

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет соціальних наук

(повне найменування факультету)

Психологія

(повне найменування кафедри)

Пояснювальна записка

до дипломного проекту (роботи)

бакалавр

(ступінь вищої освіти)

на тему: «Психологічна стійкість українських підприємців в умовах російсько-української війни»

(назва теми)

Виконала: студентка 4 курсу,

групи СН-112_2

Спеціальності 053 Психологія

(код і найменування спеціальності)

Освітня програма (спеціалізація)

Психологія

КРУГОЛЬ О.Д.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Керівник КОВАЛЬ В.О.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

Рецензент КОВАЛЬ В.В.

(ПРІЗВИЩЕ та ініціали)

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

(повне найменування закладу вищої освіти)

Факультет соціальних наук

Кафедра психології

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 053 Психологія

(код і найменування)

Освітня програма (спеціалізація) Психологія

(назва освітньої програми (спеціалізації))

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

«25» лютого 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА ДИПЛОМНИЙ ПРОЄКТ (РОБОТУ) СТУДЕНТКИ

КРУГОЛЬ Олександр Дмитрович

(ПРІЗВИЩЕ, ім'я, по батькові)

1. Тема проєкту (роботи) Психологічна стійкість українських підприємців в умовах російсько-української війни

керівник проєкту (роботи) к.пед.н., доцент КОВАЛЬ Владислав Олександрович

(науковий ступінь, вчене звання, ПРІЗВИЩЕ, ім'я, по батькові)

затверджені наказом закладу вищої освіти від « 25 » лютого 2025 року №64

2. Строк подання студентом проєкту (роботи) «06» червня 2025 року

3. Вихідні дані до проєкту (роботи) 103 сторінки, 32 рисунка, 30 джерел, 1 додаток

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) проаналізувати вплив основних воєнних стресорів на психологічний стан українських підприємців в умовах російсько-української війни; на основі теоретичного дослідження окреслити особливості вивчення психологічної стійкості підприємців під впливом воєнних факторів, зокрема структуру основних концепцій, що використовуються в сучасній вітчизняній та зарубіжній літературі; емпірично дослідити зміни рівня психологічної стійкості українських підприємців;

розробити практичні рекомендації щодо методів та форм психологічної підтримки та розвитку стійкості.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) рис. 1.1 Статистика відкриття/закриття ФОПів в Україні 2024/2025 років; рис. 1.2 Статистика закриття і відкриття ФОПів у січні 2025 року; рис. 1.3 Статистика розміру благодійних внесків українського бізнесу; рис. 1.4 Статистика проблем, з якими найчастіше зустрічаються підприємці; рис. 1.5 Результати показника SCORE у дослідженні А. Дриги та Н. Чериби; рис. 1.6 Графічна схема “Резильєнтність підприємця”; рис. 2.1-2.4. Шкала резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC); рис. 2.5-2.8 Методика Brief COPE; рис. 2.9-2.10 Шкала сприйняття стресу (PSS-10); рис. 2.11-2.12 Анкетування “суб’єктивна оцінка власного психологічного стану”; рис. 2.18 Стаж підприємницької діяльності респондентів дослідження; рис. 2.19 Відсоток бізнесу, який зазнав збитків; рис. 2.20 - 2.24 Результати методики Brief COPE; 2.25 Результати методики PSS-10; рис. 2.26 Результат анкетування “Суб’єктивна оцінка власного психологічного стану”.

6. Консультанти розділів проєкту (роботи)

Розділ	ПРИЗВИЩЕ, ініціали та посада консультанта	Дата, підпис	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
1	КОВАЛЬ В.О., в.о. завідувача кафедри	15.04.2025	28.04.2025
2	КОВАЛЬ В.О., в.о. завідувача кафедри	29.04.2025	12.05.2025
3	КОВАЛЬ В.О., в.о. завідувача кафедри	13.05.2025	24.05.2025
Норм-ль	Стадник А.Г., доц. кафедри психології	03.06.2025	03.06.2025

7. Дата видачі завдання « 25 » лютого 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломного проєкту (роботи)	Строк виконання етапів проєкту (роботи)	Примітка
1	Узгодження теми та затвердження завдання на дипломний проєкт (роботу)	25.02.2025	
2	Збір матеріалу та вивчення літературних джерел на дипломний проєкт (роботу)	01.03.2025	
3	Затвердження теми	15.03.2025	

4	Складання змісту	16.03.2025	
5	Виконання першого розділу	15.04.2025	
6	Виконання другого розділу	29.04.2025	
7	Виконання третього розділу	13.05.2025	
8	Формування висновків	25.05.2025	
9	Перевірка роботи керівником	28.05.2025	
10	Оформлення дипломного проєкту (роботи)	05.06.2025	
11	Нормоконтроль та перевірка на запозичення	05.06.2025	
12	Попередній захист дипломного проєкту (роботи)	05.06.2025	
13	Подання роботи на кафедру	06.06.2025	
14	Одержання відгуку та рецензії	12.06.2025	
15	Захист дипломної роботи	13.06.2025	

Студент

(підпис)

Олександр КРУГОЛЬ

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

Керівник проєкту (роботи)

(підпис)

Владислав КОВАЛЬ

(Ім'я ПРІЗВИЩЕ)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота бакалавра: 103 с., 32 рис., 30 дж., 1 дод.

Об'єкт дослідження: психологічний стан українських підприємців.

Предмет дослідження: зміни стану психологічної стійкості підприємців, що відбуваються під впливом російсько-української війни.

Мета дослідження: На основі емпіричних даних дослідження розробити практичні рекомендації, щодо регулювання психологічного стану стійкості підприємців в умовах російсько-української війни.

Завдання:

- Проаналізувати фактори російсько-української війни, що впливають на стан українських підприємців.
- Проаналізувати особливості вивчення психологічної стійкості підприємців в умовах війни в наукових працях.
- Емпірично вивчити психологічну стійкість українських підприємців в умовах російсько-української війни.
- Розробити практичні рекомендації, щодо регулювання психологічного стану стійкості підприємців в умовах російсько-української війни.

Методи дослідження: використання кількісних та якісних методів, таких як опитування, спостереження, інтерв'ю та аналіз документів, для отримання вичерпного розуміння психологічної стійкості підприємців в умовах війни

В роботі досліджено причини психологічних особливостей українських підприємців під час російсько-української війни та були розроблені практичні рекомендації, щодо регулювання психологічного стану стійкості підприємців в умовах російсько-української війни.

Практичне значення результатів дослідження: дослідження може бути використано задля поліпшення психологічного стану українських підприємців.

ПСИХОЛОГІЧНА СТІЙКІСТЬ, УКРАЇНСЬКИЙ БІЗНЕС, ПІДПРИЄМЦІ,
РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА ВІЙНА, СТРЕС, КОПІНГ СТРАТЕГІЯ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	8
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	10
1.1. Фактори російсько-української війни, що впливають на психологічну стійкість українських підприємців.....	10
1.2. Особливості вивчення психологічної стійкості підприємців в умовах війни у вітчизняних працях.....	21
1.3. Особливості вивчення психологічної стійкості підприємців в умовах війни у зарубіжних працях.....	31
Висновки до першого розділу.....	40
РОЗДІЛ II. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	42
2.1. Обґрунтування методології дослідження.....	42
2.2. Результати соціально-демографічного блоку.....	60
2.3. Результат методики шкали резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC).....	64
2.4. Результат методики опитувальника Brief COPE.....	65
2.5. Результат методики шкали сприйняття стресу (PSS-10).....	68
2.6. Результат анкетування “суб’єктивна оцінка власного психологічного стану”.....	70
Висновки до другого розділу.....	71

РОЗДІЛ ІІІ. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РЕГУЛЮВАНЬ ПСИХОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	73
3.1.Результати статистичної обробки.....	73
3.2. Практичні рекомендації створені на результатах дослідження психологічної стійкості українських підприємців в умовах російсько- української війни.....	75
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
ДОДАТКИ.....	86

ВСТУП

Я підприємець та є фізичною особою підприємцем третьої групи. Я почав власну справу у вересні 2023 року, під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Я на собі відчув всі психологічні труднощі під час ведення власної справи, усі фактори, які впливають на підприємців і труднощі з якими кожного дня стикаються українські підприємці.

Психологічна стійкість є важливим фактором виживання і розвитку як окремої особистості, так і спільнот у кризових умовах. В умовах російсько-української війни, яка створила безпрецедентні виклики для всіх сфер життя, підприємці стикаються з особливим тиском. Український бізнес зараз не лише зазнає економічних втрат через руйнування інфраструктури та скорочення ринків, але й повинен адаптуватися до нових умов постійної небезпеки, невизначеності, ракетних обстрілів, мобілізаційних процесів, відключень світла та психологічного стресу.

Розуміння чинників, які впливають на психологічну стійкість українських підприємців, є ключовим для розробки стратегій підтримки цієї важливої соціальної групи. Успішне подолання кризових ситуацій підприємцями не лише забезпечує їхнє власне виживання, але й сприяє економічній стабільності країни, створенню робочих місць та відновленню національної економіки.

Ця робота зосереджується на вивченні адаптивних стратегій, соціально-психологічних ресурсів та факторів, що сприяють або перешкоджають збереженню психологічної стійкості підприємців. Дослідження базується на аналізі сучасних наукових праць, які розглядають питання посттравматичного стресу, соціальної підтримки та культурно-історичних особливостей поведінки в умовах війни.

Найважливішу роль відіграє емпіричне дослідження з застосуванням адаптованих методик Brief COPE (28 тверджень, 14 копінг-стратегій), Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC-25), методики шкали сприйняття стресу (PSS-

10) та швидке анкетивуння, щодо психологічного стану та стану бізнесу власної розробки. Була використана дослідницька база з 45 респондентів. В самоокупності методики та кількість респондентів дозволяє нам бачити реальний стан психологічного стану підприємців та бізнесу в цілому.

Для емпіричного дослідження ми взяли період Повномасштабного вторгнення Росії в Україну, яке розпочалося 24 лютого 2022 року.

Застосування цих знань та висновків, з проведених емпіричних досліджень, дозволить виробити рекомендації для підтримки підприємців у цей складний період.

РОЗДІЛ I

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

1.1. Фактори російсько-української війни, що впливають на психологічну стійкість українських підприємців.

Одним із ключових факторів, що впливає на психологічну стійкість підприємців, є економічна невизначеність. Військові дії спричиняють непередбачувані коливання курсів валют, руйнування інфраструктури, розірвання логістичних ланцюгів та ланцюгів постачання, зниження платоспроможного попиту на внутрішньому ринку. Це створює ситуацію, коли підприємці змушені оперативно переглядати бізнес-стратегії, шукати нові канали та ринки збуту, змінювати формат роботи чи навіть тимчасово згорнути діяльність.

Дослідження, проведене Європейською Бізнес-Асоціацією, свідчить, що понад 50% опитаних компаній відзначили критичні втрати прибутку у перший рік повномасштабної війни, а третина бізнесів не була готова до довготривалої кризи [1]. Стрес від різкого зниження доходів, невпевненість у майбутньому та відсутність чіткого плану дій формують додатковий психологічний тиск на керівників і власників компаній.

Згідно з аналітикою Національного банку України, внаслідок бойових дій є ризик різкого скорочення іноземних інвестицій, що ускладнює доступ до довгострокового фінансування [2]. В умовах таких обмежень керівники змушені інтенсивніше працювати над оптимізацією витрат і пошуком нових можливостей на внутрішньому чи зовнішньому ринках. Часто підприємці обирають нові ніші бізнесу або ті, що пов'язані з військовими або гуманітарними потребами, експортом на закордонні ринки, але такий перехід вимагає швидкої адаптації та компетентності.

Військові дії в безпосередній близькості до підприємства або в регіоні, де воно розташоване, стають джерелом постійного страху за власне життя, за життя членів сім'ї, працівників та клієнтів. Цей страх за життя стосується всієї території України, оскільки Росія здійснює масовані атаки балістичним озброєнням та дронами по всій території нашої країни, влаштовує теракти, але звісно, що найбільше це стосується прифронтових територій, які найбільше страждають від терору.

Компанії, які знаходяться в прифронтових регіонах, змушені релокуватися, вивозити обладнання та персонал у відносно безпечніші області України або за кордон, якщо це дозволяють ресурси. Такий вимушений переїзд супроводжується логістичними, юридичними та фінансовими труднощами.

Звіти Міністерства економіки України свідчать, що близько 7000 підприємств опинилися у зоні активних бойових дій, а кількості з них тимчасово припинили роботу через евакуацію [3]. Постійне переміщення, пошук нових приміщень, відновлення ланцюгів постачань потребують значних психологічних зусиль від власників бізнесу. У кризових ситуаціях людина частіше стикається з тривожністю, вигоранням і розгубленістю через надмірне навантаження на роботі.

Додатковим стресором є загострення потреби в кадрах. Чимало співробітників або не можуть покинути зону бойових дій, доєдналися до лав ЗСУ задля захисту країни, або вимушені виїхати за кордон як біженці. Відповідно, підприємцям доводиться змінювати кадрову політику, наймати та навчати нових співробітників, або ж скорочувати штат співробітників. Такі рішення збільшують рівень відповідальності та напруги, адже втрата кваліфікованих фахівців прямо позначається на конкурентоспроможності та ефективності компанії. Також на це впливають нові реформи, можливість “бронювання” для бізнесу та відстрочки від служби у збройних силах для їх працівників.

Інформаційне середовище у воєнний час просто переповнене новинами різного роду важливості. Найбільше українців хвилюють новини про бойові зіткнення, жертви серед цивільних та військових, руйнування міст після

терористичних атак Росії на Україну. Підприємці, які і так перебувають під тиском фінансових і управлінських викликів, щодня зіштовхуються з важкими новинами. Постійне інформаційний тиск медіа негативно впливає на психологічний стан, через що зростає рівень тривожності, страху, зневіри, загострюються психологічні та психічні проблеми.

За даними Українського інституту медіа та комунікації, близько 70% опитаних підприємців зізнаються, що регулярне читання новин про війну заважає їм зосередитися на робочих справах і розслабитися, навіть у позаробочий час [4]. У таких умовах збільшується ризик вигорання та депресивних станів, оскільки будь-які помилки у веденні бізнесу можуть бути пов'язані зі складним емоційним станом та постійним інформаційним фоном.

Особливий вплив на психологічну стійкість має токсична або недостовірна інформація. На разі, Росія веде війну не тільки на фронті, а й в медіа площині. Фейкові новини, дезінформація, пропагандистські матеріали з боку країни агресора можуть спровокувати додаткову паніку, тривожність, поширювати чутки про економічний колапс чи неминучу ескалацію, ускладнюючи ухвалення збалансованих рішень. У відповідь підприємці змушені розробляти власні стратегії інформаційної гігієни, наприклад обмежувати час читання новин, перевіряти джерела, дбати про психоемоційне розвантаження колективу.

Під час воєнного стану може швидко змінюватися законодавство, нормативні акти та податкові правила. Частина процесів стає більш зарегульованою (наприклад, експорт/імпорт товарів стратегічного значення), інші — навпаки, набувають тимчасових пільг. Підприємці нерідко стикаються з плутаниною та браком роз'яснень.

Наприклад, за даними Офісу ефективного регулювання (BRDO), близько 40% малих та середніх підприємств зіштовхнулися з труднощами у сплаті податків через змінений графік і нові формати звітності [5]. Додатково ускладнюються процедурні питання ліцензування, сертифікації тощо, якщо бізнес здійснює діяльність в умовах тимчасової окупації чи поблизу зони бойових дій.

Також зміна податкової політики країни негативно впливає на підприємців та економіку. За даними, які надає «YC.Market» [6], у січні було зареєстровано 21,4 тисяч нових ФОПів, а припинили діяльність рекордні 59,4 тисяч, див. рис. 1.1.



Рис. 1.1 Статистика відкриття/закриття ФОПів в Україні 2024/2025 роки

Це є найбільшим розривом відносно відкриття та закриття ФОПів за останній рік. Чистий відтік за січень 2025 року склав 38 тисяч підприємців, див. рис. 1.4

Скільки ФОПів відкрили та закрили у січні 2025?

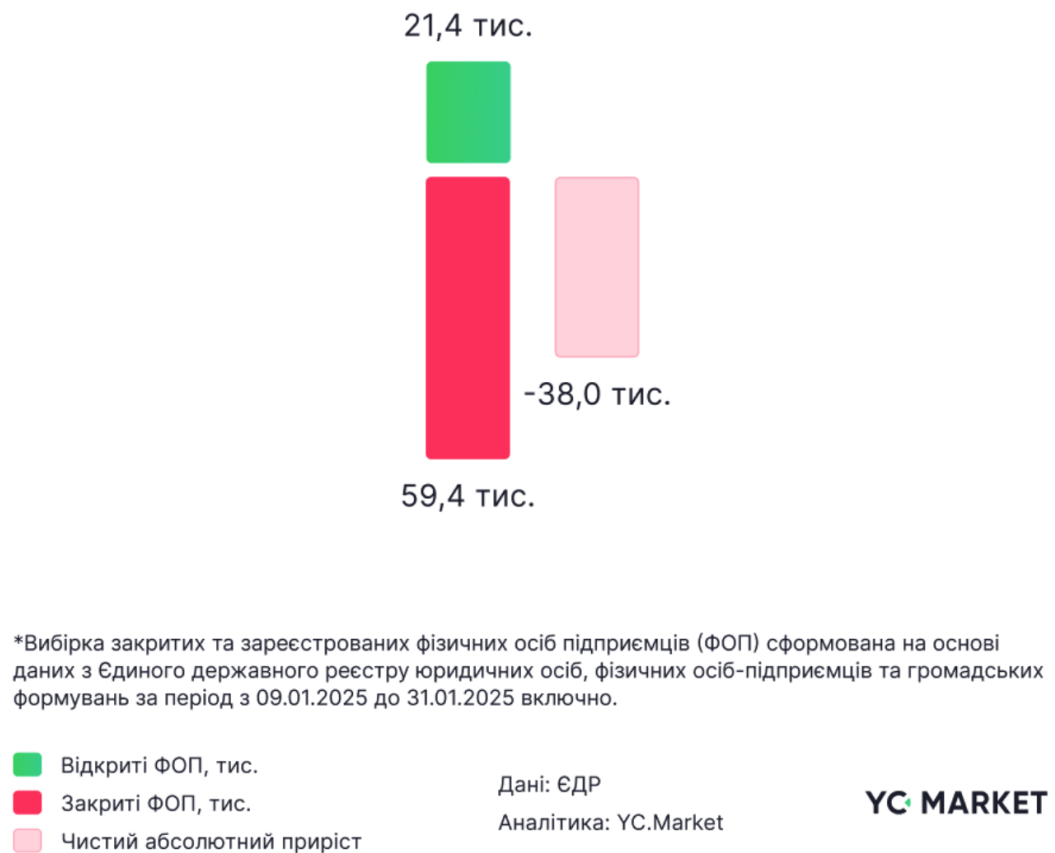


Рис. 1.2. Статистика закриття і відкриття ФОПів у січні 2025 року

Постійне відстеження змін у законодавстві спричиняє психологічне навантаження, адже керівнику бракує стабільності й прогнозованості. Потрібно швидко реагувати на нові вимоги, перебудовувати бізнес-процеси, наймати юридичні та фінансові консультативні служби. Ці витрати часу та ресурсів знижують впевненість підприємця у збереженні бізнесу. Врешті-решт може виникати відчуття виснаження та втрати контролю над ситуацією.

