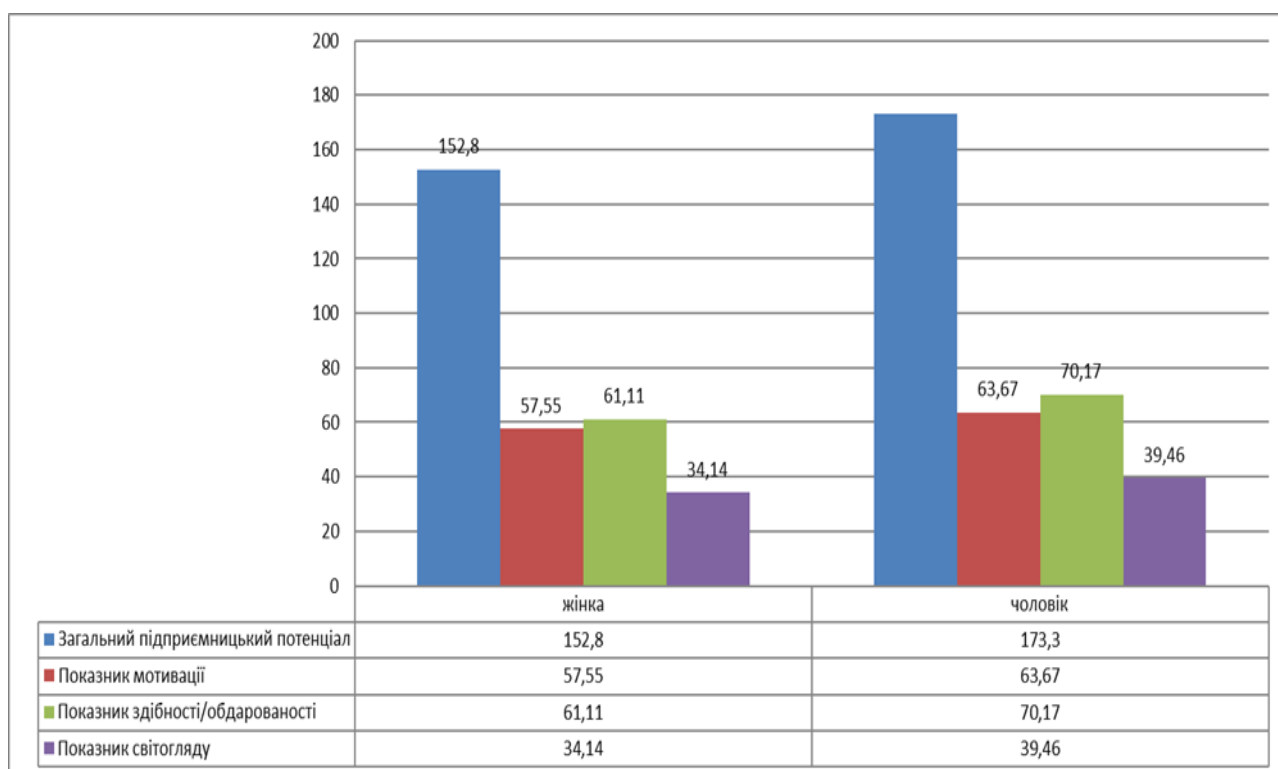


Рис. 2.10 – Підприємницький потенціал ефективних підприємців та його складові (за статтю)

Так, показник рівня загального підприємницького потенціалу ефективних підприємців становить 161,26 балів, що на 4,74 балів нижче ніж відповідний середній показник EPSA, але на 12,26 балів вище ніж по неефективним підприємцям. При цьому цей показник по жінкам-ефективним підприємцям дорівнює 152,8 балів, що на 20,5 балів або 12 % нижче ніж по чоловікам. Загальний підприємницький потенціал чоловіків-ефективних підприємців становить 173,3 балів, що на 7,3 балів вище ніж середній показник EPSA.

Рівень показника мотивації ефективних підприємців становить 59,73 балів, що на 2,27 балів нижче ніж відповідний середній показник EPSA. Проте рівень мотивації ефективних підприємців-чоловіків дорівнює 63,67 балів, що на 1,67 балів вище ніж середній показник EPSA. При цьому у жінок даної групи порівняно з чоловіками цей показник менше на 6,12 балів або 10% і складає 57,55 балів. Показник необхідності досягнень/успіху в середньому по ефективним підприємцям становить 15,67 балів, що нижче на 1,73 балів ніж відповідний середній показник EPSA, по жінкам – 15,5 балів і чоловікам – 15,89 балів. Показник привабливості сили контролю складає 14,9 балів, що нижче на 2,2 балів ніж середній показник EPSA, при цьому в середньому по ефективним підприємцям-жінкам це показник ще нижче – 14,5 балів, проте по чоловіка вище і дорівнює 15,48 балів. Показник потреби у змінах (викликах)/амбіції цьому в середньому по ефективним підприємцям становить 16,4 балів, що вище 0,4 бала за середнє значення показника EPSA, по групі чоловіків він складає 17,5 балів, що на 1,5 бали вище показника EPSA та на 2 бали вище ніж по групі жінок. Показник самостійності і свободи в середньому по ефективним підприємцям дорівнює 12,76 балів, що на 0,76 балу вище ніж середній показник EPSA, по жінкам він становить 12 балів, що відповідає середньому показнику EPSA, а по чоловікам – 14,83 балів, що на 2,83 балів або 23,5% вище ніж середній показник EPSA.

Показник здібності/обдарованості ефективних підприємців дорівнює 65,07 балів, що майже на 2 бали нижче ніж відповідний середній показник

EPSA. При цьому цей показник по ефективним підприємцям-чоловікам становить 70,17 балів, що на 3,17 балів або 4,7% більше ніж показник EPSA, а по жінкам – 61,11 балів, що на майже 6 балів або 9,6% менше ніж показник EPSA і на 9 балів або 14,8% менше ніж в середньому по ефективним підприємцям-чоловікам. Показник наполегливості/рішучості ефективних підприємців становить 13,93 балів, що майже рівний середньому показнику EPSA, при цьому рівень цього показника по чоловікам на 1 бал вище ніж середній показник EPSA, а по жінкам відповідно майже на 1 бал менший. Показник впевненості ефективних підприємців складає 13,08 балів, що незначно вище ніж середній показник EPSA, при цьому рівень цього показника по чоловікам на 2,17 балів вище ніж середній показник EPSA, а по жінкам відповідно майже на 1,5 бали менший. Показник толерантності/стресостійкості ефективних підприємців дорівнює 18,49 балів, що на 0,5 бала нижче ніж середній показник EPSA, рівень цього показника по чоловікам на 1 бал вище ніж середній показник EPSA, а по жінкам на 1,67 бали менший. Показник креативності ефективних підприємців становить 19,11 балів, що на 2,11 балів нижче ніж середній показник EPSA, при цьому в розрізі груп чоловіків і жінок рівень цього показника майже однаковий і становить відповідно 19 балів і 19,2 балів. Показник світогляду ефективних підприємців в середньому становить 36,46 балів, що лише на 0,5 балів нижче ніж середній показник EPSA, при цьому по респондентам-чоловікам такий показник вище на 2,46 балів за показник EPSA, а по жінкам відповідно менший на 2,86 балів, це свідчить, що у чоловіків вище ступень віри у свої сили щодо спроможності впливати на долю бізнесу і більша орієнтованість на виконання дій.

