

УДК 159.9.01

DOI <https://doi.org/10.32782/2312-8437.55.2025-1.11>

МАМЧУР Ірина – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології та соціальної роботи, Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка, вул. Шевченка, 1, Кропивницький, Україна, індекс 25000 (imamzur@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6460-248X>

МІНЕНКО Ольга – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології та соціальної роботи, Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка, вул. Шевченка, 1, Кропивницький, Україна, індекс 25000 (olhamin77@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8831-7146>

БЛИЗНЮКОВА Олена – кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології та соціальної роботи, Центральноукраїнський державний університет імені Володимира Винниченка, вул. Шевченка, 1, Кропивницький, Україна, індекс 25000 (o.m.blyzniukova@cuspu.edu.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8159-2391>

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

Анотація. Мета роботи. Дослідження психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності в умовах збройного конфлікту, який зумовлює суттєві зміни в соціально-економічному середовищі, а також формує нові виклики для емоційно-психологічного стану підприємців. Автор ставить за мету виявити, як трансформується мотиваційна структура особистості підприємця під впливом стресогенних чинників воєнного часу, зокрема невизначеності, ризиків, обмеженості ресурсів, змін у споживчій поведінці та зниження загальної економічної стабільності.

Методологія. Дослідження базується на теоретичному аналізі вітчизняної та зарубіжної літератури з проблематики мотивації підприємницької діяльності, а також на емпіричних даних, отриманих за результатами опитування 42 підприємців центральноукраїнського регіону, які співпрацюють із Кіровоградською регіональною торгово-промисловою палатою. Для виявлення провідних мотиваційних орієнтацій було використано методику К. Фоменко, яка дала змогу провести комплексну оцінку структури мотивації в умовах кризи.

Наукова новизна. Уперше вивчено особливості мотивації підприємців саме в контексті збройного конфлікту в Україні. Доведено, що в кризових умовах зростає значущість мотивів свободи, самостійності, самореалізації та потреби в збереженні контролю над власною діяльністю. Водночас спостерігається зниження вираженості глористичних та афіліативних мотивів, що свідчить про зсув у бік індивідуалістичних стратегій ведення бізнесу.

Висновки. Отримані результати свідчать про необхідність розробки й впровадження психологічного супроводу підприємницької діяльності в умовах війни. Зокрема, це стосується психопрофілактичних і корекційних заходів, спрямованих на зменшення рівня емоційного вигорання та підтримку підприємницької активності в сучасних реаліях.

Ключові слова: мотив, мотивація, підприємець, підприємницька діяльність, умови збройного конфлікту.

MAMCHUR Iryna – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Psychology and Social Work, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State University, 1, Shevchenko Str., Kropyvnytskyi, Ukraine, postal code 25000 (imamzur@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6460-248X>

MINENKO Olga – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Psychology and Social Work, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State University, 1, Shevchenko Str., Kropyvnytskyi, Ukraine, postal code 25000 (olhamin77@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8831-7146>

BLIZNYUKOVA Olena – Candidate of Psychological Sciences, Associate Professor, Associate Professor at the Department of Psychology and Social Work, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State University, 1, Shevchenko Str., Kropyvnytskyi, Ukraine, postal code 25000 (o.m.blyzniukova@cuspu.edu.ua)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8159-2391>

PSYCHOLOGICAL FEATURES OF MOTIVATION FOR ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN CONDITIONS OF ARMED CONFLICT

Abstract. The purpose of the study. The study of the psychological characteristics of entrepreneurial motivation in the context of armed conflict, which causes significant changes in the socio-economic environment, as well as creates new challenges for the emotional and psychological state of entrepreneurs. The author aims to identify how the motivational structure of an entrepreneur's personality is transformed under the influence of wartime stressors, including uncertainty, risks, limited resources, changes in consumer behavior, and a decrease in overall economic stability.

Methodology. The study is based on the theoretical analysis of domestic and foreign literature on the motivation of entrepreneurial activity, as well as on empirical data obtained from a survey of 42 entrepreneurs in the Central Ukrainian region who cooperate with the Kirovohrad Regional Chamber of Commerce and Industry. To identify the leading motivational orientations, the author used the methodology of K. Fomenko, which allowed for a comprehensive assessment of the structure of motivation in a crisis.

