

ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІННІСНО-СМИСЛОВОЇ СФЕРИ ПІДПРИЄМЦІВ З РІЗНИМ РІВНЕМ ОСОБИСТІСНОЇ НАДІЙНОСТІ

УДК: 159.9

Лантух Ігор Валерійович

Кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри клінічної неврології, психіатрії та наркології Харківського національного університету імені Г.С. Каразіна, м. Харків (Україна)

ORCID ID: orcid.org/0000-0002-0891-2704

Анотація. Стаття присвячена розгляду проблеми розвитку особистісної надійності підприємців. Застосування методик: «Особистісний опитувальник морально-правової надійності особистості» (Є. Ю. Стріжов); «Експертна оцінка особистості співробітника» (Б. Г. Бовін); «Тест на загальні здібності до підприємницької діяльності (GET TEST)»; «Смисложиттєві орієнтації (СЖО)» Д. О. Леонтєва (модифікація методики «Purpose-in-Life» Дж. Крамбо, Л. Махолік); «Якір кар'єри» (Е. Шейна, переклад і адаптація В.А. Чікер, В.Е. Вінокурова), «Діагностика самоактуалізації особистості» (А.В. Лазукіна, в адаптації Н.Ф. Каліна) методика є адаптованим варіантом тесту POI (Personal Orientation Inventory) автор Е. Шостром, дозволили дослідити зміст ціннісно-смиислової сфери особистості підприємця з різним рівнем особистісної надійності. Визначена наявність у підприємців життєвих цілей, ступінь задоволення сутністю власної життєдіяльності та самореалізацією, наявність відчуття можливості обирати власну долю й керувати нею, ціннісних орієнтацій в кар'єрі та дослідити показники розвитку особистісного потенціалу, реалізацією власних можливостей, ступінь та напрямки самоактуалізації підприємців.

Автор прийшов до висновку: 1. Дослідження ціннісних орієнтацій у кар'єрі серед суб'єктів підприємницької діяльності з різним рівнем особистісної надійності дозволило визначити, що підприємці 1 групи орієнтовані на те, щоб приносити користь людям, 2 групи - мають орієнтацію на інтеграцію зусиль інших людей, 3 групи - вважають успіхом подолання нездоланих перешкод. 2. Застосування тесту смисложиттєвих орієнтацій дозволило відслідкувати специфічні особливості семантичної сфери досліджуваних з різним рівнем особистісної надійності. Так, досліджувані 1 групи вірять у власну здатність здійснювати контроль за життям, досліджувані 2 групи - в більшості незадоволені своїм життям сьогодні, контингенту 3 групи притаманний фаталізм. 3. Дослідження показників самоактуалізації

© Лантух І. В.

підприємців дало можливість визначити особливості ціннісно-сміслової сфери у досліджуваних з різним рівнем особистісної надійності. Так, більшість підприємців 1 та 2 групи орієнтовані на особистісне спілкування, не схильні вдаватися до фальші або маніпуляцій, не змішують саморозкриття особистості з самопред'явленням – стратегією і тактикою управління вдаваними враженнями. Підприємців 3 групи можна охарактеризувати як ригідних.

Дане дослідження дасть змогу у практичному сенсі оптимізувати діяльність підприємців та зробити їх входження до європейського ринку цивілізованим та виваженим.

Ключові слова: психологічний захист, психологічні захисні механізми, заміщення, витіснення, регресія, заперечення, раціоналізація, проекція, компенсація, гіперкомпенсація.

Ключові слова: особистісна надійність, смисложиттєві орієнтації, ціннісно-сміслова сфера, самоактуалізація, ціннісні орієнтири, суб'єкти підприємницької діяльності, особистість підприємця.

Постановка проблеми. Протягом багатьох років розвиток підприємливості громадян та організацій Європи є однією з ключових цілей політики країн-членів ЄС. Зростає розуміння того, що підприємницьким умінням, знанням та установкам можна навчитися, що, в свою чергу, призведе до широкого розвитку підприємницького мислення та підприємницької культури, які є корисними як для окремих громадян, так і для суспільства в цілому.

У цьому контексті у січні 2015 року Об'єднаний дослідницький центр (JRC) розпочав Дослідження компетентності підприємливості (*EntreComp*) від імені Генерального директорату з питань зайнятості, соціальних справ та суспільної інтеграції (*DGEMPL*). Однією з ключових цілей *EntreComp* була розробка спільного концептуального підходу, який

сприяв би розвитку підприємливості на європейському рівні.

EntreComp визначає підприємливість як наскрізну компетентність, яка застосовується в усіх сферах життя: від піклування про власний розвиток до активної участі у житті суспільства, входження (повторного входження) на ринок праці в якості працівника або самозайнятої особи, а також до заснування будь-якого підприємства (культурного, соціального чи комерційного характеру). Ці поняття базуються на широкому визначенні підприємливості, яке ґрунтується на створенні культурної, соціальної чи економічної цінності суспільства. Воно стосується як окремих осіб, так і певних груп (команд чи організацій), та означає створення цінності у приватному, публічному та інших секторах суспільства. Зрештою, воно є нейтральним стосовно сфер діяльності: будь-яка особа може виходити з ідей та можливостей з метою генерування цінності для інших у будь-якій сфері діяльності, та будь-якому можливому ціннісному ланцюжку [11].

Життя людей зумовлює таке існування цінностей, де найвищою постає цінність, яка визначає сенс життя особистості, всю мотивацію її існування. Проте глобалізаційні процеси суттєво впливають і на зміну традиційної системи цінностей національної культури, моралі, в цілому на духовний стан особистості, а саме на її духовні цінності та світоглядні орієнтації [2].

Трансформаційні процеси в сучасному українському суспільстві, що супроводжуються становленням ринкових відносин, інтеграцією до європейського та світового співтовариств, тотальною глобалізацією, актуалізують проблему переходу системи освіти та професійної підготовки на більш якісний рівень. У зв'язку з цим особливого значення набуває питання формування нової генерації підприємців, які не лише здатні приймати раціональні рішення в динамічному комерційному середовищі, отримувати прибуток, накопичувати матеріальні блага, а й засвоювати та розвивати культуру, гуманістично мислити та орієнтуватися на морально-етичні засади під час вирішення професійних завдань. Це завдання є одним із головних у контексті позитивних перетворень соціально-економічних реалій України [9].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень і публікацій указує на те, що на сучасному етапі науковці окреслюють духовну кризу українського суспільства, одним із проявів якої є те, що увага

людини спрямована не на усвідомлення сенсу свого буття, а на матеріальне благополуччя і особистісний успіх, престиж та соціальний статус. Проте людина без сенсу буття, без вищої цілі є засобом для цілей інших людей, оскільки потреба в сенсі життя – це потреба в інтегральному розумінні світу, у з'ясуванні своєї значущості у міжособистісних стосунках та свого місця у житті [2].

О. В. Москаленко розглядає цінності, в першу чергу, як смислові універсалиї. Особистий смисл є елементом динамічної смислової системи, індивідуалізованим відображенням дійсності, що виражається у ставленні особистості до об'єктів, заради яких розгортається діяльність. Основою розуміння феномену ціннісно-смислової сфери є розгляд категорій «цінності», «ціннісні орієнтації» та «смисли», як компліментарних, тобто об'єднання даних категорій утворює сутність ціннісно-смислової сфери особистості. Зміст ціннісно-смислової сфери особистості, значною мірою залежить від ступеня вирішення питання ціннісного самовизначення та ідентифікації даної особистості, яке розкриває сутність взаємин між цінностями, та «Я-образом» і виступає як основа взаємодії між людиною та світом, наслідком чого є набуття смислу та побудова особистістю власної ціннісної ієрархії, яка слугує орієнтиром у життєвому просторі даної особистості [5].