Також, треба відзначити, що виходячи з проведених досліджень зарубіжними вченими, ними встановлено вплив психологічної стійкості підприємців на початок підприємницької діяльності. Такі дослідження вивчили зв'язок між життєстійкістю підприємців, як складовою їх психологічного профілю, та змінними, які фіксують початок підприємницької діяльності, що визначається як «перші кроки (когнітивно, афективно та/або

поведінково) ідентифікації (через розпізнавання або співтворчість) та оцінки потенційної можливості до повномасштабного використання» [56]. Так, дослідники виявили сильний зв'язок між життєстійкістю підприємців та їхньою підприємницькою пильністю. По-друге, кілька досліджень зосереджувалися на тому, чи впливає життєстійкість підприємців на їхні підприємницькі наміри. Ці дослідження продемонстрували значний прямий зв'язок між життєстійкістю підприємців та їхніми підприємницькими намірами, а також рівень психологічної стійкості й наміри щодо (соціального) підприємництва і наміри щодо самозайнятості. Також, дослідники Обшонка і Сана вивчали фактори, які пояснюють зв'язок між життєстійкістю та підприємницькими намірами. Зокрема, вони виявили, що зв'язок між життєстійкістю та підприємницькими намірами повністю опосередкований підприємницькою пильністю. Життєстійкість підприємців як каталізатор посилює прямий позитивний зв'язок між співчуттям і намірами соціального підприємництва. Дослідження показали, що більш стійкі підприємці з більшою ймовірністю запускають стартапи і знаходять нові види бізнесу в майбутньому [57].

На основі проведеного аналізу розроблено багатофакторну регресійну модель, яка підтвердила залежність загального підприємницького потенціалу і показників мотивації, здібності/обдарованості та світогляду. Під час побудови моделі за результативну ознаку (Y) нами було обрано загальний підприємницький потенціал, а факторними ознаками виступили показник мотивації (X_1), показник здібності/обдарованості (X_2) та показник світогляду (X_3) підприємців-респондентів. Первинні дані для розробки багатофакторних регресійних моделей представлено в таблиці 2.8.

Таблиця 2.8

Дані для розробки багатофакторних регресійних моделей *

	Загальний підприємницький потенціал (Y)	Показник мотивації (X ₁)	Показник здібності/обдарованості (X ₂)	Показник світогляду (X ₃)
На 1-го респондента	154	57,17	62,2	34,83
На 1-го неефективного під-ця	149	55,39	59,91	33,7
На 1-го ефективного під-ця	161,26	59,73	65,07	36,46
На 1-ну жінку ефект. під-ця	152,8	57,55	61,11	34,14
На 1-го чоловіка ефект. під-ця	173,3	63,67	70,17	39,46

* Джерело: побудовано автором на основі власних досліджень

Для проведення кореляційного аналізу факторів впливу на загальний підприємницький потенціал респондентів застосуємо функцію Кореляція, яка представлена в пакеті Аналіз даних у Microsoft Excel (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

Кореляційний аналіз факторів впливу ознак на загальний підприємницький потенціал

Показник	Загальний підприємницький потенціал (Y)
Загальний підприємницький потенціал (Y)	1
Показник мотивації (X ₁)	0,993969034
Показник здібності/обдарованості (X ₂)	0,998663121
Показник світогляду (X ₃)	0,996889981

Як видно з даних таблиці, то всі факторні показники мають достатньо тісний взаємозв'язок з результативною ознакою, тобто з показником загального підприємницького потенціалу респондентів.

Узагальнена багатофакторна лінійна регресійна модель може бути записана у такому вигляді (формула 2.1):

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p, \quad (2.1)$$

де Y – залежна змінна;

X_1, X_2, \dots, X_p – незалежні змінні (або фактори);

$\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_p$ – невідомі параметри, які потрібно оцінити.

Зробивши розрахунки за допомогою функції Регресія у Microsoft Excel знайдено коефіцієнти, тобто невідомі параметри, які слід оцінити. За допомогою формули 2.1 було прораховані прогнозовані значення Y . Для визначення найбільш вагомого показника, який буде впливати на загальний підприємницький потенціал (Y), доцільно поррахувати прогнозні значення Y , взявши два тіп можливих значення змінних X та одне тах значення (таблиця 2.10).

Таблиця 2.10

Прогнозоване значення Y за лінійною регресією

	Загальний підприємницький потенціал (Y)	Показник мотивації (X_1)	Показник здібності/ обдарованості (X_2)	Показник світогляду (X_3)	Y прогноз.
На 1-го респондента	154	57,17	62,2	34,83	154,0477
На 1-го неефективного під-ця	149	55,39	59,91	33,7	148,989
На 1-го ефективного під-ця	161,26	59,73	65,07	36,46	161,181
На 1-ну жінку ефект. під-ця	152,8	57,55	61,11	34,14	152,814
На 1-го чоловіка ефект. під-ця	173,3	63,67	70,17	39,46	173,327
		19	20	44	110,883
		19	80	11	70,104
		76	20	11	116,624

Виходячи з інформації таблиці 2.10, найбільший підприємницький потенціал буде саме при високому рівні вмотивованості підприємця, що пояснюється саме психологічним станом опитаних підприємців-респондентів. Тісний лінійний зв'язок між цим фактором та загальним підприємницьким потенціалом доводить і його кореляційний аналіз (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Кореляційний аналіз показника вмотивованості

	Показник мотивації (X1)	Загальний підприємницький потенціал (Y)
Показник мотивації (X1)	1	
Загальний підприємницький потенціал (Y)	0,993969034	1

Побудуємо однофакторну лінійну модель, взявши за факторну ознаку лише показник вмотивованості підприємців і прослідкуємо більш детально на основі даних таблиці 2.8. Для початку доцільно побудувати лінійно-регресійне рівняння, яке має такий загальний вигляд (формула 2.2):

$$\hat{Y} = a + bx, \quad (2.2)$$

де Y – результативна ознака, X - факторна, a - константа (або перехват), а b - нахил лінії регресії.

Таким чином, розглянута модель, для результативної ознаки Y, може бути задана лінійною формулою:

$$\hat{Y}_1 = -18,2437 + 3,004 * x \quad (2.3)$$

З формули видно, що при збільшенні факторної ознаки X на одну одиницю, розрахункове значення Y зростає на 3,004.

Розрахунок параметрів лінійної однофакторної регресійної моделі для визначення залежності між Y та X₁ представлено в таблиці 2.12.

Таблиця 2.12

Параметри лінійної моделі для визначення залежності між Y та X₁

№	Y _л	Y _л -Y _{сер}	(Y _л -Y _{сер}) ²	Y-Y _л	(Y-Y _л) ²
1	153,47	-4,60	21,17	0,53	0,28
2	148,12	-9,95	98,96	0,88	0,77
3	161,16	3,09	9,53	0,10	0,01
4	154,61	-3,46	11,97	-1,81	3,28
5	172,99	14,92	222,66	0,31	0,09
Сума	790,36	0,00	364,30	0,00	4,43

Розраховуємо F критерій (за формулою 2.4), який застосовується для перевірки рівності дисперсій двох вибірок.

$$F = \frac{(n-2) \sum_{i=1}^n (\hat{Y}_i - \widehat{Y_{\text{сеп}}})^2}{(Y_1 - \bar{Y}_1)^2} = 246,47, \quad (2.4)$$

Розрахувавши F критерій табличний за допомогою функції FРАСПОБР в Microsoft Excel, ми отримали значення 215,71. Якщо фактичне значення F-критерію менше табличного, то немає підстав відхиляти нульову гіпотезу.

Для знаходження середнього значення похибки, залишкової дисперсії та коефіцієнта детермінації, нам необхідно провести наступні розрахунки (таблиця 2.13)

Таблиця 2.13

Розрахунок показників факторної ознаки X_1

n	Y	X	Y^	U _i =Y-Y^	Di=U _i /Y _i *100%	U _i ²	Y-Y _{сеп}	(Y-Y _{сеп}) ²
1	154	57,17	153,47	0,53	0,34	0,28	-4,07	16,58
2	149	55,39	148,12	0,88	0,59	0,77	-9,07	82,30
3	161,26	59,73	161,16	0,10	0,06	0,01	3,19	10,16
4	152,8	57,55	154,61	-1,81	-1,19	3,28	-5,27	27,79
5	173,3	63,67	172,99	0,31	0,18	0,09	15,23	231,89
Сума	790,36	293,51	790,36	0,00	-0,02	4,43	0,00	368,73

Після проведених розрахунків можемо знайти середнє значення відносної похибки за формулою:

$$\bar{\delta}_i = \frac{\sum_{i=1}^n \delta_i}{n} = -0,003 \quad (2.5)$$

Залишкова дисперсія розраховується:

$$\sigma_i = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n U_i^2}{n-2}} = 1,216 \quad (2.6)$$

Коефіцієнт детермінації:

$$R^2 = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n U_i^2}{\sum_{i=1}^n (Y_i - Y_{\text{сеп}})^2} = 0,988 \quad (2.7)$$

В умовах класичної лінійної множинної регресії, коефіцієнт стандартно

коливається в межах значення від 0 до 1. Вважається, що чим ближче коефіцієнт до 1, тим кращою є модель. Підтвердити правильність розрахунків можна на основі побудови точкового графіку й вивівши лінію тренда з рівнянням і коефіцієнтом детермінації (рис 2.11).

