

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ГОРЛІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ ІНОЗЕМНИХ МОВ  
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
«ДОНБАСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»  
КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ**



«Рекомендована до захисту»  
Протокол № 411 від 17.11.2023 р.  
завідувач кафедри  
Борозенцева Т.В.

**АДАПТАЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ  
ПСИХОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ  
У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**  
зі спеціальності 053 Психологія  
Освітня програма – Практична психологія

**Виконавець:**  
здобувач 605-а групи  
факультету соціальної та мовної  
комунікації  
Кривенко Олесій Вікторович

**Науковий керівник:**  
к. психол. н., доцент  
Степаненко Лариса Вікторівна

Дніпро – 2023

## АНОТАЦІЯ

У роботі представлено аналіз проблеми адаптаційної трансформації психологічних властивостей особистості в підприємницькій діяльності. Визначено інтегральні форми психологічних адаптаційних виявів особистості. Проаналізовано характер особистісної трансформації в зміненому соціальному середовищі. Доведено правомірність залучення категорії «адаптаційна трансформація» з метою дослідження змін особистості в процесі підприємницької діяльності як однієї з форм адаптації суспільства до глибинних змін у соціальній і економічній сферах. Визначено відмінності особистісних властивостей підприємців, що мають різний стаж підприємницької діяльності, а саме: образу «Я», ціннісних орієнтацій, інтелектуальних, емоційних, регуляторних і комунікативних характеристик; визначено риси, які є особистісними ресурсами адаптаційного потенціалу особистості в підприємницькій діяльності. Запропоновано програму оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця

## ABSTRACT

The work presents an analysis of the problem of adaptive transformation of the psychological properties of the individual in entrepreneurial activity. Integral forms of psychological adaptation manifestations of personality are determined. The nature of personal transformation in a changed social environment is analyzed. The legality of involving the category "adaptive transformation" for the purpose of researching personality changes in the process of entrepreneurial activity as one of the forms of society's adaptation to profound changes in the social and economic spheres has been proven. Differences in the personal characteristics of entrepreneurs with different years of entrepreneurial activity have been identified, namely: self-image, value orientations, intellectual, emotional, regulatory and communicative characteristics; the traits that are personal resources of the adaptation potential of the individual in entrepreneurial activity are determined. A program for optimizing the adaptive abilities of an entrepreneur's personality is proposed

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
1.1. Інтегральні форми психологічних адаптаційних виявів особистості.....	8
1.2. Особистісні трансформації у зміненому соціальному середовищі.....	17
1.3. Психологічні аспекти сучасного підприємництва.....	24
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ АДАПТАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
2.1. Методи і процедура експериментального дослідження.....	36
2.2. Змістовні характеристики «Я» образу підприємців.....	43
2.3. Особливості ціннісних орієнтацій підприємців.....	47
2.4. Аналіз інтелектуальних, емоційних, регуляторних та комунікативних властивостей підприємців.....	57
2.5. Програма оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця.....	66
Висновки до розділу 2.....	76
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	83
ДОДАТКИ.....	93

## ВСТУП

**Актуальність проблеми.** Сучасна соціальна реальність надає унікальну можливість для дослідження проблеми життєздатності людини. І перш за все в тому її аспекті, який стосується здатності людини активно використовувати особистісні ресурси, щоб забезпечувати власну фізичну і психічну цілісність, творчо перетворювати себе та навколишній світ. У зв'язку з цим особливого сенсу набувають особистісні трансформації як закономірне для адаптації в нестабільному соціальному середовищі явище.

Вивченню адаптації особистості в умовах суспільних трансформацій присвячені роботи К.А. Абульханової-Славської, Л.І. Анциферової, О.В. Брушлинського, Е. Головахи, Е.А. Донченко, О.Н. Лактіонова, В.Ф. Моргуна, О.Г. Солодухової, Т.М. Титаренко. Один з можливих результатів адаптаційної трансформації простежується у зміні діапазону вияву психологічних властивостей особистості, в перетворенні їх структури, перерозподілі домінант регуляторної активності. Процес адаптації сприяє виникненню нових психологічних властивостей особистості, поява яких спричинена виведенням їх із латентного стану. Змінені умови середовища можуть створювати можливості для вияву нової властивості особистості. Приклади такого «народження» психологічних властивостей демонструють підприємці, як «нова» для пострадянського суспільства соціальна група.

З часів здобуття Україною незалежності феномен вітчизняного підприємництва набуває власного значення як самостійний соціальний, економічний та психологічний феномен. Невід'ємною складовою підприємництва є сектор малого бізнесу, як джерело створення робочих місць в регіонах та зміцнення економіки української держави. У розумінні феномену підприємництва важливе значення має вивчення особистості підприємців та психологічних механізмів, що забезпечують її функціонування.

Грунтовні дослідження в цьому напрямку належать зарубіжним авторам (Б. Карлоф, М. Пітерс, Р. Хизріч), які зосередилися на пошуку властивостей або

рис, що дозволяють виокремити потенційного підприємця. Як результат цих досліджень були відокремлені такі риси, як: локус контролю, мотивація досягнень, особливості соціалізації та індивідуального досвіду тощо. Цей пласт наукових даних є достатньо великим, таким, що має велику наукову значущість, але перенесення результатів цих наукових досліджень на вітчизняне підгрунття є проблематичним; існуючи історичні і соціально-культурні обмеження унеможливають це.

Вітчизняні дослідження в цій галузі (П.К. Власов, Г.В. Гнускіна, О.В. Іщук, Л.М. Карамушка, Ю.В. Красилова, Т.П. Чернявська, Ю.М. Швалб А.С. Дядін, О.В. Креденцер, А.С. Лоза) присвячені типології підприємців, аналізу певних сторін діяльності, особистості підприємця, розкривають психологічні механізми функціонування особистості підприємця в сучасному просторі України. Останнім часом намітилася перспективна наукова тенденція залучення категорії «адаптаційна трансформація» з метою дослідження змін особистості в процесі підприємницької діяльності як однієї з форм адаптації суспільства до глибинних змін у соціальній і економічній сферах.

Отже, соціальна значущість проблеми та її недостатня наукова розробка зумовили вибір теми нашого дослідження: «Адаптаційна трансформація психологічних властивостей особистості у підприємницькій діяльності».

**Мета дослідження:** теоретичним та емпіричним шляхом визначити характеристики адаптаційних трансформацій психологічних властивостей особистості в підприємницькій діяльності.

Відповідно до поставленої мети у дослідженні розв'язуються наступні **завдання:**

1) визначити теоретичні підстави дослідження проблеми інтегральних форм психологічних адаптаційних виявів особистості та їх трансформацій в професійній діяльності;

2) дослідити компоненти психічної структури особистості підприємців: образ «Я», ціннісні орієнтації, інтелектуальні, емоційні, регуляторні, комунікативні властивості особистісні;

3) визначити адаптивні трансформації психічної структури особистості в процесі підприємницької діяльності;

4) розробити програму оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця.

**Об'єкт дослідження:** адаптаційна трансформація психологічної структури особистості під впливом професійної діяльності.

**Предмет дослідження:** адаптаційна трансформація психологічних властивостей особистості в підприємницькій діяльності.

В процесі дослідження було висунуто **припущення** про те, що в процесі підприємницької діяльності психічна структура особистості зазнає адаптивних трансформацій; змін зазнають образ «Я», ціннісні орієнтації, особистісні властивості.

**Методи дослідження:** для реалізації дослідницької мети було застосовано комплекс теоретичних (аналіз наукової літератури з метою уточнення змісту основних понять, узагальнення та систематизації досліджень); емпіричних (бесіда, спостереження, тестування констатувальний експеримент); статистичних методів кількісної та якісної обробки результатів дослідження. Психодіагностичний метод представлений методикою діагностики Я образу Мак-Партленда, методикою виявлення ціннісних орієнтацій Р. Рокича, методикою діагностики рівня співвідношення «цінності» та «доступності» О.Б. Фанталової, багатофакторним особистісним опитувальником Р. Кетелла, 16 PF (версія А).

**Матеріал дослідження і його обсяг, використаний для досягнення поставленої в роботі мети.** Дослідження включало в себе три основні етапи які були окреслені теоретичними та практичними завданнями. *На першому етапі* було проведено теоретичний аналіз наукової літератури з проблеми; окреслено мету, гіпотезу та завдання дослідження; визначено прядок проведення емпіричного дослідження. *На другому етапі* були послідовно проведені задані емпіричні процедури. Емпірично вивчалися відмінності особистісних властивостей підприємців, що мають різний стаж підприємницької діяльності.

На третьому етапі була розроблена програма оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає в тому, що: *вперше*: визначено відмінності особистісних властивостей підприємців, що мають різний стаж підприємницької діяльності, а саме: образу «Я», ціннісних орієнтацій, інтелектуальних, емоційних, регуляторних і комунікативних характеристик; *подальшого розвитку дістали уявлення* щодо впливу підприємницької діяльності на властивості особистості та їх трансформації.

**Теоретичне значення дослідження** в обґрунтуванні понять адаптації, адаптаційної трансформації; у розширенні знань про зміни особистості в процесі пристосування нових соціальних умов; у вивченні сучасної соціальної ситуації підприємництва, а також змін особистості в підприємницькій діяльності; у вивченні можливостей психологічного впливу на особистість з метою розвитку її адаптивних здібностей.

**Практичне значення** одержаних результатів визначається можливістю використання програми розвитку адаптивних здібностей особистості при проведенні психологічної роботи із суб'єктами підприємницької діяльності.

**Апробація результатів дослідження.** Основні теоретичні положення та результати емпіричного дослідження відображено у збірниках матеріалів науково-практичних конференцій «Література, психологія, педагогіка у ракурсах взаємодії» (Дніпро, 2023), «Мовна комунікація і сучасні технології у форматі різнорівневих систем» (Дніпро, 2023).

**Структура та обсяг роботи.** Магістерська робота оформлена у повній відповідності до вимог: загальний обсяг роботи складає 98 сторінок, основний зміст роботи викладено на 82 сторінках; текст структуровано в два розділи, кожний з яких має висновки; список використаних джерел має 100 найменувань. Робота містить 9 таблиць та 9 рисунків.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДСТАВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

## 1.1. Інтегральні форми психологічних адаптаційних виявів особистості

У психології закріпилося уявлення про особистість як відносно стійке соціально-психологічне утворення. Властивості особистості в меншій мірі, ніж психічні процеси і стани, чутливі до впливу часу, зовнішніх чинників, коливання гомеостатичних систем організму. Стійкість особистісних властивостей дозволяє прогнозувати поведінку людини в досить великому діапазоні ситуацій. У той же час стійкість не виключає можливості особистісних змін – як обов'язкової складової взаємодії особистості та навколишнього середовища. Дія чинників навколишнього середовища, життєвих ситуацій, психічні та соматичні порушення спричиняють перетворення особистісної структури в процесі адаптації [5].

Під адаптаційними змінами дослідники розуміють вияви особистісних властивостей у відповідь на утворення нових умов життєдіяльності і які не виникли б, якби умови залишалися об'єктивно стабільними або такими суб'єктивно сприймалися. Особистісні адаптаційні зміни різні відрізняються за тривалістю та зворотністю. Найчастіше вони охоплюють всю структуру особистості, зачіпають всі рівні особистісної регуляції. Зміни можуть відбуватися у межах психічної норми, але можуть набувати патологічних ознак. Традиційно все різноманіття адаптаційних особистісних змін зводиться до таких інтегральних форм як реакції, стани, поведінка та стратегії поведінки. Диференціація окреслених форм досить складна у зв'язку з відсутністю чітких критеріїв. Проте вони широко використовуються при вивченні адаптації [8; 11; 16].



Особистісна адаптивна реакція – це короткочасна, у більшості випадків зворотна зміна свідомості й поведінки у момент безпосередньої дії умов середовища, що спрямована на збереження особистості. Припинення дії адаптогенного чинника або зміна ставлення до нього відновлює порушену психічну рівновагу. Найбільш повно вивчені реактивні форми у ситуацій вітальної погрози. Серед них прийнято виділяти втечу як усунення самої можливості зіткнення із загрозливим об'єктом, агресію як знищення джерела небезпеки і ступор як згортання будь якої активності. Ситуативні реакції типові для адаптації особистості в новому природному, соціальному та техногенному середовищі [78].

Як зауважує О.Т. Шевченко, тип реакції багато в чому визначається особистісними особливостями, суб'єктивною значущістю загрози. Якщо суб'єкт вважає, що обставини створюють перешкоди на шляху задоволення його потреб, то у такому випадку найімовірніше виникнення агресії. Якщо ж у суб'єктивному плані небезпека здається більш вираженою, ніж наявні засоби її подолання і поставлена особистістю мета, то розвивається страх. Якщо агресія і страх суб'єктивно оцінюються як неможливі, то спостерігається відмова від дій [89].

На думку Н.Є. Завацької, узагальнення сучасних теоретичних і експериментальних досліджень дає підстави розглядати психічні стани в контексті особистісної адаптації. Адаптивний сенс стану розкривається в здатності динамічна й цілісно відображати актуальні потреби, що визначають фізичні, семантичні і тимчасові ознаки факторів впливу і змін, які відбуваються навколо людини і в ній самій. Володіючи високою чутливістю до коливань зовнішніх умов і внутрішнього середовища організму, психічний стан міняється у відповідь на ці коливання, інтегруючи всі вияви психічного життя людини. Виникнення стану супроводжується структуризацією і переструктуризацією мотиваційних, емоційних, вольових, інформаційних, комунікативних та енергетичних компонентів адаптаційного потенціалу особистості, усвідомлюваних і неусвідомлюваних виявів. Так, в стані емоційної напруженості, спричиненої очікуванням дії загрозливого життєвого чинника, в одну

систему об'єднуються більшість психологічних, психофізіологічних і фізіологічних показників. Ослаблення загрози підсилює автономність вияву різних компонентів стану [28].

М.С. Корольчук, досліджуючи проблему адаптації та її значення в системі психофізіологічного забезпечення діяльності розкриває адаптаційне призначення психічного стану. Актуалізуючи потреби і екстраполяційні механізми, психічний стан регулює адаптаційну активність людини і реалізацію адаптаційних можливостей, що є у неї, і резервів. Емоційний компонент компенсує недолік інформації, необхідної для успішної діяльності і комфортної взаємодії з людьми і самим собою. Психічний стан відображає біологічну і соціальну значущість, міру корисності цієї інформації, що надходить про ситуацію, що склалася. Ця унікальна особливість значною мірою розширює адаптаційні здібності людини [43; 44].

Стани, що підвищують адаптаційні здібності особистості, класифікуються М.С. Корольчуком як стани адекватної мобілізації. Їх відрізняє висока узгодженість всіх рівнів і компонентів виявів. Переживаючи подібні стани людина спокійна, упевнена в собі. Мотив досягнення мети діяльності і завершення діяльності домінує над мотивом самозбереження, що сприяє підтримці високої точності і швидкості дій і орієнтації в середовищі. Саме на фоні такого стану розкривається творчий потенціал особистості. Стереотипні, жорстко закріплені реакції і дії доповнюються або замінюються діями, заснованими на імовірнісному прогнозуванні і евристичному рішенні. В результаті відбувається модифікація або зміна алгоритмів діяльності. Стан адекватної мобілізації не тільки створює умови для актуалізації і реалізації існуючого адаптаційного потенціалу, але і сприяє його накопиченню. Стан адекватної мобілізації розширює діапазон стійкості людини в середовищі, що змінюється.

До станів, що знижують адаптаційні можливості М.С. Корольчук відносить стани динамічного розузгодження. Це досить великий клас станів (емоційної напруженості, розумової і фізичної перевтоми), що відрізняються

значним послабленням одночасно багатьох або всіх компонентів адаптаційного потенціалу. Для людини, що знаходиться в такому стані, характерним є домінування мотиву фізичного збереження за умови послаблення мотиву досягнення мети і успіху. Інтеграція і міра напруги психічних і фізіологічних функцій досягають високого рівня і перешкоджають включенню компенсаторної особистісної регуляції [45].

Регулювальний вплив особистості поширюється на швидкість і легкість актуалізації психічних станів. Залежно від сенсу ситуації для особистості, сформованої структури особистісних властивостей психічні стани, що виникають, опосередковуються комунікативними, емоційними, вольовими або мотиваційними особливостями. Так, домінування в структурі особистості емоційних властивостей, зокрема емоційної стійкості, позначається на динамічних і змістовних характеристиках психічного стану. Відмінності між стійкими і нестійкими особами у емоційному аспекті видно вже тоді, коли стресові дії відсутні, коли настає відносна стабілізація адаптивних перебудов. Вони поглиблюються у міру наростання навантажень. Емоційна стійкість як властивість особистості в більшості ситуацій зумовлює розвиток станів, що зберігають досить високий адаптаційний потенціал [2].

У стійких, в емоційному плані осіб, відчуття тривоги у супроводі фізіологічних реакцій виникає безпосередньо у момент появи вітальної загрози. Проте воно повністю спливає або помітно слабшає разом із припиненням дії, зберігаються лише незначні психомоторні і вегетативні ознаки пережитого хвилювання. У стані розумового стомлення вони цілком успішно справляються із інтелектуальними задачами, зберігаючи здатність запам'ятовувати і тривало утримувати в пам'яті різноманітний матеріал, встановлювати логічні закономірності, узагальнювати і систематизувати інформацію. Емоційна стійкі особи достатньою мірою здатні протистояти розвитку стану фізичного стомлення і перевтоми. Тривалі і інтенсивні фізичні навантаження не вимагають значної мобілізації сил, що забезпечує цим особам стабільність психічної активності. У незвичайних кліматичних умовах, наприклад перебуванні у

спекотливому кліматі, особи із високим рівнем емоційної стійкості відчують себе досить добре [10].