Повномасштабні військові дії вимагають від бізнеса більшої соціальної відповідальності та чіткої морально-етичної позиції підприємців. З одного боку, бізнес повинен прагнути отримувати прибуток, забезпечувати робочі місця та розширювати свою діяльність. З іншого боку, суспільство очікує більшої

соціальної активності, участі у волонтерських ініціативах, гуманітарних проєктах, підтримки армії чи вимушено внутрішньо переселених осіб.

За інформацією дослідження, опублікованого у «Harvard Business Review», в умовах воєнних конфліктів підприємства частіше мають вирішувати, як розподілити ресурси між власними комерційними цілями й суспільними завданнями [7]. Для частини українських підприємців пріоритетом стає забезпечення армії чи внутрішньо переселених осіб необхідними товарами і послугами, навіть якщо це не приносить великого прибутку. Такі кроки потребують внутрішнього усвідомлення значущості свого внеску, що допомагає підприємцям підтримувати позитивну самооцінку.

За даними NV в 2023 році [8], приватні компанії перерахували на потреби оборони України та гуманітарні потреби 17,9 млрд. грн. Перша в списку, знайома Запоріжжю, компанія «Метінвест», що належить українцю Рінату Ахметову. Ця компанія перерахувала на потреби сил оборони та на гуманітарні цілі 3,3 млрд грн. Друге місце за цим показником зайняла компанія «Roshen» - 1,8 млрд., на третьому «Vodafone» - 1,3 млрд. грн.

У списку також багато українських ІТ-компаній, частина з них це: «GlobalLogic Ukraine», «SoftServe», «Genesis», «EPAM Ukraine», «ELEKS», «Sigma Software», «N-iX», «Intellias, Infopulse» та «Mate academy», див. рис. 1.3.

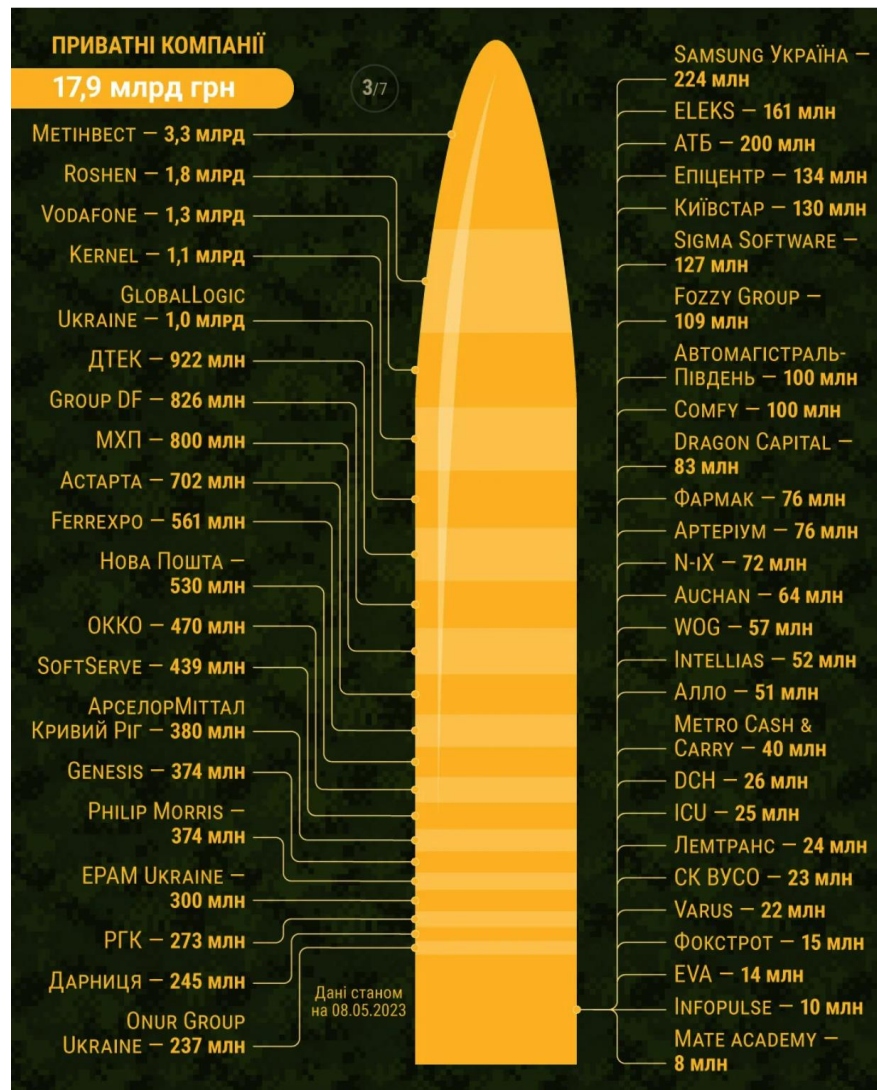


Рис. 1.3. Статистика розміру благодійних внесків українського бізнесу

Однак, коли бюджет компанії обмежений, а саме існування бізнесу під загрозою, підприємці можуть відчувати провину, якщо не можуть виділити достатньо коштів на соціальні проєкти. Це спричиняє внутрішні конфлікти, збільшуючи ризик емоційного виснаження. Водночас багато компаній намагаються розробляти та застосовувати гібридні моделі, такі як допомога армії чи волонтерам (частина виручки, спеціальні пропозиції для військових), а також повноцінне збереження прибутковості. Така балансувальна стратегія, хоч і складна, але загалом сприяє збереженню психологічної стійкості за рахунок відчуття «мій бізнес робить щось важливе для країни».

Поточна ситуація ускладнює отримання додаткових інвестицій або кредитування. Ризики, пов'язані з війною, змушують інвесторів робити

переоцінку можливостей українського ринку або навіть тимчасово згортати свою діяльність. Для малих і середніх підприємств, які покладаються на кредити для розвитку, це створює реальну загрозу банкрутства.

Згідно з даними Міжнародної фінансової корпорації (IFC) станом на 2023 рік, кількість доступних кредитних програм для українських бізнесів скоротилася на 30%, а умови тих, що лишилися, стали жорсткішими [9].

Додатковим випробуванням вже у 2025 році є закриття однієї з найбільших програм у світі з надання фінансової допомоги - USAID. В нашому регіоні вона була спрямована на підтримку благодійних ініціатив, незалежної журналістики та українського бізнесу. Таке рішення скоротило фінансування грантових проєктів та технічну допомогу не тільки бізнесу, а й громадським та волонтерським організаціям, журналістам та іншим благодійним ініціативам. Підприємці з аграрного, енергетичного та інших секторів, що розраховували на довгострокові партнерські програми, втратили важливе джерело ресурсів, і це змусить їх шукати альтернативи або впроваджувати жорсткі заходи економії. У підсумку тиск на власників бізнесу зростає, оскільки вони отримують менше зовнішньої підтримки в умовах воєнної нестабільності [10].

Такий дефіцит капіталу позначається на масштабуванні бізнесу, можливостях розширення виробництва чи запусках нових проєктів. Підприємцям доводиться використовувати власні заощадження, звертатися до краудфандингу або шукати доступні гранти. З одного боку, це відкриває нові нетрадиційні шляхи фінансування, але з іншого — підсилює відчуття невпевненості.

Брак коштів загострює психологічний дискомфорт, оскільки підприємцям доводиться скорочувати плани, звільняти працівників або відкладати інновації. Такі рішення викликають тривогу й внутрішню боротьбу, адже ставлять під сумнів подальшу перспективу розвитку. Окрім того, наявність боргів або зобов'язань перед партнерами формує додатковий тиск, що може підірвати віру у власні сили.

Реальність війни приводить до масової мобілізації чоловіків призовного віку. Для підприємців це означає потенційну втрату ключових працівників на

невизначений термін. Інший аспект кадрової проблеми — вимушена міграція фахівців за кордон у пошуках безпеки, особливо у випадку жінок із дітьми. Як наслідок, на ринку праці бракує людей з певними спеціальними навичками, що підвищує навантаження на власників та менеджерів.

Згідно з даними Державної служби зайнятості, близько 25% кваліфікованих кадрів покинули Україну або долучилися до лав ЗСУ [11]. Тому бізнес стикається з необхідністю терміново шукати заміну чи перекладати відповідальність на існуючий колектив. Це спричиняє перевтому та надмірне навантаження на тих, хто залишився, що може негативно позначатися на їхньому фізичному і ментальному здоров'ї та мотивації працювати.

У ситуації нестачі кадрів і ризику подальших втрат керівникам доводиться впроваджувати нові методи організації праці. Часто це перехід до дистанційних форматів роботи, перерозподіл посадових обов'язків, активніше залучення жінок і людей старшого віку. Такі кроки можуть виявитися успішними для короткострокової стабілізації, але вони не гарантують збереження повноцінного потенціалу компанії в довгостроковій перспективі. Психологічна стійкість лідера при цьому перевіряється на здатність приймати складні рішення в умовах кадрової нестабільності.

Через обмеження зовнішніх ринків (логістика, блокування портів, зупинення міжнародних контрактів) багато компаній змушені переорієнтовуватися виключно на внутрішній ринок. Водночас український ринок скоротився через зменшення купівельної спроможності населення. У результаті конкуренція між вітчизняними підприємствами посилюється, а прибутковість може падати.

За даними аналітичного центру GfK Україна, понад 40% підприємців повідомили про суттєве ускладнення боротьби за клієнтів під час активної фази бойових дій [12]. Зростання конкуренції в умовах обмеженого платоспроможного попиту спонукає власників йти на ризиковані маркетингові кампанії чи радикальне зниження цін. Це посилює внутрішній стрес, оскільки неправильне рішення може призвести до відтоку клієнтів або втрат у доході.

Водночас підвищена конкуренція може позитивно вплинути на психологічну стійкість підприємців, які готові до адаптації. Деякі бізнеси знаходять нові ніші, вчаться швидко перебудовувати пропозицію та покращують якість послуг. Можливість «вижити» у складних ринкових умовах формує відчуття самореалізації й гордості за досягнуті результати. Проте для більшості компаній така інтенсивна конкуренція лишається стресогенним фактором.

Війна часто змушує людей переоцінювати життєві цінності, усвідомлювати крихкість існування та важливість безпеки. У підприємницькому середовищі це проявляється в тому, що дехто з власників або топ менеджерів змінює фокус: замість агресивного росту й інновацій — пріоритет безпеки родини, працівників, збереження базових бізнес-процесів. Поширюються такі тренди, як «бізнес для виживання» або «бізнес-патріотизм», коли комерційна вигода стає другорядною порівняно зі збереженням соціальної стабільності.

Як зазначають українські психологи у колективній монографії «Психологія війни та миру» [13], у кризові часи відбувається інтенсивна переоцінка пріоритетів, і це впливає на загальну мотивацію особистості. Підприємець може відчувати потужний сенс у тому, щоб бути корисним своїй країні, і це мотивує його залишатися активним, попри фінансові ризики. Проте інша частина бізнес-середовища стикається зі спустошенням і бажанням завершити діяльність, уникнувши постійного ризику.

Подібні коливання між «вимушеною відмовою від бізнес-амбітності» та «натхненням допомагати» формують складне емоційне тло. Прагнення знайти новий сенс іноді розходиться з жорстокою дійсністю: підприємство може не мати ресурсів для соціальних чи патріотичних проєктів, і тоді настає розчарування.

Окремим наслідком та важливим фактором війни є спад платоспроможності населення країни через інфляцію та фінансову кризу, спричинені військовою агресією Росії, див. рис. 1.4.

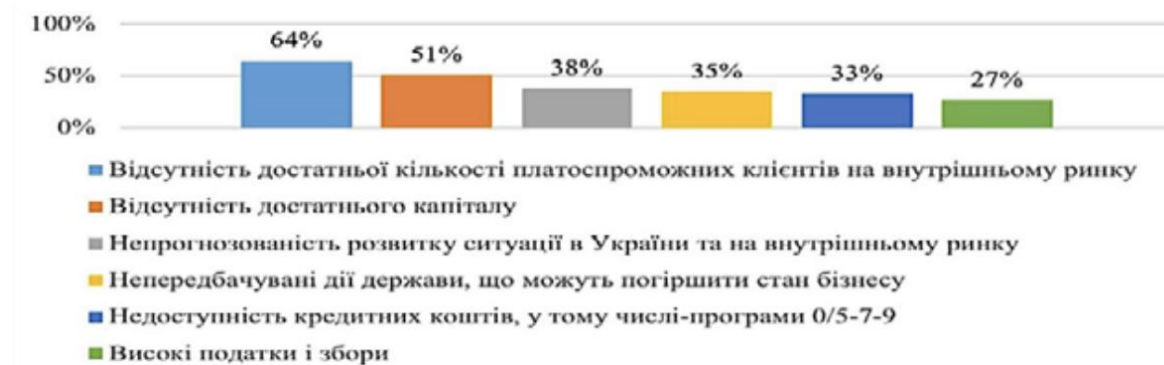


Рис. 1.4 Статистика проблем з якими найчастіше зустрічаються підприємці

За підсумками 2024 року інфляція склала 11,5%, що є покращенням у порівнянні з 2022 роком, коли інфляція досягла 26,6%, та з 2023 роком з рівнем інфляції у 14%. Проте, економічний тиск все ще відчувається в зростанні цін на товари першої необхідності та послуги, особливо в енергетичному секторі або на продукти харчування [14].

За даними Державної служби статистики України, доходи українців продовжують знижуватися, хоча в 2024 році темпи цього падіння трохи сповільнилися. У 2023 році доходи населення впали на 10%, а в 2024 році цей показник знизився тільки на 7%, що є позитивною динамікою, хоча проблема залишається актуальною [15].

Усі вищезгадані фактори відображають найпоширеніші виклики, з якими стикаються українські підприємці в умовах російсько-української війни. Економічна нестабільність, фізична небезпека, інформаційний тиск, правова невизначеність, морально-етичні дилеми, брак фінансів, кадрові виклики, посилена конкуренція, зміна ціннісних орієнтирів і важливість мережевої взаємодії — усе це формує складне середовище, що вимагає від підприємців підвищеного рівня психологічної стійкості.

1.2. Особливості вивчення психологічної стійкості підприємців в умовах війни у вітчизняних працях.

Тема психологічної стійкості підприємців в умовах війни насправді не розкрита у повній мірі в українських працях. Є дотичні праці, які вивчають резильєнтність серед військових чи цивільного населення без акценту на бізнес та підприємців.

Однією з праць, яка в загальному розширює уявлення про психологічну стійкість, є досвід досліджень емоційної стійкості особистості в роботі Л.В. П'янківської «Емоційна стійкість особистості в умовах війни» [16]. Незважаючи на те, що авторка безпосередньо не зосереджується саме на підприємницькому середовищі, її теоретичні і методологічні висновки можуть бути ефективно адаптовані для аналізу психологічного стану підприємців у воєнних умовах.

П'янківська розглядає емоційну стійкість як інтегративну властивість, що поєднує емоційну саморегуляцію, емпатію, експресивність та волю, завдяки чому людина ефективно долає стресові умови війни. Для підприємців така інтегративність може проявлятися у здатності підтримувати бізнес-активність, керувати емоціями у періоди криз, а також демонструвати лідерські якості у роботі з командою.

Важливим аспектом дослідження П'янківської є увага до ролі соціальної підтримки як ключового фактору, що підвищує психологічну стійкість. У контексті підприємницької діяльності це означає необхідність аналізу того, як бізнесові мережі, професійні асоціації, команди та особисті контакти сприяють формуванню позитивних копінг-стратегій та зменшують рівень стресу.

Авторка також наголошує на особливій ролі стресогенних факторів війни, таких як постійна загроза життю, руйнування житла, втрата роботи чи вимушене переселення. В підприємницькому контексті ці стресори трансформуються у специфічні виклики: фінансову нестабільність, порушення логістичних ланцюгів, втрату клієнтів, проблеми з кадрами через мобілізацію або вимушену міграцію. Враховуючи це, слід досліджувати вплив таких специфічних факторів саме на

підприємців, адже саме вони визначають характер змін психологічної стійкості цієї групи.

Важливим для нашої теми є й акцент П'янківської на алоstaticчому навантаженні: накопичений стрес з часом підточує здатність до вольової саморегуляції й знижує якість прийняття рішень. Для підприємця це проявляється у ризикових фінансових кроках, втраті стратегічної гнучкості та зриві командної взаємодії. Отже, в емпіричній частині дипломної роботи варто включити змінну «сукупна кількість воєнних стресорів», щоб оцінити її медіаторний ефект між резильєнтністю і бізнес-результативністю.

Показово, що П'янківська фіксує гендерні розбіжності: жінки частіше використовують як дисфункціональні (уникнення), так і адаптивні (емоційний контроль, фізична активність) копінг-стратегії, але сумарна симптоматика стресу у них вища. У секторі жіночого підприємництва слід очікувати таких самих коливань; це підсилює потребу у спеціальних програмах підтримки (менторські клуби, групові майндфулнес-сесії).

Методологічною особливістю, яка підкреслена у статті П'янківської, є використання вторинного аналізу соціологічних опитувань для оцінки рівня емоційного напруження населення. У випадку дослідження підприємців доцільно використовувати аналогічний підхід, доповнюючи його авторськими опитувальниками, адаптованими під бізнес-реалії. Наприклад, використання таких методик як шкала психологічної стійкості Коннора-Девідсона (CD-RISC), Brief COPE для оцінки стратегій подолання стресу та Perceived Stress Scale (PSS) для загального рівня стресу, забезпечить комплексну оцінку стану підприємців.

Застосовуючи ідеї, запропоновані П'янківською, можна стверджувати, що рівень психологічної стійкості підприємців безпосередньо пов'язаний з їхньою здатністю до самоорганізації, стратегічної гнучкості та опори на соціальний капітал. Додатково, наявність адаптивних копінг-стратегій (наприклад, системних кризових планів, практик саморегуляції) суттєво зменшує вплив негативних стресогенних факторів війни.

Отже, аналізуючи вітчизняний досвід дослідження емоційної стійкості особистості у статті Л.В. П'янківської, можна дійти висновку, що психологічна стійкість підприємців у період війни має багатокomпонентний характер і включає соціальні, емоційні, когнітивні та поведінкові фактори. Врахування цих особливостей є необхідним для розробки ефективних практичних рекомендацій, спрямованих на підтримку підприємницької діяльності у складних воєнних умовах.

Також цікавою є публікація А. Дриги та Н. Чериби «Психологічна стійкість людей під час війни» [17] створює цінне тло для аналізу підприємців, оскільки пропонує емпіричну модель резильєнтності, засновану на даних SCORE-дослідження прифронтових громад ще 2021 року. Це теж дуже цінне дослідження оскільки автори обрахували «коефіцієнт стійкості» — стандартизований β -показник, що демонструє, як кожна особистісна чи соціальна змінна зміщує рівень психологічної стійкості. Така кількісна логіка дозволяє безпосередньо імпортувати їхні знахідки у бізнес-контекст і протестувати їх на вибірці власників компаній.

Найпотужнішим каталізатором стійкості у моделі Дриги та Чериби виявилась здатність до цілеспрямованої діяльності. Для підприємця це поняття конвертується у стратегічне планування, контроль імпульсів і швидку переорієнтацію бізнес-процесів. Таким чином, операційна гнучкість і дисциплінована саморегуляція варто розглядати як центральні маркери резильєнтності підприємницької групи.

Відчуття громадянського обов'язку та переконання, що власні дії наближають перемогу, у виборці SCORE значущо підвищували психологічну стійкість, див. рис. 1.5. Підприємці часто формулюють місію бізнесу крізь призму підтримки фронту, розвитку місцевих громад або збереження робочих місць, тому «ціннісна прив'язка до спільного блага» стає для них додатковим ресурсом, який варто вимірювати нарівні з фінансовими й особистісними показниками.