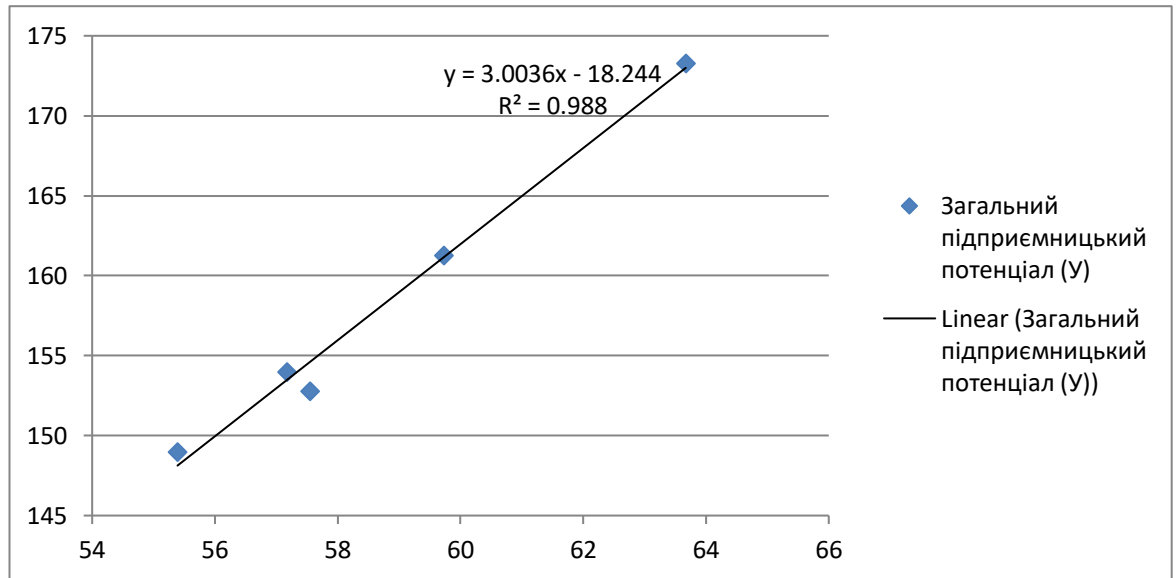


Рис. 2.11. Залежність загального підприємницького потенціалу від показника вмотивованості підприємців

Таким чином, підтверджено, що між показником вмотивованості, здібності/обдарованості та світогляду опитаних підприємців-респондентів та їх загальним підприємницьким потенціалом існує прямий лінійний зв'язок.

2.3. Практичні рекомендації підприємцям щодо посилення психологічної стійкості

Підприємець - це людина, яка має унікальний талант виявляти можливості та володіє високим інтелектом для мобілізації фінансових ресурсів з метою використання виявлених можливостей [55]. Підприємництво набуває все більшої популярності, оскільки підприємці здатні створювати додаткові робочі місця, сплачувати податки і робити значний внесок в

економічний розвиток країни. Підприємці, завдяки своїй економічній експансії, виявляють і використовують нові продукти, процеси та ринки, які, як правило, стикаються з численними перешкодами і невизначеністю щодо майбутніх результатів. Крім того, у підприємницькому середовищі прийняття рішень дуже часто пов'язане з ризиками, помилками або неправильними оцінками, які здебільшого впливають з принципу Парето або недосконалої ринкової інформації. Зазвичай це призводить до застосування поетапного підходу в плануванні, що вимагає від суб'єктів господарювання коригування своїх цілей і стратегій, щоб своєчасно реагувати на зміни ринкового середовища.

Тому перед визначенням практичних рекомендацій підприємцям щодо посилення їхньої психологічної стійкості доцільно визначити сутність таких понять як життестійкість, стресостійкість, підприємницька стійкість. Багато зарубіжних вчених вважають, що психологічна стійкість є складовою підприємницької стійкості. Доцільно розглядати психологічну стійкість підприємців як здатність особистості відновлювати стан стійкої рівноваги, який порушують наявні внутрішні й зовнішні флуктуації, здатність інтегрувати цілісність і творчо пристосуватися з метою забезпечення довгострокової життєдіяльності особистості та розвитку її можливостей.

Маркман Г.Д. та ін. [50] підкреслили важливість життестійкості підприємців як важливої переваги, що допомагає їм долати різноманітні перешкоди, з якими вони зазвичай стикаються у процесі підприємницької діяльності. Таким чином, підприємці вважаються стійкими, якщо в процесі діяльності потрібне швидке визначення або використання можливостей, коли трапляються непередбачувані ситуації, саме вони здатні подолати виклик, або відповідно модифікувати його, і скористатися перевагами такої ситуації [49]. Існує багато шкал для кількісної оцінки життестійкості, але вони не отримали жодної форми універсальної валідації [62]. Таким чином науковці, які проводять дослідження життестійкості, мають дуже мало доказів для обґрунтування свого вибору певних шкал вимірювання життестійкості, а іноді

можуть використовувати шкали, які відносно не підходять для вивчення конкретної групи населення. Тому значного поширення знайшла необхідність визначення рівня стресостійкості підприємця як складової його психологічної стійкості.

На формування психологічної стійкості підприємця впливають виклики з якими він стикається. Так, у своїй роботі Брюят С. і Жюльєн П. [37] відзначили важливу роль підприємництва, а також виклики, з якими бізнесмени стикається. Браунлі Д. [36], виявив, що близько 80% стартапів зазнають невдачі через низку факторів, таких як відсутність у підприємців навичок роботи з галузевими ціновими конвенціями та недостатній рівень підготовки в питаннях ведення обліку і контролю. Браунлі також визначив брак досвіду в управлінні бізнесом, зокрема невдале кредитування бізнесу, що становить майже 76% причин невдач малих підприємств. Тобто відсутність базової фінансової стійкості та фінансової грамотності підприємця призводить до невдач і збитку, що порушує його підприємницьку стійкість. Термін "підприємницька стійкість", відповідно до пропозиції Велша М. [61], визначають як позначення досвіду відновлення після невдачі в будь-якому географічному або конкретному часовому масштабі, незалежно від того, чи йдеться мова про особу, групу, підприємство, громаду, галузь або екосферу. Дослідники у сфері підприємницького дискурсу періодично переосмислюють різні шкали вимірювання в контексті дослідження стійкості, тим самим створюючи рамки певного пізнання досвіду стійкості [34].

Більшість зарубіжних досліджень зосереджені на питаннях посилення підприємницького мислення та поведінки для підвищення стійкості підприємницьких фірм, у тому числі психологічної стійкості. При цьому визначають необхідність ресурсів, які є в розпорядженні підприємця, щоб допомогти йому пережити складні або кризові часи. Такі ресурси включають певні складові: управління сильними сторонами співробітників (на основі клінічної психології та психології розвитку), фінансовий капітал, адаптивність бізнес-моделей, організаційну реакцію на загрози навколишнього середовища,

надійність організації та принципи проектування, які зменшують вразливість, пов'язану з нестабільною економічною ситуацією. Таким чином, маючи добре сформований ресурсний потенціал, бізнес може бути стійким до умов невизначеності та криз [39].