Розглядаючи ціннісно-смислову сферу особистості, Г. В. Чайка пропонує її як

центральне, ядерне утворення особистості, яке являє собою складну, багаторівневу ієрархічну структуру, динамічну у часі, котре показує, як формувати смисли та цілі життєдіяльності людині і регулювати способи їх досягнення [10]. Власну роль ціннісно-смилова сфера виконує на всіх етапах діяльності (від виявлення значущих стимулів і потреб до визначення мети й оцінки результату діяльності).

На думку Г. В. Чайки структура ціннісно-смилової сфери особистості носить динамічний характер. Ціннісно-смилова сфера в цілому досить стабільне утворення, проте змінюється, перебудовується під впливом кризових чинників, як зовнішньої, так і внутрішньої природи. У кризовій ситуації відбувається трансформація смислової структури особистості: людина намагається знайти сенс своєї ситуації як для розуміння, інтерпретації досвіду, так і для свого існування – знайти сенс для продовження свого буття. Така перебудова внутрішнього світу, безумовно, призводить до певних втрат, проте і відкриває для людини нові обрії особистісного зростання через рефлексивну перебудову власної системи ціннісних орієнтирів і ціннісно-смилової сфери в цілому. При такому підході криза стає не символом розпаду психічного світу особистості, а необхідним шаблоном для подальшого особистісного, духовного зростання [10].

Г. В. Тимошук вважає, що ціннісно-смилова сфера складає особистісне ядро фа-

хівця у вигляді когнітивних уявлень і переконань, емоційних оцінок і відношень до себе, як суб'єкта професійної діяльності і визначає його поведінку у соціальному та професійному середовищах, впливає на результативність виконання професійних завдань. Специфічність ціннісно-смилової сфери підприємців полягає в поєднанні утилітарно-прагматичного та морально-етичного аспектів у практичній взаємодії з колегами, клієнтами та конкурентами. Механізм їхнього засвоєння базується на інтеріоризаційно-екстеріоризаційних процесах під час професійної підготовки, що передбачають переведення об'єктивно значущих професійних цінностей на суб'єктивний рівень [9].

Вірність людини сенсові свого життя, своєму покликанню є найвищим рівнем особистісної надійності. Смысл відображає життєву концепцію особистості, ціннісне ставлення людини до світу, суспільства, інших людей, до себе. Наявність особистісного смыслу є запорукою надійності людини, адже в такому разі ставлення людини до соціальної дійсності набуває суб'єктивної цінності – значущості [15].

Мета статті: висвітлити та обґрунтувати результати емпіричного дослідження особистісної надійності суб'єктів підприємницької діяльності.

Завдання дослідження: розробити комплекс психодіагностичних методів емпіричного дослідження надійності суб'єктів під-

приемницької діяльності; дослідити особистості ціннісно-сміслової сфери підприємців з різним рівнем особистісної надійності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження проводилось у 2015-2018 рр. В дослідженні взяли участь підприємці Донецької ($n = 238$) та Полтавської ($n = 210$) областей. Загалом дослідженням було охоплено 448 підприємців.

У дослідженні шляхом спостереження й аналізу результатів ми фіксували необхідні якості досліджуваних. Процедуру діагностики нами було витримано з урахуванням об'єктивно фіксованих параметрів обраних методик. Отримані за допомогою різних методів і методик результати інтерпретувалися нами з погляду змістовних, а також і динамічних характеристик досліджуваного феномену.

Для проведення порівняльного аналізу вибірку досліджуваних підприємців було розділено на три групи осіб (з оптимальним, достатнім та зниженим рівнем особистісної надійності) за такими критеріями: результати тестування за методикою «Особистісний опитувальник морально-правової надійності особистості» (Є. Ю. Стріжов) [8]; модифікованою анкетною «Експертна оцінка особистості співробітника» (Б. Г. Бовін) [1]; методикою «Тесту на загальні здібності до підприємницької діяльності (*GET TEST*)» [6].

В 1 групу – оптимальний рівень особистісної надійності – увійшли 147 осіб, у віці від 18 до 48 років. Стаж підприємницької дія-

льності становить від 2 до 12 років. Рівень морально-правової надійності високий. Дотримуються традиційних моральних цінностей, прагнуть жити по правді і совісті. Враховують і застосовують традиційні моральні норми в своїй поведінці. Визнають свою особисту відповідальність перед іншими людьми за дотримання моральних норм. Розуміють необхідність дотримуватися цих норм. Стійкі до норм егоїстичної, прагматичної і кримінальної моралі. При оцінці результатів своєї діяльності категорії «праця» і «гроші» застосовуються в тісному зв'язку з категорією справедливості. Наднормативна активність вважається цілком звичайним відношенням до праці. Схильні проявляти такі моральні якості, як совісність, справедливість, безкорисливість, великодушність, відвертість, щирість, правдивість, скромність.

Сформовані підприємницькі компетентності у сферах: «трансформації в дії» (взяття на себе ініціативи, планування та управління, робота з неоднозначністю, невизначеністю та ризиками, співпраця з іншими особами, навчання через досвід); «ресурси» (самосвідомість і самоефективність, мотивація та наполегливість, мобілізація ресурсів, фінансова та економічна освіченість, мобілізація інших осіб); «ідеї та можливості» (креативність, оцінювання ідей, етичне та обґрунтоване мислення, виявлення можливостей, прогнозування).

Розвинуті на високому рівні загальні

здібності до підприємницької діяльності: «потреба в досягненнях (подальшому розвитку)», «потреба в незалежності / автономії», «схильність до творчості (творчі здібності / нахили)», «вміння йти на розумний (зважений) ризик», «цілеспрямованість та рішучість».

У 2 групі – достатній рівень особистісної надійності – увійшли 152 особи від 20 до 43 років. Стаж підприємницької діяльності становить від 2 до 10 років. Середній рівень морально-правової надійності. Сталою й осмисленою системою моральних цінностей назвати не можна. Дотримуються їх, головним чином, під впливом соціального оточення і контролю керівників. Можуть обмежувати свою поведінку, якщо вона може завдати шкоди іншим людям. Моральні поняття і норми в структурі менталітету не осмислені і не перевернені на практиці, вони існують у свідомості у формі соціальних стереотипів і емоційних переживань.

Відповідальність за аморальну поведінку визнається умовно, моральні норми при обґрунтуванні своїх вчинків застосовуються обмежено. Терпиме пасивно-схвальне ставлення до обману, шахрайства. Моральна і правова оцінка шахрайства не надається. Морально-правова сутність шахрайства не усвідомлюється. Є затримки в моральній і правовій соціалізації. У свідомості проявляється конфлікт між традиційними моральними цінностями і універсальними цінностями індивідуалі-

му і прагматизму.

Сформовані підприємницькі компетентності у сферах: «трансформації в дії» (взяття на себе ініціативи, планування та управління, робота з неоднозначністю, невизначеністю та ризиками); «ресурси» (мотивація та наполегливість, мобілізація ресурсів, фінансова та економічна освіченість); «ідеї та можливості» (оцінювання ідей, виявлення можливостей, прогнозування).