Scientific novelty. The peculiarities of entrepreneurs' motivation in the context of the armed conflict in Ukraine are studied for the first time. It is proved that in crisis conditions, the importance of the motives of freedom, independence, self-realization and the need to maintain control over their own activities increases. At the same time, there is a decrease in the severity of gloristic and affiliative motives, which indicates a shift towards individualistic business strategies.

Conclusions. The results obtained indicate the need to develop and implement psychological support for entrepreneurial activity in wartime. In particular, this applies to psychoprophylactic and corrective measures aimed at reducing the level of emotional burnout and supporting entrepreneurial activity in modern realities.

Key words: motive, motivation, entrepreneur, entrepreneurial activity, conditions of armed conflict.

Постановка проблеми. Сучасна Україна переживає глибоку соціально-політичну кризу, спричинену збройною агресією, що радикально трансформувала всі сфери суспільного життя, включно з економічною та підприємницькою діяльністю. В умовах війни підприємництво перестає бути суто комерційним процесом – воно набуває нового змісту, пов'язаного із соціальною відповідальністю, адаптацією до надзвичайних умов, мобілізацією внутрішніх ресурсів і пошуком ефективних стратегій виживання. Зважаючи на це, виникає потреба в переосмисленні природи мотиваційної сфери підприємців, її внутрішніх рухів, психологічних структур і динаміки в умовах екстремального середовища.

Попри важливість теми, питання психологічних особливостей мотивації підприємців в умовах збройного конфлікту залишається недостатньо вивченим у вітчизняній науці. Більшість досліджень зосереджуються на економічних та організаційних аспектах підприємництва, залишаючи поза увагою глибинні внутрішньоособистісні механізми, що обумовлюють вибір, продовження або трансформацію підприємницької діяльності.

У зв'язку із цим постає наукова проблема: які саме мотиваційні орієнтації активізуються або модифікуються в умовах збройного конфлікту, які чинники впливають на їх структуру та інтенсивність і як ці зміни відображаються на підприємницькій поведінці.

Аналіз досліджень. Уперше термін «підприємець» було введено в науковий обіг англійським економістом XVIII століття Р. Кантільйоном. Він розглядав підприємця як «антрепренера», тобто посередника, який діє в умовах ризику. Ідея Р. Кантільйона стала основою традиції

вважати ризик ключовим елементом підприємницької діяльності (Гой, 2013). Й. Шумпетер визначав підприємництво як процес трансформації суспільного виробництва шляхом упровадження інновацій. Серед таких інновацій він виділяв створення нових продуктів, застосування передових технологій, вихід на нові ринки збуту, відкриття нових джерел сировини, а також перебудову галузевих структур. Такий підхід до розуміння підприємництва залишається актуальним і на сьогодні (Нижник, 2010, 138).

Сучасне розуміння підприємницької діяльності зарубіжними вченими викладено в працях П. Друкера, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, Р. Румельта, Р. Хізрича і М. Пітерса (Малафєєв, 2003, с. 7–8).

Важливу роль у здійсненні підприємницької діяльності відіграють психологічні властивості особистості. Окремі автори наголошують на необхідності наявності підприємницьких здібностей в особі, яка прагне займатися підприємницькою діяльністю. Підприємницькими здібностями володіють далеко не всі, вони рідкісні та своєрідні. За оцінками зарубіжних і вітчизняних дослідників, навіть у країнах із розвиненою економікою налічується не більше ніж 5–6 % населення з підприємницькими здібностями (Гой, 2013).

Серед українських науковців психологічними аспектами підприємництва займаються І. Гой (Гой, 2013), С. Занюк (Занюк, 2022), Є. Іллін (Іллін, 2018), Л. Карамушка (Карамушка, 2011), З. Кісіль (Кісіль, 2023), А. Малафєєв (Малафєєв, 2003), В. Нижник (Нижник, 2011), Л. Проданова (Проданова, 2017), О. Котляревський (Котляревський, 2017), В. Семиченко (Семиченко, 2001), К. Фоменко (Фоменко, 2020), Н. Худякова (Худякова, 2011), Д. Швець (Швець, 2023), Л. Якименко (Якименко, 2018) та ін.

Метою статті є систематизація, теоретичний аналіз, узагальнення психологічних особливостей мотивації підприємницької діяльності та практичне дослідження переважаючих мотивів серед підприємців в умовах збройного конфлікту.

Виклад основного матеріалу. У сучасній науці підприємництво розглядається не просто як вид господарської діяльності, а як багатфункціональний соціально-економічний інститут, що виконує роль каталізатора змін у суспільстві. Його значення виходить далеко за межі економічної вигоди – воно сприяє структурній трансформації економіки, забезпечує зайнятість населення, стимулює інновації та підвищує загальний рівень конкурентоспроможності країни.