Таким чином, підприємці-новачки розглядають сприятливі умови ведення бізнесу зачасти не враховуючи ймовірні внутрішні та зовнішні загрози. Тому беззаперечно, що саме підприємці зі стійким потенціалом слугують оплотом проти умов нестабільності. При цьому підприємці, які мають високий рівень психологічної стійкості здатні швидше знаходити можливості для використання певних ресурсів для запобігання небезпекам. Ті, хто здатен на це, демонструють свій портфель можливостей реагувати на рутинні та пов'язані з евристикою стійкі здібності до окремих складних кризових ситуацій, а також викликів дезорганізації. Коли підприємці розбудовують свою спроможність ідентифікувати та управляти цими загрозами, як рутинними, так і евристичними за своєю природою, вони готові отримати більше користі від вдосконалення різних талантів вирішення проблем і можуть успішно долати ситуації, що становлять різні загрози.

Слід підкреслити, що на думку Ванг Г., Лі Х., Жоу Й., Лан С. когнітивна адаптивність не має прямого впливу на швидкість прийняття рішень щодо ризику, але безпосередньо впливає на результат прийняття рішень щодо ризику. При цьому ідентифікація можливостей має повний посередницький ефект між когнітивною адаптивністю та швидкістю прийняття рішень, а також частковий посередницький ефект між когнітивною адаптивністю та результатом прийняття рішень. А підприємницька ефективність відіграє помірну роль між ідентифікацією можливостей та швидкістю прийняття рішень, а також таку саму роль між ідентифікацією можливостей та результатом прийняття рішень [45].

При цьому в сучасному світі більшість підприємців-початківців фокусуються на отриманні прибутку, на своїй ефективності, оминаючи увагою питання необхідності формування психологічної стійкості. В інтерв'ю для НТ

Lifestyle Акаш Гехані, співзасновник і головний операційний директор Instamojo, відзначив: «У швидкоплинному і конкурентному підприємницькому світі молоді підприємці можуть нехтувати власним благополуччям, зосереджуючись на розбудові свого бізнесу. З цим постійним прагненням показати себе і в той же час боротися з глобальною невизначеністю, приймати рішення, що змінюють життя, а також справлятися з балансом між роботою та особистим життям, сьогоdnішній молоді набагато легше опустити себе вниз у самооцінці та показниках. Настав час говорити про психічне здоров'я молоді відкрито і заохочувально, і для молодих людей вкрай важливо постійно заряджати свій розум, тіло і душу енергією»[63]. Акаш Гехані рекомендує застосовувати 5 стратегій, які потрібно впроваджувати негайно [63]:

1. Приєднайтеся до онлайн-консультування. Як підприємець, який керує бізнесом, ви повинні показувати сміливе обличчя своїм працівникам. Для того, щоб вони не хвилювалися, ви також повинні бути спокійні. Якщо ви відчуваєте себе невмотивованим, втомленим, розчарованим, злим і наляканим, зверніться за професійною допомогою онлайн. Є професійні психологи, до яких можна звернутися, навіть якщо вам просто потрібно поговорити з кимось про свої симптоми.

2. Ведення улюбленого плейлиста для психічне здоров'я. Це насправді добре допомагає людям. Улюблені пісні, музика для заспокоєння, подкаст з улюбленим письменником.

3. Візьміть перерву. Занадто багато робиться для того, щоб побалувати фізичне тіло, і занадто мало для того, щоб зміцнити розум і душу. Треба робити те, що робить людей щасливими, незалежно від грошової віддачі. Практикуйте мистецтво усвідомленості та медитацію віпассана, щоб визначити і усунути те, що стримує вас у вашій подорожі. Виділення кількох хвилин щодня для практики усвідомленості може допомогти підприємцям розвинути ясність розуму, зосередженість і стійкість. Треба пам'ятати, що іноді профілактика - це лікування.

4. Розуміння та розмови про емпатію. Бізнес-лідеру важливо підтримувати і порушувати норму, зробити нормальним те, що не є нормальним. Треба піклуватися про психічне здоров'я колег і підлеглих, тому що сьогодні бізнес важчий, ніж зазвичай.

5. Управління часом. Бізнес-лідеру потрібно зробити сотню справ, і це може дуже швидко перевантажити. Тому, щоб переконатися, що встигаєте робити все вчасно, долаючи останній можливий опір, потрібно запровадити певну структуру та дисципліну у своєму житті. Треба практикувати блокування часу і виділяти певні блоки часу для різних завдань або видів діяльності протягом дня. Простий спосіб ефективно керувати своїм часом – застосовувати різні методики тайм-менеджменту, зокрема дотримуватися матриці Ейзенхауера для підвищення продуктивності.

В кінці статті Акаш Гехані підсумував: «Створення середовища, в якому цінується психічне здоров'я у підприємницькій спільноті, особливо серед молодих людей, принесе користь не лише окремим особам, а й сприятиме зростанню та успіху країни. Психічно здоровий молодий підприємець краще підготовлений до подолання викликів, використання можливостей і створення стійкого та процвітаючого середовища, а також прокладе шлях до більших інновацій, продуктивності та успіху в довгостроковій перспективі» [63].

Загалом, доцільно визначити основні напрями забезпечення психологічної стійкості підприємців:

1. креативність підприємницької діяльності є показником сильних підприємницьких намірів, що також відображає їхні дослідницькі здібності та креативне мислення. Таким чином, зв'язок між особистісними характеристиками та творчим процесом дозволяє досліднику зрозуміти, як психологічний капітал може стимулювати безперервне генерування креативності, що є основою підприємництва, всередині людини. На думку Світмана Д. та ін. [59], креативність - це здатність людини впроваджувати нові ідеї, які вносять зміни в продукти, послуги та процеси таким чином, що

покращують загальну ефективність організації. Таким чином, креативність можна розглядати як ключ до досягнення конкурентоспроможності організації та виживання в конкурентному середовищі;

2. забезпечення психологічного капіталу підприємця, що мотивує до посилення когнітивних основ, що, в свою чергу, сприятиме креативному мисленню. Готовність йти на ризики, пов'язані з інноваційним процесом, дозволяє людині формулювати стратегії та досліджувати різні альтернативи. Надія є одним з чотирьох атрибутів, пов'язаних з психологічним капіталом, який дозволяє людині залишатися оптимістом. Це дозволяє людині ризикувати та досягати успіху в інноваційному процесі. Вкрай важливо, що здатність мислити позитивно залежить від особистих якостей, які допомагають тримати контроль над негативними ситуаціями. Психологічний капітал підприємця та його/її підприємницької команди може сприяти комунікації та координації із зацікавленими сторонами. Такі риси, як оптимізм, надія та стійкість, допомагають підприємцям підтримувати комунікацію та координацію навіть тоді, коли виникають перешкоди та розбіжності. Крім того, риса самоефективності, як на індивідуальному, так і на груповому рівнях, може дозволити підприємцям спілкуватися та координувати свої дії у впевнений та "чарівний" спосіб. Таким чином, позитивний психологічний капітал сприяє генерації та регенерації креативності та пов'язаний з більшим ступенем стійкого успіху;

3. розвиток лідерських здібностей, що має вирішальне значення для підтримки стійкості і підприємницького розвитку. Сталий підприємець з вищими лідерськими якостями може забезпечити кращу економічну стабільність для нового підприємства, щоб успішно орієнтуватися в складних ситуаціях, не зазнаючи поразки через внутрішні конфлікти, неефективну координацію, різні інтереси та мотивацію всіх партнерів. Організації, як правило, сприяють сталому підприємництву, мотивуючи досвідчений персонал керівництвом до виявлення можливостей, доступних у зовнішньому бізнес-середовищі, і приносячи користь фірмі в цілому. Крім того, культура

організації впроваджується лідерами, оскільки здатність керувати та спрямовувати певну групу людей залежить від ефективності керівництва. Отже, сталий підприємець зможе мотивувати підлеглих до дотримання сталих практик, які забезпечать успішне досягнення організаційних цілей.