Розвинуті на високому рівні загальні здібності до підприємницької діяльності: «потреба в досягненнях (подальшому розвитку)», «потреба в незалежності / автономії», «вміння йти на розумний (зважений) ризик», «цілеспрямованість та рішучість».

У 3-тю групу – знижений рівень особистісної надійності – увійшли 149 осіб у віці від 18 до 46 років. Стаж підприємницької діяльності становить від 1 до 11 років. Низький рівень моральної надійності, який можна віднести до прагматичної стадії розвитку, характерними ознаками якого є: головний зміст моральних цінностей становить індивідуалізм і прагматизм. Вищими цінностями є гроші, приватна власність, особиста свобода і матеріальний успіх. Ця категорія працівників відрізняється готовністю до ризику, спритністю і гнучкістю саморегуляції, розвиненою мотивацією досягнення успіху. Сенси етичних понять «чесність», «справедливість», «гідність» носять абстрактний характер і з особистими інтересами не перетинаються. Помічено інвер-

сію особистісних смислів моральних цінностей у бік прагматизму і індивідуалізму, а тому межі застосування моральних норм чесності і справедливості свідомо обмежуються, висуваються особисті вигідні умови їх дотримання. Характерними ознаками поведінки є несумлінність, зневага до своїх обов'язків, недисциплінованість, обман керівників в оцінці особистих показників і результатів своєї діяльності, порушення трудового законодавства і правил внутрішнього розпорядку.

Сформовані підприємницькі компетен-

Розвинута на високому рівні тільки одна загальна здібність – «потреба в незалежності / автономії».

Особистість, залежно від умом і впливу певних факторів, може певним чином коригувати власні ціннісні орієнтації, тобто вдосконалювати, розвивати ціннісно-смыслову сферу. На зміну напрямку ціннісних орієнтацій особистості буде, відповідно, вказувати вектор ціннісно-смыслові сфери особистості, тобто зміщуватися в певному напрямку. Ціннісні орієнтації, як основний продукт діяльно-

Таблиця 1.

Узагальнені показники ціннісних орієнтацій у кар'єрі за методикою «Якір кар'єри» (Е. Шейна, переклад і адаптація В. А. Чікер, В. Е. Вінокурова) у досліджуваних в групах з різним рівнем особистісної надійності (%)

Досліджувані	Рівні	Ціннісних орієнтацій у кар'єрі, %							
		Професійна компетентність	Менеджмент	Автономія (незалежність)	Стабільність роботи та місця проживання	Служіння	Виклик	Інтеграція стилів життя	Підприємництво
1 група	В	51,7	49,3	19,1	40,2	61,4	12,7	17,4	53,4
	С	32,6	34,5	28,5	32,0	28,9	21,9	29,5	35,1
	Н	15,7	16,2	52,4	27,8	9,7	65,4	53,1	11,5
2 група	В	44,0	56,4	24,3	49,4	47,8	16,8	21,7	51,2
	С	31,8	32,7	38,2	38,5	36,9	29,0	34,8	32,7
	Н	24,2	10,9	37,5	12,1	15,3	54,2	43,5	16,1
3 група	В	40,9	34,1	47,5	51,7	38,4	53,1	48,2	43,5
	С	32,7	28,6	34,2	37,9	29,1	38,7	31,9	31,8
	Н	26,4	37,3	18,3	10,4	32,5	8,2	19,9	24,7

Примітка: відмінності між групами достовірні на рівні статистичної значущості $p \leq 0,05$.

ності у сферах: «ресурси» (мотивація та наполегливість, мобілізація ресурсів, фінансова та економічна грамотність); «ідеї та можливості» (оцінювання ідей, виявлення можливостей).

сті ціннісно-смыслові сфери, визначають центральну позицію особистості, безпосередньо впливають на соціальну активність, надають сенс діяльності.

Для вивчення ціннісних орієнтацій у

© Лантух І. В.

кар'єрі серед суб'єктів підприємницької діяльності з різним рівнем особистісної надійності нами було використано методику «Якір кар'єри» (Е. Шейна, переклад і адаптація В.А. Чікер, В. Е. Вінокурова) (Табл. 1) [7; 13].

Отримані результати свідчать, що для більшості учасників вибірки підприємців з оптимальним рівнем особистісної надійності характерною ознакою є високий рівень ціннісних орієнтацій у кар'єрі за показником «Служіння» (61,4 %). Дана ціннісна орієнтація характерна для людей, що займаються справою, через бажання реалізувати в своїй роботі головні цінності. Вони часто орієнтовані більше на цінності суспільства і прагнуть принести користь людям, суспільству, тому що для них дуже важливо бачити конкретні плоди своєї роботи, навіть якщо вони і не виражені в матеріальному еквіваленті. Основна теза побудови їхньої кар'єри – отримати можливість максимально ефективно використовувати їх таланти і досвід для реалізації суспільно важливої мети. Підприємці, орієнтовані на служіння, товариські і часто консервативні. Підприємці з такою орієнтацією не працюватимуть в організації, яка ворожа його цілям і цінностям.

Також серед підприємців 1 групи отримані високі показники за показником «Професійна компетентність» – 51,7%. Ця ціннісна орієнтація пов'язана з наявністю здібностей і талантів у певній галузі. Люди з такою орієнтацією хочуть бути майстрами своєї

справи, вони бувають особливо щасливі, коли досягають успіху в професійній сфері, але швидко втрачають інтерес до роботи, яка не дозволяє розвивати їхні здібності. Навряд чи їх зацікавить навіть значно більш висока посада, якщо вона не пов'язана з їх професійними компетенціями. Вони шукають визнання своїх талантів, що має виражатися в статусі, відповідному їх майстерності. Вони готові керувати іншими в межах своєї компетенції, але управління не представляє для них особливого інтересу. Тому багато хто з цієї категорії відкидають роботу керівника, управління розглядають як необхідну умову для просування у своїй професійній сфері.

Переважає більшість контингенту, що склав 2 групу досліджуваних, обрала цінність «Менеджмент» (56,4%). Для них першорядне значення має орієнтація особистості на інтеграцію зусиль інших людей, повнота відповідальності за кінцевий результат і поєднання різних функцій організації. З віком і досвідом ця кар'єрна орієнтація проявляється сильніше. Можливості для лідерства, високого доходу, підвищених рівнів відповідальності і внесок в успіх своєї організації є ключовими цінностями. Найголовніше для них – управління: людьми, проектами, будь-якими бізнес-процесами – це в цілому не має принципового значення. Центральне поняття їх професійного розвитку – влада, усвідомлення того, що від них залежить прийняття ключових рішень. Причому для них не є принциповим управлін-

ня власним проектом або цілим бізнесом, скоріше навпаки, вони більшою мірою орієнтовані на побудову кар'єри в найманому менеджменті, але за умови, що їм будуть делеговані значні повноваження.

Також серед підприємців 1 та 2 групи отримані високі показники за показником «Підприємництво». Ці показники складають 53,4 % та 51,2 % відповідно. Цим підприємцям подобається створювати нові організації, товари або послуги, які можуть бути ототожені з їхніми зусиллями. Працювати на інших – це не їхнє, вони – підприємці за духом, і мета їхньої кар'єри – створити щось нове, організувати свою справу, втілити в життя ідею, цілком належить тільки їм. Вершина кар'єри в їхньому розумінні – власний бізнес.