Показник SCORE	Коефіцієнт стійкості²
Емпатія	-.257
Пенсіонери	-.133
Здатність до цілеспрямованої діяльності	.323
Чоловіки	.153
Стійкість до стресу	.122
Соціальна толерантність	.077
Відчуття громадянського обов'язку	.07

Рис. 1.5. Результати показника SCORE у дослідженні А. Дриги та Н. Чериби

Соціальна толерантність — готовність взаємодіяти з людьми різних етнічних та ідейних груп — теж позитивно корелювала з резильєнтністю. У діловому середовищі це віддзеркалюється у відкритості до нових партнерств та мультикультурних ринків, що, своєю чергою, розширює «подушку безпеки» підприємця в умовах воєнної турбулентності.

Цікаву дихотомію демонструє змінна «емпатія». Автори показали, що високий рівень співчуття у прифронтових мешканців, навпаки, знижував стійкість і посилював симптоми депресії та тривоги. Підприємці з глибоким емоційним залученням до чужих втрат можуть переживати виснаження, що погіршує якість бізнес-рішень. Отже, в опитувальнику доцільно включити шкалу емоційного виснаження та окреслити баланс співпереживання й «психологічної дистанції».

Фактор статі проявив себе несподівано: чоловіки оцінювали власний психологічний стан стабільнішим, ніж жінки. Для жіночого підприємництва це означає підвищений ризик прихованого стресу та потребу у гендерно-чутливих програмах підтримки, які фокусуються на прийнятних для жінок формах самодопомоги та групового ресайклінгу досвіду.

Розробники SCORE підкреслюють, що пенсійний вік асоційований із нижчою стійкістю. Якщо екстраполювати це на старших власників традиційних виробництв, можна припустити їхню вищу уразливість до воєнного стресу через складнішу цифрову адаптацію та більші втрати усталених каналів збуту.

У цій праці автори доходять висновку, що «психоемоційна черствість», яка формується впродовж затяжного конфлікту, парадоксально захищає психіку, але водночас поглиблює дефіцит емпатії. Підприємці, що тривалий час працюють у режимі жорсткої економії й постійної небезпеки, можуть непомітно для себе перейти межу професійного вигорання.

Загалом модель Дриги та Чериби доводить: резильєнтність — це баланс між внутрішньою цілеспрямованістю й зовнішньою включеністю у суспільно-значущі дії. У підприємницькому сегменті цей баланс досягається поєднанням стратегічної гнучкості бізнесу, чіткої ціннісної позиції та мережевої відкритості. Перенесення їхніх висновків на вибірку українських підприємців дозволить сконструювати валідний інструментарій і перевірити, які саме ресурси — особистісні чи соціальні — найбільш потужно амортизують тиск війни на бізнес-рішення та економічну життєздатність компаній.

Аналітична публікація «Робота під тиском війни» [18] пропонує найновіший зріз того, як воєнна турбулентність позначається на психічному здоров'ї трудових колективів і, опосередковано, на стійкості самого бізнесу. Автори опитали 294 керівників і 706 співробітників; цього року питому вагу респондентів склали власники компаній, що свідчить про зростання усвідомлення проблеми психічного благополуччя саме серед осіб, які приймають стратегічні рішення. Для дослідження психологічної стійкості підприємців це означає: у фокусі мають бути не лише індивідуальні ресурси підприємця, а й його управлінська позиція щодо ментального здоров'я команди, адже обидва рівні виявляються взаємопов'язаними.

Стаття показує, що головним викликом для компаній у 2024 році стали втрати персоналу через мобілізацію та міграцію, проте одразу за ним іде погіршення психічного стану колективів (53 % організацій). Підприємець опиняється між двома фронтами: необхідністю перекривати кадрові «дірки» і паралельно підтримувати емоційний тонус тих, хто залишився. Такий подвійний тиск коригує класичне поняття резильєнтності: до економічних ризиків додається

системна турбота про психічні ресурси людей як критичний фактор виживання компанії.

Емпіричні дані статті засвідчують, що лише 5 % керівників та 7 % співробітників не скаржилися на самопочуття протягом останніх шести місяців. Отже, у модель вимірювання стійкості доцільно включити суб'єктивні показники самооцінки здоров'я підприємця, зокрема симптоми фізичного виснаження, порушень сну й тривожності — саме вони найчастіше трапляються в оптиці дослідження. Висока базова поширеність дистресу редукує «контрольну норму», тому у вашому дипломному опитувальнику порогові значення резильєнтності слід калібрувати під воєнний контекст.

Керівники та співробітники одностайно визнають пряму залежність між емоційним станом і продуктивністю (66 % та 56 % відповідно). Для підприємців це перетворюється на стратегічний імператив: зберігати власну психологічну форму — значить захищати KPI компанії. Відтак концепція «особистої» стійкості переходить у площину «організаційної» і стає частиною системи ризик-менеджменту.

Стаття виокремлює розрив між офіційними політиками підтримки та реальним досвідом працівників: лише 31 % співробітників відчують, що компанія справді піклується про їхнє благополуччя, тоді як 92 % керівників декларують таку турботу. Для дослідження підприємців цей «розрив довіри» є змінною, що потенційно медіує зв'язок між саморегуляцією власника й лояльністю персоналу. Виміряти його можна через перехресне опитування підприємців і членів їхніх команд, порівнюючи декларативний та пережитий рівні підтримки.

Автори наголошують на новому виклику — інтеграції ветеранів до бізнес-процесів; лише 22 % компаній мають відповідні програми. Підприємці, які розгортають такі ініціативи, опиняються у ситуації підвищеної емоційної складності, адже мусять балансувати між економічними цілями та соціальними зобов'язаннями. У моделі резильєнтності це відображає компонент «ціннісної

інтеграції» — здатність бізнесу поєднувати комерційні й соціальні місії, що підсилює внутрішню мотивацію власника та команди.

Насамкінець, ключова рекомендація статті — перевести турботу про психічне здоров'я з декларацій у щоденну практику через навчання лідерів, гарантії конфіденційності та гнучкі умови роботи. Для теоретичної моделі дипломної роботи це задає напрям: резильєнтність підприємця не лише вимірюється, а й культивується через управлінські інтервенції, які повинні входити до арсеналу кризових стратегій бізнесу в умовах війни.

Психолог Світлана Сасюк у статті про українських підприємців під час війни, додає до вітчизняного дискурсу про резильєнтність підприємців не лише емпіричний матеріал, а й практичний кут зору самої консультантки, яка працює з учасницями бізнес-програми «Дія.Бізнес» [19]. Авторка одразу окреслює подвійний тиск: війна й відповідальність за людей та інвестиції формують у підприємця якісно інший контекст стресу порівняно з іншими цивільними групами. Саме цей синтез страху за життя і страху збанкрутувати she пропонує розглядати як вихідну точку для дослідження психологічної стійкості бізнес-власників.

Ключова теза Сасюк - резильєнтність не є вродженою рисою; це навичка, яку можна нарощувати так само, як лідерство чи терпіння. Така позиція зсуває акцент із суто психометричного вимірювання стану на вивчення навчальних і тренінгових траєкторій, котрі роблять підприємця стійким. Для дипломного проєкту це означає доцільність включення в опитник історій навчання: які курси, менторські сесії чи групові практики відвідував респондент і як він оцінює їхній внесок у власну здатність “тримати” бізнес під обстрілами.

У розмові наголошено, що війна змінює сприйняття ризику: загроза «прогоріти» вже не здається катастрофою на тлі загрози фізичного знищення. Цей зсув когнітивної оцінки небезпеки може пояснювати бум нових ФОПів 2022–2024 рр. і водночас слугує гіпотезою для статистичного тесту: чи корелює «знижений страх помилки» з вищими показниками резильєнтності у шкалі CD-RISC.

Сасюк виводить операційну формулу ресурсного менеджменту: не дозволяти «батарейці» падати нижче 30 %. Ідея порогового ефекту можна перекласти у кількісний індикатор — індекс самовідновлення, який учасник дослідження оцінює щоденником активностей. Такий індекс допоможе з'ясувати, чи існує критична точка, після якої стомлення різко знижує якість бізнес-рішень.

Психологиня деталізує три послідовні кроки, що підтримують стійкість: самопізнання, саморозвиток, самореалізація. У логіці емпіричного дослідження їх можна розглядати як етапи інтервенційної програми: діагностика автоматичних думок і когнітивних викривлень → тренінги софт-скілів та копінгу → застосування на практиці через бізнес-проекти. Вимірювати ефект пропонується за допомогою повторного тестування та якісних інтерв'ю про зміни у прийнятті ризику й управлінні емоціями.

Список «підприємницьких» компетенцій, які Сасюк вважає критичними (емоційна стабільність, критичне мислення, дисципліна, схильність до ризику), практично дублює ядро шкали Entrepreneurial Self-Efficacy. Це відкриває шлях до комбінованого опитника, де ESE показує впевненість, а CD-RISC — саме здатність витримувати тривалий стрес. Порівняння балів дозволить встановити, що є сильнішим предиктором виживання бізнесу під час війни.

Особлива увага приділена жіночому підприємництву: консультантка помічає великий шар «прихованого стресу», маскованого відповідальністю за сім'ю й бізнес водночас. Отже, у вибірці доцільно виділити гендер і роль доглядових обов'язків як модераторів стійкості. Це дасть підстави для рекомендацій щодо гендерно чутливих програм підтримки.

Нарешті, інтерв'ю вводить до українського контексту поняття посттравматичного зростання: війна як «копняк» для реалізації відкладених планів. Фіксація цього феномена пропонує дослідницьку гілку — чи корелює індекс PTG із готовністю масштабувати або диверсифікувати бізнес. За наявності такої кореляції посттравматичне зростання може виявитися одним з опорних пунктів резильєнтності українських підприємців.

У статті Сірак-Кондратьєва О. розкриває феномен резильєнтності як одну з ключових якостей, що визначає здатність підприємців відновлюватися після стресових і травматичних ситуацій та зберігати ефективність своєї діяльності в умовах зовнішнього тиску [20].

Авторка підкреслює, що війна спричинила не лише економічні труднощі, а й глибокі психологічні виклики для бізнесменів: втрата стабільності, руйнування бізнесу, порушення логістики, а також загроза життю працівників. У цих умовах особливо важливими стають внутрішні ресурси особистості, зокрема здатність до психологічної адаптації, саморегуляції та емоційного відновлення. Власне, резильєнтність описується як здатність повертатися до «достресового» стану без втрати психічного чи фізичного здоров'я.

Стаття пропонує модель резильєнтності особистості бізнесмена, яка базується на таких компонентах як оптимізм, індивідуальна відповідальність, соціальні контакти, самопроекування, наявність смислів життя, цілей, гнучкість та воля. Авторка спирається на дослідження західних учених (Кларка та Нільсона 2010 року), а також вітчизняних дослідників (Гусак, Лазос, Чернобровкін та ін.) і розвиває ці підходи у контексті українських реалій, див. рис. 1.6.



Рис. 1.6. Графічна схема “Резильєнтність підприємця”

Особливістю вітчизняного підходу є акцент на тому, що резильєнтність не є статичною рисою, а формується в процесі взаємодії з навколишнім середовищем і залежить від досвіду пережитих труднощів. У воєнних умовах це означає необхідність для підприємця не лише зберігати віру в себе та власну справу, а й бути готовим до постійного самовдосконалення, планування майбутнього і відмови від ролі жертви.

Емпіричну частину дослідження підкріплено застосуванням психодіагностичних методик, зокрема CD-RISC-10, шкал резильєнтності та опитувальника самеєфективності Шерера та Меддукса. На їх основі було розроблено структуру резильєнтності, яка дозволяє визначити ступінь психологічної готовності бізнесмена до подолання кризи.

У статті також наголошується, що розвиток резильєнтності можливий через тренування самосвідомості, самоєфективності, навичок керування стресом, а також завдяки підтримці соціального оточення. Це відкриває перспективи для

створення тренінгових програм, спрямованих на підвищення психологічної стійкості не лише підприємців, а й керівного складу та працівників.

Отже, видно що вітчизняні дослідження починають прогресувати і є більш кількісними ніж закордонні. Вітчизняні дослідники мають змогу в реальному часі вивчати психологічну стійкість підприємців та при цьому враховують як світові теорії, так і унікальні обставини воєнного часу в Україні.

1.3. Особливості вивчення психологічної стійкості підприємців в умовах війни у зарубіжних працях.

Міжнародний огляд Сілья Гартманн зі співавторами «Psychological Resilience of Entrepreneurs: A Review and Agenda for Future Research» [21] задає методологічний каркас, який дає змогу по-новому осмислити українські дослідження психологічної стійкості бізнес-власників у війні. Автори пропонують процесову концептуалізацію резильєнтності: це не стабільна риса, а динамічний цикл, у якому підприємець мобілізує емоційні, когнітивні й поведінкові ресурси, аби підтримувати функціонування до, під час і після стресора. Для вітчизняного контексту це означає, що оцінювати стійкість разово — недостатньо; потрібні повторні зрізи, щоби зафіксувати, як бізнес-власники «пружиняють» між обстрілами, релокаціями й поверненням до ринку.

Огляд систематизує чинники стійкості на двох рівнях: особистісному (оптимізм, емоційна регуляція, креативність) і контекстуальному (соціальна підтримка, фінансова безпека, інституційні умови). В Україні остання група чинників набуває особливої ваги: перервані логістичні ланцюги, правова невизначеність та ризик мобілізації працівників перетворюються на хронічні стресори, які слід кодувати окремо в опитувальниках, щоби розділити «психологічне ядро» резильєнтності й вплив середовища.

Автори наголошують на небезпеці плутати психологічну стійкість підприємця з організаційною стійкістю компанії. Для українських дослідників це застереження є принциповим: у кризових умовах фірма може втримувати

прибутковість завдяки зовнішнім дотаціям чи військовим контрактам, тоді як власник одночасно вигоряє емоційно. Отже, вимірювання має фіксувати як фінансово-операційні показники, так і суб'єктивні маркери добробуту (стрес, виснаження, самореалізація).

У статті запропоновано розгортати дослідження у подвійному фокусі «антецеденти, процес, наслідки», прив'язуючи їх до стадій підприємницького циклу — ініціювання, ведення та результативність справи. На практиці це може виглядати так: для релокованих українських МСП довго-три-вале відстеження показника CD-RISC-25 супроводжується даними про запуск нових ліній продукту й динаміку виторгу; кореляції між показниками дадуть змогу вивести «пороги» стійкості, за яких бізнес відновлюється або падає.

Огляд окремо підкреслює «темний бік» резильєнтності — ситуації, коли надмірна здатність «тримати удар» штовхає підприємця до ризикових інвестицій і ігнорування власних меж. У воєнному контексті така пастка проявляється у феномені «гіперактивного волонтерства»: власник виснажується, покриваючи донатами й фронт, і бізнес-каси. Тому в українських дослідженнях варто додати індикатори алоstaticного навантаження та ознак самознецінення, щоби відстежувати, коли резильєнтність переходить у деструкцію.

Нарешті, рецензенти закликають до міжрівневих і крос-культурних дизайнів, що поєднують щоденні щоденники, біофізіологічні маркери та аналіз політичної економіки.

Таким чином, міжнародний огляд Hartmann et al. окреслює методологічні орієнтири, що дозволяють українським ученим перейти від опису воєнного стресу до побудови динамічних, багаторівневих моделей резильєнтності підприємців, де враховано і силу особистісних ресурсів, і масштаб зовнішніх викликів бізнес-середовища.

У дуже цікавій праці Малиновської Ольги Ярославівни та Анжеліки Водецької-Хієк “Особливості вивчення психологічної стійкості підприємців” [22]. Поняття підприємницької стійкості авторки розглядають як динамічний процес формування та використання здатностей підприємця передбачати загрози,

адаптуватися до непередбачуваних обставин і швидко відновлювати ефективну діяльність бізнесу. Зміна акценту з “риси особистості” на “процес” є ключовою особливістю сучасних досліджень: стійкість трактується не як статична характеристика, а як результат взаємодії індивідуальних якостей, організаційних практик і зовнішнього середовища.

Авторки виокремлюють багаторівневий характер феномену:

- індивідуальний – гнучкість, оптимізм, досвід, мотивація;
- командний – взаємозалежність і спільне навчання стартап-команд;
- організаційний – культура інновацій, лідерська спадкоємність, управлінська гнучкість;
- регіональний/суспільний – вплив екосистеми на виживання і зростання підприємств.

Для систематизації детермінант стійкості дослідниці застосовують семифакторну модель “Ungar et al.” (2007), поділяючи їх на зовнішні (доступ до матеріальних ресурсів, мереж підтримки) та внутрішні (самооцінка, відчуття контролю, культурні й духовні цінності, соціальна згуртованість). Такий підхід дає змогу поєднати психологічну перспективу з соціально-екологічною, що особливо важливо для контекстів високої турбулентності, зокрема військових.

Ще одна методологічна особливість полягає у бідирекційному трактуванні взаємозв’язку: стійкість стимулює підприємницьку активність, а підприємницька діяльність, у свою чергу, збагачує досвід та знання, що підсилюють стійкість. Це накладає вимогу досліджувати не лише результати діяльності, а й когнітивно-поведінкові механізми, через які підприємці трансформують кризи у можливості (переосмислення бізнес-моделей, цифровізація, залучення венчурного капіталу).

Важливим для дипломної роботи є зауваження авторок про дефіцит емпіричних даних щодо того, чому окремі спільноти справляються з кризами краще за інші. Це відкриває перспективу вивчення українського середовища, де російсько-українська війна створює унікальний конфліктно-кризовий контекст із фізичними загрозами, руйнуванням інфраструктури та масовими переміщеннями бізнесів. Перенесення моделі “Ungar et al.” на українських підприємців може дати

змогу виявити специфічні зовнішні (волонтерські мережі, міжнародна донорська підтримка) та внутрішні (патріотичний мотив, колективна ідентичність) чинники стійкості.

З погляду інструментарію досліджень робота підтверджує доцільність об'єднання психометричних шкал (напр., CD-RISC, Brief COPE, PSS) з блоками, що вимірюють доступ до ресурсів і соціального капіталу, а також використання змішаних методів (опитування тандем напівструктуровані інтерв'ю) для виявлення процесних механізмів адаптації. Порівняння отриманих українських даних із результатами, наведеними авторками, дозволить критично оцінити універсальність моделі й сформулювати практичні рекомендації щодо розвитку підприємницької стійкості в умовах війни.

Таким чином, це дослідження за своєю концептуальною глибиною й міждисциплінарним підходом слугує базовою рамкою для аналізу психологічної стійкості українських підприємців. Воно окреслює методологічні орієнтири, вказує на прогалини у знаннях і пропонує багаторівневу оптику, яка дозволяє інтегрувати індивідуальні, організаційні та суспільні фактори у вивченні підприємництва під час збройного конфлікту.

В академічній літературі останнього десятиліття «психологічна стійкість» підприємця трактується як динамічний процес, що поєднує переживання значної загрози та успішну адаптацію до неї. Найповніше це відображає процесове визначення — здатність «будувати й використовувати власні ресурси для відновлення чи покращення функціонування до, під час і після адверсії». Таке розуміння охоплює й воєнні умови, однак більшість емпіричних робіт приймає «війну» радше як фон надзвичайної невизначеності, рідко кількісно фіксуючи рівень бойових дій чи частоту обстрілів.