В.Г. Пасічна, аналізуючи психологічну адаптацію та особистісну трансформацію безробітних у професіогенезі, зауважує, що для осіб із нестійкою емоційною сферою характерні стани психофізіологічної напруги. Під впливом вітальної загрози у них розвивається досить стійкий стан тривоги. Після усунення загрози вони продовжують відчувати занепокоєння, що супроводжується зниженням мотивації досягнення мети при одночасному посиленні психомоторного і фізіологічного збудження. Стан розумового стомлення, що розвивається в процесі інтенсивного навчання або під впливом тривалих інтелектуальних навантажень, супроводжується зниженням розумової діяльності. Це відбувається за рахунок зменшення швидкості переробки і точності збереження інформації. Фізичне стомлення виявляється в ослабленні мотивації діяльності, погіршенні настрою і самопочуття, у реакціях серцевої судинної системи [71].

Система відносин особистості багато в чому визначає динамічні і змістовні характеристики психічного стану. Кожен її елемент вносить особливий внесок у розвиток стану. На думку С.Б. Кузікова, найкраще дана проблема висвітлена в дослідженні Л.В. Кулікова. Заслугує особливої уваги роль самоствалення в детермінації настрою, що супроводжує практично всі сфери життєдіяльності людини. Висока самооцінка особистості поєднується із сприятливим настроєм: чим повніше приймає себе індивід, чим менш виражений у нього внутрішній конфлікт, тим краще його настрій. Труднощі в самореалізації потенціують переживання емоційного дискомфорту [48].

Темперамент і особливості нейродинамічних процесів, що характеризують біологічну основу особистості, спричиняють великий вплив на динамічні і змістовні характеристики психічного стану. Так, структурні елементи настрою різною мірою залежать від тих або інших властивостей темпераменту. Активна складова настрою більшою мірою обумовлена енергійністю і пластичністю. Підвищена емоційність сприяє зниженню стійкості загального емоційного тону,

підсилює тривогу і незадоволеність життям. Встановлений також взаємозв'язок між екстраверсією і виявами настрою. Екстравертам більшою мірою, ніж інтровертам, властиві бадьорість і активність, що забезпечує їм задоволеність життям [51].

Як підкреслює Д.С. Тітаренко, сила протистояння стресовій ситуації залежить від особистісної структури. Як інтегральна особистісна властивість диспозиція об'єднує всі компоненти: прийняття на себе безумовних зобов'язань, що призводять до ідентифікації себе з наміром виконати ту або іншу дію; контроль, що дозволяє відчувати себе здатним піднятися над важкими моментами життя і протистояти їм; виклик. За умови слабкої позиції людина відрізняється недостатньо сформованою самосвідомістю, недиференційованими уявленнями про себе, недооцінкою здібності до контролю того, що відбувається навкруги і до досягнення успіху. За умови сильної позиції – небезпека сприймається творчо, як джерело особистісного зростання, розвитку потенційних можливостей, реалізації наявних здібностей [86].

Таким чином, особистісні особливості людини утворюють одне ціле із адаптаційними станами. Певні особистісні властивості узгоджуються із відповідним типом станів. Це забезпечує не тільки цілісність особистості та рішення актуальних задач виживання в зміненому середовищі, але й можливість для творчого саморозкриття.

О. Сафін, Ю. Кузьменко вважають, що психологічні особливості особистісної адаптації розкриваються в міграційній поведінці, яка є особливою формою відповіді на зміну зовнішнього оточення, внутрішнього середовища і взаємодії людини із ними. Коріння вивчення цього аспекту містяться у порівняльній психології, етології, які досліджують адаптивну роль поведінки тварин як для окремої особини, так і виду. Сенс адаптивної поведінки тварин звичайно зводиться до забезпечення виживання і здатності до розмноження в конкретних умовах ареалу. Диференціація адаптивної поведінки проводиться на підставі активності тварин. Стосовно людини поведінка розглядається в

найширшому сенсі – як освоєння світу, при якому впродовж всього життєвого шляху відбувається перетворення самої людини і всього того, що її оточує [83].

Традиційно поведінка описується як сукупність різних дій, обумовлених всією психічною організацією людини. У даний час все в більшою мірою затверджується позиція, що визнає поведінку функцією взаємодії особистості і середовища. Адаптаційна поведінка передбачає реалізацію можливостей особистості в процесі активної взаємодії із середовищем, що змінюється, зміст і вектор якого визначаються домінуючою потребою, відносно стійкою системою ставлення до світу. Форми адаптивної поведінки особистості різноманітні. Класифікації адаптивної поведінки розроблені за самими різними принципами і засновані на багатозначно пояснювальних критеріях. У більшості своїй вони мають відношення до взаємодії людини із певним конкретним типом умов існування і не розкривають інваріантних механізмів особистісної адаптації [81; 85].

Відомі класифікації поведінки в конфліктних, фруструючих, травмуючих, стресових, конфліктних ситуаціях. Досить широке поширення отримала класифікація, що отримала назву технік буття. Вона включає дії, спрямовані на зміну ситуації, а також на низку форм пристосування до соціальних норм і суспільних правил, інституційних аспектів суспільства, системи міжособистісних взаємовідносин. Класифікація містить двадцять п'ять найрізноманітніших типів поведінки в стресовій ситуації: від досягнення успіху до скарг на здоров'я. Заслуговує уваги класифікація В.І. Медведєва, що спробував пов'язати поведінкову адаптацію з внутрішньою структурою професійної діяльності.

В.І. Медведєв виділяє превентивну, стабілізаційну адаптації, а також соціально обумовлені форми [цит. за 53]. Превентивна адаптація ґрунтується на готових, перевірених досвідом програмах і не вимагає нових програм поведінки. Її основна функція полягає в захисті особистості в період руйнування старих програм адаптації. Превентивна форма розкривається в уникненні або обмеженні діапазону взаємодії із навколишньою реальністю, а також в поведінці, що

пов'язана з активним і усвідомленим пошуком або створенням комфортних умов життєдіяльності. У якості диспозицій виступають такі умови середовища, де негативна адаптогенна дія мінімальна, а необхідність зміни умов середовища відсутня або не усвідомлюється. Стабілізаційна адаптивна поведінка виявляється у період зменшення невизначеності ситуації. Вона припиняє наростання адаптаційної напруги і забезпечує остаточне формування необхідних адаптаційних програм. Форми цих програм розрізняються за мірою втручання людини в структуру поведінки: від її збереження до повної реорганізації. Адаптація досягається завдяки змінам темпових і ритмічних характеристик, які є тимчасовими.

Як соціально обумовлені форми поведінки, В.І. Медведєв називає професійні уміння, навички як основа соціальної поведінки особистості, а також оптимальне колективне та індивідуальне середовище. Останнє забезпечується за засобами, що історично склалися: одяг, житло, спеціальна техніка тощо. Психологічно обумовлена адаптивна поведінка об'єднує індивідуальні і групові форми. Підставами формування індивідуальних форм поведінки виступають: перебудова мотивів, формування установок і професійної компетентності, емоційний фон поведінки, концептуальні моделі поведінки. До групових форм автор відносить різномасштабні соціальні процеси: від культивування особливих властивостей групи до громадських актів перетворення середовища, включаючи перевороти і революції.

На думку О.Д. Литвиненко, класифікація В.І. Медведєва розширює уявлення щодо проявів адаптаційної поведінки особистості і поглиблює життєвий зміст адаптації. Адаптація у всіх її формах виконує захисну функцію, необхідну для подальшої взаємодії особистості із чинниками середовища, що змінюються. Потреба в захисній ролі адаптаційної поведінки особливо гостро відчувається на етапі відмови особистості від старих форм стосунків із природнім, соціальним, або техногенним середовищем як неприйнятних, а також за відсутності нових програм в змінених умовах життя [54].

І.Б. Дерманова пропонує розглядати такі форми адаптивної поведінки як пристосування до середовища, перетворення середовища, зміни власної особистості. Така класифікація форм адаптивної поведінки дозволяє побачити внутрішні спонукальні сили адаптації, а не обмежуватися її зовнішньою стороною. У цьому випадку більш обґрунтованим стає результат адаптації: як конструктивний, прийнятний суспільством; як деструктивний, із ознакою патології. Перетворення середовища як форма особистісної адаптивної поведінки припускає високу активність, яка визначається мотивом затвердження переваги особистості над іншими [цит. за 74].

Змінюючи середовище відповідно до власного образу реальності, особистість прагне підкреслити недосконалість того, що існує навкруги. Кінцевий результат перетворення вагається від творчого перетворення до руйнування. У будь-якому випадку для особистості важливою є власна реалізація. Дана форма адаптації зумовлює формування тоталітарної свідомості або розвиток творчості. Для особистості із тоталітарною свідомістю характерними виявляються когнітивний консерватизм, прийняття відповідальності лише за бажані результати і відмову від відповідальності за небажані. Творча особистість реалізує прагнення до вищості соціально прийнятними способами.

Відмова від перетворення середовища і від «вростання» в неї провокує появу ще однієї форми адаптивної поведінки – відходу. Ця форма адаптивної поведінки ґрунтується на уявленні особистості про те, що вона не має цінності для середовища або, навпаки, середовище не має для неї жодної цінності. Відхід із середовища є очевидним за умови добровільної відмови від радощів життя і присвяченні себе служінню релігії, творчості, науці або ваді. Крайньою формою відходу є самогубство як повна втрата самоцінності у зв'язку з неможливістю оволодіння середовищем.

Таким чином, адаптаційні зміни – це вияви у відповідь на нові умови життєдіяльності тих особистісних властивостей і співвідношень між ними, які раніше були відсутні. Ці зміни не виникли б, якби умови залишалися об'єктивно



стабільними або б такими суб'єктивно сприймалися. Особистісні адаптаційні зміни різні за тривалістю і зворотності. Найчастіше вони охоплюють всю структуру особистості і зачіпають всі рівні особистісної регуляції.

## **1.2. Особистісні трансформації у змінному соціальному середовищі**

Трансформація є феноменом, який все активніше проникає в психологію. Ідею трансформації, еволюційного ускладнення психіки, використовував П. Тейяр де Шарден, досліджуючи феномен людини; трансформаційний підхід стає основою композиційної структури психіки. Отже, взаємодії людини із світом породжують трансформації простих елементів психічної організації в компоненти, які в свою чергу об'єднуються в композиції [5].

Ця лінія перетворення простежується щодо анатомічних і психологічних якостей. Концепція трансформації може використовуватися з метою пояснення змін психології особистості, що адаптується в сучасному навколишньому середовищі. Адаптаційні реакції, стани й поведінка – це єдиний процес трансформації – ускладнення й перетворення. Трансформація демонструє надбання якісно нових способів взаємодії із соціальним, культурним, технологічним і природним середовищем, що змінюється, досягнення особистістю необхідної адаптованості. Адаптованість виявляється не стільки у мірі відповідності особистості вимогам середовища, скільки у діапазоні внутрішніх можливостей перетворювати власні властивості й зовнішні умови. Адаптованою може бути будь-яка людина. Конструктивність обраної стратегії адаптації і повнота реалізації життєвого потенціалу особистості визначається переважно духовною, етичною, ціннісною структурами особистісної регуляції [5].

Помітний імпульс особистісним трансформаціям надають соціальні перетворення, що відбуваються в даний час. Проблема соціальних перетворень в Україні досліджується науковцями в аспекті адаптаційних процесів, процесів самоактуалізації і самореалізації особистості [9; 32; 42; 70; 73].

Т.М Тітаренко припускає, що більшість колишніх радянських людей страждають життєвою некомпетентністю, яка є наслідком багатолітнього тоталітаризму і трансформаційних процесів в суспільстві [87]

Німецький сучасний психолог Ю. Мель – відзначає, що як і в інших посткомуністичних країнах, в Східній Німеччині складність ситуації полягала в тому, що одночасно розпочався шлях від диктатури до демократії, від соціалізму до капіталізму, від організованого суспільства – до суспільства ринкових стосунків, що взаємно посилює труднощі на всіх напрямках соціальних змін. Далі автор на основі даних соціальних опитувань і досвіду психотерапевтичної роботи робить висновок, що жінки колишньої ГДР важче адаптуються до періоду трансформації [цит. за 46].

А.Н. Лактіонов зазначає, що для більшості населення зрушення, що відбуваються, призводять до дискредитації звичних форм поведінки, навичок, умінь – всього того, що в сукупності означає індивідуальний досвід особистості. Ламка старого і труднощі в освоєнні нового досвіду за глибиною та поширеністю є однією з головних проблем сучасної людини. А.Н. Лактіоновим експериментально виявлено низку механізмів психологічної адаптації особистості в умовах швидких історичних перетворень: бімодальність, залученість, конкуренція і загальний негативний зсув». Бімодальність розуміється автором як феномен одночасного ухвалення і несуперечливого утримування двох протилежних думок, установок, позицій. Залученістю автор називає тип трансформації особистісного досвіду в перехідний період, який характеризується високим рівнем ухвалення цінностей старого і нового життя. Конкуренція – це тип трансформації особистісного досвіду, який характеризується прийняттям цінностей або старого, або нового життя. Поняття загального негативного зсуву описує зниження оцінки інших і себе «зараз» в порівнянні з оцінкою себе і інших «раніше» [50].

В ситуаціях соціальних змін історичного масштабу яскраво виявляються фіксовані форми поведінки: від шкідливих звичок, включаючи ригідні стереотипи і до фанатичних ідей і суспільних рухів (комунізм, релігійне

сектантство, екстремізм, тероризм, фашизм, націоналізм, шовінізм тощо). Серед пояснювальних концепцій даного явища, суттєвими в плані дослідження адаптації в умовах перехідного періоду є нейродинамічна, стресогенна і патогенетична концепція. Нейродинамічна концепція пов'язує появу фіксованих форм поведінки із інертністю нервових процесів, особливо із її зростанням за умови стомлення і нервового виснаження. Стресогенна концепція базується на тезі про те, що високий рівень стресу стає причиною, захисту звичного, відомого та недобррозичливого ставлення до нового. Патогенетична концепція враховує, що будь-яка схематизація, будь-яка стереотипізація є невротичний засобом захисту [50].

В умовах перехідного періоду під впливом соціальних деформацій (деформацій економічної, політичної, соціальної систем) виникають соціальні деформації особистості в таких її підсистемах, як: Я-концепція, міжособистісні стосунки, емоційно-вольова саморегуляція, диспозиції, соціальна поведінка, соціальні ролі [14; 29; 35; 36; 59; 69].

Е. Фромм, описуючи типи характеру, що формувалися у людей в ході історичного розвитку капіталізму, виділяє наступні орієнтації цих характерів: рецептивну, експлуататорську, користолобну і ринкову. Е. Фромм підкреслює несхожість ринкової орієнтації на інші типи характерів. Якщо рецептивний, експлуататорський і користолобний тип є формами установок що домінують, то при ринковій орієнтації не розвивається жодного специфічного і перманентного виду стосунків, але сама мінливість установок складає єдину перманентну властивість такої орієнтації. Розвиваються ті властивості, які можна «пустити на продаж». Домінує порожнеча, яку можна швидким чином наповнити бажаною властивістю. Тобто, людина за умови ринкової економіки відчуває себе товаром. Вона не має єдності із собою, як продавець товару не єдності з тим, що він хоче продати [78].

За К. Хорні, в капіталістичній системі конкуренція реалізується не тільки у сфері економіки, вона насичує собою всі області життя, формує позиції презирства до слабких і заздрість до сильних. Виникає феномен подвійної

моралі. З одного боку, успіх викликає у оточуючих захоплення людиною, що його досягла, з іншого – роздратування. Суспільство, яке у якостей моральних цінностей проголошує скромність, альтруїзм, невимогливість приймає успіх як неможливий результат за умови дотримання цих чеснот. У той же час досягнення успіху за будь яку ціну формує у особистості непомірне честолюбство, потребу в мстивому тріумфі [712].

К.А. Абульханова-Славська досліджувала свідомість людей в умовах соціальних змін 90-х років і виявила, що наявність домінування моральних уявлень над всіма іншими. Але уявлення про «порядок» у свідомості пов'язується не з державою, законом, політикою, а із безпосередніми формами стосунків, регульованими совістю, справедливістю, правдою (або їх протилежностями) [цит. за 19].

Уявлення про себе і соціум складаються, на думку К.А. Абульханова-Славської, в чотири типи, залежних від інтерпретації себе і соціуму як суб'єктів або як об'єктів. Перший тип: «Я» – об'єкт, соціум – суб'єкт (пасивні консервативні професіонали, робітники; неадаптовані). Другий тип: «Я» – суб'єкт, суспільство – об'єкт (підприємці; адаптовані). Третій тип: «Я» – об'єкт, соціум – об'єкт» (бюрократи старого гартування, пенсіонери; дезадаптовані). Останній тип «Я» – суб'єкт, соціум – суб'єкт» (студенти і учені). Їх життєва позиція не адаптована тією мірою як наука не адаптована в ринкові стосунки і структури суспільства на даному етапі. Але саме завдяки здібностям до теоретичного мислення, його плюралізму даний тип, зможе не тільки сам адаптуватися до нових умов, але й виконати певну конструктивну роль в суспільстві.

Виділяються основні процеси, з погляду соціальної психології, що властиві масовій свідомості в ситуації нестабільності: а) глобальна ломка усталених соціальних стереотипів; б) зміна системи цінностей; в) криза ідентичності. Самоствердження особистості змінилося у бік більшого прагнення до індивідуалізації, затвердження свого «Я» як унікального конструкта. Існує позитивна кореляція між показниками задоволеності життям і такою стратегією поведінки, як готовність особистості до змін відносно себе [59].

Зміни в психології особистості, що зачіпають всю психічну організацію, всі психічні утворення і рівні, властиві для різних соціальних груп. В межах останнього десятиліття вони виявлені серед підприємців, педагогів, безробітних, емігрантів. При цьому виявляється досить висока «адаптаційна чутливість» особистості. Навіть малопомітні спочатку коливання соціально-психологічного, економічного, політичного або культурного контекстів життя швидко знаходять необхідне віддзеркалення в особистісних виявах. Несподівано висока гнучкість є характерною для окремих особистісних структур, що забезпечують повноту саморозкриття потенційних можливостей в нових умовах соціальної взаємодії.

Високочутливими до макросоціальних процесів виявилися соціальні ролі та функції, ціннісні й смисложиттєві орієнтації, мотиваційні, інтелектуальні, комунікативні і емоційні властивості. Основні особистісні модифікації демонструють перебудову особистісної регуляції [3; 6; 13].