4. розвиток підприємницького потенціалу, який формується за рахунок забезпечення високого рівня мотивації, самостійності, свободи мислення та дій, потреби до змін, наполегливості, обдарованості, орієнтованості на дії та ін. Це дозволить підприємцю вистояти в конкурентному середовищі, обираючи курс дій, який буде вигідним у довгостроковій перспективі з урахуванням необхідності сталого розвитку. Сталий підприємець має можливість керувати бізнес-процесами у соціально відповідальний спосіб, щоб діяльність фірми не мала негативного впливу на навколишнє середовище [40]. Такі підприємці мають намір одержувати прибуток, враховуючи не лише економічні фактори, а й різні соціальні та екологічні. Всі ці імперативи вимагають від підприємців належної організації взаємодії із зацікавленими сторонами в навколишньому середовищі. Стале підприємництво є важливою темою в організаційному контексті, оскільки воно дозволяє бізнесу вистояти в конкурентному середовищі. Шепард Д. і Пацельт Ч. [56] стверджують, що стале підприємництво спрямоване на збереження довкілля та суспільства, в якому воно працює, таким чином, це створює нові можливості в майбутньому. Таким чином, дуже важливо, щоб підприємці з великим підприємницьким потенціалом обирали шляхи, які відповідають цілям зацікавлених сторін і забезпечують довгострокову стабільність бізнесу;

5. посилення стресостійкості сприяє здатності підприємця протистояти драматичним змінам, які можуть призвести до позитивних або негативних результатів. Підприємницьке середовище постійно зазнає незліченних змін з точки зору соціальних, політичних, економічних та технологічних факторів. За таких обставин резильєнтність підприємця відіграє важливу роль у тому, щоб зробити бізнес пристосованими до мінливого середовища. Це дозволить суб`єкту господарювання продовжувати свою діяльність протягом тривалого

періоду часу, забезпечуючи соціально-економічний розвиток всього суспільства, від якого бізнес отримує ресурси [40].

Психологічний капітал дозволяє людині розвивати креативні ідеї і, таким чином, відповідає за сприяння інноваціям у конкретному бізнесі. Отже, позитивний психологічний капітал можна вважати проявом особистісних рис, оскільки він пов'язаний із створенням цінності для організації через набір навичок, якими володіє людина. Це здатність людини ефективно використовувати знання та управляти ними, формуючи соціальні мережі. Чотири основні конструкти психологічного капіталу можна пояснити, щоб показати, як він сприяє підприємницькій діяльності, а саме:

1. самоефективність - це впевненість у досягненні певної мети, що дозволяє людині продовжувати певний курс дій, долаючи всі можливі труднощі;

2. надія - означає позитивну енергію, яка мотивує людину досліджувати всі можливі можливості та досягти визначної позиції серед конкурентів;

3. оптимізм - дозволяє людині очікувати позитивного результату від процесів, що відбуваються, і принести більший успіх фірмі;

4. життєстійкість, яка дозволяє людині контролювати емоційну стабільність, що допомагає долати труднощі у складних ситуаціях [65].

Таким чином, складові, пов'язані з психологічним капіталом, сприяють забезпеченню підприємницької психологічної стійкості. Підприємець повинен бути позитивно налаштованим щодо результатів конкретної ситуації, яка дозволить йому ефективно керувати складними ситуаціями. За таких обставин для людини важливо утримувати стабільність з точки зору емоційного стану, що полегшить процес прийняття рішень. Психологічний капітал відноситься до емоційного інтелекту, який мотивує людину залишатися мотивованою до досягнення певної мети. Позитивний психологічний капітал виграє у створенні культури партисипативної роботи, що створює мотивацію і підвищує продуктивність в цілому. Психологічний капітал пов'язаний з

особистими рисами індивіда і знаходиться під впливом навколишнього середовища, в якому виховується індивід [48].

Таким чином, підприємцям для посилення психологічної стійкості доцільно сконцентрувати свою увагу на розвитку психологічного і підприємницького потенціалів, підвищенні рівня стресостійкості та мотивації, розвитку креативності, впровадженні норм сталого підприємництва.

Висновки до другого розділу:

1. Для отримання емпіричних даних було проведення опитування, для чого була розроблена анкета, яка включає п'ять розділів. В процесі проведення дослідження увага сконцентрована на оцінці психологічного профілю підприємців Херсонської області, з метою чого було проведено опитування шляхом анкетування 39 респондентів підприємців області. З 39 респондентів – жінки становлять 59 % або 23 особи, чоловіки - 41% або 16 осіб. Виявлена тенденція, що майже 75% підприємців відкрили власний бізнес у віці до 29 років.

2. Проведено аналіз респондентів, яких визначено як ефективних підприємців, тобто тих, хто здійснює прибуткову підприємницьку діяльність. Так, з 39 респондентів до початку повномасштабної війни здійснювали прибуткову підприємницьку діяльність 34 особи або 87,2%, з яких 18 жінок (53%) та 16 чоловіків (47%), після 24.02.2023 р. продовжили свою діяльність 26 осіб. При цьому, з 26 респондентів на сьогодні є прибутковими 16 осіб (61,5%), з яких 9 жінок (56,3%) і 7 чоловіків (48,7%). Тобто порівнюючі дані кількості прибуткових підприємців до і після повномасштабного вторгнення слід відзначити, що з 34 ефективних підприємців залишилося 16 осіб або 47%, тобто кожний другий підприємець перестав бути прибутковим. Щодо наявності дітей у ефективних підприємців, то 50% мають дітей та 50% не мають, тобто наявність дітей та ефективність підприємців не є ключовим фактором.

3. Щодо рівня мотивації підприємців до успіху, яка є невідомою частиною їхнього психологічного профілю. Так, середній рівень мотивації до успіху ефективних підприємців дорівнює 18,37 балів, у тому числі жінок – 18,67 балів та чоловіків – 18,00 балів. Самий високий рівень мотивації до успіху мають ефективні підприємці тривалістю діяльності 3-5 років – 20 балів, Рівень резильєнтності по ефективним підприємцям складає 30,31 балів тобто є вищий за середній, у тому числі у жінок він є порівняно з чоловіками нижчим – 28,67 балів, що відповідає вищому за середній рівню стресостійкості, в той час як у чоловіків він становить 37,83 балів – високий рівень резильєнтності.

4. Також, було визначено тип особистості респондентів за допомогою методики 16 особистостей (Myers-Briggs Type Indicator (МВТІ)), в результаті чого визначено, що з 39 респондентів 13 осіб належать до групи «Вартові», 11 осіб – «Аналітики», 10 осіб – «Дипломати» та лише 5 осіб – «Дослідники». При цьому найбільша кількість жінок-підприємців належать до груп дипломатів (9 осіб або 39,13%) і аналітиків (7 осіб або 30,43%), а кожний другий чоловік-підприємець – до групи вартових. Відносно ефективних підприємців розподіл виглядає наступним чином: 43,75% належать до групи аналітиків, 25% - вартових, 18,75% - дослідників і 12,5 – дипломатів. Найбільш домінуючим типом особистості серед ефективних підприємців є Командир (4 особи або 25%), серед неефективних – Керівник (30,4%), Активіст (21,7%).

5. Також, було визначено рівень підприємницького потенціалу респондентів за методикою самооцінки підприємницького потенціалу, при цьому такий потенціал та його складові по ефективним підприємцям є вищими ніж показники по всім респондентам і неефективним підприємцям. Показник рівня загального підприємницького потенціалу ефективних підприємців становить 161,26 балів, що на 4,74 балів нижче ніж відповідний середній показник EPСА, але на 12,26 балів вище ніж по неефективним підприємцям. При цьому цей показник по жінкам-ефективним підприємцям дорівнює 152,8 балів, що на 20,5 балів або 12 % нижче ніж по чоловікам. Загальний

підприємницький потенціал чоловіків-ефективних підприємців становить 173,3 балів, що на 7,3 балів вище ніж середній показник EPSA.