Підприємець, як ключовий суб'єкт ринкових відносин, не лише здійснює організацію виробництва чи надання послуг, а й ініціює глибокі зміни у способах використання економічних ресурсів. Саме завдяки підприємницькому підходу стає можливою інтеграція праці, капіталу, землі та інформації у єдиний ефективний механізм господарювання.

З психолого-економічного погляду підприємницька діяльність дедалі більше асоціюється з інноваційністю, гнучкістю, здатністю до адаптації та орієнтацією на майбутнє. Вона базується на постійному пошуку нових можливостей, аналізі змін у ринковому середовищі та прагненні створити додану цінність шляхом нестандартних рішень і технологічних нововведень. Підприємець не просто реагує на зміни – він їх передбачає, формує і використовує як стратегічні переваги.

Збройний конфлікт створює надзвичайно складне, нестабільне та високостресове середовище, у якому підприємницька діяльність набуває особливої психологічної складності. Підприємці в таких умовах стикаються не лише з економічною нестабільністю, логістичними обмеженнями чи правовою невизначеністю, а й із серйозними психологічними викликами, що потребують високого рівня резильєнтності, адаптивності та внутрішньої мотивації.

Частіше за все поняття «мотивація» використовують для позначення системи факторів, що обумовлюють поведінку (цілі, інтереси, потреби, мотиви, наміри) (Іллін, 2018). Однак поняття «мотивація» не може обмежуватися лише рамками психологічного аналізу, оскільки воно охоплює й інші аспекти поведінки особистості: соціальний, соціально-економічний, морально-етичний (Кісіль, Швець, 2023, с. 102).

Для глибшого розуміння основних мотивів і мотивації підприємницької діяльності нами було систематизовано й визначено психологічні особливості підприємницької діяльності в умовах збройного конфлікту:

1. Посилене почуття відповідальності. Багато підприємців у кризових умовах починають сприймати свою діяльність не лише як бізнес, а як соціальну місію – підтримати працівників, зберегти робочі місця, забезпечити доступ до базових товарів і послуг. Це

підвищує психологічне навантаження, але одночасно формує внутрішню стійкість і смислову орієнтацію.

2. Тривожність і невизначеність. Учасники підприємницької діяльності перебувають у постійному стані непередбачуваності. Це породжує високий рівень тривожності, страх втрат (майна, ресурсів, життя), що потребує постійної психологічної саморегуляції. Успішні підприємці зазвичай демонструють розвинене емоційне самоконтролювання, здатність до стратегічного мислення навіть у критичних ситуаціях.

3. Високий рівень адаптивності. Психологічна гнучкість є ключовим чинником виживання бізнесу під час конфлікту. Підприємці швидко перепрофілюють діяльність, знаходять нові ринки, шукають альтернативні канали постачання, впроваджують цифрові інструменти. Це потребує здатності діяти в умовах багатозадачності та неповної інформації.

4. Потреба в соціальній підтримці. Соціальні зв'язки, професійні об'єднання, бізнес-спільноти стають важливим ресурсом емоційної підтримки. Високий рівень довіри, емпатії та взаємодопомоги серед підприємців сприяє зниженню психологічного навантаження та збереженню ментального здоров'я.

5. Мотивація на подолання. Психологічна установка на подолання труднощів, а не уникнення проблем, є вирішальною. У багатьох підприємців у воєнних умовах активізується мотивація досягнення, що супроводжується рішучістю, вірою у власні сили, а також патріотичними мотивами – бажанням підтримати економіку країни, допомогти армії та цивільному населенню.

На сьогодні в науці не існує єдиного, загальноприйнятого визначення поняття «мотивація підприємницької діяльності», оскільки цим питанням цікавляться дослідники з різних галузей наук. Економісти досліджують підприємницьку діяльність з позиції її ролі в економіці, розглядають підходи до створення умов, механізмів реалізації та розвитку підприємництва. Соціологію цікавить особистість підприємця як представника певної соціальної групи, соціальні умови появи цього соціального типу та його вплив на окремі соціальні групи та суспільство загалом. Психологія акцентує увагу на психологічній структурі особистості підприємця, внутрішніх чинниках активності особистості (Проданова, Котляревський, 2017).