Ціннісна орієнтація в кар'єрі – «Стабільність роботи та місця проживання» притаманна за високим рівнем для 49,4 % досліджуваних 2 групи та для 51,7 % досліджуваних 3 групи. Для цих підприємців важливо задовольняти потребу в безпеці, захисті і можливості прогнозування, важливіше залишитися на одному місці проживання, ніж отримати підвищення або нову роботу на новій місцевості. Переїзд для таких людей є неприйнятним, і навіть часті відрядження є для них негативним фактором при розгляді пропозиції про роботу. Їх потреба в безпеці і стабільності обмежує вибір варіантів кар'єри. На етапі становлення компанії авантюрні або короткострокові проекти їх, швидше за все, не приваблю-

ють. Вони дуже цінують соціальні гарантії. Часто ця ціннісна орієнтація поєднується з невисоким рівнем домагань.

За високим рівнем 55,1 % досліджуваних 3 групи обрали ціннісну орієнтацію «Виклик». Ці підприємці вважають успіхом подолання нездоланих перешкод, рішення нерозв'язаних проблем або просто виграш. Для одних людей виклик представляє більш важку роботу, для інших це – конкуренція і міжособистісні стосунки. Вони орієнтовані на рішення свідомо складних завдань, подолання перешкод заради перемоги в конкурентній боротьбі. Вони відчують себе успішними тільки тоді, коли постійно залучені у вирішення складних проблем або в ситуацію змагання. Кар'єра для них – це постійний виклик їх професіоналізму, і вони завжди готові його прийняти.

Також для представників 3 групи є характерним обрання таких цінностей, як «Автономія (незалежність)» та «Інтеграція стилів життя». Тобто, 47,5 % підприємців цієї групи стикаються з труднощами, пов'язаними із здійсненням діяльності відповідно до встановлених правил, процедур, дисципліни, форми одягу і т. ін. Вони люблять виконувати роботу своїм способом, темпом і за власними стандартами і не люблять, коли робота втручається в їхнє приватне життя, тому вважають за краще робити незалежну кар'єру власним шляхом. Вони швидше оберуть низькосортну роботу, ніж відмовляться від автономії і неза-

лежності. Для них першочергове завдання розвитку кар'єри – отримати можливість працювати самостійно, самому вирішувати, як, коли і що робити для досягнення тих чи інших цілей. Кар'єра для них – це, перш за все, спосіб реалізації їхньої волі, тому, будь-які межі і суворе підпорядкування відштовхнуть їх навіть від зовні привабливої вакансії.

Ціннісна орієнтація «Інтеграція стилів життя», перш за все, знаходить своє відображення у прагненні зберегти гармонію між особистим життям і кар'єрою. Для 48,2 % підприємців 3 групи кар'єра асоціюється із загальним стилем життя, врівноважуючи потреби людини, сім'ї та кар'єри. Вони хочуть, щоб організаційні відносини відбивали б повагу до їхніх особистих і сімейних проблем. Вибирати і підтримувати певний спосіб життя для них важливіше, ніж домагатися успіху в кар'єрі. Розвиток кар'єри їх приваблює тільки в тому випадку, якщо вона не порушує звичний їм стиль життя і оточення. Для них важливо, щоб все було врівноважено – кар'єра, сім'я, особисті інтереси і т.п. Жертвувати чимось одним заради іншого їм явно не властиво.

Такі люди, зазвичай, у своїй поведінці проявляють конформність (тенденція змінювати свою поведінку в залежності від впливу інших людей, з тим, щоб вона відповідала думкам оточуючих).

Для дослідження змісту ціннісно-сміслової сфери особистості підприємця, а саме наявності у особистості життєвих цілей,

міра задоволення особистості сутністю власної життєдіяльності та самореалізацією, наявності в особистості відчуття можливості обирати власну долю й керувати нею, було використано тест «Смисложиттєві орієнтації (СЖО)» Д. О. Леонт'єва (модифікація методики «*Purpose-in-Life*» Дж. Крамбо, Л. Махолік) [4; 12].

У тесті «Смисложиттєві орієнтації (СЖО)» життя вважається осмисленим при наявності цілей, задоволенні, одержуваному при їх досягненні і впевненості у власній здатності ставити перед собою цілі, вибирати завдання з наявних, і домагатися результатів. Важливим є: чітке співвіднесення цілей – з майбутнім; емоційна насиченість – із сьогоденням; задоволення – із досягнутим результатом у минулому. Ситуація надає кожній людині можливість зробити у сьогоденні певний вибір у вигляді вчинку, дії або бездіяльності. Основою такого вибору є сформоване уявлення про сенс життя або його відсутність. Сукупність здійснених, актуалізованих виборів формує «минуле», яке незмінно, варіаціям підвладні лише його інтерпретації. «Майбутнє» є сукупність потенційних, очікуваних результатів та зусиль, що здійснюються у сьогоденні. У зв'язку з цим майбутнє принципово відкрите, а різні варіанти очікуваного майбутнього мають різну мотивуючу привабливість [4].

Методика «Тест смисложиттєвих орієнтацій» (СЖО) включає в себе п'ять факторів, які можна розглядати як складові сенсу життя

особистості: мета в житті; процес життя або інтерес і емоційна насиченість життя; результативність життя або задоволеність самореалізацією; локус контролю-Я (Я – господар життя); локус контролю-життя або керованість життям (Табл. 2).

єю, відчуття продуктивності і осмисленості проживання (результативність життя) – 49,1 % за високим рівнем (3 субшкала). Семантика цих трьох категорії описує як мету (майбутнє), так і процес життя (сьогодення) і співвідноситься з результатом (минулим).

Таблиця 2.

Узагальнені показники смислової сфери досліджуваних з різним рівнем особистісної надійності за методикою «Тест смисложиттєвих орієнтацій» Д. О. Леонтєва (модифікація методики «Purpose-in-Life» Дж. Крамбо, Л. Махолік), %

Смисложиттєві орієнтації	Досліджувані								
	1 група			2 група			3 група		
	В	С	Н	В	С	Н	В	С	Н
Субшкала 1 (мета)	48,7	39,0	12,3	34,9	28,9	36,2	53,1	32,0	14,9
Субшкала 2 (процес)	47,9	40,3	11,8	33,0	32,1	34,9	49,7	38,9	11,4
Субшкала 3 (результат)	49,1	38,4	12,5	48,4	37,0	14,6	34,2	51,6	14,2
Субшкала 4 (локус контролю-Я)	50,9	38,6	10,5	51,3	37,8	10,9	16,8	39,4	43,8
Субшкала 5 (локус контролю-життя)	48,3	37,9	13,8	47,6	40,3	11,1	19,5	39,3	41,2

Примітка: відмінності між групами достовірні на рівні статистичної значущості $p \leq 0,05$.