6. Підприємцям для посилення психологічної стійкості доцільно сконцентрувати свою увагу на розвитку психологічного і підприємницького потенціалів, підвищенні рівня стресостійкості та мотивації, розвитку креативності, впровадженні норм сталого підприємництва.

ВИСНОВКИ

1. Виявлено, що психологія підприємництва пов'язана з розумінням взаємозв'язку між успішним керівництвом бізнесом та ментальними прийомами і характеристиками, якими володіють ефективні підприємці, а також з організаційною психологією, що поєднує в собі як практичне застосування бізнесменами науки про людський розум для підвищення продуктивності бізнесу, так і створення здорового бізнес-середовища, незалежно від того, це стосується окремого підприємця або загалом організації.

2. Аргументовано доведено, що психологічний профіль підприємця є об'єктом досліджень у галузі психології підприємництва, і він включає в себе ряд ключових аспектів, зокрема: мотивація до успіху, ризикова схильність (ступінь готовності приймати ризиковані рішення і реакція на невизначеність), творчість і креативність, лідерські якості та здатність впливати на інших, рівень стресостійкості, готовність до адаптації до змін у бізнес-середовищі. Психологічний профіль підприємця є складним об'єктом дослідження, який враховує психологічні фактори, що впливають на успішну підприємницьку діяльність. Дослідження психологічного профілю дозволяє краще розуміти особистість підприємця та впливати на розвиток його підприємницьких якостей і навичок. Незамінною психологічною якістю підприємця є його воля (до влади, цілі, прийняття рішення, дії, успіху), яка має складну психологічну структуру, включає ставлення до зовнішніх впливів і викликів, рівень мотивації, свідому регуляцію.

3. Визначені психологічні аспекти, що впливають на успішність підприємницької діяльності, а також досліджено класифікацію типів (моделей) підприємців. З'ясовано, що перевага мотива досягнення успіху над мотивом уникання невдачі, потребою й умінням брати на себе відповідальність, висока та вище середньої схильність до ризику, залишаються

необхідними складовими в психологічному портреті ефективного підприємця незалежно від типу, галузі та специфіки підприємницької діяльності.

4. Вважаємо, що комплексний підхід до визначення психологічного профілю підприємця, використовуючи різні методики для аналізу психологічних особливостей, креативності, стресостійкості, мотивації до успіху, вимірювання комунікабельності та лідерських якостей, підприємницького потенціалу тощо, є надзвичайно актуальним, корисним і обґрунтованим. Для проведення аналізу психологічного профілю ефективного підприємця вважаємо за доцільне комплексно застосовувати декілька методик, а саме: тест 16 Особистостей - адаптовану версію тесту Myers-Briggs Type Indicator (MBTI), методику оцінки підприємницького потенціалу (Entrepreneurial potential self-assessment), методику Т. Елерса: діагностика мотивації до успіху, методику вимірювання стресостійкості за шкалою резильєнтності Коннора-Девідсона-10 (CD-RISC-10). Що дозволяє не тільки визначити як тип особистості впливає на ефективність підприємця, а й врахувати рівень їх підприємницького потенціалу, мотивацію до успіху та рівень стресостійкості, що системно відображає психологічні особливості та здібності бізнесменів у сучасних реаліях.

5. Для отримання емпіричних даних було проведення опитування, для чого була розроблена анкета, яка включає п'ять розділів. В процесі проведення дослідження увага сконцентрована на оцінці психологічного профілю підприємців Херсонської області, з метою чого було проведено опитування шляхом анкетування 39 респондентів підприємців області. З 39 респондентів – жінки становлять 59 % або 23 особи, чоловіки - 41% або 16 осіб. Більшість респондентів розпочали займатися підприємницькою діяльністю у віці 16-24 роки (17 осіб, що складає 43,6%), 12 осіб (30,8%) – у віці 25-29 років, 8 осіб (20,5%) – у віці 30-39 років і два підприємця – у віці 40-49 років. Тобто спостерігається тенденція, що майже 75% підприємців відкрили власний бізнес у віці до 29 років. Так, з 39 респондентів до початку повномасштабної війни здійснювали прибуткову підприємницьку діяльність 34 особи або 87,2%,

з яких 18 жінок (53%) та 16 чоловіків (47%). При цьому 5 респондентів – неприбуткових це були жінки. Після початку повномасштабної війни продовжили займатися підприємницькою діяльністю 26 осіб (66,7%), з яких 14 жінок і 12 чоловіків, тобто 13 осіб або кожний третій підприємець зупинили свою діяльність. Слід відзначити, що з 26 респондентів на сьогодні є прибутковими 16 осіб (61,5%), з яких 9 жінок (56,3%) і 7 чоловіків (48,7%). Слід відзначити, що з 34 ефективних підприємців до 24.02.23 р. залишилося 16 осіб або 47%, тобто майже кожний другий підприємець перестав бути прибутковим. Щодо наявності дітей у ефективних підприємців, то 50% мають дітей та 50% не мають, тобто наявність дітей та ефективність підприємців не є ключовим фактором. Така ж тенденція спостерігається і з сімейним станом, 50 % респондентів ефективних підприємців є одруженими/заміжними і 50% є неодружені/незаміжні або розлучені.

6. Щодо рівня мотивації підприємців до успіху, яка є невідомою частиною їхнього психологічного профілю. Так, середній рівень мотивації до успіху ефективних підприємців дорівнює 18,37 балів, у томи числі жінок – 18,67 балів та чоловіків – 18,00 балів. При цьому середній рівень такої мотивації по неефективним підприємцям становить 17,74 балів, у тому числі у жінок – 17,64 балів і чоловіків 17,87 балів. Отримані результати свідчать про помірковано високий рівень мотивації до успіху підприємців-респондентів (17-20 балів). По даному показнику самий високий рівень мотивації до успіху мають ефективні підприємці тривалістю діяльності 3-5 років – 20 балів, що на 2 бали вище ніж по аналогічній групі загалом респондентів. Діагностування рівня резильєнтності по Шкалі Коннора-Девідсона-10 показало, що середній рівень стресостійкості по респондентам склав 29,8 балів, в той час як по ефективним підприємцям – 30,31 балів, у тому числі у жінок – 28,67 балів і чоловіків – 37,83 балів, а по неефективним підприємцям - 29,48 балів, у тому числі у жінок – 27,57 балів і чоловіків – 33,29 балів. Слід відзначити, що найвищі показники рівня резильєнтності відзначаються або у найбільш

досвідчених підприємців – 30,63 бали, або у новачків (до 1 року) – 37,67 балів з максимальних 40 балів

7. Також, було визначено тип особистості респондентів за допомогою методики 16 особистостей (Myers-Briggs Type Indicator (МВТІ)), в результаті чого визначено, що з 39 респондентів 13 осіб належать до групи «Вартові», 11 осіб – «Аналітики», 10 осіб – «Дипломати» та лише 5 осіб – «Дослідники». При цьому найбільша кількість жінок-підприємців належать до груп дипломатів (9 осіб або 39,13%) і аналітиків (7 осіб або 30,43%), а кожний другий чоловік-підприємець – до групи вартових. Відносно ефективних підприємців розподіл виглядає наступним чином: 43,75% належать до групи аналітиків, 25% - вартових, 18,75% - дослідників і 12,5 – дипломатів. Найбільш домінуючим типом особистості серед ефективних підприємців є Командир (4 особи або 25%), серед неефективних – Керівник (30,4%), Активіст (21,7%).

8. Також, було визначено рівень підприємницького потенціалу респондентів за методикою самооцінки підприємницького потенціалу, при цьому такий потенціал та його складові по ефективним підприємцям є вищими ніж показники по всім респондентам і неефективним підприємцям. Показник рівня загального підприємницького потенціалу ефективних підприємців становить 161,26 балів, що на 4,74 балів нижче ніж відповідний середній показник EPSA, але на 12,26 балів вище ніж по неефективним підприємцям. При цьому цей показник по жінкам-ефективним підприємцям дорівнює 152,8 балів, що на 20,5 балів або 12 % нижче ніж по чоловікам. Загальний підприємницький потенціал чоловіків-ефективних підприємців становить 173,3 балів, що на 7,3 балів вище ніж середній показник EPSA.