Потреби й інтереси особистості, коли вони усвідомлюються, трансформуються в мотиви, які виступають каталізатором цілеспрямованої діяльності. У контексті підприємництва мотив є ключовим психологічним чинником, що визначає вибір особою цього виду професійної активності та підтримує її на різних етапах підприємницької діяльності (Семиченко, 2001).

Українська дослідниця Н. Худякова запропонувала класифікацію мотивів, що спонукають людину до зайняття підприємництвом. Вона розділила їх на дві основні групи: безпосередні й опосередковані мотиви.

Безпосередні мотиви відображають прагнення особистості до досягнення конкретних, практичних результатів. До цієї групи належать:

- мотиви комерційного успіху, які передбачають бажання отримувати стабільний прибуток, досягати фінансової незалежності, підвищувати рівень життя;
- мотиви свободи й незалежності, що виявляються в прагненні контролювати власний час, ухвалювати самостійні рішення, уникати підпорядкування;
- мотиви ініціативи й активності, які пов'язані з потребою самостійно генерувати ідеї, брати відповідальність, проявляти лідерські якості;
- мотиви інноваційності та ризику, що відображають готовність до експериментів, упровадження нових рішень і прийняття невизначеності як частини діяльності.

Опосередковані мотиви мають глибший психологічний характер, часто пов'язані з особистісним зростанням і соціальними потребами. До них належать:

- мотиви самореалізації, що виявляються в прагненні реалізувати свій потенціал, досягти особистісного розвитку, внутрішнього задоволення від справи;
- мотиви поваги й самоповаги, які пов'язані з бажанням отримати соціальне визнання, зростання статусу, зміцнення позитивної самооцінки;
- мотиви соціальних контактів і групової належності, що охоплюють потребу бути частиною професійної спільноти, встановлювати корисні зв'язки, підтримувати комунікацію;
- мотиви вимушеності, які виникають під впливом зовнішніх обставин, коли підприємництво стає альтернативою безробіттю або недостатній реалізації у традиційній зайнятості (Худякова, 2006, с. 14–15).

Крім того, Н. Худякова підкреслює необхідність розрізнення мотивів, які зумовлюють вступ до підприємницької діяльності, та тих, що підтримують людину на етапі стабілізації бізнесу. Це важливе методологічне розмежування дозволяє точніше вивчати еволюцію мотиваційних установок підприємця в процесі професійного становлення та розвитку його справи (Н. Худякова, 2011).

Залежно від домінуючої мотивації підприємницької діяльності типологію підприємців запропонували українські вчені Л. Карамушка та Н. Худякова, Л. Пілецька:

1. «Істинні підприємці» (50,0% опитаних) високо мотивовані прагненням інновацій і самореалізації та прагненням комерційного успіху.

2. «Пасивні підприємці» (22,2% опитаних) прагнуть свободи й незалежності, проте мало орієнтовані на активність, комерційний успіх, управління.

3. «Підприємці, орієнтовані на прибуток» (13,9% опитаних) прагнуть багатства та готові до конкуренції, проте не зацікавлені в самореалізації, спілкуванні та інноваціях.

4. «Вимушені підприємці» (13,9% опитаних) мотивовані обставинами, що склалися, а також бажають управляти людьми та прагнуть внутрішнього комфорту та самоповаги (Л. Карамушка, Н. Худякова, 2011, с. 119).

У рамках проведеного емпіричного дослідження нами було залучено 42 підприємці з центрального регіону України, які активно співпрацюють із Кіровоградською регіональною торгово-промисловою палатою. Вибірку склали представники малого та середнього бізнесу, діяльність яких охоплює різноманітні галузі – торгівлю, сферу послуг, сільське господарство, легку промисловість, логістику й інші сегменти економіки. Усі респонденти здійснювали підприємницьку діяльність в умовах воєнного стану, що накладає суттєвий відбиток на мотиваційні орієнтації, стратегії виживання й адаптації у бізнес-середовищі.

З метою дослідження психологічної структури мотивації підприємницької діяльності в умовах збройного конфлікту було використано опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності, розроблений К. І. Фоменко (Фоменко, 2020, с. 276–292).

Цей інструмент дає змогу всебічно охарактеризувати внутрішні спонукальні чинники до ведення бізнесу, а також виокремити ті мотиви, які набувають особливої значущості у кризових умовах.

Узагальнені результати опитування продемонстрували такі тенденції:

Домінування мотиву свободи й самостійності (високі показники у понад 75% респондентів) свідчить про те, що підприємці прагнуть зберігати контроль над своєю діяльністю навіть у складних обставинах, цінують автономність у прийнятті рішень і мінімізацію зовнішньої залежності.