У науковому огляді Гартманн, Бекманн, Ньюман, Брікман і Піддак (2022), психологічна стійкість підприємців постає як багатовимірне явище, що охоплює переживання адверсії та позитивну адаптацію до неї [23]. Автори підкреслюють, що нині співіснують щонайменше три підходи до цього конструкта — «стала риса», «мобільна здатність» і «процес», причому саме процесова дефініція

(«здатність будувати й використовувати особисті ресурси до, під час і після труднощів») дає змогу інтегрувати решту трактувань та аналізувати афективні, когнітивні й поведінкові механізми відновлення.

Операціоналізаційно поле досліджень є строкатим. Найуживаніші інструменти — шкала резильєнтності у PsyCap, Brief Resilient Coping Scale, CD-RISC та Brief Resilience Scale. Перші дві вимірюють стійкість як відносно сталу здатність або копінгову поведінку, тоді як CD-RISC трактує її як розвивальну характеристику, а Brief Resilience Scale — як уміння «відскакувати назад». Використання «запозичених» шкал полегшує порівняння з організаційною психологією, але водночас знижує контекстну чутливість до реалій підприємництва.

Методологічна картина огляду охоплює 86 емпіричних статей: 48 кількісних, 35 якісних і 3 змішаних, сукупно 62 874 респондентів. Кількісні роботи здебільшого ігнорують пряме вимірювання адверсії, припускаючи, що сама природа підприємництва «містить» труднощі; натомість якісні дослідження деталізують бізнес-кризи, соціальну маргіналізацію чи природні катастрофи.

Автори структурують чинники стійкості на особистісні (самоефективність, «grit», попередній досвід невдач, позитивні емоції), контекстуальні (доступ до фінансових і людських ресурсів, динаміка ринку) та соціальні (мережі, менторство, підтримка родини). Ці ресурси, у взаємодії з оцінкою загрози, формують траєкторію «стрес, копінг та стійкість», що, у свою чергу, впливає на три блоки підприємницького процесу: намір започаткувати справу, залученість у її розвиток і кінцеву продуктивність бізнесу.

Огляд виявляє кілька системних прогалин. По-перше, теоретичний фундамент досліджень недостатньо глибокий: лише 12 теорій, серед яких домінує Теорія запланованої поведінки; рідко залучаються соціально-когнітивна чи ресурсо-орієнтовані парадигми. По-друге, бракує поздовжніх дизайнів, здатних відстежити розвиток стійкості у часі. По-третє, необхідні контекстуально чутливі шкали, що одночасно фіксуватимуть тип, інтенсивність і тривалість адверсії, а також командний вимір стійкості. Автори закликають інтегрувати емоційні теорії

(наприклад, broaden-and-build), напрацювати багаторівневі моделі, зв'язати особисту стійкість засновника з організаційною резильєнтністю та вивчати «темний бік» феномену, коли надмірна впевненість може притлумити сприйняття ризику.

У підсумку, особливість вивчення психологічної стійкості підприємців полягає у двох ключових викликах: концептуальній чіткості (потрібно однозначно вказувати, який саме аспект резильєнтності досліджується) та методичній відповідності (операціоналізувати як саму стійкість, так і конкретні форми адверсії). Лише поєднання рамки процесу, контекст-чутливих вимірювальних інструментів і поздовжніх багаторівневих дизайнів дозволить глибше зрозуміти, як підприємці перетворюють загрози на каталізатор зростання і які ресурси для цього є вирішальними.

У статті «Integrating Psychological Resilience, Stress, and Coping in Entrepreneurship: A Critical Review and Research Agenda» [24] автори здійснюють найповніше на сьогодні переосмислення того, як вивчати психологічну стійкість підприємців. Вони аргументують, що її неможливо зрозуміти окремо від стресорів, які породжують потребу в стійкості, і від копінгових стратегій, через які ця стійкість формуються та проявляється.

Насамперед дослідники відходять від традиційного статичного погляду («стійкість – це риса») і демонструють, що підприємець стає стійким лише після того, як зіткнеться зі значущою загрозою та оцінить її як стресову. Таким чином, стійкість постає не характеристикою, а динамічним процесом позитивної адаптації, запущеним конкретним стресором.

Щоб пояснити цей процес, автори вибудовують інтегративну тріаду від стресу до копінгу та стійкості. Стресор (економічна криза, пандемія, травматичний досвід тощо) викликає психологічний стрес; підприємець обирає проблемно- або емоційно-орієнтовані копінгові стратегії; поступове накопичення ресурсів через ці стратегії і є будівельним матеріалом для стійкості, яка згодом підтримує добробут підприємця та результати фірми.

Розкриваючи межі понять, автори показують, що попередні дослідження часто плутають стійкість зі стресом чи копінгом: одні й ті самі шкали вживаються для вимірювання різних конструкцій, а висновки про «резильєнтність» роблять без урахування початкового рівня стресу. В результаті виникає концептуальна нечіткість і методологічний хаос, що унеможлиблює кумуляцію знань.

Методологічно корпус досліджень виявився здебільшого крос-секційним. Із 125 проаналізованих статей лише одиниці пропонують поздовжні або мішані дизайни, здатні відстежити, як стійкість нарощується у часі чи змінюється залежно від фази кризи. Це, зауважують автори, блокує каузальні висновки і не дозволяє виміряти реальні траєкторії «до – під час – після» адверсії.

Щодо чинників, що «підживлюють» стійкість, огляд виокремлює п'ять груп. До особистих ресурсів належать позитивні емоції, ефективне мислення та попередній досвід труднощів; соціальну підтримку забезпечують бізнес-мережі та сім'я; окремо розглядають підприємницькі дії як спосіб гуманітарного копінгу (наприклад, *compassion venturing*), що одночасно допомагає іншим і зміцнює власну стійкість.

Копінгові стратегії в підприємницькому контексті поділяються на проблемно-орієнтовані (півот бізнес-моделі, *bricolage*, контингентне планування) та емоційно-орієнтовані (медитація, фізична активність, релігійні практики). Емпіричні дані свідчать, що саме комбінація обох типів найчастіше веде до формування стійкості й поліпшення ментального благополуччя.

Наслідки сформованої стійкості багаторівневі. Вона прискорює адаптивні повороти бізнесу, підвищує шанси виживання та повторний вхід у підприємництво після провалу, а також служить буфером проти вигорання й психічного виснаження власника. Утім автори застерігають, що «надмірна» стійкість може мати темний бік: надлишкова впевненість здатна притлумлювати сприйняття ризику та ігнорувати потреби команди.

У дослідницькому порядку денному пропонується, по-перше, чітко специфікувати природу стресорів (тип, тривалість, масштаб), замість абстрактної згадки про «негаразди»; по-друге, впроваджувати поздовжні й багаторівневі

дизайни, що поєднують індивідуальні дані з контекстуальними; по-третє, розробити контекстно-чутливі шкали, які одночасно вимірюватимуть стрес, копінг і стійкість; і, нарешті, досліджувати гетерогенні траєкторії підприємців, адже не всі реагують на загрозу однаково.

Для українських реалій ці висновки особливо актуальні. Повномасштабна війна ставить підприємців у ситуацію хронічних і високих стресорів, тому першим кроком має бути створення україномовних інструментів, які фіксуватимуть інтенсивність бойових дій, втрати й переміщення. Другим кроком стане поздовжнє відстеження, як комбінуються копінгові стратегії та які саме ресурси виявляються вирішальними для виживання бізнесу у фронтових зонах. Зрештою, практичні програми підтримки мають водночас зміцнювати особисту самоефективність, розширювати мережі наставництва та навчати конкретним проблемно-орієнтованим технікам, які стаття описує як наріжні для побудови справді «броньованої» підприємницької психіки.

У статті Р. Сінґха «Conflict-induced entrepreneurial resilience, self-efficacy and the new social compact: a study of BoP micro-entrepreneurs in conflict zones» психологічна стійкість підприємця розглядається крізь призму щоденного виживання у зоні затяжного насильницького конфлікту [25]. Автори трактують її як здатність «продовжувати звичне життя та надавати йому сенсу попри тривалі труднощі й загрозу» — визначення, що ґрунтується на працях Tedeschi & Calhoun і було адаптоване до підприємницького контексту Кашміру. Центральною у статті є думка, що сама війна формує у підприємців особливу версію стійкості — вона виникає не стільки з особистих «надздібностей», скільки з комбінованого впливу ризику для життя, економічної нестабільності та постійних інституційних збоїв.

Теоретично дослідження спирається на концепцію «крихкої держави» (fragile-state theory) і пропонує розглядати стійкість у зв'язці з само-ефективністю як відповідь на обмежену легітимність та слабку спроможність держави забезпечити базову безпеку й інфраструктуру. Саме тому, поряд із внутрішніми ресурсами підприємця (оптимізм, наполегливість), вирішальне значення мають соціальні мережі та «новий соціальний договір» між малим бізнесом і владою.

Емпірично робота ґрунтується на 18 глибинних інтерв'ю з мікро підприємцями рівня BoP (base of pyramid) у штаті Джамму й Кашмір. Автори використали триступеневе кодування, що дозволило виявити ключові теми, а саме: конфлікт-індуковану стійкість, підприємницьку само-ефективність, ризикованість рішень та роль державної підтримки. Така якісна стратегія, на відміну від типових крос-секційних опитувань, дає змогу зафіксувати процесуальність стійкості — як вона «нарощується» через щоденний копінг у відповідь на конкретні події (страйки, блокпости, вимкнення мобільного зв'язку).

Найпомітніша емпірична знахідка полягає у тому, що конфлікт не лише підриває бізнес-моделі, а й паралельно «тренує» підприємців: довготривала небезпека знижує чутливість до ризику, розвиває креативний bricolage та готовність змінювати формат справи (від килимарства до плетіння лозових «кантрі»). Водночас автори демонструють, що ця індивідуальна стійкість не спрацьовує без соціальної вбудованості: у разі блокування кредитних каналів підприємці покладаються на родичів, сусідські «каси взаємодопомоги» або сподіваються на субсидії держави, які, на жаль, розподіляються нерівномірно.

З методологічного погляду стаття підкреслює кілька особливостей, яких потребує дослідження підприємницької стійкості. По-перше, контекст слід описувати не абстрактним ярликом «зона конфлікту», а через конкретні параметри — тип насильства, частоту інцидентів, часову тривалість. По-друге, вимірювання стійкості повинно охоплювати не лише особистісні риси, а й мережеві та інституційні ресурси, адже саме зв'язок із державою та громадою формує «подушку безпеки». По-третє, потрібні поздовжні або принаймні повторні зрізи, які дозволять відстежувати, як ресурси виснажуються чи поповнюються з кожною хвилиною ескалації.

На теоретичному рівні автори пропонують концептуальну модель, де психологічна стійкість і само-ефективність взаємно підсилюють одна одну й разом живлять наміри до підприємництва, тоді як соціальний договір зі «крихкою» державою виступає зовнішнім модератором. Додатково окреслено «темний бік» феномену: надмірна впевненість, що виникає після серії успішних

«проривів» через кризу, може притупити чутливість до майбутніх загроз і погіршити реакцію на нові шоки.

Практичні висновки статті спрямовані на три рівні. Для підприємців — розвивати комбінацію проблемно-орієнтованих і емоційних копінг-стратегій. Для держави — перейти від фрагментарних субсидій до системного укріплення інфраструктури, що знижує трансакційні витрати та підвищує легітимність влади в очах бізнесу. Для дослідників — розширити вимірювальні інструменти, тестувати багаторівневі моделі та приділяти увагу «темному боку» стійкості, аби уникнути романтизації підприємницької невразливості.

В загальному навіть в зарубіжних дослідженнях та літературі ця тема не досить розкривається, оскільки Європа та США не були задіяні у великих конфліктах на їх території досить давно. В Американських працях використовуються приклади Афганістану та Іраку, а в Європейських працях тільки зараз починають досліджувати саме російсько-українську війну після 2022 року.

Висновки до першого розділу

У першому розділі дипломної роботи було проаналізовано основні теоретичні та методологічні аспекти вивчення психологічної стійкості українських підприємців в умовах війни. Встановлено, що повномасштабна війна створила унікальне середовище інтенсивного стресу, в якому підприємці стикаються не лише з економічними труднощами, а й із глибокими особистісними та морально-психологічними викликами.

Проаналізовані фактори впливу війни включають економічну нестабільність, фізичну небезпеку, релокацію бізнесу, втрату кадрів, інформаційне перенасичення, зниження платоспроможності населення та нормативну невизначеність. Виявлено, що ці стресори суттєво знижують рівень суб'єктивної безпеки підприємців і формують стійке психоемоційне навантаження.

Огляд вітчизняних наукових джерел виявив обмежену кількість досліджень, присвячених безпосередньо психологічній стійкості підприємців, однак наявні праці (зокрема Л. П'янківської, А. Дриги, Н. Чериби, С. Сасюк) дозволили сформулювати уявлення про багатовимірний характер резильєнтності як інтегративної властивості особистості. Особливу увагу приділено ролі соціальної підтримки, копінг-стратегій, самоусвідомлення, ціннісних орієнтацій та гендерно-вікових відмінностей у формуванні стійкості.

Зарубіжні дослідження, зокрема огляд С. Гартманн та праці О. Малиновської й А. Водецької-Хієк, доповнили аналіз сучасним баченням резильєнтності як динамічного процесу адаптації до стресу, що відбувається на особистісному та контекстуальному рівнях. Окремо акцентовано на ризиках «гіперрезильєнтності» — ситуацій, коли надмірна стійкість перетворюється на ігнорування власних потреб і виснаження.

Таким чином, теоретичний аналіз показав, що психологічна стійкість підприємця — це складне, багаторівневе явище, яке формується в умовах постійної адаптації до змін середовища, потребує підтримки і розвитку, та є критично важливим чинником збереження бізнесу та особистого благополуччя в умовах війни.

РОЗДІЛ II

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Обґрунтування методології дослідження.

Емпіричне дослідження – це метод дослідження, заснований на емпіричних даних, тобто інформації, отриманій через спостереження або експеримент. Воно відрізняється від теоретичних досліджень, які базуються на моделях або абстрактних міркуваннях.

Емпіричні дослідження використовуються в різних наукових дисциплінах, включаючи природничі, соціальні та гуманітарні науки, і вони є важливим інструментом для розвитку наукових знань і підтримки прийняття рішень в різних галузях.

Це емпіричне дослідження може дати розуміння психологічної стійкості українських підприємців під час війни, є важливим для розуміння факторів, які впливають на їх психологічний стан, добробут їхнього бізнесу та можливість ними виконувати управлінські функції.

Дане дослідження включає аналіз таких аспектів: загальний рівень психологічної стійкості, вид копінг стратегій підприємців, суб'єктивний рівень пережитого стресу за останній місяць, зміни в бізнесі та загальному психологічному стані з початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну.

У своєму дослідженні психологічної стійкості українських підприємців ми використали соціально-демографічний блок, шкалу резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC), опитувальник Brief COPE, шкалу сприйняття стресу (PSS-10) та самостійно розроблене анкетування для опитування підприємців у швидкому форматі. Все опитування проводилося за допомогою сервісу «Google Форми».

Перший опитувальник, який ми використали в дослідженні - це соціально-демографічний блок де була розміщена згода на участь в опитуванні, респонденти вказували вік, стать, країну ведення бізнесу, область в якій ведеться бізнес в Україні, сферу діяльності свого бізнесу, досвід підприємництва, чи релокували бізнес після 24 лютого 2022 року та чи зазнав бізнес збитків від війни. Тож цей опитувальник надає загальне розуміння про підприємців.

Другий опитувальник - це шкала резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC), що є визнаним у міжнародній психодіагностиці інструментом для кількісного вимірювання психологічної стійкості див. рис. 2.1-2.4. Її розробили клінічні психіатри Кетрін М. Коннор і Джонатан Р. Т. Девідсон у 2003 році, спираючись на багаторічні дослідження пост-травматичних станів та механізмів адаптації. Автори визначили резильєнтність як динамічну здатність особи підтримувати або швидко відновлювати психічне функціонування попри значні стресори, що робить шкалу особливо доречною для вивчення підприємців, які працюють у воєнних умовах [26].

Опитувальник у повній версії з 25 пунктів складається з тверджень, що відображають п'ять першопочатково виділених аспектів стійкості: наполегливість і витривалість, контроль та саморегуляція, позитивне прийняття змін, духовність, а також інтуїтивну довіру до власних рішень. Кожен пункт оцінюється за п'ятибальною шкалою (0 — «цілком не згоден», 4 — «повністю згоден»), тому сумарний показник варіює у межах 0–100 балів: чим він вищий, тим більш виражена резильєнтність респондента.

Українська адаптація здійснювалася за стандартною процедурою подвійного перекладу та зворотного перекладу, із залученням експертів-психологів та носіїв мови. Пілотування на вибірках студентів і медичних працівників підтвердило високу внутрішню узгодженість ($\alpha \approx 0,88-0,90$) і факторну інваріантність більшості пунктів, що дозволяє надійно застосовувати оригінальну версію саме в опитуванні для підприємців.

Інструкція до шкали резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC)

Оцініть, наскільки наведені твердження були справедливими для вас протягом останнього місяця, обравши одну відповідь від 0 до 4:

*інтерпретація числової шкали відповіді

0 - «Ніколи»

1 - «Рідко»

2 - «Іноді»

3 - «Часто»

4 - «Майже завжди»

1. Я вмію адаптуватися, коли обставини різко змінюються.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

2. Відчуваю, що маю близькі й надійні стосунки з людьми, на яких можу покластися.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

3. Іноколи вірю, що доля/Бог допомагає у складних ситуаціях.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

4. Загалом спроможний(-а) впоратися з будь-якою ситуацією.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

5. Успіхи в минулому додають мені впевненості братися за нові виклики.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис.2.1. Шкала резильєнтності Коннора-Девідсона

6. Навіть у проблемах намагаюся побачити комічний / смішний бік.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

7. Вважаю, що стрес робить мене сильнішим(-ою).

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

8. Після хвороб чи труднощів швидко «стаю на ноги».

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

9. Дивлюся на складні події так, ніби в них є свій сенс.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

10. Роблю все можливе, незалежно від перешкод.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

11. Коли все здається безнадійним, продовжую рухатися далі.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

12. Вірю, що події відбуваються не випадково — завжди є причина.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис.2.2. Шкала резильєнтності Коннора-Девідсона

13. Знаю, куди звернутися по допомогу, коли мені важко.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

14. Під сильним тиском можу зосередитися і ясно думати.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

15. Полюблю брати ініціативу у вирішенні проблем.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

16. Невдачі рідко вибивають мене з колії надовго.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

17. Вважаю себе сильною особистістю.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

18. Можу ухвалювати непопулярні або складні рішення, якщо це потрібно.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

19. Вмію справлятися з неприємними емоціями (смуток, страхом, гнівом).

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис.2.3. Шкала резильєнтності Коннора-Девідсона

20. Коли доводиться діяти «на інтуїції», часто приймаю правильні рішення.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

21. Відчуваю чітку мету й сенс у своєму житті.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

22. Контролюю основні події у власному житті.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

23. Мене захоплюють складні завдання / виклики.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

24. Працюю наполегливо, щоб досягти своїх цілей.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

25. Пишаюся тим, чого вже досягнув(-ла).

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис.2.4. Шкала резильєнтності Коннора-Девідсона

Третій опитувальник - методика Brief COPE є скороченою версією інвентаря COPE, розробленою для оперативного кількісного вимірювання того, як люди реагують на стресові події. Автор Чарльз С. Карвер скоротив оригінальний протокол до 28 тверджень, аби зробити інструмент придатним для великих вибірок і польових умов, не втрачаючи концептуальної насиченості шкал [27].