Серед підприємців з оптимальним рівнем особистісної надійності характерною ознакою є високі показники за всіма субшкалами за високим рівнем. Отримані дані свідчать, що в 1 групі є мета в житті, висока насиченість життя (1 субшкала) – 48,7 % за високим рівнем, що характеризує досліджуваних, як цілеспрямованих осіб. Також характерною ознакою є: інтерес і емоційна насиченість життя – 47,9 % за високим рівнем (2 субшкала), підприємці сприймають процес свого життя як цікавий, емоційно насичений і наповнений змістом; задоволеність самореалізаці-

Також 50,9 % досліджуваних 1 групи за високим рівнем визначили таку смисложиттєву орієнтацію, як «Локус контролю-Я (Я – хазяїн життя)». Що відповідає уявленню про себе як про сильну особистість, яка має достатню свободу вибору, щоб побудувати своє життя відповідно до своїх цілей і уявленнями про його сенс. Характерно те, що усвідомленість життя в досліджуваних тісно пов'язана з внутрішнім локусом контролю, високо представлене загально світоглядне переконання в тому, що контроль за життям можливий (локус контролю-життя, або керованість життя) (48,3 %

© Лантух І. В.

за високим рівнем), досліджувані вірять у власну здатність здійснювати такий контроль, вільно приймають рішення і втілюють їх у життя.

Серед досліджуваних 2 групи за 1 субшкалою «мета в житті» спостерігається більшість відсотків за низьким рівнем, яка становить 36,2 %. Бали за цією шкалою характеризують наявність або відсутність в житті людини цілей у майбутньому, які надають життю осмисленість, спрямованість і тимчасову перспективу. Низькі бали за цією шкалою навіть при загальному високому рівні смисложиттєвих орієнтацій за іншими субшкалами будуть притаманні підприємцям, які живуть сьогоднішнім або вчорашнім днем. Також у 34,9 % досліджуваних з достатнім рівнем особистісної надійності були отримані низькі бали за 2 субшкалою шкалою – ознака незадоволеності підприємцями своїм життям у теперішньому часі – при цьому, вона може надавати повноцінний сенс спогадам про минуле або націленість у майбутнє.

За іншими субшкалами показники серед досліджуваних 2 групи аналогічні результатам, які зафіксовано у підприємців з оптимальним рівнем особистісної надійності.

У 3 групі спостерігається високий рівень у 53,1% досліджуваних за показником – смисложиттєва орієнтація «мета в житті». Такий розподіл відсотків, з урахуванням низьких показників за 4 та 5 субшкалами, може свідчити про те, що для досліджуваних цієї групи

притаманно захоплюватись нездійсненими проектами, плани яких не мають реального підґрунтя в сьогоденні і не підкріплюються особистою відповідальністю за їх реалізацію.

Високі бали за 2 субшкалою (49,7 %) і низькі по іншим характеризують досліджуваних як гедоністів, що живуть сьогоденням, схильні займати життєву позицію, в основі якої лежить уявлення про насолоду, як мету людського існування.

Так, за низьким рівнем було отримано 43,8 % за показником «локус контролю-Я (Я – господар життя)», що можна трактувати як невіру в свої сили контролювати події власного життя. Також у 3 групі за низьким рівнем у 41,2 % досліджуваних зафіксовані показники п'ятої субшкали (Локус контролю-життя), що виражає невпевненість у принциповій можливості самостійного здійснення життєвого вибору. Притаманний, подекуди, фаталізм, переконаність у тому, що життя людини не підвладно свідомому контролю, що свобода вибору ілюзорна і безглуздо що-небудь загадувати на майбутнє.

Наступним кроком було дослідження самоактуалізації підприємців з різним рівнем особистісної надійності, як одного з показників змісту ціннісно-сміслової сфери особистості, за опитувальником «Діагностика самоактуалізації особистості» (А. В. Лазукіна, в адаптації Н. Ф. Каліна) методика є адаптованим варіантом тесту *POI (Personal Orientation Inventory)* автор Е. Шостром (Табл. 3) [3; 14].

Будучи показником розвитку особистості свого потенціалу, реалізацією власних можливостей, ступінь самоактуалізації особистості та її напрямки дають можливість визначити особливості ціннісно-сміслової сфери [5].

шійного протиріччя тут можна вважати невідповідність реального рівня самовираження індивіда його можливому рівню, яке змушує особистість шукати нові способи поведінки, що ведуть до більш повної її самоактуалізації

Таблиця 3.

Узагальнені показники самоактуалізації досліджуваних з різним рівнем особистісної надійності за опитувальником «Діагностика самоактуалізації особистості» (А. В. Лазукіна, в адаптації Н. Ф. Каліна) (модифікація тесту ROI Е. Шострома), %

Шкали	Досліджувані								
	1 група			2 група			3 група		
	В	С	Н	В	С	Н	В	С	Н
Орієнтація у часі	47,4	38,2	14,4	32,1	41,5	26,4	31,1	34,3	34,6
Цінності	46,1	37,5	16,4	45,0	32,6	22,4	32,6	31,4	36,0
Погляд на природу людини	47,2	42,9	9,9	46,5	30,2	23,3	38,2	21,5	40,3
Потреба у пізнанні	51,6	45,1	3,3	49,0	40,1	10,9	41,7	38,9	19,4
Прагнення до творчості	48,2	43,6	8,2	46,7	40,8	12,5	35,8	42,5	21,7
Автономність	43,5	38,5	18,0	38,7	36,5	24,8	35,5	25,1	39,4
Спонтанність	36,2	39,1	24,7	32,4	34,1	33,5	30,3	21,7	36,2
Саморозуміння	42,7	36,4	20,9	34,5	39,7	25,8	29,1	28,3	42,6
Аутосимпатія	40,8	37,8	21,4	39,3	34,0	26,7	34,5	26,4	39,1
Контактність	47,4	42,5	10,1	47,7	41,9	10,4	36,4	43,8	19,8
Гнучкість у спілкуванні	49,0	38,7	12,3	47,5	31,9	20,6	33,0	29,1	37,9

Примітка: відмінності між групами достовірні на рівні статистичної значущості $p \leq 0,05$.

Самоактуалізація особистості – це постійний процес розвитку своїх можливостей і потенціалів. Одним із теоретиків, що займався проблемою самоактуалізації особистості, був Л. Маслоу. Основним джерелом людської діяльності, людської поведінки він вважав безперервне прагнення людини до самоактуалізації, прагнення до самовираження. Головною ідеєю його теорії є розвиток особистісних ресурсів і здібностей. Людина зобов'язана бути тим, ким вона може стати. Аналогом внутрішнього ру-

[16].

Серед підприємців з оптимальним рівнем особистісної надійності, які склали досліджувані 1 групи, характерною ознакою є наявність результатів за високим рівнем за всіма шкалами опитувальника, окрім шкали «Спонтанність». За цією шкалою більше всього досліджуваних продемонстрували середній рівень (39,1%). Це можна пояснити тим, що спонтанність – якість, яка впливає на упевненість у собі та довіру до навколишнього світу,

© Лантух І. В.

що властиво людям, котрі самоактуалізуються. Здатність до спонтанної поведінки фруструється культурними нормами. Спонтанність співвідноситься з такими цінностями, як свобода, природність, легкість без зусилля. Більшість показників за середнім рівнем свідчать про те, що самоактуалізація ще не стала способом життя, а в більшості – це мрія або прагнення.