Мотив комерційного успіху також залишається вагомим (у 68% опитаних), однак у контексті воєнної нестабільності він часто поєднується з прагненням до збереження бізнесу, а не максимізації прибутку.

Мотив самореалізації виявився значущим для більш ніж половини респондентів (приблизно 57%), що свідчить про прагнення реалізовувати власний потенціал і підтримувати особистісний розвиток через підприємницьку діяльність.

Мотив вимушеності отримав середні показники (приблизно 42%), що може свідчити про наявність частки підприємців, які були змушені перейти до самозайнятості через втрату інших можливостей працевлаштування.

Мотив ризику мав помірну інтенсивність (близько 48%), що є логічним у контексті підвищених небезпек і невизначеності в умовах воєнного стану. Частина підприємців, навпаки, уникає ризику та зосереджується на стабілізації.

Глорістичні й афіліативні мотиви проявилися менш виражено, що може свідчити про переважання індивідуалістичних стратегій виживання та зниження значущості зовнішнього визнання чи соціальної підтримки в умовах кризи.

Мотив влади виявився високим у незначної частки респондентів (приблизно 28%), що може свідчити про вибір лідерських позицій у тих, хто розширює свою діяльність або залучається до волонтерських чи управлінських ініціатив. Узагальнені результати наведено на рисунку 1.

Отримані результати дають змогу зробити висновок, що мотиваційна структура підприємців у період збройного конфлікту зміщується від прагнення до зростання й розширення бізнесу до утвердження стабільності, самозбереження та контролю за власною діяльністю. Така

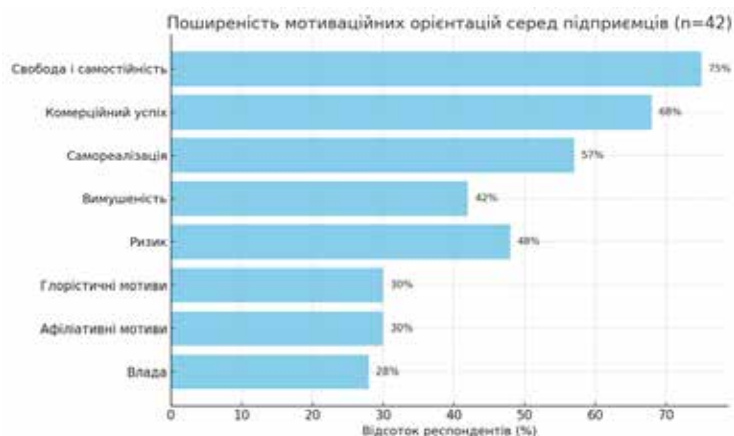


Рис. 1. Мотивація підприємців в умовах збройного конфлікту

трансформація мотиваційних установок свідчить про гнучкість підприємницької свідомості, її адаптаційний потенціал і психологічну зрілість в умовах суспільної нестабільності.

Активізація підприємницької ініціативи, особливо в умовах воєнного конфлікту, який значно посилює складову ризику, є важливою умовою збереження та розвитку економіки країни.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Таким чином, аналіз зарубіжної і вітчизняної наукової літератури та проведене опитування підприємців, які здійснюють свою діяльність в умовах збройного конфлікту, дають можливість краще зрозуміти психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності в сучасних реаліях. Переважаючими мотивами є: свобода, самостійність, комерційний успіх, вимушеність, які є характерними для «істинних» і «вимушених» типів підприємців. Представлене дослідження не вичерпує всіх важливих складових вивчення мотивації підприємницької діяльності в умовах воєнного стану та потребує подальших емпіричних розвідок і встановлення кореляційних зв'язків між групами мотивів і типами підприємців.