9. Підприємцям для посилення психологічної стійкості доцільно сконцентрувати свою увагу на розвитку психологічного і підприємницького потенціалів, підвищенні рівня стресостійкості та мотивації, розвитку креативності, впровадженні норм сталого підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фера С. В. Економічна психологія. Навчальний посібник. Чернігів: ФОП Баликіна С.М., 2020. 164 с.
2. Бережницька, У. (2021). Мале і середнє підприємництво – інститут розвитку національної економіки. *Підприємництво та інновації*. 2021. №17. С. 18-24. <https://doi.org/10.37320/2415-3583/17.3>
3. Булавина О. А. Особистісний потенціал підприємницької діяльності: формування економічного мислення та комерційного інтелекту в умовах навчальної дисципліни «Психологія підприємницької діяльності». Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія»: науковий журнал. Острог. червень 2020. № 11. С. 107–114
4. Бутко М. П., Неживенко А. П, Пепа Т. В. Економічна психологія. [текст] навч. посіб. К.: «Центр учбової літератури», 2016. 232 с.
5. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. К.: “Знання-Прес”, 2006. 350 с.
6. Воронюк Євгенія, Сатушева Карина. Вплив психологічного фактору на організаційне забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності. *Журнал стратегічних економічних досліджень*. № 6(11), 2022. С. 105-111
7. Гнускіна Г. В. Професійне вигорання у підприємців: зв’язок між рівнем вираженості та чинниками мезорівня. *Актуальні проблеми психології*. 2014. Т. 1, Вип. 41. С. 122–125.
8. Гуляс І. А. Аксіопсихологія: навчальний посібник. Київ: Людмила, 2023. 252 с.
9. Гусєва О.Ю., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навч.посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій. 2020. 262 с.
10. Гусєва О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019. 257с.

11. Дядін А. С. Багатоаспектність підприємництва в економічній системі. Вісник Чернігівського державного технологічного університету. 2013. № 1 (64). С. 54–58
12. Карпюк Г. І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/pto/2021/04/19/Osnovy%20pidpryyemnytstva.pdf> (дата звернення: 17.06.2023).
13. Козлова В. EQ-Boost. Як використовувати емоційний інтелект у бізнесі та житті. Львів: Видавництво Старого Лева, 2018. 176 с.
14. Кокур О.М., Пішко І.О., Лозінська Н.С., Копаниця О.В., Малхазов О.Р. Збірник методик для діагностики психологічної готовності військовослужбовців військової служби за контрактом до діяльності у складі миротворчих підрозділів: Методичний посібник. К.: НДЦ ГП ЗСУ, 2011. 281 с. Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/32309843.pdf>
15. Компанієць В. В., Шраменко О. В. Економічна психологія: конспект лекцій з дисципліни «Економічна психологія». Частина 1. Харків: УкрДАЗТ, 2013. 85 с.
16. Компанієць В. В., Полякова О. М. Економічна психологія: конспект лекцій. Частина 4. Харків: УкрДУЗТ, 2021. 91 с.
17. Корман М.М. Психологічний профіль ефективного керівника: Методичний посібник. Тернопіль, 2012. 112 с.
18. Курова А.В., Крюкова М.А. Загальна психологія: навчально-методичний посібник (для студентів факультету психології, політології та соціології НУ «ОЮА» - Вступ до спеціальності). Одеса: Фенікс, 2019. 53 с.
19. Лозинський О.М. Економічна психологія та психологія підприємництва. Навчальний посібник. Львів: «Тріада плюс», 2015. 246 с.
20. Ложкін Г. В., Комаровська В. Л. Економічна психологія: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2014. 412 с.
21. Львовчкін А.М. Економічна психологія: Навч. посібник. К.: Міленіум. 2003. 128 с.

22. Мілютіна К.Л., Трофімов А.Ю. Психологія сучасного бізнесу: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2019. 168 с.
23. Мьяленко В. В. Психологія професійної самореалізації молоді: монографія. Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Київ : Міленіум, 2016. 104 с.
24. Остапчук А. Д., Збарська А. В. Організація підприємницької діяльності у фірмі: навч. посібник [за ред. професора В. К. Збарського]. Київ: НУБіП України, 2015. 273 с.
25. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва: навч. посіб. К.: Каравела, 2006. 408 с.
26. Підприємництво в епоху глобальних трансформацій: виклики та перспективи розвитку: монографія [Пашко П.В., Лазебник Л.Л., Кіндзерський Ю.В. та ін]. Університет фіскальної служби України. Ірпінь, 2019. 476 с.
27. Попович, І. С. Психологія соціальних очікувань особистості: методологія, теорія і практика: навч.-метод. посіб. Херсон: Вид-во ХДУ, 2019. 160 с.
28. Психологічний портрет підприємця. Електроний ресурс. Режим доступу: <http://surl.li/mqjise> (дата звернення: 18.06.2023).
29. Психологічні особливості підприємницької діяльності. Електроний ресурс. Режим доступу: <http://surl.li/mqjig> (дата звернення: 17.07.2023)
30. Старовойтенко Н. В. Психологія управління: навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни [Електронний ресурс] / авт.-упор.: Н. В. Старовойтенко, В. І. Осипенко, І. А. Чемерис, Л. І. Білик, С. І. Ключка; ЧДТУ. Черкаси: ЧДТУ, 2020. 300 с.
31. Чернявська Т.П. Психологічні чинники управління ризиками у бізнесі. Вісник Одеського національного університету. Серія Психологія. Том 21. Випуск 2 (40). Одеса, 2016. С. 177-185
32. Яновська С.Г. Яновська Ю.Е. Підприємницький досвід: самоефективність та мотивація. Актуальні проблеми теорії та практики

психологічної допомоги: матеріали VII харківських міжнар. психол. читань. 25–26 листопада 2015. Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. С. 84–85

33. Яновська С.Г. Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва. Проблеми сучасної психології: зб. наук. пр. Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / за ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2013. Вип. 21. С. 799–809.

34. Andrew Kweku Conduah, Mary Naana Essiaw (2022). Resilience and entrepreneurship: a systematic review. E-resource. Access mode: <https://f1000research.com/articles/11-348>

35. Anne Robert Jacques Turgot (2011). The Turgot Collection (Large Print Edition): Writings, Speeches, and Letters of Anne Robert Jacques Turgot. CreateSpace Independent Publishing Platform. P. 560.

36. Brownlee G. (2014). Small business failure rates and causes. E-resource. Access mode:

37. Bruyat C, Julien PA: Defining the field of research in entrepreneurship. *Journal of business venturing*. 2001; 16(2): 165–180.

38. Caliendo, M., F.M. Fossen & A.S. Kritikos. (2014). Personality characteristics and the decisions to become and stay self-employed. *Small Business Economics*, 42(4), 787-814.

39. Chandni (2021). The Psychological Profile of a Successful Entrepreneur. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mqilh>

40. DiVito L., Bohnsack R. (2017). Entrepreneurial orientation and its effect on sustainability decision tradeoffs: the case of sustainable fashion firms. *J. Bus. Vent.* 32 569–587.