Так, дослідження Е.К. Зав'ялової довели, що соціально-економічні перетворення в нашому суспільстві спричинили особистісні зміни як працюючих, так і непрацюючих жінок. Особистісний портрет жінок періоду 2000 – 2003 років включав товариську, залежність від соціального оточення, середній рівень інтелектуальності, помірну емоційну стійкість, практичність, м'якість, стан внутрішньоособистісного конфлікту. Відмінності між тими жінками, що працювали і тими, що втратили роботу виявлялися переважно у сфері ціннісних орієнтацій. Ті, хто не працював, були більш орієнтовані на конформістські цінності, а не на внутрішні критерії регуляції поведінки. У 2008 – 2010 роках жінки, що працюють демонстрували такі властивості як: прагматичність, самодостатність, соціальну пристосованість. Пріоритети перемістилися у сферу цінностей, що звертали жінок «всередину» себе. Е.К. Зав'ялова пов'язує такі особистісні трансформації з динамікою вимог суспільства до жінки [цит. за 70].

Особистісні адаптаційні зміни в новому культурному середовищі проаналізовані Л.В. Калашніковою на прикладі українських емігрантів. Еміграція як закономірна реальність сучасного життя є явищем із високою мірою

соціальної і життєвої невизначеності Вона передбачає переміщення людини, що має певні адаптаційні програми для певного соціокультурного середовища, в абсолютно інше, а найголовніше, чуже середовище, із іншими, деколи абсолютно незнайомими соціальними, науково-технічними, природними і культурними вимогами. Проблемна ситуації посилюється невизначеністю і маргінальністю соціального становища емігранта. Цим визначається низка специфічних особистісних змін. Серед них домінує виникнення «комплексу іноземця» як стійкого стану, що супроводжується нервово-психічною напругою, відчуттям дискомфорту і незахищеності, страхом перед можливістю нанесення втрати гідності і життєздатності. Відчуття самотності і позитивних емоцій, пов'язаних із спілкуванням є типовими для переживань емігрантів [32].

Особистісні зміни простежуються у делінквентній поведінці, пасивності і небажанні брати участь в політичному, економічному, культурному житті нової країни, у відсутності почуття патріотизму по відношенню до неї та її народу. Можлива агресивність, яка виявляється в злісних жартах, анекдотах і критиці, в порушенні моральних і етичних принципів. Особистісною деформацією визнаються «емігрантський алкоголізм» і суїцидальні спроби. Джерело саморуйнівної поведінки найчастіше перебуває в деформації концепції власного майбутнього як необхідного компоненту конструювання сенсу життя.

Необхідність адаптуватися до нового соціального середовища не тільки спричиняє особистісні зміни, але й сприяє завершенню формування особистості за тим або іншим типом. Так, Н.М. Кологривовою виділено існування двох типів змін особистості комбатів, що брали участь у військовому конфлікті. Нестійкий тип відрізняла низька адаптованість в соціальному середовищі, що пов'язана з порушеннями саморегуляції, неможливістю адекватної оцінки вчинків, своєрідним паралічем волі, який не дозволяв протистояти поганому, часто криміногенному впливу. Такі особистості опинялися залученими в різні асоціальні дії, часто зловживали алкоголем, не були здатні виконувати сімейні обов'язки, батьківські функції. Інший тип зміни особистості відповідав істероїдному типу. Агресивне ставлення до навколишньої дійсності

перетворювалося на панівний регулятор поведінки, взаємостосунків. Такі особи влаштовувалися на роботу в силові структури: охоронні формування, органи внутрішніх справ. Вони були помічені серед учасників міжнаціональних, регіональних конфліктів. Нерідко цілком усвідомлено скоювали карні злочини з метою доведення своєї винятковості [42].

Останнім часом інтенсивне і широке поширення ідей гуманістичної психології посилило інтерес до такого явища, як особистісне зростання. Природно, що виникає питання про співвідношення понять «особистісне зростання» і «адаптивні зміни особистості». Поняття «особистісне зростання» розглядається як особливий спосіб існування, особливу форму вияву життєвого потенціалу людини і результат особливих взаємостосунків людини із самим собою і зовнішнім світом. У ньому фокусується виникнення нового виміру особистості. Особистісне зростання обумовлене переважно існуванням внутрішнього потенціалу саморозкриття, самореалізації і передбачає рух особистості у напрямку відвертості, отримання себе. Збагнення себе дає спроможність людині ставати все більш вільною і відповідальною, автентичною і неповторною, доброзичливою і відкритою, сильною і творчою. Таке внутрішньоособистісне перетворення забезпечує здатність сприймати світ не як загрозу, а як виклик і як заклик до життя [78].

Феномен особистісного зростання досить тісно пов'язаний із адаптацією. Адаптивні зміни особистості, так само як і особистісне зростання, відображає особливий спосіб існування людини; підкреслюють появу того, що було відсутнім раніше або було у латентному стані. Творча адаптивність включена в число інтерперсональних критеріїв особистісного зростання. Основна її суть полягає в готовності особистості відкрито й сміливо зустрічати життєві проблеми, не спрощуючи ситуацію, а використовувати весь свій внутрішній потенціал.

Особистісне зростання – це один з можливих варіантів особистісної адаптації, що відбиває повне саморозкриття особистості. Воно може стати основою суб'єктивної концептуальної моделі потрібного майбутнього із

подальшою самодетермінацією її реалізації. Це може відбутися у тому випадку, особистість здолає межі власного Я, яким би самореалізованим воно не було, і досягне відповідності із загальнолюдськими цінностями. Якщо враховувати, що особистісне зростання – це центрування особистості на собі і кінцева його мета полягає в самоактуалізації, то його навряд чи можна вважати найвищим досягненням особистісної адаптації [90].

Зріла особистість, що перебуває в процесі зростання, сама чинить вибір між негативним і позитивним, між добром і злом, між правдою і брехнею, сама несе відповідальність за зроблений вибір. Проте цей вибір здійснюється переважно в незмінній реальній життєвій ситуації. І хоча навряд чи варто заперечувати орієнтацію особистості на майбутнє, особистісне зростання значною мірою співвіднесене із оволодінням собою і світом в конкретний історичний момент існування відповідно до особистісної зрілості людини. На відміну від особистісного зростання адаптаційна трансформація особистості більшою мірою спровокована змінами зовнішньої реальності і відображає збагнення особистістю того, що для неї є актуальним.

Таким чином, для визнання ефекту ситуацій і висновку щодо міри динамічності особистісних властивостей потрібне експериментальне вивчення трансформацій особистісних властивостей з позиції адаптації особистості в змінному соціальному середовищі, а також вибір відповідної точки відліку, в ролі якої повинні виступати стабільні умови існування. Домінування особистісних властивостей над ситуацією може стати очевиднішою, якщо порівнювати не тільки динаміку окремих виявів, але і структуру особистісних властивостей. Заперечення щодо песимістичної оцінки ролі особистісних властивостей повинне ґрунтуватися на уточненні біологічного і соціального сенсу особистісних змін.

### **1.3. Психологічні аспекти сучасного підприємництва**

Психологічні дослідження підприємництва представлені у зарубіжній психології. У вітчизняній психології цей напрямок тільки розвивається. Основні



поняття цього напрямку досліджень характеризуються дефінітивною неясністю. В літературі співіснує кілька основних категорій, якими оперують дослідники: «підприємець», «підприємництво», «підприємницька діяльність».

Уперше поняття «підприємець» використав Р. Кантільона, який позначив підприємця як людину, що купує товари за визначеною, фіксованою ціною, не знаючи, за якою ціною вона зможе реалізувати цю продукцію. Р. Кантільон зазначає, що ризик є відмітною рисою особистості підприємця. Автор виокремив такі типи підприємців як: «купці», «ремісники», «фермери», «розбійники» та «особи з невизначеним заробітком». Р. Кантільон вважав підприємця сполучною ланкою ринку між виробниками і споживачами [цит. за 1].

В. Зомбарт підкреслював, що підприємець повинен мати прагнення і бажання до зростання власної справи, вміти впливати на людей, бути готовим ризикувати, мати впевненість, ощадливість, старанність, прагнути до збільшення прибутку. В. Зомбарт виокремлював такі типи підприємців як: «промисловець», «купець» і «фінансист» [цит. за 1].

Й. Шумпетер трактує підприємців як особливий тип людей, що схильні до інновацій. Підприємець – це людина, яка активно займається підприємницькою діяльністю, прагне використовувати найефективніше комбінації чинників виробництва для отримання прибутку, унаслідок чого виникають інновації. Автор виокремив чотири функції підприємців: постійно вдосконалення свого професіоналізму; виділення першочергових проблем свого бізнесу; шлях вперед, не лякаючись невизначеності й опору; підкорення собі інших [цит. за 15].

Дослідники пропонують психологічний портрет підприємця як особливого типу особистості: сильна нервова система, агресивність, висока мотивація досягнення, активність, товариськість, комунікабельність, гнучкість, висока самооцінка [7; 17; 33].

О.М. Кашуба дає збалансоване визначення поняття «підприємець», яке базується на врахуванні психологічних особливостей та економічній поведінці. За О.М. Кашубою, підприємець – це людина, яка самостійно на свій ризик здійснює господарську діяльність з метою підвищення рівня своєї особистої

свободи за рахунок здобуття матеріальної незалежності внаслідок отримання максимальних доходів від цієї діяльності. Отже, підприємець – це та персона, яка використовує прибуток для особистого збагачення з метою просування каналом вертикальної соціальної мобільності [34].

Деякі автори розглядають цей феномен як співіснуючий з поняттям «підприємницької діяльності». А.С. Дядін визначає підприємництво як діяльність, спрямовану на створення підприємства і орієнтовану на отримання прибутку [25]. Г.В. Гнускіна пропонує таке формулювання: підприємництво – це особливий вид господарської діяльності, спрямованої стимулювання й задоволення попиту суспільства на конкретні потреби його членів за допомогою ринкового обміну. Автор підкреслює, що підприємництво має таку властивість, як новаторство, що призводить до порушення ринкової рівноваги, яку бізнес використовує для своєї діяльності [19].

У вітчизняній науці підприємництво розуміється як результат діяльності суб'єктів господарювання, які здатні реорганізувати економічне життя суспільства на засадах більшої господарської доцільності. У якості атрибутів підприємництва називаються мотив дії як мотив збагачення; механізм дії як інвестування в певній сфері економічної діяльності; ризик як невпевненість в прийнятих рішеннях і покритті наявних витрат.

Отже, у визначеннях підприємництва сучасними авторами підкреслюється, що це ініціативна діяльність, яка пов'язана із організацією ресурсів з метою отримання прибутку від виробництва або продажу товарів, надання послуг, а також отриманням вигоди для особи, що її здійснює. Ця діяльність пов'язана з ризиком втрати. Отже, підприємництво можна розглядати як сукупність економічних функцій та психологічного типу суб'єкта підприємницької активності.

Дослідники розглядають підприємництво як вид професійної діяльності. Предметом праці підприємця є капітал, який вкладено в конкретну справу. Підприємництво як вид професійної діяльності має місце тоді, коли його суб'єкти використовують власний капітал професійно. Отже, підприємництво – це

професійна діяльність, спрямована на відтворення власного капіталу з метою отримання власного прибутку. Ця діяльність здійснюється безвідносно до будь-якої конкретної сфери матеріального чи духовного виробництва. На думку авторів, підприємництво може бути визначено як соціально-технологічний механізм, створений суспільством для використання капіталу, як предмета праці; як знаряддя виробництва задля забезпечення функціонування і розширеного відтворення приватної власності [37; 38; 39].

Підприємництво як різновид професійної діяльності розглядається в працях багатьох науковців. Вони визначають підприємницьку діяльність як здійснення організаційної інновації з метою отримання прибутку. Необхідними елементами такої організаційної інновації є: організаційна дія, ініціювання змін, грошовий дохід як мета і критерій успіху. Автори підкреслюють, що будь-яка діяльність спочатку постає як нормативно схвалювана діяльності, але в процесі засвоєння професії людина перетворює нормативний спосіб діяльності на індивідуальний спосіб діяльності. Внутрішнім чинником оволодіння професією, пов'язаною із підприємницькою діяльністю є формування психологічної системи діяльності. Отже, підприємці це самозайняті працівники або бізнес-власники менеджерів. Вони поєднують професійну діяльність у певній галузі, якості контролю та управління бізнесом [41; 49; 95; 96].

До структури підприємницької діяльності входять мета як майбутні результати, на досягнення яких спрямована діяльність; предмет, зміна якого можлива для досягнення мети; знання про предмет; способи та засоби досягнення мети; умови діяльності. Одиницею підприємницької діяльності виступає дія. Включають до складу підприємницької діяльності мету, мотив, планування, переробку поточної інформації, прийняття рішень, професійні дії, перевірку результатів та їх корекцію. Звертається увага на системні утворення діяльності: система потреб, система предметів, система мотивів, система цілей, система умов досягнення цілей, система дій, система результатів. Найважливішими у структурі підприємницької діяльності визначаються мотиви, які мають спонукальну силу. Отже, підприємницька діяльність має таку

психологічну структуру: потреби, мотиви, цілі, предмет, процес, дії, результат діяльності [24].

На основі аналізу різних підходів до феномену підприємництва можна зробити висновок, що підприємництво – це специфічний спосіб життя, а не просто професія. Підприємець – це носій цього способу життя, цілісна особистісна система.

Підхід до аналізу підприємництва як способу реалізації особистісного потенціалу особистості може бути позначений як суб'єктний. У межах цієї дослідницької традиції проблема підприємництва розглядається не з точки зору структури професійної діяльності, а з позиції структури особистості, яка дозволяє людині продукувати та здійснювати інновації в економічній сфері, спираючись тільки на свої сили. У вітчизняній психології останніми роками також посилюється тенденція вивчення людини як суб'єкта своєї діяльності, характеру суб'єктивної активності людини. Ці тенденції знаходять своє відображення таких поняттях, як: вільна, самостійна, автономна, ініціативна, творча тощо. Суб'єктність виступає як найважливіша із системних якостей якості людини, як здатність «бути творцем своєї історії». Носієм суб'єктності є суб'єкт як особа, що здатна до вибору типу діяльності, конкретної ролі для себе серед інших суб'єктів, до вироблення власних цілей та засобів їх досягнення [18; 20; 26; 40; 62; 99].

Визначення підприємництва з погляду суб'єктного підходу, передбачає реалізацію в економічній сфері діяльності особистої суб'єктності, здатності до самодетермінації в економічній сфері і реалізується в таких параметрах підприємницької діяльності, як: зміст, цільова функція, мотиваційний регулятор, принципи функціонування, особливості суб'єкта. Зміст підприємницької діяльності з погляду суб'єктного підходу – це інноваційного й комбінаційного процесів. До них належать: реформування виробництва шляхом комбінацій чинників і впровадження інновацій; пошук нових можливостей шляхом комбінації своїх здібностей і знань про ринкову ситуацію; стратегічна орієнтація на можливу потенційну прибутковість справи; створення нових ресурсів та

споживчих благ; творче узгодження потреб з виробничими ресурсами; узгодження інтересів споживачів з отриманням прибутку [55; 57; 65; 98].

Як підкреслює В.В. Москаленко, основною цільовою функцією підприємницької діяльності є досягнення високого економічного результату. Мотиваційним регулятором підприємницької діяльності виступає підтримка балансу між виграшем і ризиком, що пов'язується із домінуванням цільової настанови на прибуток; непередбачуваністю підсумків інноваційних процесів; участю в бізнесі особистого капіталу; з повною свободою дій і відповідальністю перед собою. Провідним принципом функціонування підприємницької діяльності є автономність, що має наступні ознаки: самостійне прийняття рішень; нерозривність рішення й дії; переважання інтуїтивної основи в прийнятті рішень; прагнення до особистого контролю над ситуацією; низька тривожність; переважання «внутрішнього локусу контролю»; висока потреба в особистих досягненнях [67].

На думку О.А. Сердюк, дослідження особистості підприємця передбачає вивчення як інтрапсихологічних чинників підприємництва, так і його інтерпсихологічних характеристик. До основних інтрапсихологічних характеристик, що впливають на формування особистості підприємця належать: мотиваційні характеристики, інтернальність локусу контролю, схильність до ризику та інноваційність [84].

Серед теорій мотивації, що використовуються стосовно аналізу особистості підприємця найбільше значення мають два напрями: мотиваційно-когнітивна теорія потреби досягнення і психоаналітична теорія мотивації підприємницької діяльності. Першим психологічним дослідженням особистості підприємця вважається дослідження мотивації досягнення бізнесменів Д.С. Мак-Клелланда. Він визначив основні особливості підприємця, як особистості яка має високою мотивацією досягнення. Портрет особистості підприємця за складається із наступних властивостей: відповідальність за результат діяльності, постановку цілей, власні зусилля; пошук негайного зворотного зв'язку щодо результатів діяльності; надання переваги рішенням, що

включають середній рівень ризику (гра випадку, гарантований успіх є нецікавими); обтяжливість рутинної роботи; надання більших переваг експертам, ніж партнерам по бізнесу; важливість прибутку у його грошовому вираженні як міра успіху. Підприємці повинні мати високий коефіцієнт мотивації досягнення, тобто прагнути бути особисто відповідальними за вирішення проблем, постановку цілей і досягнення цих цілей власними силами [цит. за 82].

Кетс-де-Вріз запропонував «реактивну модель» мотиваційних характеристик підприємця. У межах цієї моделі підприємець розглядається як девіантний психологічний тип з низькою терпимістю до фрустрації й напруження, з низьким обсягом уваги, що прагне негайного виграшу й задоволення. Основною рушійною силою підприємницької діяльності є бажання створити організаційну структуру, яка буде повністю контролюватися підприємцем. Даний стиль поведінки демонструє ідентифікацію з агресором: підприємець прагне маніпулювати сам, сприймаючи ці дії як вид захисної реакції проти авторитетів. Саме тому символом успіху підприємців є створена ними фірма, як структура, але не прибуток. Підприємство – це демонстрація здатності підприємця створювати нову реальність, що символізує здатність компенсувати фрустрації дитинства» [цит. за 91].