Література

- Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво : навч. посіб. Київ : Центр учб. літ., 2013. 368 с.
- Занюк С. С. Психологія мотивації : навч. посіб. Київ : Либідь, 2022. 304 с.
- Іллін Є. П. Мотивація і мотиви. Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2018. 512 с.
- Карамушка Л. М., Худякова Н. Ю. Мотивація підприємницької діяльності : монографія. Київ – Львів : Сполом, 2011. 208 с.
- Кісіль З. Р., Швець Д. В. Мотивація діяльності людини : навч. посіб. у схемах, таблицях, коментарях. Одеса : Видавництво ОДУВС, 2023. 154 с.
- Малафєєв А. С. Соціально-економічні основи мотивації підприємницької діяльності малих підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: 08.06.01. Дніпропетровськ, 2003. 25 с.
- Нижник В. М. Механізм мотивації високопродуктивної праці персоналу підприємств : монографія. Хмельницький : ХНУ, 2011. 210 с.
- Проданова Л. В., Котляревський О. В. Дослідження мотиваційного механізму підприємницької діяльності як умови ефективного інкубування бізнесу в національній економіці. *Інтелект XXI*. 2017. № 1. С. 96–103.
- Семиченко В. А. Психологія особистості : навч. посіб. Київ : Видавець Ешке О.М., 2001. 427 с.
- Фоменко К. І. Опитувальник мотиваційних орієнтацій підприємницької діяльності. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди. Психологія*. 2020. Вип. 62. С. 276–292.
- Худякова Н. Ю. Психологічні особливості мотивації підприємницької діяльності. *Наук.-практ. конф. з організаційної та економічної психології*. 23–24 лист. 2006 р. Київ : Наук. світ, 2006. С. 14–15.
- Якименко Л. Ю. Мотивація – основа управління людськими ресурсами : навч.-практ. посібник. Київ : Центр навч. літ., 2018. 144 с.

References

- Goj, I.V., & Smeljanska, T.V. (2013). *Pidpryjemnyctvo [Entrepreneurship]*. Kyiv: Centr uchb. lit. [in Ukrainian].
- Zanjuk, S.S. (2022). *Psychologija motyvacii [Psychology of motivation]*. Kyiv: Lybid [in Ukrainian].
- Illin, Je.P. (2018). *Motyvacija i motyvy [Motivation and motives]*. Ternopil: Navchalna knyga [in Ukrainian].

- Karamushka, L.M., & Hudjakova, N.Ju.** (2011). *Motyvaciya pidpryjemnyckoi diialnosti [Motivation for entrepreneurship]*. Kyiv-Lviv: Spolom [in Ukrainian].
- Kisil, Z.R., & Shvets, D.V.** (2023). *Motyvatsiia diialnosti liudyny [Motivation of human activity: teaching aids in diagrams, tables, comments]*. Odesa: Vydavnytstvo ODUVS [in Ukrainian].
- Malafeiev, A.S.** (2003). *Sotsialno-ekonomichni osnovy motyvatsii pidpryiemnytskoi diialnosti malykh pidpryiemstv [Socio-economic foundations of motivation for entrepreneurial activity of small enterprises]. Extended of Candidate's thesis.* Dnipropetrovsk [in Ukrainian].
- Nyzhnyk, V.M.** (2011). *Mekhanizm motyvatsii vysokoproduktyvnoi pratsi personalu pidpryiemstv [Mechanism of motivation for high-performance work of enterprise personnel]*. Hmelnyckyj: HNU [in Ukrainian].
- Prodanova, L.V., & Kotliarevskiy, O.V.** (2017). *Doslidzhennia motyvatsiinoho mekhanizmu pidpryiemnytskoi diialnosti yak umovy efektyvnoho inkubuvannia biznesu v natsionalnii ekonomitsi [Research into the motivational mechanism of entrepreneurial activity as a condition for effective business incubation in the national economy].* *Intelekt HHI, 1*, 96–103 [in Ukrainian].
- Semychenko, V.A.** (2001). *Psykhologhiia osobystosti [Personality psychology]*. Kyiv: Vydavec Eshke O.M. [in Ukrainian].
- Fomenko, K.I.** (2020). *Opytuvalnyk motyvatsiinykh oriientsii pidpryiemnytskoi diialnosti [Questionnaire of motivational orientations of entrepreneurial activity].* *Visnyk KhNPU imeni H.S. Skovorody. Psykhologhiia, 62*, 276–292 [in Ukrainian].
- Hudjakova, N.Ju.** (2006). *Psykhologichni osoblyvosti motyvatsii pidpryiemnytskoi diialnosti [Psychological features of entrepreneurial motivation].* *Nauk.-prakt. konf. z organizacijnoi ta ekonomichnoi psykhologii* (pp. 14–15). Kyiv: Nauk. svit [in Ukrainian].
- Jakymenko, L.Ju.** (2018). *Motyvatsiia – osnova upravlinnia liudskymy resursamy [Motivation is the basis of human resource management]*. Kyiv: Centr navch. lit. [in Ukrainian].