Опитувальник охоплює 14 субшкал по два пункти кожна, що відбивають різноманітні копінг-стратегії: активне вирішення, планування, позитивне переосмислення, прийняття, гумор, релігійне звернення, емоційна підтримка, інструментальна підтримка, само-відволікання, заперечення, вентиляція емоцій, уживання психоактивних речовин, поведінкове зривання та самозвинувачення. Субшкали умовно групують у конструктивні та неконструктивні стратегії, що дає змогу швидко оцінити загальний профіль копіngu підприємця.

Система балів однакова для всіх тверджень: 1 — «зовсім не робив(ла) цього», ... 4 — «робив(ла) дуже часто». Для кожної субшкали обчислюють суму двох пунктів (0–6). Автор *не* пропонує інтегрального «загального» показника; натомість рекомендує аналізувати окремі стратегії чи їхні групи, порівнюючи частоти використання конструктивних та неконструктивних підходів.

В Україні методика пройшла процедуру подвійного перекладу та підтверджувального факторного аналізу. Останні дослідження повідомляють загальну внутрішню узгодженість і прийнятний факторний розподіл, що підтверджує валідність 14-факторної моделі у вітчизняних вибірках, зокрема серед підприємців та студентів. Ми використали адаптовану українську версію цього тесту [28], яка надається у відкритих джерелах, див. рис. 2.5-2.10.

Інструкція до опитування Brief COPE

Нижче наведено різні способи, якими люди поведуться, коли стикаються з труднощами. Уважно прочитайте твердження і дайте відповідь від 1 до 4.

*Інтерпретація числової шкали відповіді

- 1 — Ніколи
- 2 — Рідко
- 3 — Досить часто
- 4 — Дуже часто

1. Я вмію адаптуватися, коли обставини різко змінюються.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

2. Відчуваю, що маю близькі й надійні стосунки з людьми, на яких можу покластися.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

3. Я формулював(-ла) чіткий план, що робити далі.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

4. Я обдумував(-ла) кроки для вирішення проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

5. Я прагнув(-ла) отримати практичну пораду або допомогу.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

Рис.2.4. Методика Brief COPE

6. Я питав(-ла) друзів/колег, що мені робити.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

7. Я шукав(-ла) емоційної підтримки у близьких.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

8. Я висловлював(-ла) свої почуття іншим людям.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

9. Я випускав(-ла) «пар», зриваючись на колег чи близьких.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

10. Я давав(-ла) волю роздратуванню/злості.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

11. Я відволікав(-ла) себе справами чи хобі.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

Рис.2.5. Методика Brief COPE

12. Я проводив(-ла) час за телебаченням / іграми / соцмережами, щоб не думати про це.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

13. Я намагався(-лась) заперечити існування проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

14. Я поводив(-ла) себе так, ніби нічого не сталося.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

15. Я вживав(-ла) алкоголь або інші речовини, щоб заспокоїтися.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

16. Я частіше дозволяв(-ла) собі випити/прийняти щось, аби «відпустити» ситуацію.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

17. Я зменшував(-ла) зусилля: «опускав(-ла) руки» щодо проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

Рис.2.6. Методика Brief COPE

18. Я припиняв(-ла) спроби вирішити проблему.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

19. Я звинувачував(-ла) себе в тому, що сталося.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

20. Я критикував(-ла) себе за власні помилки.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

21. Я намагався(-лась) побачити в ситуації щось позитивне.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

22. Я шукав(-ла) у складнощах можливість навчитись чогось нового.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

23. Я жартував(-ла) про ситуацію, щоб було легше.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

24. Я намагався(-лась) розсмішити інших коли ставалися проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

Рис.2.7. Методика Brief COPE

25. Я молився(-лась) / медитував(-ла), щоб впоратися з труднощами.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

26. Я покладався(-лася) на духовні переконання.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

27. Я приймав(-ла) те, що сталося, як даність.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

28. Я розумів(-ла), що все це не можу змінити, і мирився з цим.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

Рис.2.8. Методика Brief COPE

Четвертий опитувальник - це шкала сприйняття стресу “Perceived Stress Scale” (PSS) була розроблена С. Коеном, Т. Камарк і Р. Мермелстайн у 1983 році як універсальний інструмент для оцінки суб’єктивного відчуття стресу — тобто того, наскільки людина сприймає власне життя непередбачуваним, некерованим і перевантаженим впродовж останнього місяця. Відтоді шкала стала «золотим стандартом» для епідеміологічних і клінічних досліджень, а її скорочена версія з 10 пунктів (PSS-10) нині найпоширеніша в наукових роботах [29]. Саме цю версію ми використовуємо в опитуванні, див. рис. 2.9 - 2.10.

PSS-10 складається з десяти тверджень, що відбивають три ключові компоненти стресу: непередбачуваність, неконтрольованість та перевантаженість. Респонденти обирають одну з п’яти відповідей за Лікертом (0 — «ніколи», 4 — «дуже часто»). Чотири позитивно сформульовані пункти (№ 4, 5, 7, 8)

реверсуються, після чого бали сумуються; підсумковий діапазон — 0–40. Вищі значення свідчать про інтенсивніше переживання стресу.

У контексті війни українські підприємці стикаються з високою невизначеністю та ризиками, тому PSS-10 дозволяє кількісно оцінити, наскільки вони суб'єктивно відчують цей тиск. Поєднання показників стресу з результатами CD-RISC-25 (психологічна стійкість) і Brief COPE (копінг-стратегії) допоможе виявити, як саме пережитий стрес співвідноситься з резильєнтністю та обраними способами подолання труднощів, що є центральним завданням даного емпіричного дослідження.

Інструкція Perceived Stress Scale (PSS-10)

Нижче наведено твердження про почуття та думки, які у людей виникають у повсякденному житті. Вкажіть, як часто протягом останніх 4 тижнів ви відчували чи думали саме так. Уважно прочитайте твердження і дайте відповідь від 0 до 4.

*інтерпретація числової шкали відповіді

0 - Ніколи

1 - Рідко

2 - Іноді

3 - Досить часто

4 - Дуже часто

1. Як часто ви відчували, що ваше життя виходить з-під контролю?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

2. Як часто ви почувалися впевненим(-ою) у своїй здатності впоратися з особистими проблемами?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

3. Як часто ви відчували нервозність або були «на межі»?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

4. Як часто ви відчували, що справляєтеся зі своєю повсякденною роботою / обов'язками?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис.2.9. Шкала сприйняття стресу (PSS-10)

5. Як часто ви відчували, що все відбувається так, як ви хотіли?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

6. Як часто ви засмучувалися коли щось йшло не за планом?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

7. Як часто ви відчували, що не встигаєте впоратися з усіма справами?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

8. Як часто ви почувалися «на висоті» завдяки тому, як керували своїм часом?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

9. Як часто ви відчували те, що труднощів занадто багато, що їх не подолати?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

10. Як часто ви злилися через речі, які ви не могли контролювати і на які не могли вплинути?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис.2.10. Шкала сприйняття стресу (PSS-10)

І останнім, у нашому загальному опитуванні, є спеціально розроблене анкетування «суб'єктивна оцінка власного психологічного стану під час

повномасштабної війни». Його було розроблено спеціально для даного дослідження, аби додати до стандартних психометричних шкал, що фіксує саме ті внутрішні зміни, які підприємці помічають у собі та у своєму бізнесі у воєнних умовах.

Опитувальник складається з шести тверджень див. рис. 2.11-2.12, сформульованих у першій особі («мій психологічний стан покращився», «я став кращим менеджером» тощо). Вони охоплюють три логічні блоки: (1) емоційно-психологічний стан (покращення, тривожність, зростання резилієнтності), (2) професійно-адаптивні ресурси (здатність реагувати на бізнес-виклики, менеджерські навички) і (3) суб'єктивну оцінку розвитку бізнесу (масштабування та якість). Усі пункти оцінюються за п'ятибальною шкалою 0–4, де 0 — «Ні», 1 — «Скоріше ні», 2 — «Нейтрально», 3 — «Скоріше так», 4 — «Так». Другою позицією («став/-ла більш тривожним/-ою») передбачено реверсне кодування, аби вищий сумарний бал послідовно відбивав позитивні зміни.

Після збору даних бали сумуються, утворюючи інтегральний показник суб'єктивного покращення (0–24). За бажанням можливий окремий аналіз трьох міні-шкал (емоційна сфера, професійна адаптація, розвиток бізнесу).

Переваги методики: адаптована під контекст саме українського воєнного підприємництва; мінімальне навантаження на учасників; можливість швидко порівняти зміни описані респондентами з «об'єктивними» показниками стресу й резильєнтності в попередніх тестах.

Інструкція до тесту суб'єктивна оцінка власного психологічного стану

Уважно прочитайте твердження і дайте відповідь від 0 до 4.

*інтерпретація числової шкали відповіді

0 - Ні

1 - Скоріше ні

2 - Нейтрально

3 - Скоріше так

4 - Так

1. Під час повномасштабної війни мій психологічний стан покращився.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

2. Під час повномасштабної війни я став(-ла) більш тривожним(-ою).

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

3. Під час повномасштабної війни моя психологічна стійкість зростає.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

4. Під час повномасштабної війни я став(-ла) краще адаптуватися до викликів в бізнесі.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

5. Під час повномасштабної війни я став(-ла) кращим менеджером

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис. 2.11. Анкетування “суб'єктивна оцінка власного психологічного стану”

6. Під час повномасштабної війни мій бізнес масштабувався та став кращим

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

Рис. 2.12. Анкетування “суб’єктивна оцінка власного психологічного стану”

Анкетування було оформлене в Гугл формі для зручності використання респондентами, можливість проходження онлайн дозволила скоротити час проходження, підвищило зручність і надала вибірку з різних міст України та з за кордону, див. рис. 2.13.

Психологічна складова підприємницької діяльності під час повномасштабної війни

Опитування проводиться в рамках дослідження для дипломної роботи Олександра Круголя. Всі відповіді є анонімними та не підлягають розголошенню.
Дякую за приділений час 🙏

alexkruk755@gmail.com
Змінити обліковий запис

🔒 Бачите тільки ви

☁ Чернетку збережено

Зірочка (*) указує, що запитання обов'язкове

Я ознайомився/ознайомила з метою опитування й погоджуюся брати участь добровільно. *

☒ Так

Вкажіть свій вік *

Ваша відповідь

Рис. 2.13. Анкетування для підприємців

2.2. Результати соціально-демографічного блоку.

У ході аналізу результатів соціально-демографічного блоку дослідження ми виявили, що переважна більшість респондентів (87 %) продовжує вести бізнес в Україні. На жаль 15,6 % підприємців були змушені релокувати свій бізнес після початку повномасштабного вторгнення, що позначає реальну мобільність у межах вибірки, див. рис.2.14. Відносно мала частка релокації (15 %) при значній кількості бізнесів, що залишилися в Україні, підкреслює патерн «залишаюся й адаптуюся», який важливо врахувати при інтерпретації копінг-стратегій та рівня стресу.

Відсоток релокування бізнесу після 24.02.2022

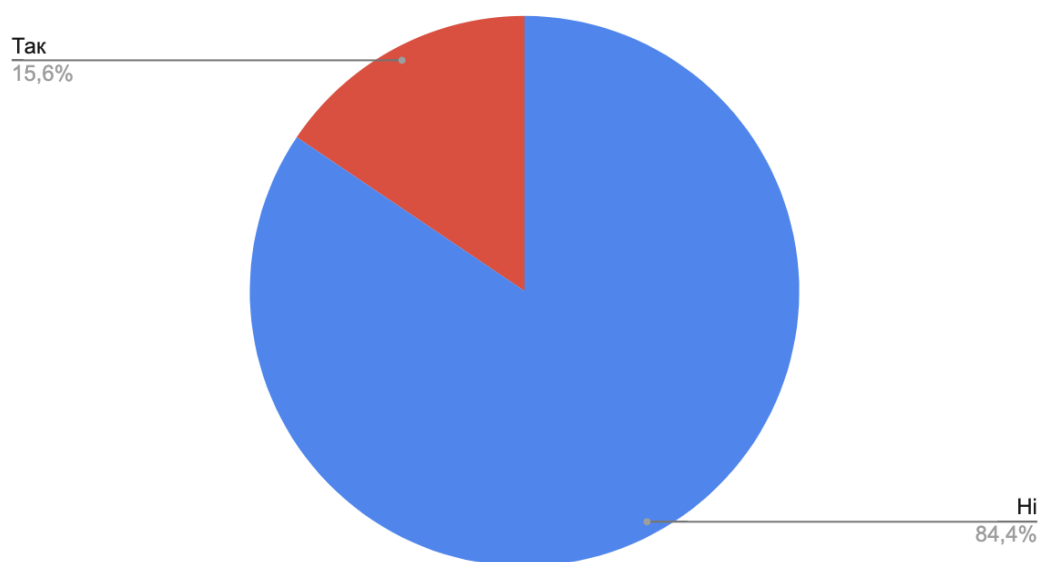


Рис 2.14. Відсоток релокування бізнесу після 24.02.2022

Найбільша кількість респондентів припала на Івано-Франківську (35,6%) та Київську області (17,8%), потім Запорізька область (17,8%), Львівська область (6,7%), Одеська та Вінницька області по 4,4%. І також 13,3% за кордоном.

Місцезнаходження бізнесу

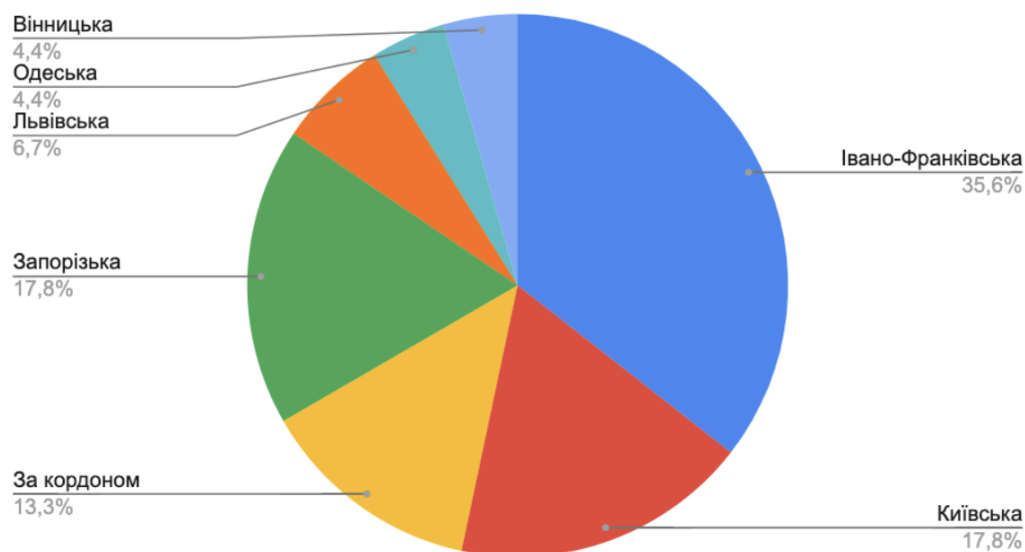


Рис 2.15. Стать респондентів дослідження

Вибірка майже симетрична за статтю (51 % чоловіків, 49 % жінок), тож подальший аналіз не потребує корекції на гендерні перекося. Гендерна рівновага дозволяє порівнювати чоловічі й жіночі підвибірки без статистичних перекося, див. рис. 2.16.

Стать респондентів

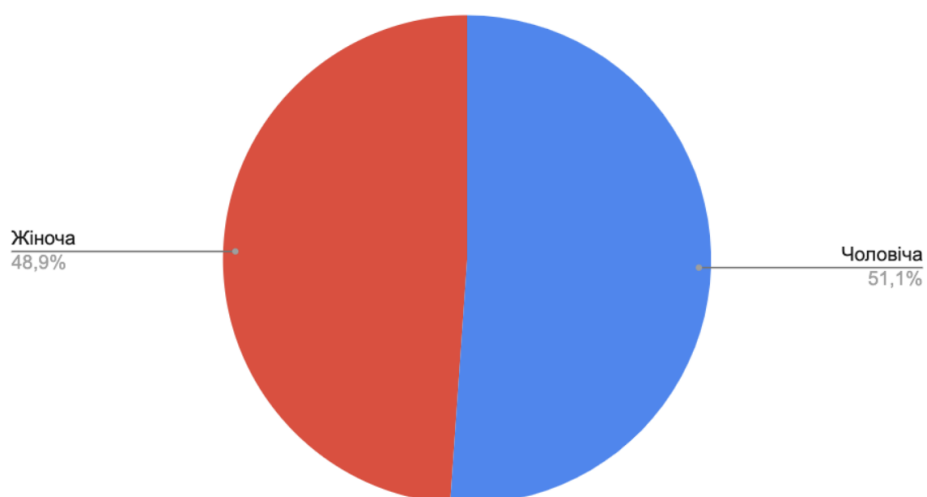


Рис 2.16. Стать респондентів дослідження

Середній вік підприємця — 28 років; 82 % опитаних — молоді до 35 років. Це свідчить про домінування малого й середнього бізнесу, створеного впродовж останнього десятиліття, та пояснює високу технологічну та адаптивну гнучкість респондентів.

Вибірку дослідження складають підприємці з різних сфер: айті, маркетинг, СММ, айті, агропромисловість та сільське господарство, торгівля, відеопродакшн, масаж, онлайн освіта, графічний дизайн, бренд одягу, ресторанний бізнес та кав'ярні, інші сфери.

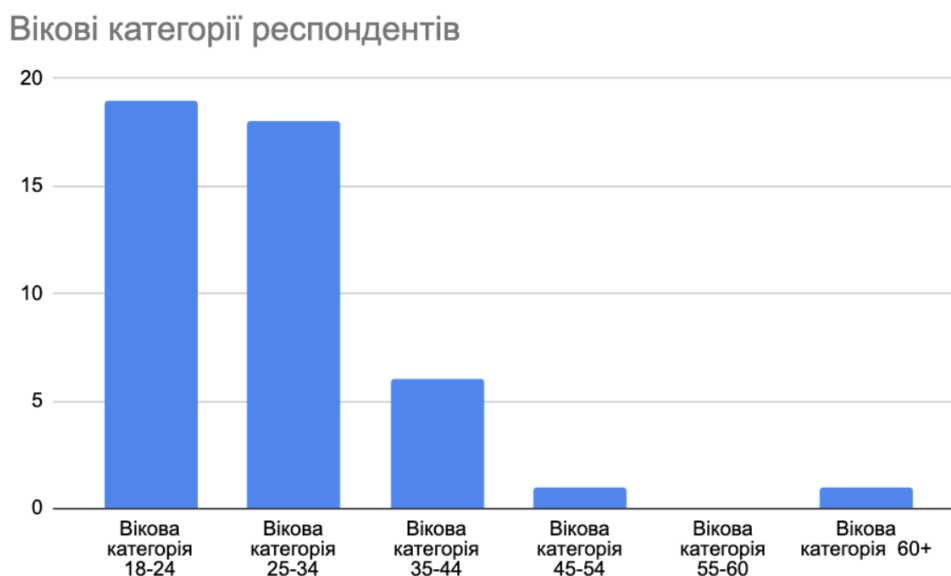


Рис 2.17. Вікові категорії респондентів дослідження

Понад 3/4 вибірки (80 %) мають стаж до семи років; половина з них — “молоді” бізнеси 1–3 років існування. Молодий вік та невеликий стаж з одного боку збільшують гнучкість, з іншого — роблять підприємців уразливими до фінансових потрясінь.

Лише 4 % працюють більш як 15 років, див. рис. 2.18. Це означає, що більшість учасників не проходили тривалих економічних циклів, розвивалися вже у цифровому середовищі та гостро відчули ризики війни на ранніх етапах становлення компанії.