Як слушно зауважує Г.С. Яновська, модель Мак-Клелланда передбачає трансформацію цілей завдяки підвищенню рівня домагань, а модель Кетс де Вріза описує підприємця з позицій гомеостатичного варіанта адаптивності, оскільки основною тенденцією діяльності є редукація напруження, пов'язаного з несвідомими фрустраціями. Існують інші дослідження, у яких індивідуальні відмінності підприємців були позитивно пов'язані з первісною психопатією, яка розглядалася як недостатність моральної відповідальності, черствістю й відсутністю провини, які стають інструментами для досягнення власних цілей [93].

Вивчення психологічних характеристик підприємця було пов'язані також з теорією локусу контролю Дж. Роттера. Було підтверджено гіпотезу про

інтернальний тип локусу контролю в підприємців. Крім цього, було з'ясовано, що інтернально орієнтований підприємець є більш активним ніж екстернал. Деякі автори зазначають що, люди, які стають на шлях самозайнятості, демонструють інтернальний локус контролю більшою мірою у порівнянні з тими, які працюють в некорпоративному бізнесі. Установлено також, що, локус контролю залежить від стажу підприємницької діяльності. Так підприємці, які щойно розпочинають підприємницьку діяльність, мають нижчі показники за інтернальністю. Але інші дослідники наполягають на тому, що інтернальний локус контролю є однією з рис особистості, яка найкращим чином передбачає рішення щодо вступу в підприємницьку діяльність [72; 92].

Параметр ризику визнається у якості невід'ємного атрибуту особистості підприємця. Підприємницька функція, на думку багатьох дослідників, спочатку містить вимірювання ризику й прийняття ризику. Важливі моменти в прийнятті рішення стати підприємцем включають у себе розуміння ступеня ризику й розуміння можливості невдачі. Стаючи підприємцем, індивід ризикує своїм фінансовим добробутом, можливостями кар'єри, сімейними стосунками тощо. Невдача в організації підприємства стає згодом невдачею індивідуальною і, таким чином, може мати серйозні емоційні наслідки руйнівного характеру. Підприємницький ризик має такі складові: загальна схильність до ризику підприємця; розуміння підприємцем можливості невдачі власного підприємства; розуміння наслідків невдач [75]

Дослідники підкреслюють, що підприємці активно діють лише в ситуаціях суб'єктивно низького ризику, коли вони сприймають себе як таких, що володіють ситуацією, є впевненими в тому, що мають достатнє вміння, щоб упоратися з проблемами, тобто певну «ілюзію контролю». Обґрунтованість такої ілюзії контролю визначається характером суб'єктивного сприйняття оточуючих умов і особистих здібностей підприємця. Існує й інша точка зору, яка полягає в тому, що підприємці взагалі не ризикують своїм власним фінансовим станом – це прерогатива інвестора. Підприємець ризикує тільки часом. Таким чином, не надає однозначних результатів, які дозволили б зафіксувати список

підприємницьких психологічних рис [72; 94; 100]

Сучасні дослідження цінностей підприємців визначили, що існують спільні риси та відмінні цінності різних підприємців. Автори встановили, що деякі основні цінності чітко залежать від культурної належності підприємця, але водночас підприємці мають основні цінності незалежно від культурного походження [17; 27; 40].

Існують суттєві відмінності в цінностях сучасних підприємців порівняно з традиційно обговорюваними цінностями суперництва, незалежності, креативності та сміливості. Підприємець демонструє суттєву значущість цінності «індивідуалізму», яка збігається з незалежністю. Також дані цього дослідження суперечать уявленням, що підприємці розпочинають власну справу, керуючись матеріальними цінностями. У досліджуваній вибірці було встановлено цінності «втілення задуму» (що є близькими до креативності) та досягнення власної незалежності. Інші ж автори зазначають, що провідною цінністю й досі залишається можливість отримати дохід, навіть коли потенційний підприємець успадковує батьківське багатство, а взагалі підприємництво як феномен передається між поколіннями [58; 63; 97].

Отже, ціннісні орієнтації підприємців залежать від підприємницької ідеології бізнесу, яка є відмінною від ідеології інших господарських суб'єктів.

У дослідженні А.С. Лоза була виявлена ієрархія ціннісних орієнтацій підприємців на пострадянському просторі, їх ставлення до багатства як цінності. Серед чоловіків-підприємців було відокремлено різні психологічні типи ставлення до багатства. Панівними є дві групи бізнесменів: ті, хто відзначає позитивний вплив останнього на власну особистість, і ті, хто прагне його не помічати. Виявлена в дослідженні суперечлива «внутрішня картина» багатства й несформованість ціннісних настанов підприємців пов'язана, на думку А.Є. Чірікової, з невідповідністю до нового сприйняття життя багатих людей. Жінки-підприємці менш невротично оцінюють вплив грошей на власне життя і мають більш визначені особистісні стратегії щодо внутрішнього переживання грошей порівняно з чоловіками. Гроші більшість підприємниць розглядають як



«можливість допомогти найближчому оточенню реалізувати себе», можливість «творити себе» і нові можливості для повсякденного життя, передусім по лінії відпочинку та рекреації. Серед бажаних каналів витрачання грошей жінки називають: вклади в майбутнє, в облаштування простору життя, в освіту й виховання дітей, у рекреацію, відпочинок, здоров'я. Також було виявлено ієрархію ціннісно-мотиваційних орієнтацій жінок-підприємниць. На вершині піраміди розташовані самореалізація та інтерес як можливість перевірити власні сили, далі «матеріальна надійність», «турбота про тих, хто поруч», «професійне зростання» і «самоствердження». Низький рейтинг самоствердження як регулятора діяльності, кар'єрних устремлінь свідчить, на думку автора, про специфічну, унікальну ціннісно-мотиваційну структуру жіночого підприємництва на пострадянському просторі порівняно з даними, отриманими в зарубіжних дослідженнях [58].

На основі аналізу суб'єктних концепцій В.В. Москаленко доходить до висновку, що підприємець реалізує в економічній сфері діяльності специфічну системну якість особистості – особистісну суб'єктність, здатність до самодетермінації в економічній сфері, і це розкривається в таких параметрах, як зміст, цільова функція, мотиваційний регулятор, основний принцип функціонування, особливості особистості. Але проаналізовані підходи та результати дослідження є сфокусованими на якійсь одній якості або сфері особистості, яка розглядається як провідна в становленні та функціонування особистості підприємця. Але вони не надають можливості для створення цілісної картини щодо чинників, які є вирішальними, а неоднозначність даних залишає багато питань відкритими або дискусійними [68].

Таким чином, підприємництво розглядається як одна з форм активного пристосування суспільства в цілому до глибоких змін в соціальній і економічній сферах. Найбільш заповзятливі, тобто ті, хто знаходить можливості змінити себе, своє ставлення до того, що відбувається, хто одними з перших прагнуть активно пристосуватися до вимог нової ринкової ситуації, до нових суспільних і господарських стосунків. Саме із них формується нова соціальна група –

підприємці. Активна стратегія адаптації підприємців визначається наявністю підприємницького потенціалу. Підприємницький потенціал – це фактично потенціал активної адаптації, який розширює можливості життя й діяльності людини в ринкових умовах, розширює межі самореалізації. Реалізація підприємницького потенціалу дозволяє не тільки досягати відповідності вимогам об'єктивної реальності, але і пристосовувати до себе зовнішні умови і набувати додаткової свободи й незалежності від випадкових обставин.

Підприємницька діяльність пред'являє особливі вимоги до адаптаційних можливостей особистості. Особи, що успішно займаються бізнесом, можуть бути віднесені до категорії соціально адаптованих. Демонструючи активну стратегію адаптації, орієнтовану на саморозкриття, підприємці максимально використовують свої особистісні особливості.

### **Висновки до розділу 1**

Адаптаційна трансформація властивостей особистості виявляється у зміні діапазону вияву психологічних особистісних властивостей, в перетворенні їх структури та перерозподілі домінант регуляторної активності. Це дає підстави для припущення щодо виникнення в процесі адаптації нового психологічного типу особистості. Поява нових якостей може бути спричинена виведення їх із латентного стану. Змінені умови можуть створювати можливості для вияву нової властивості. Останнім часом намітилася тенденція до визнання підприємництва однієї з форм адаптації суспільства до глибинних змін у соціальній і економічній сферах.

Для вітчизняного підприємництва характерними рисами є динамічність, мобільність, багатоплановість. Існування й розвиток бізнесу за умови постійної та і жорстокої конкуренції, що посилює невизначеність виживання підприємства, висока ймовірність краху, ставлять його в ситуацію постійного оперативного вибору та необхідності передбачення кінцевого результату. Підприємницьку діяльність відрізняє високий ступінь персоніфікації, глибокий зв'язок цілей, засобів і результату із власним Я людини, підприємця. Як жодна інша діяльність,

підприємництво залежить від активності й ініціативи людини, її власних рішень. Появу, розвиток і згасання справи здебільшого ініціює людина, що несе особистісну й майнову відповідальність. Додаткове напруження створює особистісна значущість успіху. Якщо враховувати, що бізнесмен повинен ухвалювати рішення достатньо швидко, то можна говорити про екстремальні умови і зміст цієї діяльності. Отже, підприємницька діяльність висуває особливі вимоги до адаптаційних можливостей особистості.

## **РОЗДІЛ 2. РЕЗУЛЬТАТИ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ АДАПТАЦІЙНОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

### **2.1. Методи і процедура експериментального дослідження**

Мета дослідження: емпіричним шляхом визначити характеристики адаптаційних трансформацій психологічних властивостей особистості в підприємницькій діяльності.

В процесі дослідження було висунуто припущення про те, що в процесі підприємницької діяльності психічна структура особистості зазнає адаптивних трансформацій; змін зазнають образ «Я», ціннісні орієнтації, особистісні властивості.

Відповідно до поставленої мети у дослідженні розв'язуються наступні завдання:

- 1) з'ясувати особливості вияву психологічних властивостей особистості підприємців: образ «Я», ціннісні орієнтації, особистісні властивості;
- 2) дослідити відмінності властивостей особистості підприємців із різним стажем підприємницької діяльності;
- 3) визначити адаптивні трансформації психічної структури особистості в процесі підприємницької діяльності;
- 4) розробити програму оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця.

Методи дослідження: для реалізації дослідницької мети було застосовано комплекс теоретичних (аналіз наукової літератури з метою уточнення змісту основних понять, узагальнення та систематизації досліджень); емпіричних (бесіда, спостереження, констатувальний експеримент); статистичних методів кількісної та якісної обробки результатів дослідження. Психодіагностичний метод представлений методикою діагностики Я образу М. Куна і

Т. Макпартленда, методикою виявлення ціннісних орієнтацій Р. Рокича, методикою діагностики рівня співвідношення «цінності» та «доступності» О.Б. Фанталової, багатофакторним опитувальником діагностики інтелектуальних, емоційних, регуляторних, комунікативних властивостей особистості Р. Кетелла 16 PF (версія А).

З метою діагностики образу «Я» підприємців використовувалася методика «Двадцять тверджень», або «Хто я?» М. Куна і Т. Макпартленда [30]. Тест М. Куна і Т. Макпартленда був створений для вивчення установок індивіда на себе. Тест являє собою вільні самоописи з наступною контент-аналітичною обробкою. Випробуванним пропонується 20 разів відповісти в письмовій формі на запитання «Хто я?». На виконання тесту відводиться 12 хв. Обробка відповідей за методикою «Хто я?» включає в себе кількісний і якісний аналіз отриманих даних. Інструкція: «Нижче на сторінці ви бачите 20 пронумерованих порожніх лінійок. Будьте ласкаві, напишіть на кожній з них відповідь на просте запитання «Хто я?». Напишіть просто 20 різних відповідей на це питання. Відповідайте так, як ніби ви відповідаєте самому собі, а не комусь іншому. Розташовуйте відповіді в тому порядку, в якому вони приходять вам в голову, не розмірковують щодо їх логічності або важливості. Пишіть швидко, оскільки ваш час обмежений».

Обробка відповідей здійснюється методом контент-аналізу.

В основі створення тесту лежить припущення, що людську поведінку організовують і спрямовують наявні установки на самого себе. Автори тесту виходять з того, що питання «Хто я?» є питанням, яке пов'язано з тим, з чим себе ідентифікує індивід, тобто з соціальним статусом і тими рисами, які пов'язуються з цим статусом. Прохання повідомляти подібні характеристики так, «як ніби він відповідає лише самому собі», спрямовано на виявлення його загальних установок на самого себе, а не окремих специфічних установок, які можуть штучно пов'язуватися з тестовою ситуацією. Вимога тесту дати двадцять висловлювань, пов'язаних з власною ідентичністю, виходить з визнання дослідниками багатоаспектної природи індивідуальних статусів.

Дослідники вважають, що твердження методики визначають «особистісне Я» як певну інтеріоризацію індивідуальної позиції в соціальній системі, а порядок відповідей респондента відображає моделі «Я-концепції». Такий теоретичний підхід дає підстави припускати, що відмінності в ідентифікації «особистісного Я» є еквівалентними відмінностям в тому, як індивіди в суспільстві пов'язують свою долю з низкою можливих референтних груп. На думку авторів, дані, отримані за допомогою тесту повністю підтверджують, що люди організовують і спрямовують свою поведінку відповідно до їх суб'єктивно визначених ідентифікацій.

Методика «Ціннісні орієнтації» розроблена М. Рокичем як тест особистості, спрямований на вивчення ціннісно-мотиваційної сфери людини [64]. Система ціннісних орієнтацій визначає змістовну сторону спрямованості особистості, складає основу її ставлення до навколишнього світу, основу світогляду, ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції, філософії життя.

Обстеження краще проводити індивідуально, але можливо і групове тестування. Респонденту пред'явлені два списки цінностей (18 у кожному списку) або на картках. У списках випробуваний присвоює кожній цінності ранговий номер, а картки розкладає за порядком значущості. Остання форма подачі матеріалу дає більш надійні результати. Спочатку пред'являється набір термінальних, а потім набір інструментальних цінностей.

Інструкція до тесту: «Зараз Вам буде пред'явлений набір з 18 карток з позначенням цінностей. Ваше завдання – розкласти їх по порядку значимості для Вас як принципів, якими Ви керуєтеся у Вашому житті. Уважно вивчіть таблицю і, вибравши ту цінність, яка для Вас найбільш значима, помістіть її на перше місце. Потім виберіть другу за значимістю цінність і помістіть її слідом за першою. Потім виконайте те ж з усіма цінностями. Найменш важлива цінність займе 18 місце. Розробіть не поспішаючи, вдумливо. Кінцевий результат повинен відбивати Вашу справжню позицію».

Аналізуючи ієрархію цінностей, слід звернути увагу на їх угруповання випробуваням у змістовні блоки за різними підставами. Так, наприклад, виділяються «конкретні» і «абстрактні» цінності, цінності професійної самореалізації й особистого життя. Інструментальні цінності можуть групуватися в етичні цінності, цінності спілкування, цінності справи; індивідуалістичні і конформістські цінності, альтруїстичні цінності; цінності самоствердження і цінності прийняття інших. Якщо не вдається виявити жодної закономірності, можна припустити несформованість у респондента системи цінностей або навіть нещирість відповідей.

Методика О. Фанталової спрямована на діагностику рівня співвідношення «цінності» та «доступності» у різних життєвих сферах, а також на виявлення внутрішньо-особистісного конфлікту або душевної порожнечі, що викликані розбіжностями бажаного та дійсного [80]. Стимульним матеріалом у методиці є список із одинадцяти цінностей: «здоров'я», «власний престиж», «кохання», «матеріально-забезпечене життя», «наявність хороших та вірних друзів», «впевненість у собі», «розвиток себе», «свобода», «щасливе сімейне життя», «творчість». Пропонувалося двічі провести попарне порівняння (попарне ранжирування) цінностей: перший раз за ступенем значущості цінності і другий раз за ступенем доступності цих же цінностей. Потім підраховується коефіцієнт дисоціації за кожною з одинадцяти цінностей. У підсумку визначається інтегральний показник, який дорівнює сумі розбіжності за модулем всіх одинадцяти цінностей.

На повну відсутність розбіжності в мотиваційній сфері вказує 0 балів, тобто цінне одне і теж, що і доступне, і, навпаки, доступне – одне і теж, що цінне. 11 балів – це повний незбіг цінного і доступного в даній сфері, що відповідає суб'єктивній формулі: «те, що для мене цінне, я не маю, а те, що в мене є, мені не потрібно». Значний розрив між показниками «цінність» і «доступність» ( $Ц > Д$ ) вказує на наявність внутрішнього конфлікту в тій чи іншій сфері. Випадок  $Д > Ц$  означає відсутність спонукань або є індикатором внутрішнього вакууму.

Інтегральний (сумарний) показник «цінність – доступність» (R), у свою чергу, свідчить про глибину не завжди усвідомленого стану залучення особистості у власні внутрішні конфлікти, про рівень внутрішньо особистісної незадоволеності, дискомфорту.

Стандартизований багатофакторний особистісний опитувальник Р. Кетелла 16 PF (версія А) складається з 187 питань та оцінює особу за 16 факторами [30].

Фактор А. Товариськість (А+). Замкнутість (А-). «А+»: яскравість емоційних проявів, невимушеність поведінки, готовність до співпраці, доброта, сердечність; «А-»: формальні у контактах, цураються людей, намагаються працювати у самоті, не ідуть на компроміси, недостатньо гнучкі.

Фактор В: Високий інтелект (В+). Низький інтелект (В-). «В+»: мають високим рівень інтелектуального розвитку, швидко схоплюють нове, швидко навчаються; «В-»: схильні до повільного навчання, важко засвоюють нові поняття, все розуміють буквально і конкретно;

Фактор С. Емоційна стійкість (С+). Емоційна нестійкість (С-). «С+»: емоційна стабільний, спокійний, зрілий, впевнений, не боїться складних ситуацій; «С-»: емоційна нестабільний, невпевнений, нетерплячий, дратівливий, схильний до стурбованості, відкладає вирішення складних питань, тривожний.

Фактор Е. Домінантність (Е+). Підпорядкованість (Е-). «Е+»: незалежний, самовпевнений, твердий, непоступливий, береться керувати, лідер, сам собі «закон»; «Е-»: м'який, поступливий, залежний, лагідний, легко потрапляє у залежність, уникає ролі лідера, підкоряється.