Така ж ситуація характерна і для представників 2 групи. Це підприємці з достатнім рівнем особистісної надійності, окрім домінування у цій групі за шкалою «Орієнтація у часі» середнього рівня, який склав 41,4 %. Що може свідчити про схильність до занурення в минулі переживання, про завищені прагнення до досягнень, а також недовіру до себе. Шкала орієнтації у часі показує, наскільки людина живе сьогоденням, не відкладаючи своє життя на «потім» і не намагаючись знайти притулок у минулому. Разом з тим шкала «Орієнтація у часі» підприємцями 1 групи була оцінена за високим рівнем 47,4 % досліджуваними. Високий результат характерний для осіб, які добре розуміють екзистенційну цінність життя «тут і тепер», здатних насолоджуватися актуальним моментом, не порівнюючи його з минулими радощами і не знецінюючи передчуттям прийдешніх успіхів.

Серед досліджуваних 3 групи найбільший показник – 34,6 % отримано за низьким рівнем при оцінці шкали «Орієнтація у часі». Низький результат показують особи, котрі не-

вротично прив'язані до минулого досвіду, із недовірою та невпевненістю у собі.

Також ще однією відмінністю між представниками 1 та 2 групи було те, що шкала «Саморозуміння» була оцінена підприємцями 2 групи у більшості за середнім рівнем – 39,7 %, що свідчить про недостатню чутливість, сенситивність підприємців до своїх бажань та потреб. Натомість досліджувані 1 групи цю шкалу оцінили у більшості за високим рівнем – 42,7 %. Вони є вільні від психологічного захисту, що відокремлюють особистість від власної сутності, вони не схильні підміняти власні смаки та оцінки зовнішніми соціальними стандартами.

Серед досліджуваних 3 групи найбільший показник – 42,6 % отримано за низьким рівнем при оцінці шкали «Саморозуміння». Низький бал за шкалою саморозуміння притаманний людям невпевненим, які орієнтуються на думку оточуючих.

За шкалою «Цінності» було отримано 46,1 % у 1 групі та 45,0 % у 2 групі відповідно досліджуваних за високим рівнем. Високі показники за цією шкалою свідчать, що індивід поділяє цінності зрілої особистості, до числа яких А. Маслоу відносив такі, як істина, добро, краса, цілісність, відсутність роздвоєності, життєвість, унікальність, досконалість, звершення, справедливість, порядок, простота, легкість без зусилля, гра, самодостатність. Перевага цих цінностей вказує на прагнення до гармонійного буття і здорових відносин з

людьми, які далекі від бажання маніпулювати ними у своїх інтересах.

За шкалою «Погляд на природу людини» було отримано 47,2 % у 1 групі та 46,5 % у 2 групі відповідей досліджуваних за високим рівнем. Високий показник може інтерпретуватися як стійка підстава для щирих і гармонійних міжособистісних відносин, природна симпатія до людей, довіра, чесність, неупередженість, доброзичливість. Серед досліджуваних 3 групи найбільший показник – 40,3 % отримано за низьким рівнем при оцінці цієї шкали. Для них характерним є негативний погляд на природу людини, слабка віра або її відсутність у могутність людських можливостей.

Шкала «Потреба у пізнанні» була оцінена за високим рівнем 51,6 % підприємцями 1 групи й 49,0 % підприємцями 2 групи. Висока потреба в пізнанні характерна для особистості, що самоактуалізується, є завжди відкритою до нових вражень. Ця шкала описує здатність до буттєвого пізнання – безкорисливу спрагу нового, інтерес до об'єктів, не пов'язаний прямо із задоволенням будь-яких потреб. Таке пізнання, вважає А. Маслоу, є більш точним та ефективним, оскільки його процес не спотворюється бажаннями і потягами, людина при цьому не схильна судити, оцінювати та порівнювати.

Також неодмінний атрибут самоактуалізації, який просто можна назвати креативним ставленням до життя, це «Прагнення до

творчості», що було оцінено за високим рівнем 48,2 % досліджуваними 1 групи та 46,7 % досліджуваними 2 групи.

За шкалою «Автономність» було отримано за високим рівнем 43,5 % у 1 групі та 38,7% у 2 групі досліджуваних. Їм притаманна позитивна свобода для саморозвитку, запорука самостійного та свідомого вибору, коли особистість бере відповідальність за власні вчинки. Автономність виявляється у самовизначенні і незалежності від соціального середовища, здатності протистояти соціальному тиску, думати і поводити себе суверенно, виходячи із особистих стандартів.

У 1 та 2 групі за шкалою «Аутосимпатія» було отримано більше всього відповідей за високим рівнем, що становить 40,8 % та 39,3 %, відповідно. Аутосимпатія трактується авторами опитувальника як природна основа психічного здоров'я та цілісності особистості, а також як добре усвідомлювана позитивна Я-концепція, що служить джерелом стійкої адекватної самооцінки. Серед досліджуваних 3 групи найбільший показник – 31,1 % отримано за низьким рівнем при оцінці цієї шкали. Низькі показники, як правило, мають люди невротичні, тривожні, невпевнені в собі.

Шкала «Контактність» була оцінена за високим рівнем 47,4 % досліджуваними 1 групи та 47,7 % досліджуваними 2 групи. Шкала вимірює товариськість особистості, її здатність до встановлення міцних і доброзичливих

стосунків з оточуючими. Тут контактність розуміється не як рівень комунікативних здібностей особистості або навичок ефективного спілкування, а як загальна схильність до взаємно корисних та приємних контактів з іншими людьми, необхідна основа синергетичної (тої, що здатна до самоорганізації) установки особистості. Серед досліджуваних 3 групи найбільший показник – 47,8 % отримано за середнім рівнем.

Серед досліджуваних 1 та 2 групи найбільший показник – 49,0 % та 47,5 %, відповідно, було отримано за високим рівнем при оцінці шкали «Гнучкість у спілкуванні». Серед досліджуваних 3 групи найбільший показник – 37,9 % отримано за низьким рівнем. Шкала гнучкості у спілкуванні співвідноситься з наявністю або відсутністю соціальних стереотипів, здатністю до адекватного самовираження у спілкуванні. Високі показники свідчать про автентичну взаємодію з оточуючими, про здатність до саморозкриття.

Висновки. 1. Дослідження ціннісних орієнтацій у кар'єрі серед суб'єктів підприємницької діяльності з різним рівнем особистісної надійності дозволило визначити наступні закономірності. Так, підприємці 1 групи прагнуть приносити користь людям, суспільству, для них дуже важливо бачити конкретні плоди своєї роботи, навіть якщо вони і не виражені в матеріальному еквіваленті. Переважна більшість контингенту, що склав 2 групу досліджуваних, обрала цінність «Менеджмент».

Для них першорядне значення має орієнтація особистості на інтеграцію зусиль інших людей, повнота відповідальності за кінцевий результат. Підприємці, що увійшли до 3 групи, стикаються з труднощами, пов'язаними зі здійсненням діяльності відповідно до встановлених правил, процедур, дисципліни. Вони люблять виконувати роботу у свій спосіб, своїм темпом і за власними стандартами. Ці підприємці вважають успіхом подолання нездоланих перешкод, рішення нерозв'язаних проблем, або просто виграш. Для одних осіб виклик представляє більш важку роботу, для інших це – конкуренція і міжособистісні стосунки. Вони орієнтовані на рішення свідомо складних завдань, подолання перешкод заради перемоги в конкурентній боротьбі. Зазвичай, у своїй поведінці вони проявляють конформність.