Стаж підприємництва

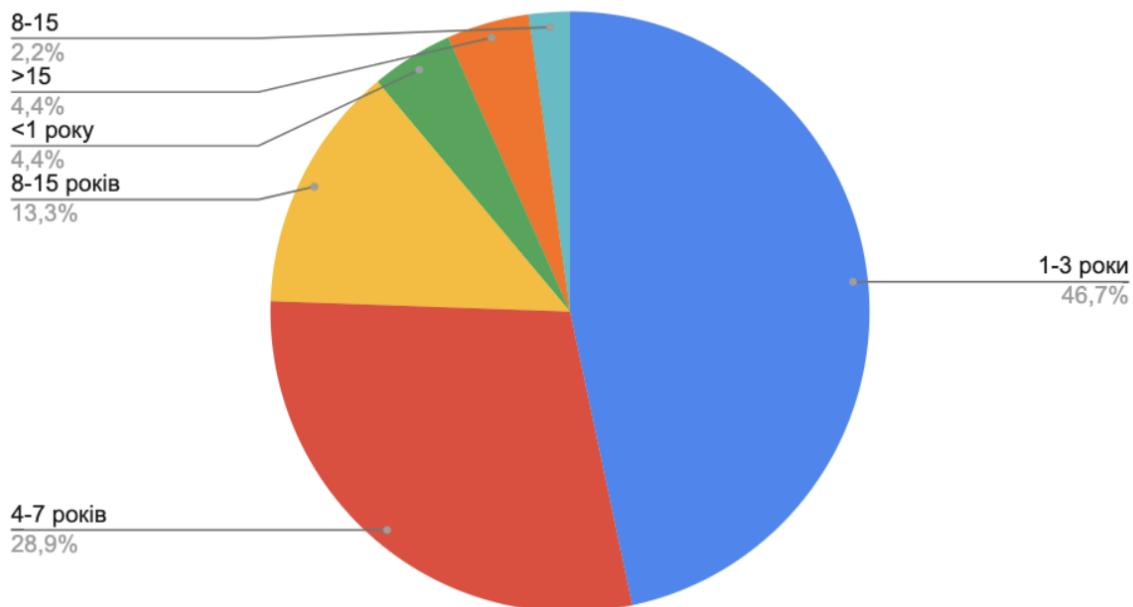


Рис 2.18. Стаж підприємницької діяльності респондентів дослідження

За результатами, лише 40% респондентів зазнали збитків від війни, див. рис. 2.19.

Відсоток бізнесу який зазнав збитків

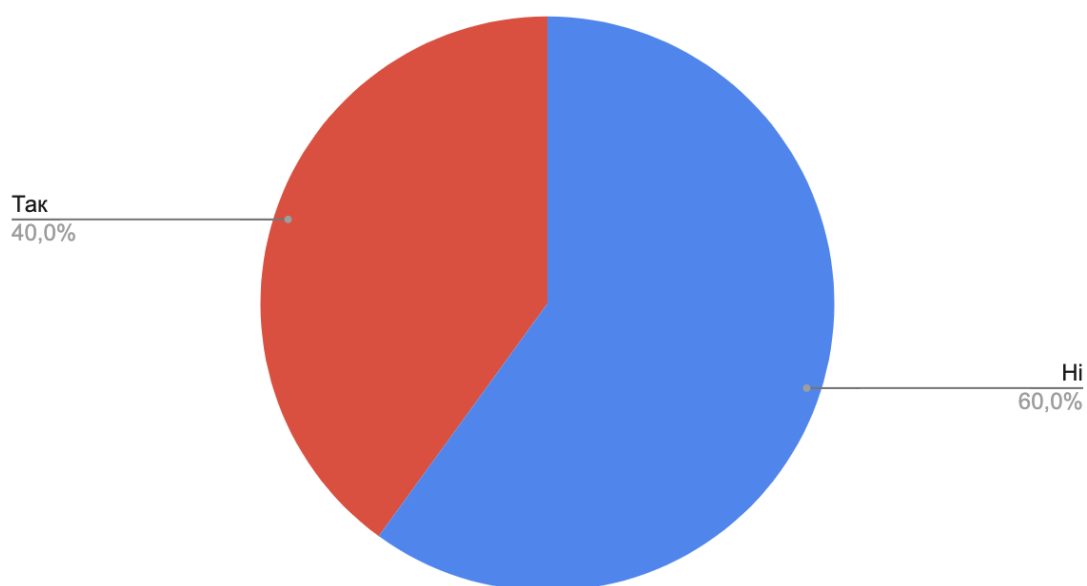


Рис 2.19. Відсоток бізнесу який зазнав збитків

Такі демографічні параметри задають контекст для подальшого аналізу психологічної стійкості: молоді підприємці, що переважно залишилися в Україні та продовжують бізнес у воєнних умовах, становлять ядро досліджуваної вибірки.

2.3. Результат методики шкали резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC).

У ході аналізу результатів методики шкали резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC) ми виявили, щл середній показник 71,6 бала вже перевищує поріг «високої» стійкості, що складає більше 70 балів. Кожен другий підприємець демонструє помірну, а майже кожен другий — високу резильєнтність; випадків низького рівня не виявлено. Це узгоджується з тим, що вибірка переважно складається з молодих, гнучких бізнесів, які змогли адаптуватися до воєнних умов.

Рівень психологічної стійкості українських підприємців загалом високий: 44 % опитаних уже демонструють «надпорогову» резильєнтність, а решта — достатній, помірний ресурс. Це пояснює здатність більшості бізнесів адаптуватися й продовжувати діяльність у воєнних умовах. Водночас чверть вибірки концентрується на нижній межі помірного діапазону; для цих підприємців важливо підтримувати розвиток активних копінг-стратегій, знижувати дезадаптивні реакції та відстежувати рівень стресу, аби запобігти падінню стійкості до «низького» рівня, див. рис 2.20.

Результати методики CD-RISC-25

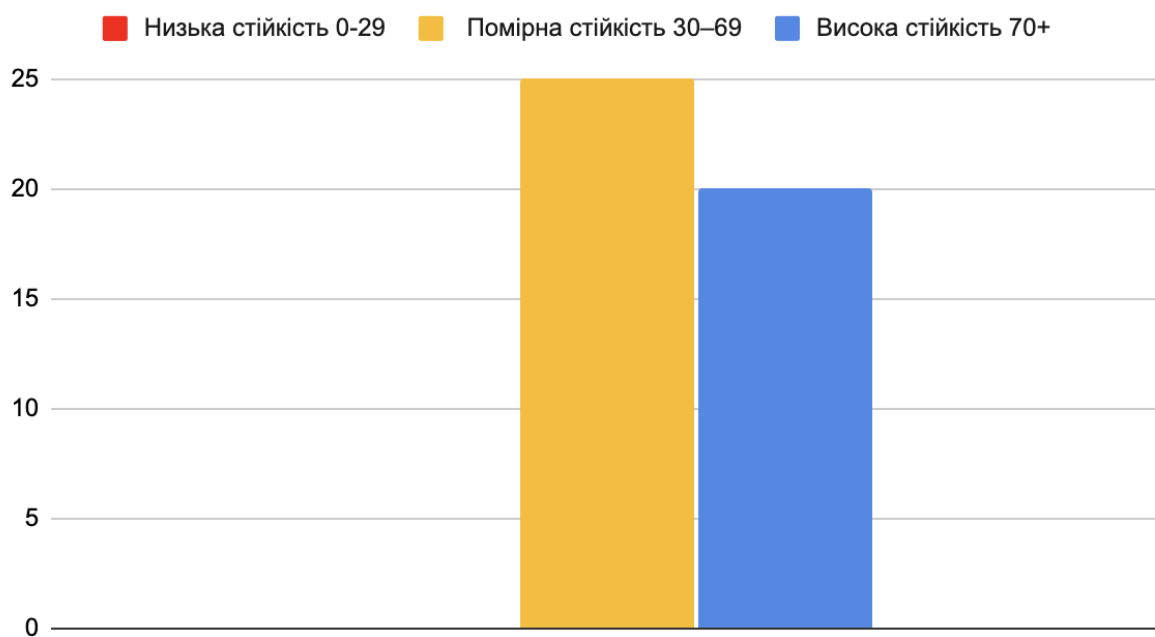


Рис 2.20. Результати методики CD-RISC-25

2.4. Результат методики опитувальника Brief COPE.

Середній профіль копінг стратегій у вибірці з 45 підприємців виявився доволі ресурсним. Найчастіше респонденти користуються проблемно-орієнтованими підходами 70,4%, які охоплюють активні дії, планування й пошук практичної допомоги. Цей показник суттєво перевищує середню частоту конструктивної емоційної регуляції 56,9%, і майже вдвічі - дезадаптивних реакцій 38,6 %. Довірчі інтервали складають 95 % (65,4-75,5 %; 53,6-60,1 %; 32,1-45,1 % відповідно) підтверджують статистичну стабільність відмінностей: активні й емоційно-підтримувальні стратегії домінують над уникненням та емоційним зривом див рис.2.21.

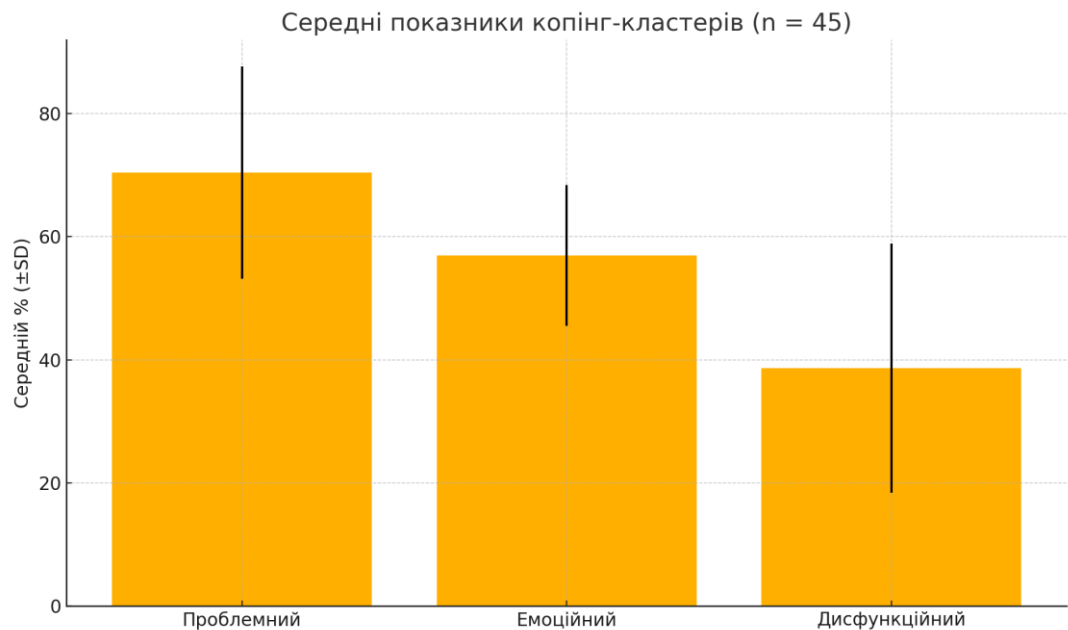


Рис 2.21. Результати методики Brief COPE

Коробковий графік показує, що міжособистісна варіативність найвища саме в зоні дисфункційного копіюю: розмах (0-83 %), що свідчить про наявність як дуже «збалансованих», так і виразно ризикованих профілів. Кругова діаграма кватилів конкретизує: третина учасників (15 осіб) увійшла до четвертого кватилу ($\geq 47\%$) за рівнем унікальних і самозвинувачувальних реакцій. Саме ця група утворює ядро «психологічного ризику» щодо виснаження й помилкових бізнес-рішень, див. рис.2.22.

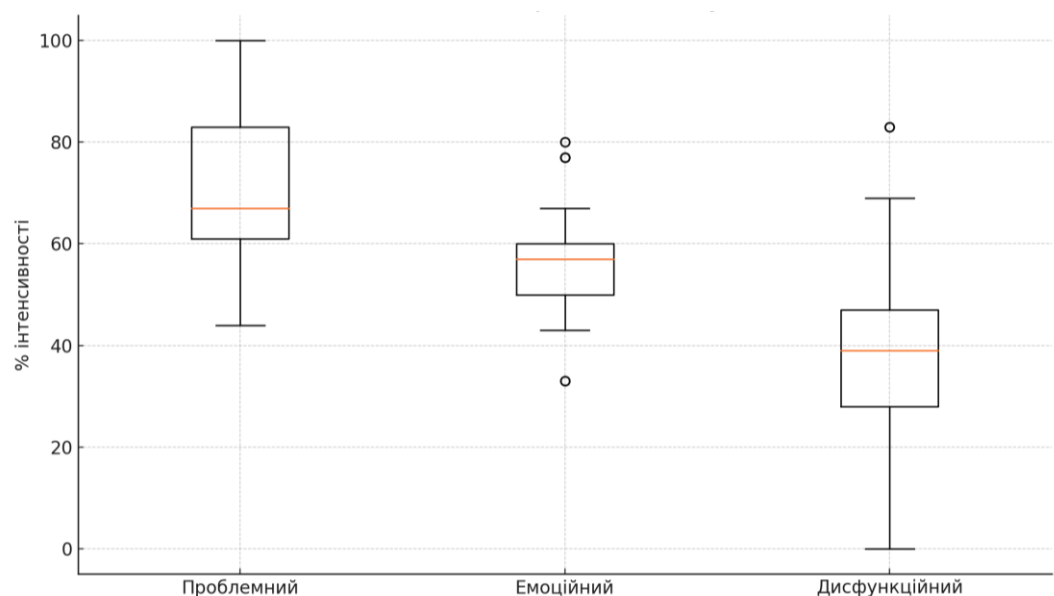


Рис 2.22. Результати методики Brief COPE

Інтегральний індекс балансу подолання труднощів (СВІ) підтверджує перевагу ресурсних стратегій: середнє значення +25 пунктів і лише 5 учасників із негативним балансом ($СВІ < 0$). Спiрманiв кореляцiйний аналіз демонструє сильний позитивний зв'язок проблемного копінгу з СВІ і відповідно негативний дисфункційний копінг з СВІ. Це емпірично підтверджує модель «стрес → копінг → стійкість»: активні дії та емоційна підтримка фактично «перекривають» шкідливі стилі, тоді як наростання уникання зменшує адаптаційний резерв, див. рис. 2.23.

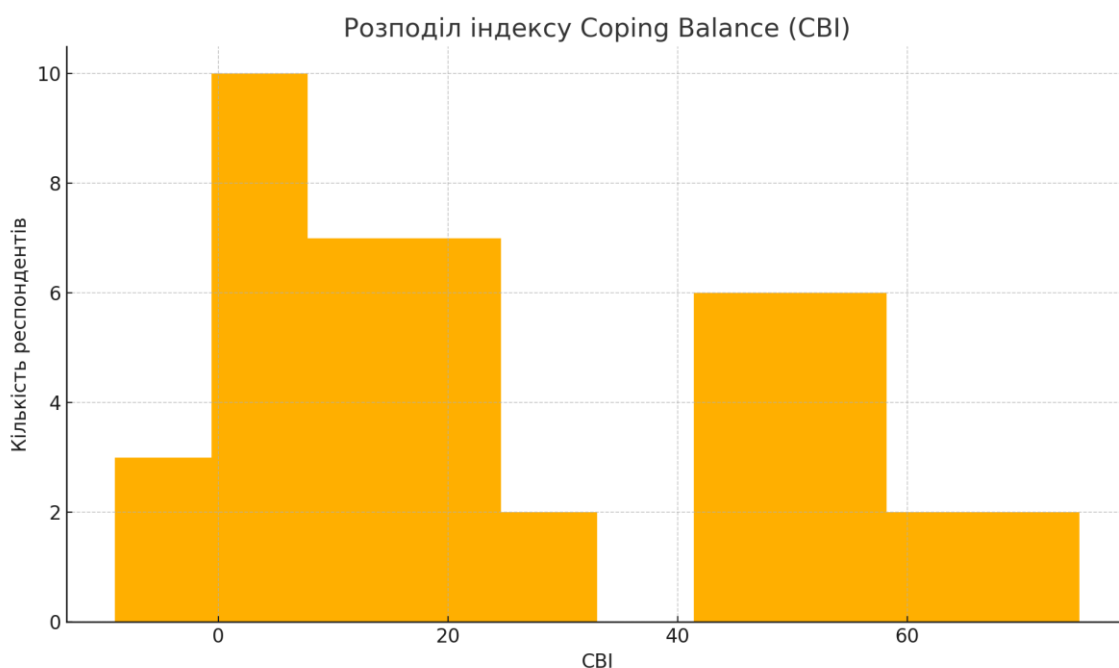


Рис 2.23. Результати методики Brief COPE

Практично це означає, що близько 67 % досліджуваних підприємців мають достатню базу для збереження психологічної стійкості навіть у воєнних умовах, тоді як 33 % потребують цілеспрямованих інтервенцій (стрес-менеджмент, корекція самозвинувачення, заміна уникання на планування), див. рис.2.23. З огляду на позитивні коефіцієнти кластерів “проблем” та кластерів “емоцій” у більшості, рекомендується групове тренінгове підсилення саме цих стратегій, аби перетягнути “дисфункційну” третину до безпечної зони, див. рис.2.24.

Квартильний розподіл дезадаптивного копіngu

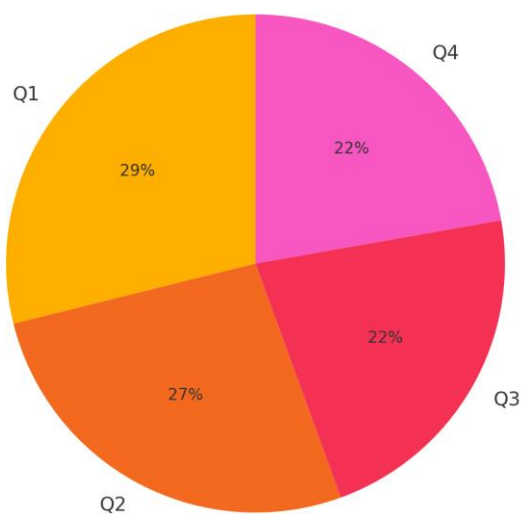


Рис 2.24. Результати методики Brief COPE

2.5. Результат методики шкали сприйняття стресу (PSS-10).

Сумарні бали PSS-10 учасників коливаються від 0 до 27 при теоретичному діапазоні 0–40. Середній показник становить 18,8 бала, що відповідає верхній зоні помірного стресу. Медійна величина — 19 балів, а інтерквартильний інтервал 15–24 балів свідчить: половина вибірки зосереджена в межах, де напруження вже помітно впливає на когнітивні та емоційні процеси, але ще не досягає критичного рівня.

Переважає більшість підприємців (≈ 4 з 5) знаходяться у помірній зоні стресу: навантаження відчутне, але ще не критичне. Помірний рівень стресу - це найвища колонка (≈ 80 % вибірки). Низький рівень стресу - це суттєво нижчий стовпчик (≈ 15 %). Високий рівень стресу - найменший стовпчик (≈ 7 %). Таким чином, навіть без цифр видно дисбаланс між «безпечними» та «критичними» рівнями, див. рис. 2.25.