Фактор F. Експресивність (F+). Стриманість (F-). «F+»: безпечний, безтурботний, імпульсивний, балакучий, веселий, радісний, живий, готовий реагувати, виявляти почуття; «F-»: стурбований, серйозний, поглиблений у собі, стурбовано-задумливий, песиміст, стриманий, розважливий.

Фактор G. Висока моральна нормативність (G+). Низька моральна нормативність (G-). «G+»: свідомий, витриманий, рішучий, відповідальний, ґрунтовний, наполегливий у досягненні мети, сила «супер-ЕГО»; «G-»:



безпринципний, недбалий, легковажний, ненадійний, непостійний, легко здається, зіткнувшись із труднощами, із претензіями, не пов'язує себе правилами.

Фактор Н. Сміливість (Н+). Боязкість (Н-). «Н+»: несприйнятливий до загрози, сміливість, потяг до ризику та гострих почуттів, авантюрист, реактивний, бадьорий; «Н-»: мають чутливу нервову систему, що визначає їх гостру реакцію на будь-яку загрозу сором'язливі, нерішучі.

Фактор І. Чутливість (І+). Жорсткість (І-). «І+»: чуттєвий, сентиментальний, з розвиненими естетичними потребами, який співчуває та шукає співчуття в інших, привітний, що вимагає уваги інших, іпохондрик, боязкий; «І-»: реаліст, сподівається на себе, бере на себе відповідальність, суворий, жорсткий, самостійний, буває цинічний, нечутливий до свого фізичного стану, скептик.

Фактор L. Підозрілість (L+). Довірливість (L-). «L+»: ревнивий, замкнений, задумливий, твердий, подразливий, зайве зарозумілий, спрямований на «себе», незалежний; «L-»: довірливий, дружній, прямодушний, відкритий, кмітливий, поблажливий, спокійний, добродушний, не заздрисний, вмє жити з людьми

Фактор М. Мрійливість (M+). Практичність (M-). «M+»: мрійливий, заглиблений у себе, цікавиться наукою, сенсом життя, безпорадний у практичних справах, переважно веселий; «M-»: практичний, інтереси звужені на безпосередній успіх, реалістичний, господарський, орієнтований загальноприйнятні норми, приділяє увагу дрібницям.

Фактор N. Гнучкість поведінки (N+). Прямолінійність (N-). «N+»: вишукано-витончений, рафінований, високий рівень самоконтролю, естетично розбірливий, світський, розуміє себе, розуміє інших, честолюбний, дещо невпевнений; «N-»: простий без «блиску», відкритий, гарячий, спонтанний у поведінці, простий смак, відсутній самоаналіз, не аналізує мотиви поведінки інших, задоволений тим, що має.

Фактор Q. Тривожність (Q+). Спокій (Q-). «Q+»: боязкий, невпевнений, тривожний, стурбований, депресивний, чуйний, легко впадає в розгубленість,

сильне почуття обов'язку; «Q–»: спокійний, вірить у себе, впертий, бачить сенс у доцільності, неохайний, безстрашний, живе простими справами, нечутливий до думки себе.

Чинник Q1. Радикалізм (Q1+). Консерватизм (Q1–). «Q1+»: радикалізм, скептицизм, прагнення переглянути існуючі принципи, схильність до експериментування та нововведень; «Q1–»: консерватизм, прагнення підтримки встановлених понять, норм, принципів, традицій, сумніви у нових ідеях, заперечення необхідності змін.

Чинник Q2. Самостійність (Q2+). Конформізм (Q2–). «Q2+»: віддає перевагу власній думці, незалежний у поглядах, прагне самостійних рішень і дій; «Q2–»: залежний від групи, високий рівень конформізму; залежний від чужої думки, надає перевагу ухваленню рішення разом з іншими людьми, орієнтований на соціальне схвалення.

Фактор Q3. Високий самоконтроль (Q3+). Низький самоконтроль (Q3–). «Q3+»: організованість, контроль емоцій і поведінки, планованість, наполегливість, усвідомлення соціальних вимог, їх ретельне виконання; «Q3–»: слабка воля і поганий самоконтроль, невпорядкована, хаотична діяльність.

Фактор Q4. Напруженість (Q4+). Розслабленість (Q4–). «Q4+»: напруженість, збудження, активне незадоволення прагнень, емоційна невірноваженість, дратівливість, нетерплячість; «Q4–»: слабкість або відсутність прагнень і бажань, байдужість до успіхів і невдач.

Підраховані сирі бали за допомогою таблиці стандартизації переводяться в стандартні бали (стени) десятибальної шкали з мінімальним значенням 0, максимальним – 10 і середнім – 5,5 стени. Стени 5 і 6 – середня міра вияву вимірюваної якості, 4 і 7 – дещо відхиленими від середнього рівня, відповідно нижче та вище, 2, 3 та 8, 9 – значно відхиленими, а 1 та 10 – крайніми випадками.

Таким чином, кожний фактор має двополосну структуру; високі (+) і низькі (–) оцінки за фактором характеризують певні особистісні риси, притаманні обстежуваному. Ці характеристики набувають конкретності тільки з урахуванням враження, яке справляє обстежуваний, і відомостей про нього.

З метою визначення значущості відмінностей між показниками двох вибірок використовувався  $t$  критерій Стьюдента [4].

Вибірку досліджуваних склали дві групи: група підприємців у кількості 25 осіб, що займаються бізнесом протягом 1-2 роки (група А) і група підприємців у кількості 25 осіб, що займаються бізнесом протягом 10-15 років (група Б). Особи чоловічої і жіночої статі представлені у вибірках рівномірно. Дослідження проводилося протягом 2022 – 2023 років на базі Товариства з обмеженою відповідальністю «Перша Дорожньо-будівельна Компанія», Товариства з обмеженою відповідальністю «Славдорстрой».

Застосування даних методів психології і математичної статистики дозволяє в повній мірі зробити перевірку гіпотези і реалізувати задачі дослідження.

## **2.2. Змістовні характеристики «Я» образу підприємців**

За методикою М. Куна і Т. Мак Партленда оцінювалися самохарактеристики респондентів за блоками: загальна кількість відповідей, фізичне «Я», соціальне «Я», рефлексивне «Я», трансцендентне «Я».

Показники «Я» образу підприємців за методикою М. Куна і Т. Мак Партленда представлені в таблиці 2.1. Якісний аналіз категорій вербальної самопрезентації підприємців (таблиця 2.1) обох груп дозволив встановити: використання приблизно однакової кількості слів для самоопису (в середньому 16,00 і 15,00 слова відповідно).

Встановлено використання приблизно однакової кількості займенника «я», що відображає схильність до егоцентризму (в середньому 3,04 і 3,02 разу відповідно).

За шкалою фізичного «Я» підприємці групи Б і групи А майже не відрізняються. Змістовний аналіз показав, що досвідчені підприємці досить часто (75%) згадували серед фізичних самохарактеристик слова «добре здоров'я». Також треба сказати, що вони, в основному, згадували позитивні характеристики фізичного «Я», наприклад: «красивий», «стрункий», «молодий»; у

групі А позитивні та негативні самоописи зустрічалися в рівній мірі. Очевидно, що людина зовні виглядає у певних аспектах добре, а в певних – не дуже; ідеальні фізичні параметри зустрічаються вкрай рідно. Подібна розбіжність самоописів і реальної зовнішності дозволяє стверджувати, що в осіб, які займаються тривалий час бізнесом, які мають досягнення у самореалізації самооцінка у сфері фізичного «Я» носить дещо завищений характер.

Таблиця 2.1

**Показники «Я» образу підприємців за методикою М. Куна і Т. Мак Партленда**

«Я» образи	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)	Критерій Ст'юдента
Загальна кількість відповідей	15,89	14,84	-
Фізичне «Я»	1,19	1,74	-
Соціальне «Я»	2,67	3,74	0,05
Рефлексивне «Я»	9,82	6,17	0,05
Трансцендентне «Я»	2,21	2,19	-

За параметрами соціального «Я» респонденти групи В сильно відрізняється від респондентів групи А; виявлені статистично значущі відмінності. У підприємців групи А майже в два рази менше відповідей, що стосуються соціального «Я», ніж у підприємців групи Б. Підприємцям, що тільки почали займатися бізнесом, набагато складніше описувати себе, враховуючи соціальний аспект свого «Я». У самоописах соціального «Я» цієї групи перші місця займають слова «батько», «син»; слова «бізнесмен, підприємець зустрічаються

у 30% досліджуваних. У групі досвідчених підприємців слова «бізнесмен», «підприємець» зустрічалися майже завжди (95% респондентів). В групі Б всі респонденти визначили свій безпосередній соціальний статус.

Деякі відмінності у змісті ознак «Я» образу виявилися важливими для досягнення успіху. Це стосується перш за все самоідентифікації особистості із роботою, досягненнями та ім'ям. Підприємці групи Б ідентифікують себе із роботою значно більшою мірою, ніж підприємці групи А. Робота стає не просто частиною життя підприємця, а частиною самої особистості. Ця тенденція відбивається у таких характеристиках соціального Я досвідчених підприємців, як: «бізнесмен і глава сімейства», «керівник власного підприємства, батько, чоловік, син», «власник бізнесу, я створив його з нуля», «мій бізнес має у назві моє ім'я». Інше розуміння роботи відбивається у характеристиках підприємців групи А. Для них робота, хоч і значуща складова «Я»-образу, але вона є однією із сфер саморозкриття особистісного потенціалу.

Отже, за параметрами соціального «Я» досвідчені підприємці значимо відрізняються від підприємців, що тільки почали свій бізнес. Вони переважають їх за кількістю та якістю самоописів, що враховують соціальний аспект «Я».

За шкалою рефлексивного «Я» в групі Б у середньому 6 відповідей, в групі А – 10 відповідей; виявлені статистично значущі відмінності. Респонденти обох груп дали найбільшу кількість самоописів саме за цією шкалою. Нормативно позитивних самохарактеристик у підприємців групи А виявилось більше, ніж у групі Б. Підприємці, що тільки почали займатися бізнесом давали наступні самоописи: «добрий», «чуйний», «розумний», «веселий», «чесний», «відповідальний». У групі досвідчених підприємців критичність за шкалою рефлексивного «Я» виявилася найбільш яскраво: кількість нормативно негативних самохарактеристик за даною шкалою було більше (вони вказували на наявність у себе і таких негативних рис як «запальний», «жадібний», «злий», «похмурий», «занадто педантичний»).

Отже, за параметрами рефлексивного «Я» досвідчені підприємці значимо відрізняються від підприємців, що тільки почали свій бізнес. Вони поступаються їм за кількістю самоописів, що враховують рефлексивний аспект «Я». У той же час у групі

досвідчених підприємців критичність за шкалою рефлексивного «Я» виявилася найбільш яскраво.

За шкалою трансцендентального «Я» підприємці групи А і групи Б дали у середньому по 2 відповіді. Змістовний аналіз показав, що підприємці згадували серед трансцендентальних самохарактеристик слова «релігійний», «вільний від зовнішніх забобонів», «займаюсь медитацією», «пізнаю себе». Статистично значущі відмінності за категорією трансцендентального «Я» відсутні.

Відмінності «Я» образу в групах підприємців за методикою М. Куна і Т. Мак Партленда представлено на рис. 2.1.

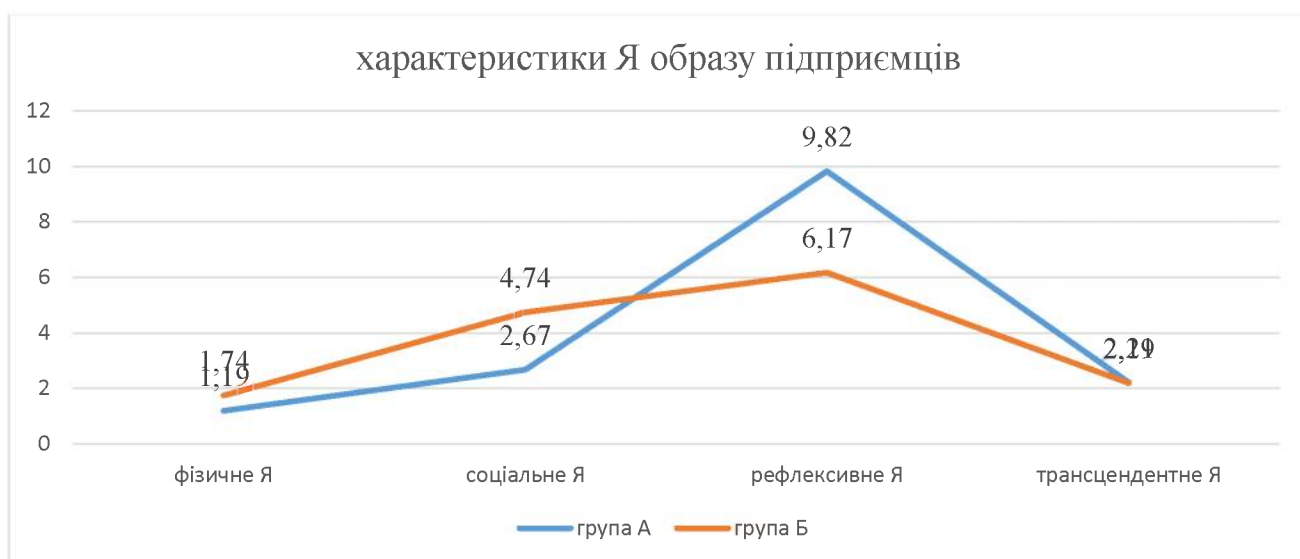


Рис. 2.1. Відмінності «Я» образу в групах підприємців за методикою М.Куна і Т. Мак Партленда

Таким чином, підбиваючи загальний підсумок за основними результатами методики «Хто Я?», слід зазначити, що були виявлені статистично значущі відмінності за шкалами соціальне «Я», рефлексивне «Я». Підприємці, що займалися бізнесом протягом 10 – 15 років ідентифікують себе із роботою; у свідомості вона поєднується із сім'єю, особистісними властивостями, із власним ім'ям, досягненнями. Підприємці, що тільки почали займатися бізнесом розглядають роботу як одну із сфер саморозкриття; у свідомості робота поєднується із сім'єю, особистісними властивостями, добробутом, але існує незалежно від власного імені та досягнень.

### 2.3. Особливості ціннісних орієнтацій підприємців

Результати дослідження термінальних цінностей підприємців за допомогою методики М. Рокича представлені в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

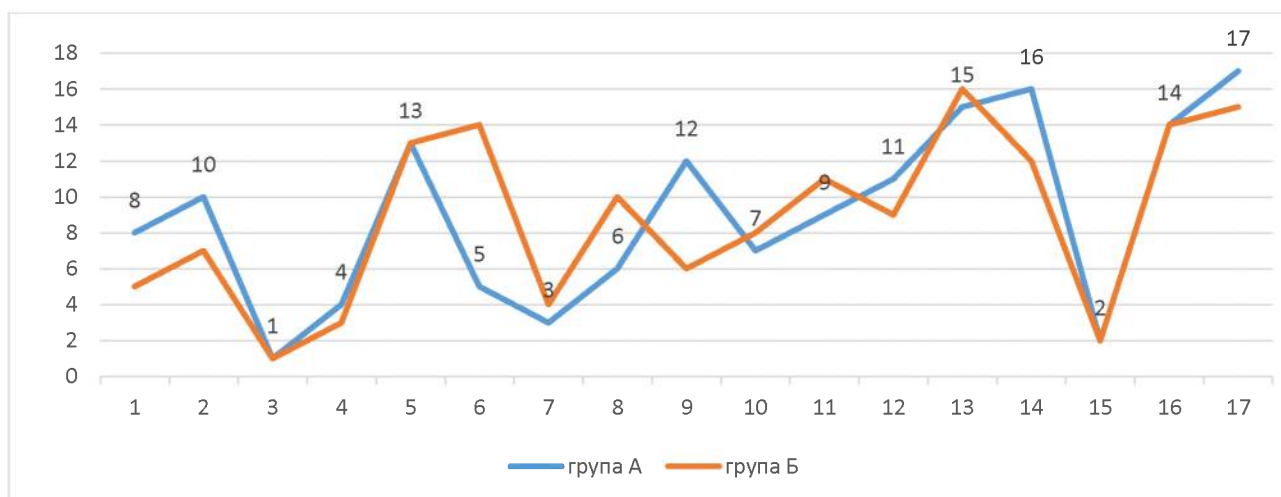
#### Показники термінальних цінностей підприємців за методикою М. Рокича

Цінності-цілі	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)
1. Активне діяльне життя	8	5
2. Життєва мудрість	10	7
3. Здоров'я	1	1
4. Цікава робота	4	3
5. Краса природи і мистецтва	13	13
6. Любов	5	14
7. Матеріально забезпечене життя	3	4
8. Наявність вірних друзів	6	10
9. Суспільне визнання	12	6
10. Пізнання	7	8
11. Продуктивне життя	9	11
12. Розвиток	11	9
13. Розваги	15	16
14. Свобода	16	12
15. Щасливе сімейне життя	2	2
16. Щастя інших	14	14
17. Творчість	17	15

Підприємці неоднаково ставляться до любові як життєвої цінності. У підприємців групи А духовна і фізична близькість із улюбленою людиною виступає в ролі життєвої цінності, якої віддається перевага (5 рангова позиція); підприємці групи Б відкидають цю цінність (14 рангова позиція). Існують суттєві відмінності стосовно такої цінності як суспільне визнання. Підприємці групи А ця цінність відкидається (14 рангова позиція), у той час як для підприємців групи Б вона має більше значення (6 рангова позиція). Підприємці групи А більше ніж підприємці групи Б цінують свободу (5 і 12 рангові позиції відповідно).

Відкидаються в обох групах цінності краси природи і мистецтва, щастя інших, розваги, творчість. У такому ставленні виявляється орієнтація на діловий успіх, затвердження себе, досягнення матеріального добробуту. Можливість відвернутися від справ, приємний відпочинок, заняття творчістю сприймаються підприємцями обох груп як недозволена розкіш. Підприємці групи А поставили цінність свободи на передостаннє місце.