2. Застосування тесту смисложиттєвих орієнтацій дозволило відслідкувати специфічні особливості семантичної сфери досліджуваних з різним рівнем особистісної надійності. Так, досліджувані 1 групи вірять у власну здатність здійснювати контроль за життям, вільно приймають рішення і втілюють їх у життя, мають достатню свободу вибору, щоб побудувати своє життя відповідно до своїх цілей і уявлень про його сенс. Досліджувані 2 групи з достатнім рівнем особистісної надійності в більшості незадоволені своїм життям сьогодні, при цьому, вони можуть надавати повноцінний сенс спогадам про минуле або націле-

ність у майбутнє. Підприємцям, що склали контингент 3 групи, притаманні: подекуди фаталізм, переконаність у тому, що життя людини непідвладне свідомому контролю, що свобода вибору ілюзорна і безглуздо що-небудь загадувати на майбутнє; захопленість нездійсненими проектами, плани яких не мають реального підґрунтя в сьогоденні і не підкріплюються особистою відповідальністю за їх реалізацію; займання життєвої позиції, в основі якої лежить уявлення про насолоду, як мету людського існування.

3. Дослідження показників самоактуалізації підприємців дало можливість визначити особливості ціннісно-сислової сфери у досліджуваних з різним рівнем особистісної надійності. Так, більшість підприємців 1 та 2 групи орієнтовані на особистісне спілкування, не схильні вдаватися до фальші або маніпуляцій, не змішують саморозкриття особистості з самопред'явленням – стратегією і тактикою управління вдаваними враженнями. Також вони відрізняються самовизначенністю і незалежністю від соціального середовища, здатності протистояти соціальному тиску, а також є носіями цінностей зрілої особистості. Перевага цих цінностей вказує на прагнення до гармонійного буття і здорових відносин з людьми, які далекі від бажання маніпулювати ними у своїх інтересах. Підприємців 3 групи можна охарактеризувати як ригідних, не впевнених у своїй привабливості, в тому, що вони цікаві співрозмовникові, а спілкування з ними може

приносити задоволення. Для них характерним є негативний погляд на природу людини, слабка віра або її відсутність у людей, у могутність людських можливостей.

Перспективи подальших розвідок у даному напрямі будуть спрямовані на вироблення конкретних рекомендацій щодо оптимізації діяльності суб'єктів підприємницької діяльності по формуванню особистісної надійності. Цей напрямок розвідки у перспективі дасть можливість розширити дослідження надійності як особистісної характеристики підприємця і оптимізувати процес підготовки вітчизняного підприємця до європейських ринкових відносин.

Перелік використаних джерел:

1. Бовин Б. Г. Информативность экспертных оценок и самооценок в задачах профессиональной психодиагностики / Б.Г. Бовин, А.Н. Лебедев, Т.И. Литвинова, А.М. Раков // Вестник Томского государственного педагогического университета – 2007. – Вып. 10 (73). – С. 81-88.
2. Головач Н. М. Ціннісні орієнтації сучасної людини: сутність, трансформації / Наталя Миколаївна Головач // <http://www.nbu.gov.ua> [16.10.2011] Доступний з – http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Kis/2009_2/3.pdf
3. Диагностика самоактуализации личности (А.В. Лазукин в адаптации Н.Ф. Калина) / Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. – М.: Изд-во Московского ун-та: Академия. – 2002. – С.426-433.
4. Леонтьев Д. А. Тест смысложизненных ориентаций (СЖО)/Д.А. Леонтьев. – М.: 1992. – 16 с.
5. Москаленко О. В. Розвиток ціннісно-сислової сфери у майбутніх фахівців технічного профілю: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / Москаленко Ольга

© Лантух І. В.

Володимирівна; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т психології ім. Г.С. Костюка. – К., 2015. – 20 с.

6. Пачковський Ю. Ф. Психологія підприємництва : навч. посіб. / Ю.Ф. Пачковський. - К.: Каравела, 2006. – 408 с.

7. Почебут Л. Г. Организационная социальная психология: учеб. пособие / Л.Г. Почебут, В.А. Чикер. – СПб.: Речь, 2000. – С. 207–212.

8. Стрижов Е. Ю. Нравственно-психологические детерминанты мошенничества: дис. ... д-ра психол. н.: 19.00.06 / Стрижов Евгений Юрьевич. – М.: Акад. упр. МВД РФ, 2011. – 400 с.

9. Тимошук Г. В. Теоретичні аспекти системи професійних цінностей економіста / Г.В. Тимошук // Проблеми інженерно-педагогічної освіти: Зб. наук. пр. – 2012. – № 37. – С. 345 – 349.

10. Чайка Г. В. Ціннісно-сміслова сфера у кризові періоди розвитку особистості / Г.В. Чайка // Актуальні проблеми психології. – 2015. – Т. 9. - Вип. 6. – С. 93-101.

11. Bacigalupo M., Kampylis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN; doi:10.2791/593884.

12. Crumhaugh J. S. An experimental study in existentialism: The psychometric approach to Frankl's concept of noogenic neurosis/ J. S. Crumhaugh, L. T. Maxolick// J. of Clinical Psychol., vol. 20. – №2. –1964. – P. 200-207.

13. Schein E. H. Career anchors revisited: Implications for career development in the 21 st century//Academy of Management Executive, vol. 10. – № 4. – 1996. – P. 80-89.

14. Shostrom E. L. An Inventory for the Measurement of Self-Actualization // Educational and Psychological Measurement. — 1964. — Vol. 24, no. 2. — P. 207-218. — DOI:10.1177/001316446402400203.

15. Maleev D. (2014). The use of moral-psychological approach to the problem of development of the professional reliability of personality. Fundamental and Applied Researches in Practice of Leading Scientific Schools, 1(1), 85-102. Retrieved from <https://farplss.org/index.php/journal/article/view/145>.

16. Maslow A. H. Self-actualizing and Beyond / A.H. Maslow // Challenges of Humanistic Psychology / Ed. J.E.T. Bugental. – New York: McGraw Hill, 1967. – 279-286.

References (Transliteration):

1. Bovin B. G. (2007) Informativnost ekspertnykh otsenok i samoocenok v zadachah professionalnoy psihodiagnostiki / [Informativeness of expert assessments and self-assessments in the tasks of professional psychodiagnosics] Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. [in Russian].

2. Holovach N. M. (2009) Tsinnisni oriiientatsii suchasnoi liudyny: sutnist, transformatsii / Nataliia Mykolaivna Holovach [Value orientations of a modern person: essence, transformation/ Nataliia Mykolaivna Holovach]// <http://www.nbu.gov.ua> [16.10.2011] Retrieved from – http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Kis/2009_2/3.pdf [in Ukrainian].

3. Fetiskin N. P., Kozlov V. V., Manuylov G.M. (2002) Diagnostika samoaktualizatsii lichnosti (A.V. Lazukin v adaptatsii N.F. Kalina)/ Sotsialno-psihologicheskaya diagnostika razvitiya lichnosti i malykh grupp.[Diagnosis of self-actualization of an individual (AV Lazukin in the adaptation of NF Kalina) / Socio-psychological diagnosis of personality development and small groups] – М.: Izd-vo Moskovskogo un-ta: Akademiya. [in Russian].

4. Leontev D. A. (1992) Test smyslozhiznennykh orientatsiy (SZhO) [The test of meaningful orientations (MLO)]/ Moscow [in Russian].

5. Moskalenko O. V. (2015) Rozvytok tsinnisno-smyslovoi sfery u maibutnikh fakhivtsiv tekhnichnoho profilu : avtoreferat kandidata. psihologichnih nauk: 19.00.07 [Development of value-semantic sphere for future specialists of technical profile dissertation.] Kiev [in Ukrainian].