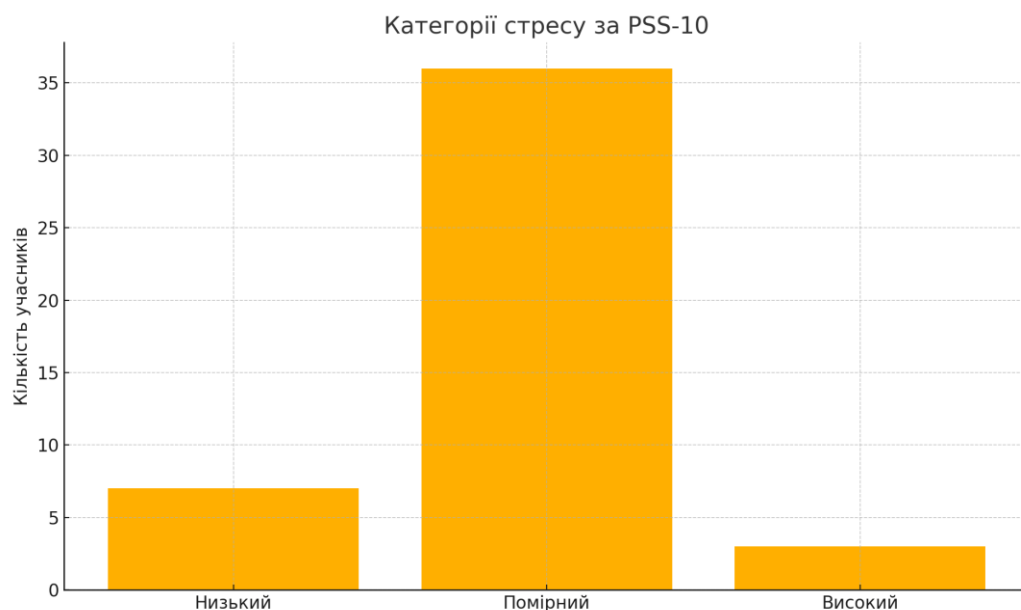


Рис. 2.25. Результати методики PSS-10

Середній рівень сприйнятого стресу серед респондентів становить 19 із 40 можливих балів. Це верхня зона «помірного» діапазону, тобто більшість учасників відчуває стабільне, але ще не критичне напруження.

- 15 % респондентів (7 осіб) набрали 13 балів і менше, що відповідає низькому стресу. Вони майже не відчувають психологічного тиску.
- 78 % (36 осіб) опинилися в інтервалі 14–26 балів – це помірний стрес, за якого напруження відчутне, але підконтрольне.
- 7 % (3 особи) перевищили поріг 27 балів. Це високий рівень стресу, пов'язаний із ризиком виснаження та помилкових рішень.

Отже, переважна більшість підприємців (чотири з п'яти) працює під відчутним, але ще керованим психологічним навантаженням. Водночас приблизно кожен дванадцятий уже перебуває у критичній зоні й потребує негайної підтримки, а 7 % уже його досягли - це група пріоритетної підтримки.

2.6. Результат анкетування “суб’єктивна оцінка власного психологічного стану”.

Основні спостереження в ході аналізу анкетування “суб’єктивна оцінка власного психологічного стану” показали, що понад половина підприємців оцінюють свій психологічний стан як помірно покращений. Реверсне питання про зростання тривожності знизило середній бал, але інтерквартильний інтервал 4–6 свідчить: більшість респондентів вважає, що загалом пристосувалися емоційно, попри небезпеку та хронічний стрес війни.

Найвищий середній показник (5,8 із 8) демонструє віру підприємців у власну здатність реагувати на бізнес-виклики та покращення менеджерських навичок. Це корелює з результатами Brief COPE, де домінує проблемно-орієнтований копінг.

Хоча внутрішні ресурси вирости, реальне розширення бізнесу залишається частковим і неоднорідним — очікувано в умовах воєнної економіки..

Опитані підприємці переважно відчують упевнене професійне зростання та помірне емоційне відновлення, але результати у площині реального бізнес-масштабування залишаються нерівномірними. Інтегральний бал $\sim 14/24$ підтверджує, що суб’єктивне благополуччя на рівні «трохи вище нейтралі», що узгоджується зі середнім рівнем психологічної стійкості (CD-RISC) та помірним рівнем стресу (PSS-10). Ці дані підсилюють тезу, що внутрішні ресурси та адаптивні копінг-стратегії формують базу для стійкості, однак зовнішні економічні обмеження гальмують відчуття повноцінного бізнес-успіху, див. рис. 2.26.

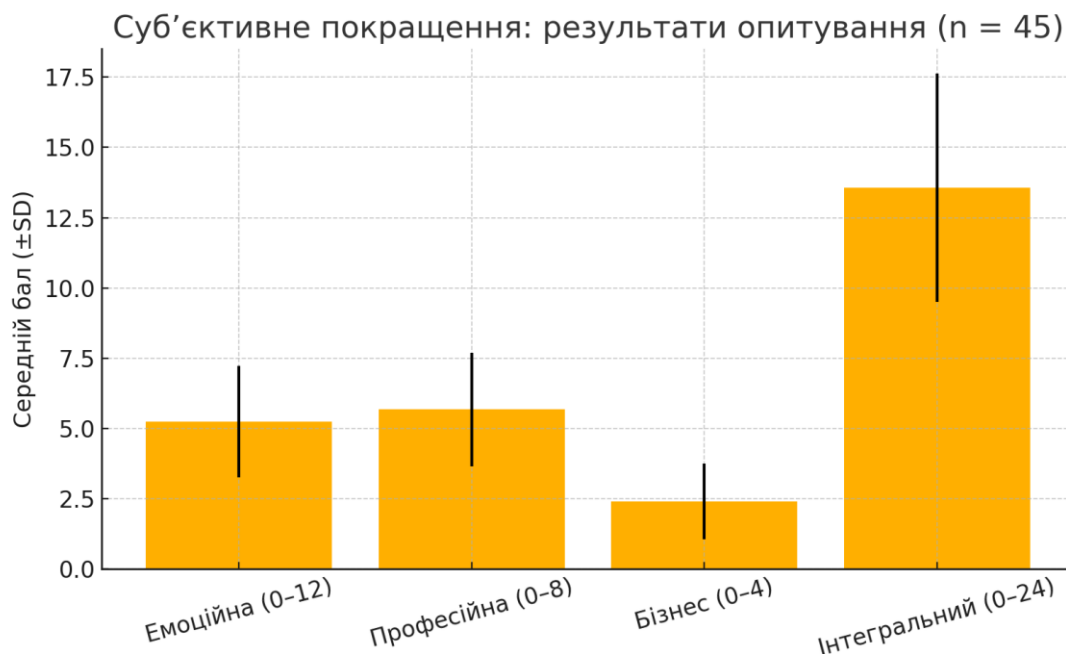


Рис. 2.26. Результат анкетування “суб’єктивна оцінка власного психологічного стану”

Висновки до другого розділу

У другому розділі було проведено емпіричне дослідження психологічної стійкості українських підприємців в умовах війни, що дало змогу поглиблено проаналізувати актуальний психоемоційний стан респондентів, а також виявити ключові чинники, які впливають на їхню здатність адаптуватися до кризових умов.

Опитування 45 підприємців за допомогою стандартизованих методик — шкали резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC-25), опитувальника копінг-стратегій Brief COPE, шкали сприйняття стресу (PSS-10), а також авторського анкетування — засвідчило наявність стійкої тенденції до високого рівня стресу, помірної або зниженої резильєнтності та переважного використання емоційно-фокусованих копінг-стратегій.

За результатами CD-RISC-25, більшість учасників демонструють середній або знижений рівень резильєнтності, що свідчить про потребу у додаткових ресурсах психологічної підтримки. Методика Brief COPE показала, що найбільш

поширеними є такі стратегії: прийняття, активне подолання, пошук емоційної підтримки, але також значною мірою виявлено неадаптивні реакції — уникнення, самозвинувачення, вживання психоактивних речовин.

Шкала сприйняття стресу (PSS-10) підтвердила високий рівень суб'єктивного напруження серед опитаних, що корелює з результатами швидкої самооцінки психологічного стану — значна частина респондентів повідомляє про відчуття емоційного виснаження, тривоги, втрати мотивації.

Отримані дані також вказують на вплив таких соціально-демографічних чинників, як досвід підприємницької діяльності, регіон проживання, стать і вік на рівень стресостійкості. Виявлено, що жінки-підприємці частіше демонструють підвищену емоційну чутливість, а підприємці, які релокували бізнес або втратили частину команди, мають нижчі показники резильєнтності.

Загалом, результати другого розділу підкреслюють актуальність і глибину психологічних викликів, з якими стикаються українські підприємці в умовах війни. Отримані емпіричні дані є важливою основою для формування адресних програм психологічної допомоги, розвитку стійкості та профілактики вигорання серед цієї соціально значущої групи.

РОЗДІЛ III

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РЕГУЛЮВАНЬ ПСИХОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМЦІВ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1. Результати статистичної обробки.

Узагальнюючи всі отримані показники і провівши кореляційний аналіз результатів всіх методик, можна стверджувати, що досліджувана вибірка українських підприємців демонструє доволі високий психологічний ресурс, але при цьому живе у стабільно підвищеному стресовому фоні, зумовленому воєнними реаліями.

Переважає більшість респондентів зберігає бізнес в Україні (87 %), не релокувала його й досі працює у режимі постійної невизначеності. Вибірка респондентів це переважно молодь, середній вік якої 28 років. Те саме можна сказати і про сам бізнес - 80 % компаній існують не довше семи років. Саме ця група почала бізнес незадовго до або під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну, що підсилює адаптаційний тиск.

Опитувальник CD-RISC-25 засвідчив загалом високий рівень резильєнтності: середній бал 71,6. Причому аж 44 % підприємців мають високі рівні резильєнтності і набрали більше 70 балів у результаті тестування.

Водночас PSS-10 фіксує середній стрес 18,8 бала, тобто верхню межу помірного діапазону; ще 7 % вибірки мають критично високий стрес більше 27 балів. Кореляційний аналіз підтвердив очікуваний інверсний зв'язок: чим більша резильєнтність, тим нижче суб'єктивний стрес.

Механізм цього балансу прояснює методика Brief COPE. Активне проблемно-орієнтоване вирішення, що склало 70 % і конструктивна емоційна регуляція, що склала 57 % істотно переважають дезадаптивні стратегії (39%). Індекс балансу копіngu (СВІ) позитивний у 89 % учасників і тісно корелює як із вищою резильєнтністю, так і з нижчим стресом. Водночас третина підприємців

використовує заперечення, має емоційні зриви та має займається самозвинуваченням настільки часто, що опиняється у групі ризику вигорання.

Узявши до уваги паралельні результати Brief COPE і CD-RISC, можна зробити два ключові висновки. Стрес у підприємців не досягає клінічного максимуму, але його середній рівень істотно перевищує показники звичайних вибірок, що характерно для умов воєнної економіки з постійною невизначеністю. Сполучення помірного/високого стресу з переважно активним копінгом пояснює, чому більшість опитаних підтримує функціонування бізнесу; водночас люди із дезадаптивним копінгом найчастіше належать до верхнього сегмента стрес-розподілу PSS-10.

Анкетування “суб’єктивної оцінки власного психологічного стану” показало середній бал 13,6, тобто «трохи вище нейтрального». Найкраще підприємці оцінюють професійну адаптацію, тобто вміння реагувати на виклики та покращення менеджерських навичок.

Дещо гіршим у респондентів є емоційний стан, найбільш нерівномірним результатом є реальне масштабування бізнесу. Оскільки в сучасних реаліях мали та середній бізнес не має можливості демонструвати активний розвиток. Позитивна самооцінка значуще пов’язана з високою резильєнтністю і, навпаки, знижується при зростанні стресу.

Демографічні чинники відіграють другорядну роль: стать не впливає на баланс копіngu, а вік лише слабо асоційований із меншим використанням дезадаптивних стратегій. Натомість релокація бізнесу посилює стрес, а більший підприємницький стаж помірно підвищує резильєнтність.

Підбиваючи підсумки, в умовах російсько-української війни підприємці залишаються психологічно стійкими насамперед завдяки виразному домінуванню активного та емоційно-підтримувального копіngu. Саме вони послаблюють суб’єктивний стрес і підсилюють резильєнтність, що, у свою чергу, живить відчуття професійного й особистісного зростання. Критичною точкою залишається дезадаптивний копінг: кожен третій підприємець занадто часто вдається до унікаючої моделі поведінки, що підвищує ризик вигорання.

3.2. Практичні рекомендації створені на результатах дослідження психологічної стійкості українських підприємців в умовах російсько-української війни.

Війна створює для українських підприємців цілком новий та багаторівневий тиск, від небезпеки для життя до збоїв у ланцюгах постачання й невизначеності на фінансових ринках. Психологічна стійкість в таких умовах - це не вроджена риса, а динамічний навик, який формується через поєднання особистісних, командних і зовнішніх ресурсів.

Ми розробили практичні рекомендації, що спираються на результаті вашого емпіричного дослідження (високий зв'язок стійкості з оптимізмом, адаптивними стратегіями Brief COPE та підтримкою громади) і на світові підходи до розвитку резильєнтності в бізнесі.

Почнемо з загальних рекомендації підприємцям для стабілізації та підтримки свого психоемоційного стану:

- позбавлення шкідливих звичок, оскільки шкідливі звички негативно впливають на психоемоційний стан та здоров'я в цілому;
- ресурсні можливості при наявності часу - зайнятися своїм хобі, подивитися улюблений фільм, слухати музику, грати на телефоні;
- регулярні заняття спортом та фізична активність - це забезпечує вироблення необхідних гормонів, таких як ендорфін, зниження рівня стресу та тривожності, зменшує напругу в організмі та покращує сон;
- навчання та тренування - це активності які спрямовані на підвищення кваліфікації та продуктивності ведення бізнесу, що дає впевненість в собі;
- забезпечувати собі сон більше 6 годин.

Перша опора стійкості для підприємців - це їх соціальний капітал. Через небезпеку й обмежені ресурси підприємці стали частіше об'єднуватися в асоціації, громадські організації, спільноти та бізнес клуби, щоб разом вирішувати логістичні та фінансові проблеми. Таке мережування підтримує

психологічну стійкість, оскільки дозволяє відчувати солідарність та отримувати корисні поради від колег.

Дослідницька організація «Український центр розвитку бізнес-мереж» зазначає, що кількість нових бізнес-об'єднань зросла на 25%, а рівень взаємодопомоги між підприємцями помітно підвищився [30]. Спільне вирішення проблем і колективне фінансування ініціатив знижує рівень тривоги, оскільки підприємець відчуває, що не самотній у подоланні викликів.

Участь у таких мережах дає змогу швидше знаходити вирішення проблем, альтернативні постачання, канали збуту чи інвесторів. Взаємопідтримка має також емоційну складову: обмін позитивним досвідом, реальними кейсами успіху підживлює віру в можливість адаптуватися та зберегти справу. Спільна діяльність сприяє формуванню відчуття згуртованості, що є важливою передумовою для формування колективної й індивідуальної психологічної стійкості.

Надзвичайно важливим є усвідомлене управління стресом. підприємцям варто додавати до щоденного розкладу 10 хвилинні «якорі спокою». Наприклад цикл діафрагмального дихання за схемою 4-4-6 секунд передбачає таку послідовність: спокійно вдихнути через ніс протягом 4 секунд, акцентуючи увагу на розширенні живота (а не грудної клітки), затримати дихання на 4 секунди, потім повільно видихнути через рот протягом 6 секунд, випускаючи всю напругу з діафрагми. Така техніка допомагає знизити рівень стресу, нормалізувати серцевий ритм і заспокоїти нервову систему. Краще виконувати у зручній позі, з прямою спиною, 5–10 циклів поспіль.

Майндфулнес (усвідомленість) - це практика свідомого зосередження на моменті «тут і зараз». Під час сесії людина звертає увагу на власне дихання, тілесні відчуття або думки без оцінки та критики. Наприклад, можна сісти зручно, закрити очі, зробити кілька глибоких вдихів і спостерігати, як повітря входить і виходить, помічаючи всі відчуття, не намагаючись нічого змінювати. Мета - розвинути здатність усвідомлювати свої емоції, реагувати на стрес із більшою спокійністю та зменшити внутрішнє напруження. При регулярному використанні

ці методики знижують фізіологічне збудження і відновлюють когнітивні ресурси, потрібні для прийняття рішень.

Для зміцнення когнітивної гнучкості можна також застосовувати техніку когнітивного рефреймінгу. Щодня фіксувати у «щоденнику викликів» головну тривогу дня, а поруч — альтернативне, більш конструктивне пояснення ситуації. Поступова переоцінка загроз як завдань, що мають конкретні кроки вирішення, демонструє найбільший ефект у підвищенні субшкали «цілеспрямованість» за методикою шкали резильєнтності Коннора-Девідсона (CD-RISC).

Контроль починається з планування - тому варто мати не один, а щонайменше три сценарії розвитку подій на квартал: базовий, оптимістичний та кризовий. Для кожного: ключові показники грошового потоку, список критично важливих постачальників і альтернатив, короткий чек-лист дій при погіршенні безпекової ситуації (перехід команди у 100 % онлайн, релокація обладнання тощо). Заздалегідь прописані рішення суттєво зменшують рівень тривожності у пікові моменти.

Фізична витривалість є фундаментом для психічної. Варто дотримуватися «правила трійки»: не більше ніж три кави на день, щонайменше три 30-хвилинні прогулянки на тиждень і кожні три години — мінімальна руханка (навіть якщо це розтягнення біля робочого столу). Достатній сон і регулярна аеробна активність корелюють із нижчими показниками сприйманого стресу (PSS) та вищою резильєнтністю.

На рівні своєї команди можна запровадити короткі щоденні «експрес-брифінги» (10–15 хвилин), де кожен ділиться ключовим завданням і емоційним станом за шкалою 1-5. Така «емоційна зоря» дає змогу своєчасно виявити перевантаження й перерозподілити ресурси до того, як вигорання призведе до помилок чи відтоку співробітників. Ми застосовували це на практиці в одній айті компанії і це справді створило дружню атмосферу в команді.

Інформаційна гігієна зараз надважлива, оскільки завелике навантаження фейків, ботів в інтернеті та інфопросторі. Також треба старатися мінімізувати роботу не в робочий час. Структуровані робочі чати (окремні канали на в “Slack”,

“Discord” під кожен проєкт), відкладені повідомлення після 19:00 і технічні «санітарні години» без смартфона перед сном. Кількість інформаційного стресу слід скорочувати так само, як і фінансові витрати.

Додати сенсу та відчуття залученості у життя країни допоможе стратегічне волонтерство. Проведення ініціатив допомоги для Сил Оборони України чи проєкти благодійного мерчу, інтегровані у бізнес-процеси, підвищують індекс оптимізму та гордості за власну справу - чинники, що у вашому дослідженні напряду підсилювали стійкість.

Ну і головне - це психотерапія, оскільки вона допомагає підприємцям краще розуміти власні емоції, знижувати рівень хронічного стресу та вигорання, виробляти ефективні стратегії подолання труднощів і приймати зважені рішення навіть у кризових ситуаціях. Сеанси сприяють зміцненню внутрішнього ресурсу, підвищенню усвідомленості власних мотивацій і поведінкових патернів, що в кінцевому підсумку покращує продуктивність бізнесу та якість життя загалом.

Основним видом психотерапії, який ми вважаємо найефективнішим - це КПТ (когнітивно-поведінкова терапія). Вона має кілька ключових переваг: по-перше, вона є доказово-обґрунтованою, це підтверджують численні дослідження її ефективність у зниженні тривоги, депресії та стресу. По-друге, КПТ структурована й орієнтована на конкретні проблеми: терапевт разом із клієнтом визначає негативні схеми мислення, а потім замінює їх на більш адаптивні стратегії. По-третє, вона зазвичай короткострокова (8–20 сеансів), що робить менш затратною за часом, порівняно із довготривалими підходами, що дуже важливо для підприємців. По-четверте, КПТ навчає клієнта практичним інструментам (щоденник думок, вправи на релаксацію, техніки вирішення проблем), які можна застосовувати самостійно у майбутньому, підтримуючи стійкість до стресу. Нарешті, цей метод можна адаптувати під онлайн-сеанси або групові формати, що робить терапію доступнішою для тих, хто через роботу чи географічне розташування не може регулярно відвідувати кабінет психолога.