Відмінності в ієрархії термінальних цінностей підприємців обох груп за методикою М. Рокича представлені графічно на рис. 2.2.



Примітка 1) активне діяльне життя; 2) життєва мудрість; 3) здоров'я; 4) цікава робота; 5) краса природи і мистецтва; 6) любов; 7) матеріально забезпечене життя; 8) наявність вірних друзів; 9) суспільне визнання; 10) пізнання; 11) продуктивне життя; 12) розвиток; 13) розваги; 14) свобода; 15) щасливе сімейне життя; 16) щастя інших; 17) творчість

Рис. 2.2. Відмінності в ієрархії термінальних цінностей підприємців обох груп за методикою М. Рокича



Таким чином, дослідження термінальних цінностей дозволили з'ясувати, що підприємці віддають перевагу таким цінностям як здоров'я, щасливе сімейне життя, цікава робота, матеріально забезпечене життя. Підприємці, що займаються бізнесом тривалий час визначають таку послідовність найбільш значущих цінностей: здоров'я, щасливе сімейне життя, цікава робота, матеріально забезпечене життя, активне діяльнісне життя, суспільне визнання.

Підприємці, що тільки почали бізнес обирають найбільш значущі цінності у такій послідовності: здоров'я, щасливе сімейне життя, матеріально забезпечене життя, цікава робота, любов, наявність вірних друзів. Визначено також цілі цінності, які відкидаються підприємцями. У підприємців, що тільки почали бізнес до списку найменш значущих увійшли цінності творчості, свободи, розваги, щастя інших, краси природи і мистецтва; для тих, хто займається бізнесом досить тривалий час – цінності розваги, творчості, щастя інших, любові. Найбільші відмінності між групами визначено за цінностями любові, суспільного визнання, свободи, наявності вірних друзів.

Результати дослідження інструментальних цінностей підприємців за методикою М. Рокича представлені в таблиці 2.3.

Як свідчать дані таблиці 2.3, підприємці демонструють єдність у визначенні значущості засобів досягнення цінностей. Віддаються перевазі в обох групах засобам, що розкривають можливості самореалізації особистості: відповідальність, тверда воля, раціоналізм, чесність, самоконтроль, освіченість. У той же час групи підприємців відрізняються за пріоритетами окреслених інструментальних цінностей.

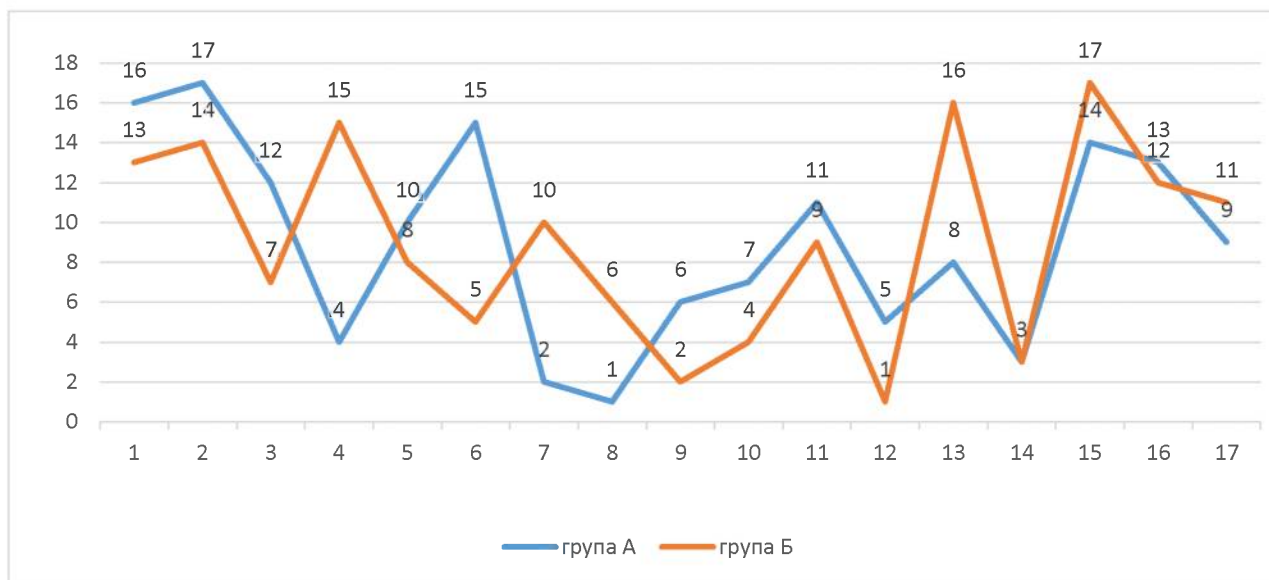
У досягненні життєвого і ділового добробуту підприємці групи Б понад усе розраховують на тверду волю, раціоналізм, чесність, які займають перші три рангові позиції; вони також цінують понад усе самоконтроль, непримиренність до недоліків, відповідальність (наступні четверта, п'ята і шоста рангові позиції). У підприємців групи А перші рангові позиції займають цінності відповідальності, освіченості, чесності; наступні четверту, п'яту і шосту позиції – цінності старанності, твердої волі і раціоналізму.

**Показники інструментальних цінностей підприємців за методикою  
М. Рокича**

Цінності-засоби	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)
1. Акуратність	16	13
2. Вихованість	1	14
3. Високі запити	12	7
4. Старанність	4	15
5. Незалежність	10	8
6. Непримиренність до недоліків	15	5
7. Освіченість	2	10
8. Відповідальність	1	6
9. Раціоналізм	6	2
10. Самоконтроль	7	4
11. Сміливість поглядів	11	9
12. Тверда воля	5	1
13. Терпимість	8	16
14. Чесність	3	3
15. Чуйність	14	17
16. Широта поглядів	13	12
17. Ефективність в справах	9	11

Найбільші розбіжності у рангових позиціях визначені за цінностями старанності, непримиренності до недоліків, освіченості, терпимості.

Відмінності інструментальних цінностей підприємців за методикою М. Рокича графічно представлені на рис. 2.3.



Примітка 1) акуратність; 2) вихованість; 3) високі запити; 4) старанність; 5) незалежність; 6) непримиренність до недоліків; 7) освіченість; 8) відповідальність; 9) раціоналізм; 10) самоконтроль; 11) сміливість поглядів; 12) тверда воля; 13) терпимість; 14) чесність; 15) чуйність; 16) широта поглядів; 17) ефективність в справах.

Рис. 2.3. Порівняльні дані ієрархії інструментальних цінностей підприємців за методикою М. Рокича

Дослідження інструментальних цінностей дозволило з'ясувати, що підприємці демонструють єдність у визначенні значущості засобів досягнення цінностей. Віддаються перевазі в обох групах таким засобам, як: відповідальність, тверда воля, раціоналізм, чесність, самоконтроль, освіченість. У той же час групи підприємців відрізняються за пріоритетами окреслених інструментальних цінностей. Підприємці групи Б понад усе розраховують на тверду волю, раціоналізм, чесність. У підприємців групи А перші рангові позиції займають цінності відповідальності, освіченості, чесності. Найбільші розбіжності у рангових позиціях визначені за цінностями старанності, непримиренності до недоліків, освіченості, терпимості.

Таким чином, дослідження цінностей дозволило з'ясувати, що рейтинги цілей-цінностей та цілей-засобів мають значні відмінності у підприємців, що тільки почали бізнес і тих, хто займається бізнесом досить тривалий час.

Результати дослідження «цінностей» підприємців за методикою О. Фанталової представлені в таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

**Показники «цінностей» підприємців за методикою О. Фанталової**

Цінності	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)
1. Здоров'я	5,11	4,62
2. Цікава робота	5,33	6,34
3. Власний престиж	5,85	4,06
4. Кохання	8,67	4,38
5. Матеріально забезпечене життя	5,79	4,51
6. Наявність вірних друзів	7,22	4,63
7. Упевненість у собі	6,64	7,25
8. Розвиток себе	4,66	5,37
9. Свобода	8,28	5,99
10. Щасливе сімейне життя	9,91	8,32
11. Творчість	1,04	2,25

Як свідчать дані таблиці 2.4, для підприємців групи А найбільш значущими є цінності, що пов'язані із міжособистісними стосунками (щаслива сім'я, кохання, друзі). Для підприємців групи Б поряд із цінністю щасливого сімейного життя найбільш значущими є цінності, що відбивають їх самоствердження (впевненість у собі, цікава робота).

Результати дослідження «доступності» цінностей для підприємців за методикою О. Фанталової представлені у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Показники «доступності» цінностей для підприємців за методикою О. Фанталової**

Цінності	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)
1. Здоров'я	3,11	4,02
2. Цікава робота	2,33	6,74
3. Власний престиж	2,35	4,76
4. Кохання	5,67	5,38
5. Матеріально забезпечене життя	2,19	5,58
6. Наявність вірних друзів	3,97	5,26
7. Упевненість у собі	3,05	7,44
8. Розвиток себе	5,93	6,52
9. Свобода	6,01	6,39
10. Щасливе сімейне життя	6,48	8,47
11. Творчість	1,46	2,75

Як свідчать дані таблиці 2.5, досліджувані обох груп найбільш доступною для себе вважають цінність щасливого сімейного життя (I місце). Для підприємців, хто займається бізнесом досить тривалий час доступність цієї цінності вища, ніж для підприємців, хто тільки починає бізнес. На другому місці за доступністю у підприємців групи А стоїть цінність свободи, у підприємців групи Б – цінність упевненість у собі. На третьому місці за доступністю у підприємців групи А стоїть цінність кохання, у підприємців групи Б – цікава

робота. Підприємці, хто тільки починає бізнес, доступність матеріально-забезпеченого життя вважають для себе меншою, ніж підприємці хто займається бізнесом досить тривалий час.

Показники дисоціації параметрів «цінності» і «доступності» у підприємців представлені в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Показники дисоціації параметрів «цінностей» і «доступності» у підприємців за методикою О. Фанталової**

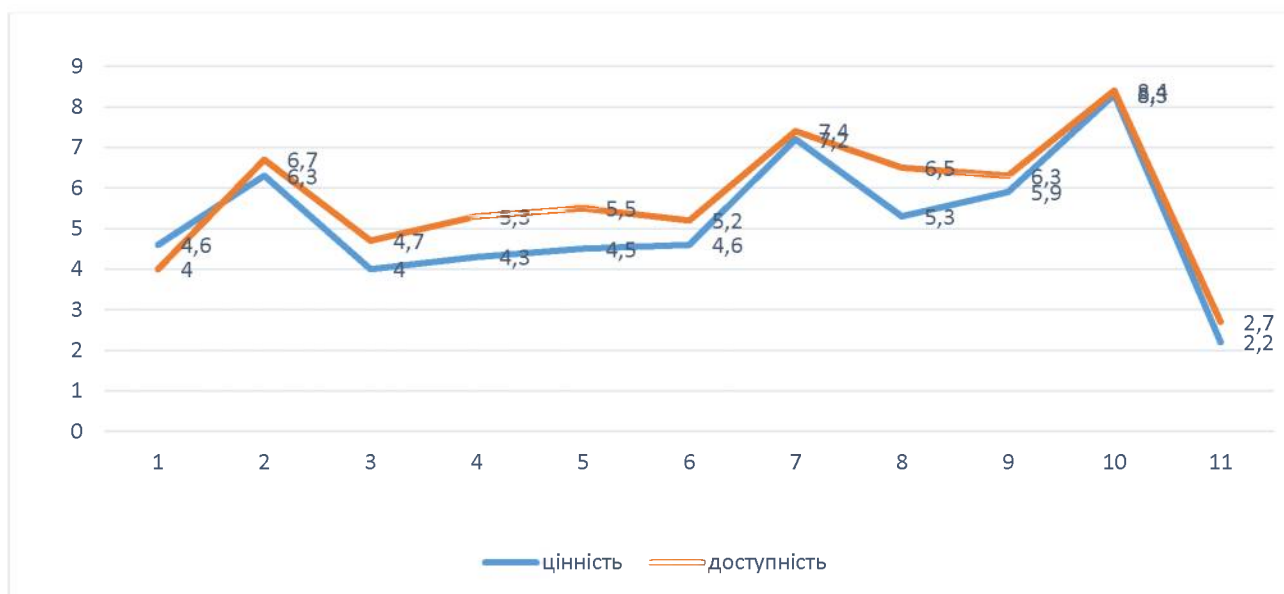
Життєві сфери	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)
1. Здоров'я	2,0 (д<ц)	0,6 (д<ц)
2. Цікава робота	3,1 (д<ц)	0,5 (ц<д)
3. Власний престиж	3,5 (д<ц)	0,8 (ц<д)
4. Кохання	3,0 (д<ц)	1,1 (ц<д)
5. Матеріально забезпечене життя	3,6 (д<ц)	1,2 (ц<д)
6. Наявність вірних друзів	4,3 (д<ц)	0,7 (ц<д)
7. Упевненість у собі	3,0 (д<ц)	0,3 (ц<д)
8. Розвиток себе	1,3 (ц<д)	0,6 (ц<д)
9. Свобода	2,2 (д<ц)	0,5 (ц<д)
10. Щасливе сімейне життя	3,5 (д<ц)	0,2 (д<ц)
11. Творчість	0,4 (ц<д)	0,5 (ц<д)

Як свідчать дані таблиці 2.6, у підприємців, що займаються бізнесом досить тривалий час значення показника дисоціації розташовані в діапазоні від 0,1 до 1,0. Такі показники свідчать, що внутрішній конфлікт (д<ц) поряд із

станом внутрішнього вакууму ( $\psi < d$ ) представлені в групі цих підприємців на мінімальному рівні.

У підприємців, що тільки почали бізнес, внутрішній конфлікт ( $d < \psi$ ) відчувається майже всіма сферами за виключенням сфер «розвиток себе» та «творчість». Стосовно таких цінностей як «цікава робота», «кохання», «упевненість у собі» внутрішній конфлікт виявляється на середньому рівні, а стосовно таких цінностей як «власний престиж», «матеріально забезпечене життя», «наявність хороших і вірних друзів», «щасливе сімейне життя» – на високому рівні. Найбільший внутрішній вакуум ( $\psi < d$ ) підприємці цієї групи відчувають стосовно цінності розвиток себе, яка не викликає ніяких спонукальних дій у досліджуваних.

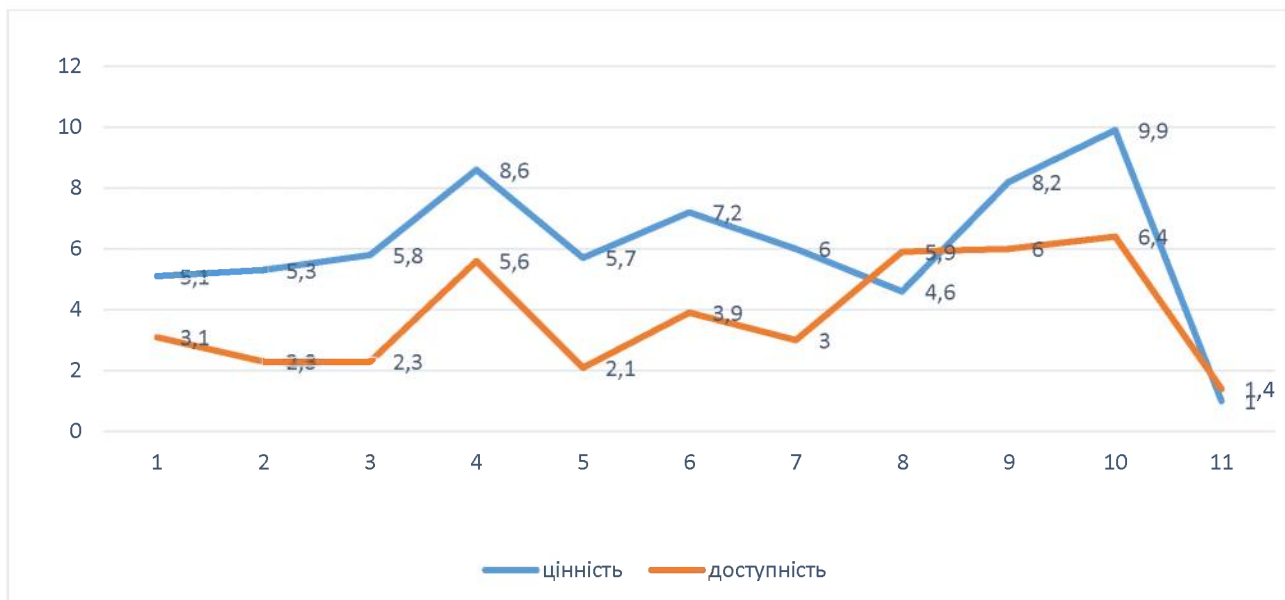
На рис. 2.4. представлені розбіжності параметрів «цінності» і «доступності» у підприємців групи Б (стаж роботи 10-15 р.) за методикою О. Фанталової.



Примітка 1) здоров'я; 2) цікава робота; 3) власний престиж; 4) матеріально-забезпечене життя; 5) наявність хороших та вірних друзів; 6) впевненість у собі; 7) розвиток себе; 8) свобода; 9) щасливе сімейне життя; 10) творчість

Рис. 2.4. Показники дисоціації підприємців групи Б (стаж роботи 10-15 р.) за методикою О. Фанталової.

На рис. 2.5. представлені розбіжності параметрів «цінності» і «доступності» у підприємців групи А (стаж роботи 1-2 р.) за методикою О. Фанталової.



Примітка 1) здоров'я; 2) цікава робота; 3) власний престиж; 4) матеріально-забезпечене життя; 5) наявність хороших та вірних друзів; 6) впевненість у собі; 7) розвиток себе; 8) свобода; 9) щасливе сімейне життя; 10) свобода; 11) творчість

Рис. 2.5. Показники коефіцієнта дисоціації підприємців групи А (стаж роботи 1-2 р.) за методикою О. Фанталової

Таким чином, у підприємців, що займаються бізнесом досить тривалий час внутрішній конфлікт ( $д < ц$ ) поряд із станом внутрішнього вакууму ( $ц < д$ ) представлені на мінімальному рівні.