41. E. C. K. Gonner (2014). *Economic Essays by David Ricardo (Routledge Revivals) 1st Edition*. Routledge. P.316.

42. Entrepreneurial potential self-assessment. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mmkaj>

43. Frese, M., & Gielnik, M.M. (2014). The psychology of entrepreneurship. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 413–438.
44. Gavan V. The psychological profile of successful entrepreneurs. E-resource. Access mode: <http://surl.li/l1lol>
45. Guohong Wang, Xiaoli Li, Jianlin Zhou, Shulin Lan (2020). The influence of entrepreneurial team's cognitive adaptability on its risk decision making. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mqitp>
46. Ianovska S. The Development of Ukrainian Entrepreneurs Way of Life: Personal Vector. Fundamental and applied researches in practice of leading scientific schools. 2018. Volume 27, № 3. P.7–14
47. John Haggarty (1977). *The Wisdom of Adam Smith*. Liberty Fund; First Edition. P.234.
48. Jun-Jun Tang. Psychological Capital and Entrepreneurship Sustainability. *Front Psychol.* 2020; 11: 866. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mqjhd>
49. Luthar SS, Cicchetti D, Becker B: The Construct of Resilience: A Critical Evaluation and Guidelines for Future Work. *Journal of Child Development.* 2003; 71: 543–562.
50. Markman GD, Baron RA, Balkin DB (2004). Are perseverance and self-efficacy costless? Assessing entrepreneurs' regretful thinking. *Journal of Organisational Behaviour.* 26: 1–19. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mqizx>
51. Max Weber (Author) (2004). *The Vocation Lectures* (Hackett Classics). Hackett Publishing Company, Inc. P. 176.
52. McClelland D.C. Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology.* 1965. V. 1. P. 389–392.
53. Peter F. Drucker (1992). *The Age of Discontinuity*. Routledge. P.434.
54. Robert Roy Britt (2020). *The Surprising Psychology of Successful Entrepreneurs and Why They Take the Risk*. E-resource. Access mode: <http://surl.li/l1luq>

55. Sanchez JC, Singer AE, Ahmed I, Rodrigues RG (2012): Entrepreneurship - Born, Made and Educated. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mqize>
56. Shepherd D. A., Patzelt H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship Theory Pract.* 35. 137–163.
57. Silja Hartmann, Julia Backmann, Alexander Newmann, Kyle M. Brykmand, and Robert J. Pidduck (2022). Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research. *JOURNAL OF SMALL BUSINESS MANAGEMENT*, VOL. 60, №. 5, 1041–1079
<https://doi.org/10.1080/00472778.2021.2024216>
58. Singh, G. & A. DeNoble.(2003). Views on self-employment and personality: An exploratory study. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 8(3), 265.
59. Sweetman D., Luthans F., Avey J. B., Luthans B. C. (2011). Relationship between positive psychological capital and creative performance. *Can. J. Admin. Sci.* 28 4–13.
60. The Psychology of Entrepreneurship. Electronic resource. Access mode: <http://surl.li/mqhuz>
61. Welsh M. Resilience and responsibility: governing uncertainty in a complex world. *The Royal Geographical Journal*. March 2014; 180 (1): 15–26
62. Windle G, Bennett KA, Noyes J: A methodological review of resilience measurement scales. *BMC Health and Quality of Life Outcomes*. 2011; 9: 8
63. Zarafshan Shiraz (2023). 5 strategies for young entrepreneurs to build their mental resilience. E-resource. Access mode: <http://surl.li/mqiud>
64. Zhang, Z., Zyphur, M.J., Narayanan, J., Arvey, R.D., Chaturvedi, S., Avolio, B.J., et al. (2009). The genetic basis of entrepreneurship: Effects of gender and personality. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110 (2), 93– 107.
65. Ziyae B., Mobaraki M. H., Saedyoun M. (2015). The effect of psychological capital on innovation in information technology. *J. Glob. Entrepreneurship Res.* 5:8.

ДОДАТКИ

Додаток 1

**КОДЕКС АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ
ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ХЕРСОНЬСЬКОГО
ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Я, Танклевська Наталія Станіславівна, учасник(ця) освітнього процесу Херсонського державного університету, **УСВІДОМЛЮЮ**, що академічна доброчесність – це фундаментальна етична цінність усієї академічної спільноти світу.

ЗАЯВЛЯЮ, що у своїй освітній і науковій діяльності **ЗОБОВ'ЯЗУЮСЯ**:

- дотримуватися:
 - вимог законодавства України та внутрішніх нормативних документів університету, зокрема Статуту Університету;
 - принципів та правил академічної доброчесності;
 - нульової толерантності до академічного плагіату;
 - моральних норм та правил етичної поведінки;
 - толерантного ставлення до інших;
 - дотримуватися високого рівня культури спілкування;
- надавати згоду на:
 - безпосередню перевірку курсових, кваліфікаційних робіт тощо на ознаки наявності академічного плагіату за допомогою спеціалізованих програмних продуктів;
 - оброблення, збереження й розміщення кваліфікаційних робіт у відкритому доступі в інституційному репозитарії;
 - використання робіт для перевірки на ознаки наявності академічного плагіату в інших роботах виключно з метою виявлення можливих ознак академічного плагіату;
- самостійно виконувати навчальні завдання, завдання поточного й підсумкового контролю результатів навчання;
 - надавати достовірну інформацію щодо результатів власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використаних методик досліджень та джерел інформації;
 - не використовувати результати досліджень інших авторів без використання покликань на їхню роботу;
 - своєю діяльністю сприяти збереженню та примноженню традицій університету, формуванню його позитивного іміджу;
 - не чинити правопорушень і не сприяти їхньому скоєнню іншими особами;
 - підтримувати атмосферу довіри, взаємної відповідальності та співпраці в освітньому середовищі;
 - поважати честь, гідність та особисту недоторканність особи, незважаючи на її стать, вік, матеріальний стан, соціальне становище, расову належність, релігійні й політичні переконання;
 - не дискримінувати людей на підставі академічного статусу, а також за національною, расовою, статевою чи іншою належністю;
 - відповідально ставитися до своїх обов'язків, вчасно та сумлінно виконувати необхідні навчальні та науково-дослідницькі завдання;
 - запобігати виникненню у своїй діяльності конфлікту інтересів, зокрема не використовувати службових і родинних зв'язків з метою отримання нечесної переваги в навчальній, науковій і трудовій діяльності;
 - не брати участі в будь-якій діяльності, пов'язаній із обманом, нечесністю, списуванням, фабрикацією;
 - не підроблювати документи;
 - не поширювати неправдиву та компрометуючу інформацію про інших здобувачів вищої освіти, викладачів і співробітників;
 - не отримувати і не пропонувати винагород за несправедливе отримання будь-яких переваг або здійснення впливу на зміну отриманої академічної оцінки;
 - не залякувати й не проявляти агресії та насильства проти інших, сексуальні домагання;
 - не завдавати шкоди матеріальним цінностям, матеріально-технічній базі університету та особистій власності інших студентів та/або працівників;
 - не використовувати без дозволу ректорату (деканату) символіки університету в заходах, не пов'язаних з діяльністю університету;
 - не здійснювати і не заохочувати будь-яких спроб, спрямованих на те, щоб за допомогою нечесних і негідних методів досягати власних корисних цілей;
 - не завдавати загрози власному здоров'ю або безпеці іншим студентам та/або працівникам.

УСВІДОМЛЮЮ, що відповідно до чинного законодавства у разі недотримання Кодексу академічної доброчесності буду нести академічну та/або інші види відповідальності й до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення принципів академічної доброчесності.

20.10.2022
(дата)

Н. Танклевська

(підпис)

Наталія ТАНКЛЕВСЬКА
(ім'я, прізвище)

Довідка
про впровадження результатів кваліфікаційної роботи
Танклевської Наталії Станіславівни
на тему «Психологічний профіль ефективного підприємця в
сучасних реаліях»

Основні результати проведеного дослідження характеризуються актуальністю, наявністю елементів наукової новизни та мають практичне значення, а також використані проф. Танклевською Н.С. при викладанні у 2023/2024 навчальному році освітніх компонентів кафедри менеджменту, зокрема: «Психологія управління», «Управління конфліктами», для здобувачів вищої освіти Одеського державного аграрного університету.

Завідувач кафедри менеджменту
Одеського державного аграрного
університету, доктор економічних наук,
професор

 Галина ЗАПША

Підпис завідувача кафедри, проф. Запши Г.М. засвідчую.
Начальник відділу кадрів ОДАУ



 Галина Запша