В Україні працюють безоплатні гарячі лінії психологічної допомоги, а також онлайн-платформи, де можна отримати психотерапевтичні сесії за донат.

Навіть кілька консультацій із фахівцем дають поліфункціональний ефект: корекцію деструктивних схем мислення, нормалізацію сну і конкретні стратегії самодопомоги.

Також підприємцю варто налагодити рутину, щоденні звички та ритуали, оскільки це збільшує відчуття контролю та зменшує тривожність. Поступово, але невпинно розширюючи арсенал адаптивних стратегій, українські підприємці зберігають не лише бізнес, а й внутрішню опору, необхідну для відновлення країни.

Наведені рекомендації ґрунтуються на кореляційному аналізі, який чітко показує, що активний та емоційно підтримувальний копінг, висока резильєнтність та низький суб'єктивний стрес статистично взаємопідсилюються. Запропоновані втручання покликані адресно підтримати саме ті ланки, де ця взаємодія переривається та відповідно зменшити ризик емоційного та економічного виснаження українського підприємництва під час війни.

ВИСНОВКИ

У першому розділі цього дослідження здійснено теоретико-методологічний аналіз проблеми психологічної стійкості підприємців в умовах російсько-української війни. Особливу увагу приділено сучасним підходам до розуміння резильєнтності у вітчизняній та зарубіжній науці. Узагальнено ключові чинники, що впливають на психологічну стійкість — як внутрішньоособистісні (оптимізм, саморегуляція, емоційна гнучкість), так і зовнішні (соціальна підтримка, доступ до ресурсів, інституційне середовище).

Також у ході проведення дослідження ми виявили аспекти, що впливають на роботу та функціонування підприємців. Оскільки резильєнтність українських підприємців формується та змінюється під потужним пресингом воєнних обставин. Теоретичний аналіз показав, що головними дестабілізуючими факторами є безпосередня загроза бомбардувань і наближення до лінії фронту, хронічний кадровий дефіцит через мобілізацію, розриви ланцюгів постачання, енергетична нестабільність, а також постійна економічна невизначеність та підвищення податків. Поряд із цим у наукових працях доведено, що підприємці, порівняно з загальною популяцією, частіше демонструють проактивні стратегії подолання стресу, швидше відновлюють внутрішній ресурс і схильні розглядати кризу як можливість, що корелює з вищими показниками резильєнтності.

У другому розділі на основі теоретичного дослідження ми розробили та провели емпіричне дослідження щодо психологічної стійкості, стресостійкості, адаптації до викликів, копінг стратегії та їх суб'єктивну оцінку психологічного стану та розвитку їх бізнесу. Ми використали кількісні та якісні методи дослідження, такі як опитування, спостереження та аналіз документів, для отримання вичерпного розуміння психологічної стійкості українських підприємців.

Дослідження проводилось за допомогою опитувальників CD-RISC-25, Brief COPE, PSS-10 та авторського опитувальника “суб'єктивної оцінки психологічного

стану”. У вибірці взяли участь 45 підприємців з різних регіонів України. Встановлено, що переважна більшість респондентів демонструють середній або знижений рівень психологічної стійкості, що супроводжується високими показниками стресу та частим використанням емоційно-фокусованих копінг-стратегій. Найбільш поширені адаптивні стратегії — активне подолання, пошук емоційної підтримки, прийняття. Серед негативних стратегій — уникнення, самозвинувачення та вживання психоактивних речовин. Також простежується зв’язок між рівнем стресу, використаними копінг-стратегіями та ступенем суб’єктивного виснаження. У подальшому ми використали результати емпіричного та теоретичного досліджень у формуванні практичних рекомендацій для підприємців.

Ми виявили, що попри екстремальні умови, більшість українських підприємців зберігають адаптивний психологічний ресурс завдяки підприємницькому мисленню, гнучкому плануванню й активному пошуку підтримки. Водночас вплив воєнних стресорів проявляється у підвищеній тривожності, ризику емоційного вигорання та виснаженні ресурсів у тих, хто не має налагоджених копінг-стратегій або функціональних мереж взаємодопомоги.

У третьому розділі на основі результатів кореляційного аналізу розроблено комплекс практичних рекомендацій. Запропоновано створення програм психологічної підтримки для підприємців, зокрема: майндфулнес-практики, тренінги з емоційної регуляції, групові програми підтримки, менторство, впровадження корпоративної культури турботи про ментальне здоров’я. Окрему увагу приділено необхідності формування підприємницької резильєнтності як навички, що може розвиватися через тренінги, самоаналіз і зовнішню підтримку. Запропоновано інтервенційні кроки для підприємців у трьох напрямках: самопізнання — саморозвиток — самореалізація.

Підсумовуючи, дослідження доводить, що психологічна стійкість підприємців - це динамічний конструкт, чутливий до зовнішніх загроз і внутрішніх змістових стратегій управління бізнесом. Чітке розуміння факторів ризику й захисних механізмів дозволяє розробити адресні програми підтримки,

що знизять рівень стресу, підвищать особисту та організаційну ефективність і сприятимуть збереженню підприємницького потенціалу країни у воєнний та післявоєнний період

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Статистичні показники впливу війни на українськи бізнес. URL: <https://eba.com.ua/> (дата звернення: 15.02.2025).
2. Макроекономічний огляд та прогноз НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2025).
3. Звіт про релокацію бізнесу в умовах війни за 2023 рік від Міністерства економіки України. URL: <https://www.me.gov.ua/> (дата звернення: 15.02.2025).
4. Соціологічне дослідження впливу інформаційної війни на бізнес за 2022 рік. URL: <http://uacomis.org.ua/> (дата звернення: 20.02.2025).
5. Офіс ефективного регулювання: звіт щодо змін у податковому та регуляторному середовищі в умовах війни. URL: <https://brdo.com.ua/> (дата звернення: 20.02.2025).
6. Статистика закриття ФОП URL: <https://blog.youcontrol.market> (дата звернення: 20.02.2025).
7. Harvard Business Review URL: <https://hbr.org/> (дата звернення: 10.03.2025).
8. Статистика благодійних внесків українського бізнесу. URL: <https://happymonday.ua/> (дата звернення: 20.02.2025).
9. Фінансування малих і середніх підприємств у країнах, що постраждали від конфлікту за статистикою IFC. URL: <https://www.ifc.org/> (дата звернення: 20.02.2025).
10. Звіт про закриття програми USAID. URL: <https://www.usaid.gov/> (дата звернення: 20.03.2025).
11. Статистичний звіт про зайнятість та мобілізацію під час війни за 2023 рік від ДСЗ. URL: <https://www.dcz.gov.ua/> (дата звернення: 10.02.2025).
12. Аналіз внутрішнього ринку та поведінки споживачів в умовах війни від “GfK Україна”. URL: <https://www.gfk.com/> (дата звернення: 10.02.2025).

13. Інститут психології імені Г.С. Костюка. “Психологія війни та миру: колективна монографія”. URL: <http://psychology-naes-ua.institute/> (дата звернення: 10.02.2025).

14. Дослідження інфляції в Україні. URL: <https://www.finradnyk.site/> (дата звернення: 19.02.2025).

15. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.02.2025).

16. П’янківська Л. В. Емоційна стійкість особистості в умовах війни : матеріали IV Міжнар. наук.-практ. конф. «Наукові дослідження в сучасному світі» (Торонто, Канада, 9–11 лют. 2023) / Л. В. П’янківська. – Торонто : Perfect Publishing, 2023. – 665 с.

17. Дрига А., Чериба Н. Психологічна стійкість людей під час війни : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. «Сучасні психологічні виклики» (Київ, 15–17 квіт. 2023) / А. Дрига, Н. Чериба. – Київ : Нац. ун-т «Київський університет», 2023. – 112 с.

18. Як зберегти ментальне здоров’я в умовах війни та відповідальності за бізнес: поради психолога. URL: <https://www.volynpost.com/> (дата звернення: 20.02.2025).

19. Аналітична стаття: «Робота під тиском війни». URL: <https://budni.robota.ua/> (дата звернення: 10.02.2025).

20. Сірак-Кондратьєва О. Психологічні особливості розвитку резильєнтності особистості бізнесмена // *Вісник Університету менеджменту освіти*. – 2024. – № 28(57). – С. 82–94.

21. Водецька-Гійек А., Маліновська О. Ю. Entrepreneurial Resilience in the Face of Crisis Conditions. – С. 209–215.

22. The experience of women entrepreneurs in the context of poly-crisis. URL: <https://www.researchgate.net> (дата звернення: 15.03.2025).

23. Гартманн С., Бекманн Й., Ньюмен А., Брикман К. М., Піддак Р. Дж. Psychological resilience of entrepreneurs: A review and agenda for future research // *Journal of Small Business Management*. – 2022.

24. Ахмед А. Е., Учбасаран Д., Каччотті Г., Вільямс Т. А. Integrating Psychological Resilience, Stress, and Coping in Entrepreneurship: A Critical Review and Research Agenda // *Entrepreneurship Theory and Practice*. – 2022.

25. Сінґх Р., Вані Т., Алі С. В., Хапе А. Conflict-induced entrepreneurial resilience, self-efficacy and the new social compact: a study of BoP micro-entrepreneurs in conflict zones // *Decision*. – 2021. – Попередня онлайн-публікація.

26. Коннор К. М., Девідсон Дж. Р. Т. Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC) // *Depression and Anxiety*. – 2003. – Т. 18, № 2. – С. 76–82.

27. Карвер С. С. You want to measure coping but your protocol's too long: Consider the Brief COPE // *International Journal of Behavioral Medicine*. – 1997. – Т. 4, № 1.

28. Яблонська Т., Верник О., Гайворонський Г. Українська адаптація опитувальника Brief-COPE // *Інсайт: психологічні виміри суспільства*. – 2023. – № 10. – С. 66.

29. Хобфолл С. Е. Social and psychological resources and adaptation // *Review of General Psychology*. – 2002. – Т. 6, № 4. – С. 307–324.

30. UCDB. Розвиток бізнес-мереж в Україні в умовах війни. URL: <http://ucdb.org.ua/> (дата звернення: 15.04.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Психологічна складова підприємницької діяльності під час повномасштабної війни

Опитування проводиться в рамках дослідження для дипломної роботи Олександра Круголя. Всі відповіді є анонімними та не підлягають розголошенню.
Дякую за приділений час 🙏

alexkruk755@gmail.com

[Змінити обліковий запис](#)



Чернетку збережено

Бачите тільки ви

Зірочка (*) указує, що запитання обов'язкове

Я ознайомився/ознайомилася з метою опитування й погоджуюся брати участь добровільно. *

☒ Так

Вкажіть свій вік *

21

Вкажіть свою стать *

☐ Жіноча

☒ Чоловіча

☐ Бажаю не вказувати

Вкажіть де ведете бізнес *

☒ В Україні

☐ За кордоном

Якщо в Україні, то вкажіть область де знаходиться бізнес *

Івано-Франківська ▼

Вкажіть сферу діяльності бізнесу *

Відеопродакшн

Вкажіть стаж підприємництва *

- ☐ <1 року
- ☒ 1-3 роки
- ☐ 4-7 років
- ☐ 8-15 років
- ☐ >15 років

Чи релокували ви бізнес після 24.02.2022? *

- ☐ Так
- ☒ Ні

Чи зазнав збитків ваш бізнес від війни? *

- ☒ Так
- ☐ Ні

Далі

Очистити форму

Ніколи не вказуйте паролі в Google Формам.

Компанія Google не створювала цей вміст і не підтримує його. - [Власник контактної форми](#) - [Умови використання](#) - [Політика конфіденційності](#)

Оцініть, наскільки наведені твердження були справедливими для вас протягом останнього місяця, обравши одну відповідь:

- 0 – «Ніколи»
- 1 – «Рідко»
- 2 – «Іноді»
- 3 – «Часто»
- 4 – «Майже завжди»

1. Я вмію **адаптуватися**, коли обставини різко змінюються. *

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

2. Відчуваю, що маю **близькі й надійні стосунки** з людьми, на яких можу поклатися. *

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

3. Інколи вірю, що **доля/Бог допомагає** у складних ситуаціях.

0	1	2	3	4
☐	☒	☐	☐	☐

Скасувати вибір

4. Загалом **спроможний(-а) впоратися** з будь-якою ситуацією.

0

1

2

3

4

☐☐☐☐☒

Скасувати вибір

5. **Успіхи в минулому** додають мені впевненості братися за нові виклики.

0

1

2

3

4

☐☐☐☐☒

Скасувати вибір

6. Навіть у проблемах намагаюся побачити **комічний / смішний бік**.

0

1

2

3

4

☐☐☐☐☒

Скасувати вибір

7. Вважаю, що **стрес робить мене сильнішим(-ою)**.

0

1

2

3

4

☐☒☐☐☐

Скасувати вибір

8. Після хвороб чи труднощів **швидко «стаю на ноги»**.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

9. Дивлюся на складні події так, ніби **в них є свій сенс**.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

10. **Роблю все можливе**, незалежно від перешкод.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

11. Коли все здається безнадійним, **продовжую рухатися далі**.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

12. **Вірю, що події відбуваються не випадково** — завжди є причина.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

13. Знаю, куди звернутися по допомогу, коли мені важко.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

14. Під сильним тиском **можу** зосередитися і ясно думати.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

15. Полюбляю **брати ініціативу** у вирішенні проблем.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

16. Невдачі рідко вибивають мене з колії надовго.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

17. Вважаю себе **сильною особистістю**.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

18. Можу ухвалювати непопулярні або складні рішення, якщо це потрібно.

0	1	2	3	4
☐	☐	☒	☐	☐

19. Вмію справлятися з неприємними емоціями (смуток, страхом, гнівом).

0	1	2	3	4
☐	☐	☒	☐	☐

20. Коли доводиться діяти «на інтуїції», часто приймаю правильні рішення.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

21. Відчуваю чітку мету й сенс у своєму житті.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

22. Контролюю основні події у власному житті.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

23. Мене захоплюють складні завдання / виклики.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

24. Працюю наполегливо, щоб досягти своїх цілей.

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

25. Пишаюся тим, чого вже досягнув(-ла).

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

Нижче наведено різні патерни поведінки під час виникнення труднощів в житті чи бізнесі. Оцініть, **наскільки часто** ви застосовували кожен спосіб **під час російсько-української війни** у ситуаціях, пов'язаних із вашим бізнесом.

- 1 – Ніколи
- 2 – Рідко
- 3 – Досить часто
- 4 – Дуже часто

1. Я вмію **адаптуватися**, коли обставини різко змінюються.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

2. Відчуваю, що маю **близькі й надійні стосунки** з людьми, на яких можу покластися.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

3. Я **формулював(-ла) чіткий план**, що робити далі.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

4. Я **обдумував(-ла) кроки** для вирішення проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

5. Я прагнув(-ла) отримати практичну пораду або допомогу.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

6. Я питав(-ла) друзів/колег, що мені робити.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

7. Я шукав(-ла) емоційної підтримки у близьких.

1	2	3	4
☐	☐	☒	☐

8. Я висловлював(-ла) свої почуття іншим людям.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

9. Я випускав(-ла) «пар», зриваючись на колег чи близьких.

1	2	3	4
☒	☐	☐	☐

10. Я давав(-ла) волю роздратуванню/злості.

1	2	3	4
☐	☒	☐	☐

11. Я відволікав(-ла) себе справами чи хобі.

1	2	3	4
☐	☒	☐	☐

12. Я проводив(-ла) час за телебаченням / іграми / соцмережами, щоб не думати про це.

1	2	3	4
☐	☒	☐	☐

13. Я намагався(-лася) заперечити існування проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

14. Я поводив(-ла) себе так, ніби нічого не сталося.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

15. Я вживав(-ла) алкоголь або інші речовини, щоб заспокоїтися.

1	2	3	4
☒	☐	☐	☐

16. Я частіше дозволяв(-ла) собі випити/прийняти щось, аби «відпустити» ситуацію.

1	2	3	4
☒	☐	☐	☐

17. Я зменшував(-ла) зусилля: «опускав(-ла) руки» коли виникали проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

18. Я припиняв(-ла) спроби вирішити проблему.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

19. Я звинувачував(-ла) себе в тому, що сталося.

1	2	3	4
☒	☐	☐	☐

20. Я критикував(-ла) себе за власні помилки.

1	2	3	4
☐	☒	☐	☐

21. Я намагався(-лася) побачити в ситуації щось позитивне.

1	2	3	4
☐	☐	☒	☐

22. Я шукав(-ла) у складнощах можливість навчитись чогось нового.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

23. Я жартував(-ла) про ситуацію, щоб було легше.

1	2	3	4
☐	☐	☒	☐

24. Я намагався(-лася) розсмішити інших коли ставалися проблеми.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

25. Я **молився(-лася) / медитував(-ла)**, щоб упоратися з труднощами.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☒

26. Я **покладався(-лася)** на духовні переконання.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

27. Я **приймав(-ла)** те, що сталося, як даність.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

28. Я **розумів(-ла)**, що все це не можу змінити, і мирився з цим.

1	2	3	4
☐	☐	☐	☐

Нижче наведено твердження про почуття та думки, які у людей виникають у повсякденному житті. **Укажіть, як часто протягом останніх 4 тижнів ви відчували чи думали саме так.**

- 0 – Ніколи
- 1 – Рідко
- 2 – Іноді
- 3 – Досить часто
- 4 – Дуже часто

1. Як часто **ви відчували, що ваше життя виходить з-під контролю?**

0	1	2	3	4
☒	☐	☐	☐	☐

2. Як часто **ви почувалися впевненим(-ою) у своїй здатності впоратися з особистими проблемами?**

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

3. Як часто **ви відчували нервозність або були «на межі»?**

0	1	2	3	4
☐	☐	☒	☐	☐

4. Як часто **ви відчували, що справляєтеся зі своєю повсякденною роботою / обов'язками?**

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

5. Як часто ви відчували, що все відбувається так, як ви хотіли?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

6. Як часто ви засмучувалися коли щось йшло не за планом?

0	1	2	3	4
☐	☐	☒	☐	☐

7. Як часто ви відчували, що не встигаєте впоратися з усіма справами?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☒	☐

8. Як часто ви почувалися «на висоті» завдяки тому, як керували своїм часом?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☐

9. Як часто ви відчували те, що труднощів занадто багато, що їх не подолати?

0	1	2	3	4
☐	☒	☐	☐	☐

10. Як часто ви злилися через речі, які ви не могли контролювати і на які не могли вплинути?

0	1	2	3	4
☐	☐	☐	☐	☒

Суб'єктивна оцінка свого психологічного стану

- 0 - Ні
- 1 - Скоріше ні
- 2 - Нейтрально
- 3 - Скоріше так
- 4 - Так

1. Під час повномасштабної війни мій психологічний стан покращився *

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☒ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

2. Під час повномасштабної війни я став(-ла) більш тривожним(-ою). *

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☒ 3
- ☐ 4

3. Під час повномасштабної війни моя психологічна стійкість зросла. *

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4

4. Під час повномасштабної війни я став(-ла) краще адаптуватися до викликів в бізнесі. *

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4

5. Під час повномасштабної війни я став(-ла) кращим менеджером *

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4

6. Під час повномасштабної війни мій бізнес масштабувався та став кращим *

- ☐ 0
- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☒ 4