У підприємців, що тільки почали бізнес, внутрішній конфлікт ( $д < ц$ ) відчувається за всіма сферами за виключенням сфер «розвиток себе» та «творчість»; стосовно таких цінностей як «власний престиж», «матеріально забезпечене життя», «наявність хороших і вірних друзів», «щасливе сімейне життя» – на високому рівні. Найбільший внутрішній вакуум ( $ц < д$ ) підприємці цієї групи відчувають стосовно цінності розвиток себе.



## 2.4. Аналіз інтелектуальних, емоційних, регуляторних та комунікативних властивостей підприємців

Узагальнені результати дослідження інтелектуальних, емоційних, комунікативних і регуляторних властивостей особистості підприємців за опитувальником Р. Кетелла представлені в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

### Показники особистісних властивостей підприємців за опитувальником Р. Кетелла

Особистісні властивості	Група А (стаж роботи 1-2 р.)	Група Б (стаж роботи 10-15 р.)	t Стьюдента
Замкнутість – Товариськість (фактор А)	6,67	8,15	
Інтелект (фактор В)	4,89	5,59	
Емоційна нестабільність – Емоційна стабільність (фактор С)	5,29	8,76	0,05
Підпорядкованість – Домінантність (фактор Е)	5,58	8,47	0,05
Стриманість – Експресивність (фактор F)	5,82	7,01	
Моральна нормативність (фактор G)	6,95	5,92	
Боязкість – Сміливість (фактор Н)	5,79	7,57	
Жорсткість – Чутливість (фактор I)	7,48	4,56	0,05
Довірливість – Підозрілість (фактор L)	5,59	7,87	
Практичність – Мрійливість (фактор M)	6,79	3,98	0,05
Прямолінійність Дипломатичність (фактор N)	7,12	5,09	
Спокій Тривожність (фактор Q)	8,40	5,64	0,05

Консерватизм – Радикалізм (фактор Q 1)	6,68	6,03	
Конформізм – Нонконформізм (фактор Q 2)	5,38	7,18	
Самоконтроль (фактор Q 3)	5,10	8,07	0,05
Розслабленість – Напруження (фактор Q 4)	5,67	8,96	0,05

*Характеристика інтелектуальних властивостей особистості підприємців*

Як свідчать дані таблиці 2.7, значення показника інтелекту (фактор В) у підприємців групи В дещо вищі, ніж значення даного показника у підприємців групи А; відмінності не є статистично значущими. Фактор В не визначає рівень інтелекту, він орієнтований на вимірювання оперативності мислення і загального рівня вербальної культури і ерудиції. Слід зазначити, що низькі оцінки за цим фактором можуть залежати від інших характеристик особистості: тривожності, фрустрованості. Тому результати за цим фактором є орієнтовними. Отже у підприємців групи Б більш розвинуте абстрактне мислення, оперативність, кмітливість, здатність швидко навчатися; вони мають більш високий рівень загальної культури, особливо вербальної. Представникам обох груп необхідний час для того, щоб прорахувати можливі варіанти рішення й вибрати оптимальне. Можна припустити, що це вплив високої відповідальності за ухвалені рішення, орієнтації на продумані й зважені дії.

Статистично значущою відмінною рисою інтелекту підприємців групи Б виявилися практичність (фактор М). За практичністю досвідчені підприємці групи Б значно перевершують підприємців групи А. Практичність полягає перш за все в орієнтації на реальну справу, зовнішню реальність. Ухвалюючи рішення, бізнесмени з досвідом не просто враховують факти, а використовують всі знання, що стосуються конкретних аспектів тієї справи, за яку беруться. Вони швидко мають розвинену конкретну уяву, практичність, реалістичність.

Підприємці групи Б більш обережно ставляться до нових ідей, відмовляються приймати що-небудь на віру; вони більш консервативні (фактор Q1). Але це не виключає розвинене аналітичне мислення, аналітичну діяльність. Нове приймається після ретельної перевірки й аналізу можливих наслідків. Обережне ставлення до інновацій характерне і для підприємців групи А.

Статистично значущою відмінною рисою інтелекту підприємців групи Б виявилися жорсткість. Вони реалісти, несентиментальні, розсудливі, гнучкі у судженнях, практичні, раціональні, логічні (фактор I).

Співвідношення показників інтелектуальних властивостей підприємців групи А і підприємців групи Б графічно представлені на рис. 2.6.

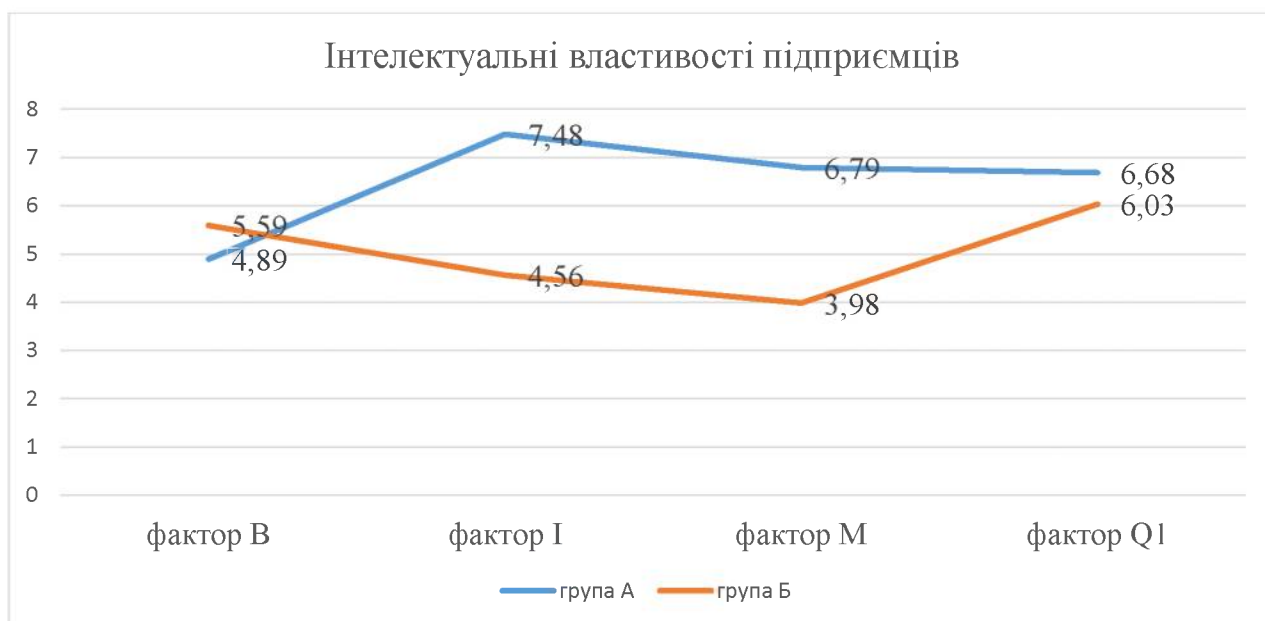


Рис. 2.6. Показники інтелектуальних властивостей підприємців обох груп за опитувальником Кетелла

Таким чином, ми констатуємо розбіжності в прояві інтелектуальної складової особистості підприємців за факторами М, I. Інтелект підприємців із досвідом характеризується більш розвинутим абстрактним мисленням; вони реалісти, розсудливі, гнучкі у судженнях, практичні, раціональні, логічні. Причиною цього може бути специфіка підприємницької діяльності, що пов'язана з високою «ціною» інтелектуальних помилок. Може також позначатися і той факт, що в дослідженні

приймали участь представники бізнесу, інтерес яких до нових інтелектуальних ідей має обмеження.

*Характеристика емоційних та регуляторних властивостей особистості підприємців*

Як свідчать дані таблиці 2.7, підприємці, що мають великий досвід бізнесу можуть бути віднесені до категорії емоційно стабільних осіб. Вони відрізняються високим рівнем емоційної стійкості; упевнені в собі, не бояться складних ситуацій, перешкоди на шляху до досягнення мети сприймають як переборні (фактор С).

Підприємці, що тільки почали займатися бізнесом відрізняє середній рівень емоційної стійкості. Вони зберігають спокій, упевненість в собі, працездатність в звичних для себе ситуаціях, розвиток яких вони можуть передбачити. У випадку появи додаткових, неочікуваних труднощів емоційна рівновага порушується, можлива поява, тривоги, неспокою, зниження ефективності діяльності. Відмінності між підприємцями обох груп є статистично значущими.

Підприємці, що мають великий досвід бізнесу мають низький рівень тривожності, спокійні, живуть справами, життєрадісні, впевнені у собі і в своїх силах (фактор Q).

Підприємці, що тільки почали займатися бізнесом виявляють більшу занепокоєність, заклопотаність, схильні до почуття провини і невдоволення собою, чутливість до схвалення оточуючих. Відмінності між підприємцями обох груп є статистично значущими.

Підприємцям властивий середній рівень моральної нормативності. Прагнення будувати свої відносини із людьми на підставі прийнятих в суспільстві норм поєднується із формальним виконанням прийнятих на себе зобов'язань (фактор G). Морально нормативна поведінка, відчуття відповідальності і громадянського обов'язку виявляються вибірково, переважно в особистісно значущих сферах життя й діяльності. Серед даних груп почуття обов'язку виявляється більшою мірою у підприємців, які ще не тривалий час

включені в бізнес. Відмінності між підприємцями обох груп не є статистично значущими.

Підприємці, що мають великий досвід бізнесу мають більш високі показники за фактором Q3, тобто рівень самоконтролю у них вищий. Вони цілеспрямовані, у них сильна воля, вони вміють контролювати свої емоції і поведінку. Самоконтроль, волюва напруга допомагають їм у досягненні мети, в подоланні зовнішнього і внутрішнього опору, в нормалізації емоційних переживань.

У підприємців, що тільки почали займатися бізнесом цей показник статистично нижче. Вони здатні добре контролювати свої емоції і поведінку переважно в ситуаціях, які ними «прораховані», які їм знайомі.

Підприємці, що мають великий досвід бізнесу відрізняються більшою розслабленістю, помірною силою прагнень і бажань, помірним прагненням до успіхів, толерантністю до невдач, відсутні фрустрації (фактор Q4). У підприємців, що тільки почали займатися бізнесом цей показник статистично вище, що свідчить про енергетичну напруженість, фрустрованість.

Існують відмінності між групами підприємців за факторами F і H, але не значущі. Підприємці обох груп розсудливі, обережні. Підприємці, що мають великий досвід бізнесу більш життєрадісні, імпульсивні, виявляють більшу захопленість, емоційну яскравість у відносинах між людьми та динамічність спілкування. Вони більш сміливі, активні, готові до ризику і співробітництва із незнайомими людьми в незнайомих обставинах, більшою мірою здатні приймати самостійні, неординарні рішення, схильність до прояву лідерських якостей.

Підприємці групи А більш емоційно стримані, обережні, делікатні, уважні до інших, мають підвищену чутливість до загрози.

Співвідношення емоційних і регуляторних властивостей підприємців обох груп графічно представлені на рис. 2.7

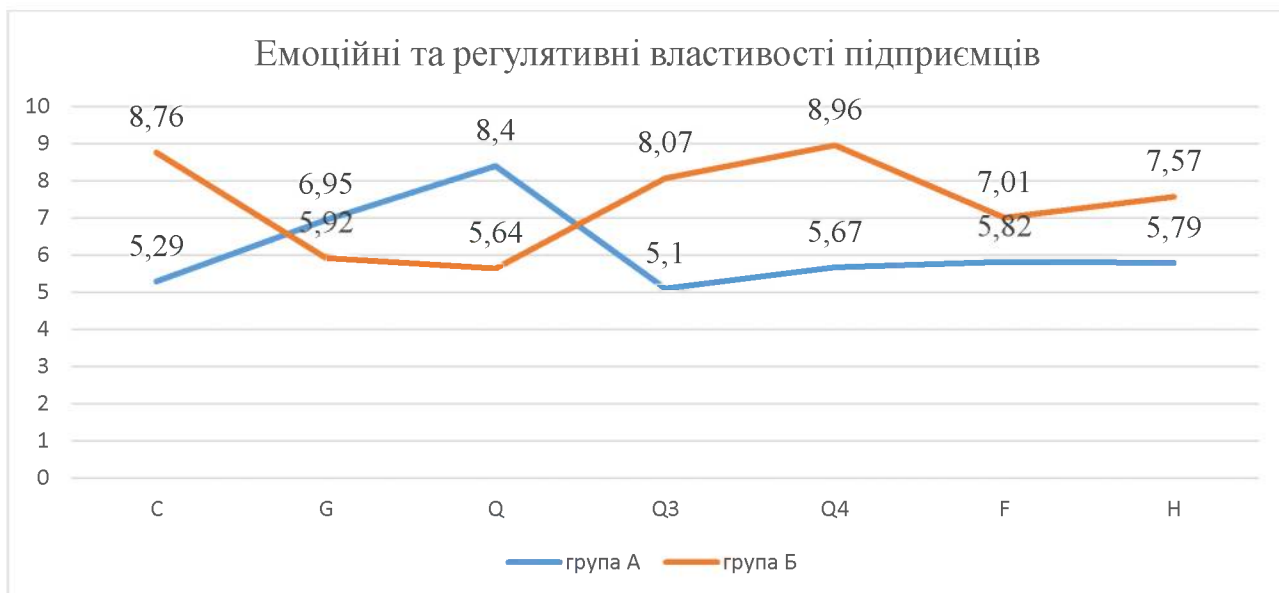


Рис. 2.7. Показники емоційних і регуляторних властивостей підприємців обох груп за опитувальником Кетелла

Таким чином, представлені дані підтверджують важливість емоційної складової особистості тих, хто активно займаються бізнесом. Підприємці, що мають великий досвід бізнесу емоційно стабільні, мають низький рівень тривожності, високий рівень саморегуляції.

#### *Аналіз комунікативних властивостей особистості підприємців*

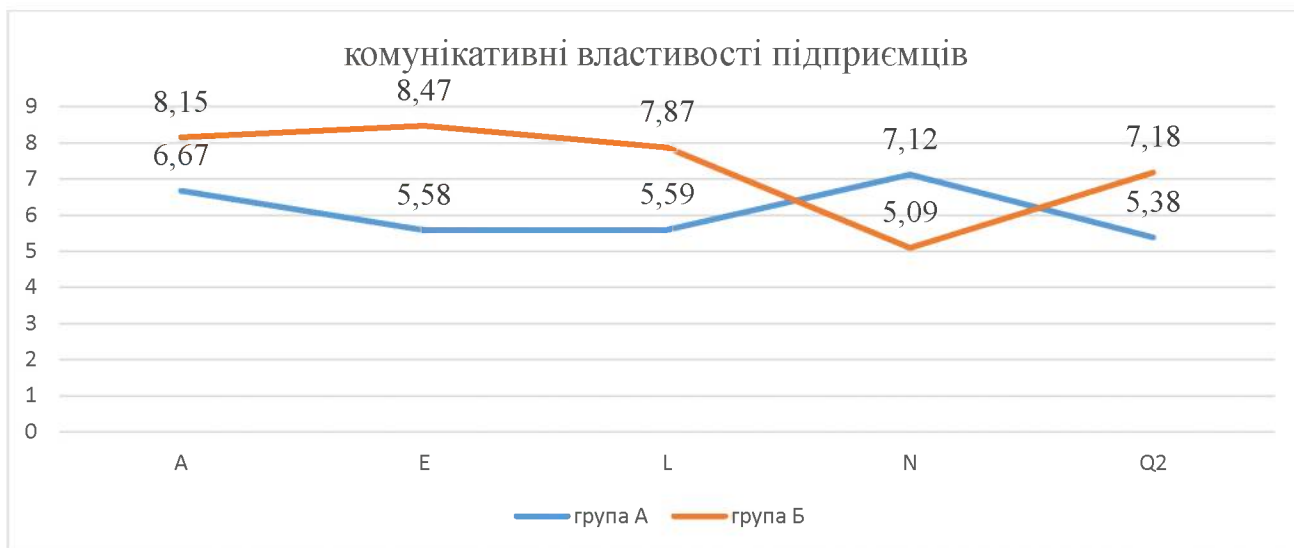
Як свідчать дані таблиці 2.7, підприємці групи Б відрізняються високою комунікабельністю (фактор А). Вони легко вступають в контакт, часто за власною ініціативою. Швидко знаходять спільну мову навіть із незнайомими і малознайомими людьми. Спілкування розглядається як один з можливих засобів розв'язання ділових і особистих проблем, що примушує знаходити вагомі аргументи для захисту своєї позиції. Підприємці групи А декілька поступаються в своїй комунікативній активності. Для них характерніша помірна товариськість, вони вибіркові в спілкуванні. Встановлюють контакти за власною ініціативою переважно в ситуаціях, які стосуються їх потреб і інтересів. Труднощі такого плану можуть виникати із-за недостатнього комунікативного досвіду, який значно багатше у підприємців першої групи. Відмінності статистично незначущі.

За фактором E встановлено статистично значущі відмінності між показниками групи А і групи В. Підприємці, що мають великий досвід бізнесу відрізняються самостійністю, незалежністю, наполегливістю, впертістю, схильністю до авторитарної поведінки. Підприємці групи А виявляють більшу м'якість, поступливість, тактовність, люб'язність, шанобливість. Для підприємців обох груп характерний помірний лідерський потенціал. У нових для себе ситуаціях, вони вважають за краще спочатку залишатися в тіні. Висловлюють власну точку зору, прагнуть активно змінити хід справ або вплинути на вчинки людей лише після того, як опанують ситуацію.

Відрізняються дещо значення показників за факторами N і L. У групі досвідчених бізнесменів із-за властивої їм прямолінійності у виявах свого ставлення до людей, недостатньої гнучкості поведінки, переважної орієнтації на оцінку вчинків людей, а не на мотиви дій і емоційні переживання можуть виникати труднощі взаєморозуміння. Спрямованість інтересів бізнесменів на справу знижує їх чутливість до внутрішнього світу людей, з якими вони спілкуються (фактор N). Також досвідчені підприємці більш егоцентричні, виявляють більшу настороженість по відношенню до людей, схильність до ревнощів; більш автономні, самостійні і незалежні в соціальній поведінці. Довіра до людей, соціальна проникливість, розуміння оточуючих людей виявилися більшою мірою властиві підприємцям, хто має невеликий досвід (фактор L).