6. Pachkovskiy Yu. F. (2006) Psykholohiia pidpriemnytstva : navch. posib. [Psychology of entrepreneurship] Kiev [in Ukrainian].

7. Pochebut L. G. (2009) Organizatsionnaya sotsialnaya

© Лантух І. В.

psihologiya: ucheb. posobie [Organizational social psychology: Textbook. allowance]/ SPb.: Rech [in Russian]

8. Strizhov E. Yu. (2011) Nravstvenno-psihologicheskie determinanty moshennichestva : dis. ... d-ra psihol. n.: 19.00.06 [Moral and psychological determinants of fraud] M.: Akad. upr. MVD RF,[in Russian].

9. Tymoshchuk H. V. (2012) Teoretychni aspekty systemy profesiynykh tsinnosti ekonomista [Theoretical aspects of the system of professional values of an economist] // Problemy inzhenerno-pedahohichnoi osvity: Zb. nauk. pr. [in Ukrainian].

10. Chaika H. V. (2015) Tsinnisno-smyslova sfera u kryzovi periody rozvytku osobystosti [Value-semantic sphere in the crisis periods of personality development] // Aktualni problemy psykholohii. – T. 9. - Vyp. 6. [in Ukrainian].

11. Bacigalupo M., Kamylyis, P., Punie, Y., Van den Brande, G. (2016). EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework: Publication Office of the European Union; EUR 27939 EN; doi:10.2791/593884.

12. Crumhaugh J. S. (1964) An experimental study in existentialism: The psychometric approach to Frankl's concept of noogenic neurosis// J. of Clinical Psycholog.

13. Schein E. H. (1996) Career anchors revisited: Implications for career development in the 21 st century// Academy of Management Executive.

14. Shostrom E. L. (1964) An Inventory for the Measurement of Self-Actualization // Educational and Psychological Measurement. Vol. 24, no. 2.

15. Maleev D. (2014). The use of moral-psychological approach to the problem of development of the professional reliability of personality. Fundamental and Applied Researches in Practice of Leading Scientific Schools, 1(1), 85-102. Retrieved from <https://farplss.org/index.php/journal/article/view/145>.

16. Maslow A. H. (1967) Self-actualizing and Beyond / A.H. Maslow // Challenges of Humanistic Psychology / Ed. J.E.T. Bugental. – New York: McGraw Hill.

Lantukh Igor

PhD in Economics, Associate professor, Associate Professor of the Department of Clinical Neurology, Psychiatry and Narcology of Kharkiv National University. V.N. Karazin, Kharkiv (Ukraine)

INVESTIGATION OF VALUE-SEMANTIC SPHERE OF ENTERPRISES WITH DIFFERENT LEVEL OF PERSONAL RELIABILITY

ABSTRACT

The article is devoted to consideration of the problem of development of personal reliability of entrepreneurs. Application of methods: “Personality Questionnaire on Moral and Legal Reliability of the Person” (E.Yu. Strizhov); “Expert Assessment of the Employee’s Personality” (B. G. Bovin); “General Test Ability (GET TEST)””; “Life-Purpose Orientations (LPO)” D.O. Leontiev (modification of “Purpose-in-Life” methodology by J. Krambo, L. Maholik); “Career Anchors” (E. Schein, translated and adapted by V. A. Chiker, V. E. Vinokurova), “Diagnosis of Self-Actualization of Personality” (A. V. Lazukin, adapted by N. F. Kalina) the methodology is adapted version of the Personal Orientation Inventory (POI) by E. Shostrom allowed to investigate the content of the value-semantic sphere of the entrepreneur's personality with different levels of personal reliability. It was determined the existence of business goals, the degree of satisfaction with the essence of their own life and self-realization, the feeling of having the opportunity to choose their own destiny and to manage it, value orientations in the

© Лантух І. В.

career and to investigate the indicators of development of personal potential, realization of their own opportunities, degree and direction of self-actualization of entrepreneurs.

Author came to the conclusion:

1. Investigation of value orientations in the career among business entities with different level of personal reliability made it possible to determine that the entrepreneurs of group 1 are oriented towards the benefit of people, group 2 have an orientation to integrate the efforts of other people, group 3 consider success to overcome insurmountable obstacles.

2. Application of the sensory-life orientations test allowed to follow the specific features of the semantic sphere of the subjects with different levels of personal reliability. Thus, the investigated of group 1 believe in their own ability to control their lives; the investigated of group 2 are mostly dissatisfied with their lives today, group 3 are contingent with fatalism.

3. Study of indicators of self-actualization of entrepreneurs gave an opportunity to determine the features of value-semantic sphere in the subjects with different levels of personal reliability. Thus, most entrepreneurs of groups 1 and 2 are oriented on personal communication, are not inclined to falsifications or manipulations, do not mix self-disclosure of personality with self-presentation – the strategy and tactics of managing false impressions. Entrepreneurs of group 3 can be described as rigorous.

The study will enable in practical sense to

optimize the activity of entrepreneurs and make their entry into the European market civilized and well-considered.

Key words: personal reliability, life-purpose orientations, value-semantic sphere, self-actualization, value orientations, subjects of entrepreneurial activity, entrepreneur's personality.

Лантух Игорь Валерьевич

Кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры клинической неврологии, психиатрии и наркологии Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина, г. Харьков (Украина)

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ СФЕРЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ С РАЗНЫМ УРОВНЕМ ЛИЧНОСТНОЙ НАДЕЖНОСТИ

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению проблемы развития личностной надёжности предпринимателей. Применения методик: «Личностный вопросник морально-правовой надёжности личности» (Е. Ю. Стрижов); «Экспертная оценка личности сотрудника» (Б. Г. Бовин); «Тест на общие способности к предпринимательской деятельности (GET TEST)»; «Смыслоразностные ориентации (СЖО)» Д. О. Леонтьева (модификация методики «Purpose-in-Life» Дж. Крамбо, Л. Махлик); «Якорь карьеры» (Э. Шейна, перевод и адаптация В. А. Чикер, В.Э. Винокурова), «Диагностика самоактуализации личности» (А. В. Лазукина, в адаптации Н. Ф. Калиной) методика есть адаптированным вариан-

© Лантух І. В.

том тесту *POI (Personal Orientation Inventory)* автор Е. Шостром, позволили исследовать содержание ценностно-смысловой сферы личности предпринимателя с разным уровнем личностной надёжности. Определено наличие у предпринимателей жизненных целей, меру удовлетворения сущностью собственной жизнедеятельностью и самореализацией, наличие чувства возможности выбирать собственную судьбу и руководить ею, ценностных ориентаций в карьере и исследования показателей развития личностного потенциала, реализацию собственных возможностей, степень и направление самоактуализации предпринимателей. Данное исследование даст возможность в практическом смысле оптимизировать деятельность предпринимателей и сделать их вхождение в европейский рынок цивилизованным и взвешенным.

Ключевые слова: личностная надёжность, смысложизненные ориентации, ценностно-смысловая сфера, самоактуализация, ценностные ориентиры, субъекты предпринимательской деятельности, личность предпринимателя.

Дата отримання статті: 13.06.2018

Дата рекомендації до друку: 17.07.2018

Дата оприлюднення: 02.08.2018

© Лантух І. В.