За фактором Q2 встановлено значущі відмінності між показниками групи А і групи В. Підприємці, що мають великий досвід бізнесу відрізняються нонконформізмом, незалежністю, орієнтацією на власні рішення, самостійністю, винахідливістю, прагненням мати власну думку. Залежність від думки і вимог групи, прагнення працювати і приймати рішення разом з іншими людьми, орієнтація на соціальне схвалення властиві підприємцям, що тільки почали займатися бізнесом.

Співвідношення комунікативних властивостей підприємців обох груп за опитувальником Кетелла графічно представлені на рис. 2.8.



## 2.8. Комунікативні властивості підприємців обох груп за опитувальником Кетелла

Таким чином, ми констатуємо розбіжності в прояві комунікативної складової особистості підприємців за факторами E, Q2. Комунікативні властивості підприємців із досвідом характеризується більшою домінантністю, схильністю до авторитарної поведінки, що у поєднанні із нонконформізмом, незалежністю, орієнтацією на власні рішення, самостійністю визначають комунікативну позицію особистості в бізнесі

На підставі отриманих результатів ми склали особистісний портрет досвідченого підприємця та підприємця-початківця.

Особистісний портрет досвідченого підприємця включає оперативність і гнучкість мислення; практично орієнтований інтелект; певний консерватизм, що не виключає розвинене аналітичне мислення, аналітичну діяльність; жорсткість як реалістичність, раціональність, логічність суджень. Складовими особистісного портрета досвідченого підприємця виступають також висока емоційна стабільність та здібність до саморегуляції, низький рівень тривожності, гнучке ставлення до моральних норм. Підприємці цієї групи відрізняються вираженою потребою в спілкуванні і успішністю реалізації комунікативної діяльності; незалежністю, схильністю до авторитарної поведінки; емоційною яскравістю у відносинах та динамічністю спілкування, схильністю до вияву лідерських



якостей; прямолінійністю, незалежністю в соціальній поведінці; нонконформізмом.

Для підприємців-початківців характерні недостатньо гнучке мислення, помірні показники практичності інтелекту, обережне ставлення до інновацій. Вони здатні зберігати емоційну рівновагу і належним чином регулювати свою поведінку в звичних для себе ситуаціях, розвиток яких вони можуть передбачити; у випадку появи додаткових, неочікуваних труднощів емоційна рівновага порушується, можлива поява тривоги, неспокою, зниження ефективності діяльності; мають середній рівень самоконтролю, моральної нормативності. Підприємці цієї групи мають помірну товариськість, вибіркові в спілкуванні; виявляють більшу м'якість, поступливість, тактовність, люб'язність, шанобливість, уважні до інших, мають підвищену чутливість до загрози; залежність від думки і вимог групи, орієнтовані на соціальне схвалення та конформні міжособистісні відносини і помірне прагнення до самоствердження.

Співвідношення показників особистісних чинників підприємців обох груп за методикою Кетелла графічно представлено на рис. 2.9.

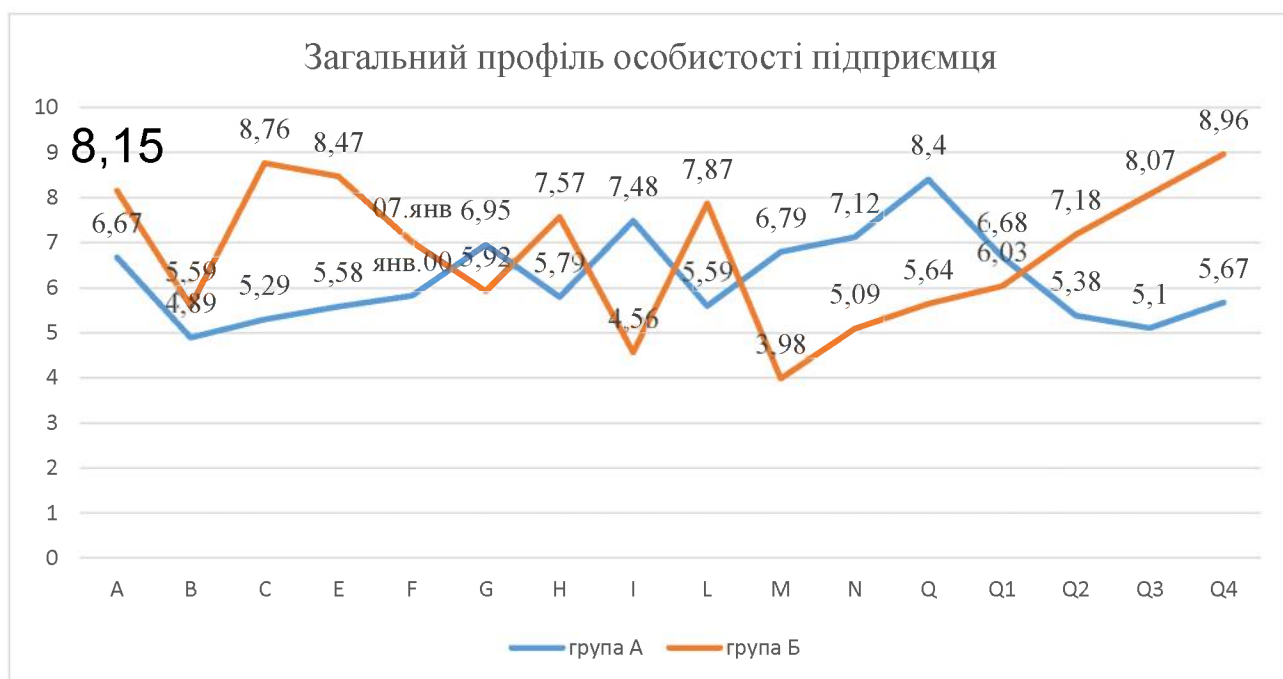


Рис. 2.9. Показники особистісних чинників підприємців обох груп за методикою Кетелла

Таким чином, результатами емпіричного дослідження доведено, що в підприємстві відбувається адаптаційні трансформації особистості. Унаслідок оволодіння новою діяльністю складається особливий психологічний тип особистості. Підприємницька діяльність трансформує Я образ, ціннісні орієнтації, емоційні, комунікативні, інтелектуальні властивості особистості і властивості самоорганізації.

## **2.5. Програма оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця**

*Мета:* розвиток адаптивних здібностей особистості шляхом рефлексії вмотивованості на процес особистісних змін суб'єктів діяльності.

*Завдання:*

- 1) актуалізація адаптивних здібностей в ситуації пристосування, розблокування адаптивно-захисного комплексу;
- 2) самоактуалізація мотиваційної активності підприємця на досягнення успіху;
- 3) розвиток мотивації до самореалізації суб'єктів діяльності на основі внутрішніх і поведінкових змін.

Після закінчення програми підприємці повинні уміти встановлювати конструктивні міжособистісні стосунки; здійснювати їх смислову та оцінну інтерпретацію; вставати на точку зору «іншого»; співпереживати «іншому»; рефлексувати свої емоції; фіксувати процес адаптації, її результати; знаходити джерела підтримки в самому собі і в інших; розробляти способи досягнення життєвої мети.

У якості теоретичних підстав програми оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця виступили наступні положення. Розвиток адаптивних здібностей особистості відбувається в процесі переходу потенційних здібностей в актуальні здібності шляхом реалізації активної позиції учасників тренінгу. Актуальні адаптивні здібності існують на даний момент часу і реалізуються в конкретній діяльності особистості. Потенційні здібності особистості не

виявляються в конкретному виді діяльності, вони здатні актуалізуватися при змінених умовах внутрішнього і зовнішнього середовища. Соціальні умови можуть перешкоджати або сприяти переходу здібностей із потенційного стану в актуальний.

Програма оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця виконує розвивальну функцію і має на меті перетворення потенційних адаптивних здібностей в актуальні [77].

У розробленій нами програмі розвитку адаптивних здібностей особистості підприємця містяться елементи тренінгу розвитку копінг-поведінки, релаксаційного тренінгу, проблемно-центрованого тренінгу. Таке поєднання вправ забезпечує реалізації програми.

Психологічний вплив на сприйняття, думки і спонуки особистості підприємця сприяють усвідомленню причин виникнення проблем, актуалізацію потреби у їх опануванні. У моделюванні процесів пристосування до реальності виникає можливість побачити шляхи адаптації до неї, а також усвідомлення необхідності змін власної особистості та поведінки, що у сокупності формує прагнення виходу за межі подолання.

У програмі розвитку адаптивних здібностей особистості підприємця використовувалися вправи, які представлені в науковій літературі [21; 23; 47; 52; 60; 66; 88]. Зміст вправ адаптовано до мети і задач програми.

Методологічну основу тренінгу розвитку адаптивних здібностей складають положення теорії самоактуалізації і самореалізації, рефлексії, копінг-концепції, теорії мотивації досягнення, локус контролю.

Психологічною умовою перетворення потенційних адаптивних здібностей в актуальні є трансформація сенсу: від сенсу «для себе» до сенсу «для іншого» та в їх взаємній рефлексії до сенсу самореалізації [76].

Рушійною силою розвитку здібностей людини є особистісна мотивація. В процесі програми смислові зміни можна представити у взаємозв'язку особистісних змін в мотивації і ставленнях (таблиця 2.8).

Якщо в основі адаптації ведучим є мотив пристосування, особистістю інтенсивно використовується адаптивно-захисний комплекс. Навпаки, якщо ведучим стає мотив опанування труднощів, стимулюється гнучка зміна поведінки у бік досягнення успіху. Ми намагаємося спрямовувати психологічний вплив не на вивільнення мотиваційних сил, а їх усвідомлення.

Таблиця 2.8

### Рівні розвитку адаптивних здібностей підприємців

Рівні розвитку адаптивних здібностей	Мотивація	Стосунки	Характеристики адаптивних здібностей
Емоційний рівень	Потреба в адаптації	Усвідомлення «Я – і ситуація»	Емоційні здібності
Рефлексивний рівень	Потреба в опануванні труднощів	Усвідомлення «Я – Інші – Ситуація»	Рефлексійні здібності
Особистісний рівень	Потреба в самореалізації	Усвідомлення «Я – Інше Я – Ситуація»	Саморегуляційні здібності

Джерелом мотивації в процесі тренінгу виступає злиття мотивації з вольовим зусиллям, що виникає з внутрішньої концепції «Я» як мотивації опанування і особистісних досягнень інтеріоризованих в самореалізацію. Вектором розвитку адаптивних здібностей стає особистісна і соціальна рефлексія. Рефлексія дозволяє виокремити особистісний сенс ситуації адаптації від її об'єктивне значення. З різних сторін звертаючись до усвідомлення себе, учасники програми отримують можливість відкриття нових значень, ставлень, що дає їх життю нові спонуки, нові мотиви.

Основним завданням програми є розвиток адаптивних здібностей особистості підприємця. Як базові тренінгові методи були використані наступна техніка (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

**Техніка і методи дії в тренінгу розвитку адаптивних здібностей підприємців**

Техніки і методи розвитку адаптивних здібностей	Цілі використання технік і методів
Використання символіки	Відбиття життєвої філософії, свого кредо, девізу в процесі адаптації. Рефлексія своєї позиції
Техніка самопрезентації	Самодіагностика і самопрезентація «Я-образу»
Зворотний зв'язок. Відео зйомка	Рефлексія власної поведінки
Релаксація. Творча візуалізація	Усвідомлення образів власного підсвідомого. Складання групового архетипу адаптації
Малюнок ресурсного стану в адаптації	Розпізнавання власних ресурсів опанування труднощів і проблем
Монолог	Вербалізація відчуттів та думок
НЛП	Моделювання внутрішнього досвіду і міжособистісної комунікації
Біографічна дискусія	Усвідомлення та орієнтування на ситуації успішної адаптації у минулому досвіді
Співпереживання «іншому» в складних ситуаціях	Вербалізація емоційних переживань складних ситуацій «іншими»; усвідомлення та «віддзеркалення відчуттів «інших»
Техніка рольової гри	Придбання особистісного досвіду опанування складних ситуацій адаптації через обговорення учасниками власного досвіду

Сукупність способів, прийомів психологічної дії в ході тренінгу приводить до розширення знань підприємців щодо процесу адаптації, її видів, структури, стадій, адаптаційних стилів поведінки.

Програма розрахована на 21 годину робочого часу (три дні) із психодіагностикою зворотного зв'язку. Кількість учасників – до 15 осіб. Програма є частиною циклу тренінгових занять «Ефективні продажі і психологічні методи роботи із споживачами».

Формування адаптивних здібностей здійснюється в три етапи.

Етап 1. Загальний час – 7 годин. Мета: розвиток адаптивних властивостей, розблокування адаптивно-захисного комплексу. Рефлексія мотивації пристосування.

- Вступне слово ведучого щодо цілей, завдання, принципів роботи в групі. Процедура знайомства, вітання. Вправа «Добрий день, я радий познайомитися» – самопрезентація протягом горіння сірника. Техніка самопрезентації.

- Ритуал ухвалення правил роботи у групі (активна позиція учасників тренінгу; правило персоніфікації вислову, принцип тут і зараз; конфіденційність того, що відбувається; доброзичлива атмосфера; повага прав того, що говорить; робота на позитивний результат; принцип «вчитися, а не захищатися»; заборона на тривале мовлення; принцип «стоп»; принцип сумісних пошуків).

- Психодіагностика.

- Основний зміст етапу:

Вправа 1. Опис ситуації важкої адаптації у вашому житті (метод біографічної дискусії). Обговорення й узагальнення.

Вправа 2. Скульптура «Тіло, емоції, розум». Рефлексія сумісних дій тіла, емоцій, розуму в ситуації адаптації. Відеозапис.

Вправа 3. Складання тексту розповіді «Успішна адаптація для мене –це...». Контент-аналіз текстів в малих групах. Складання групового портрету успішної адаптації.

Групове метафоричне промальовування портрета адаптації у вигляді проектного малюнка. Виділення та обговорення особистісних ресурсів успішності в процесі адаптації. (Ресурси – це засоби, які можуть бути залучені для досягнення позитивного результату: стани, думки, стратегії, люди, події та ін. Ресурсний стан – це стан людини в цілому, що дозволяє їй бути ефективною в досягненні результату).

Вправа 4. Створення індивідуального герба й девізу власної поведінки в умовах адаптації на основі виявленого ресурсного стану. Обговорення загальних рис індивідуальних гербів і девізів. Вільне розділення на малі групи. Вибір метафори життєдіяльності групи або створення власної метафори.

Робочі метафори малих груп: «Те, що ти не хочеш мати завтра, відкинь сьогодні, а то, що хочеш мати завтра, – набувай сьогодні», «Те, що варто робити, варто зробити добре», «Прокидаючись вранці, запитай себе: Що я повинен зробити? Увечері, перш ніж заснути: Що я зробив?», «Успіх – це встигнути», «Що таке воля, як не думка, що переходить в справу», «Життя – це ряд зусиль», «Ми бачимо мету, але не завжди бачимо дорогу», «Усвідомлення своїх сил збільшує їх».

Техніка зворотного зв'язку: заповнення оцінного бланку робочого дня.

- Підбиття підсумків першого етапу.
- Інтерпретація виразу В. Франкла: «Людина, не обумовлена і не детермінована повністю обставинами, а сама визначає, чи підкоритися, чи піднятися над ними. Іншими словами, людина самодетермінована»
  - Результат етапу: осмислення процесу адаптації, способів і результатів індивідуальної і групової поведінкової активності в ситуації адаптації.

Етап 2. Загальний час – 7 годин. Мета: об'єктивування суб'єктивних відчуттів і емоцій учасників групи в процесі адаптації, розвиток емпатійних властивостей рефлексії адаптивних здібностей. Рефлексія мотивації подолання.

- Додаткові правила програми на даному етапі: повне, вільне переживання без критики, зауважень; прислухування до голосу імпульсу, у разі

сумніву звернення до інших, сприйняття ситуаційного вибору як подолання або відходу.

- Основний зміст етапу:

Вправа 1. «Вітаю тебе, моя індивідуальність». Робота в парах.

Заповнення схеми 1. Особливості індивідуальної поведінки в процесі адаптації.

Схема 1

№ п/п	Вислови «іншого» про свою індивідуальність	Моє уявлення про індивідуальність іншого

Вправа 2. Релаксація в проєктивній методиці «Пустеля, ліс, акваріум» [цит. за 52]. Візуалізація переживання «Я в ситуації адаптації». Обговорення ефектів вправи: рефлексія стану, уточнення стану за допомогою запитань ведучого.

Вправа 3. «Я думаю, що він відчуває себе зараз ...». Взаємне уточнення і обмін по колу припущенням про актуальний стан учасника групи. Техніка дублювання. Вербалізована рефлексія: обмін враженнями після візуалізації по колу. Тілесна фіксація свого стану до і після подорожі, визначення ресурсного емоційного стану.

Вправа 4. Візуалізація себе як поплавця за умови погоди без вітру, поривах вітру, легкому вітерці. Використання техніки конструктивного перерозподілу емоційної напруги в ситуації подолання через візуалізацію яскравого, позитивно забарвленого емоційного переживання, яке міститься у власному досвіді. (Музичний супровід релаксації).

Вправа 5. Сліпий і поводитир (робота в парах на довіру «іншому»). Рефлексія власних переживань.

Вправа 6. Ліплення із глини продукту невербальної взаємодії із закритими очима (робота в парах на взаємодію). Використання техніки НЛП.

Вправа 7. «Угода». Складання контракту з самим собою у разі зустрічі із складною ситуацією.



- Результат: вихід за межі безпосереднього власного стану, розширення, ускладнення і поглиблення соціальної рефлексії. Виділення особистісного емоційного ресурсу діяльнісного стану в процесі адаптації.
- Техніка зворотного зв'язку «Віддзеркалення відчуттів». Експрес-аналіз емоційного стану учасників групи. Заповнення оцінного бланка робочого дня.

Етап 3. Загальний час – 7 годин. Мета: розвиток рефлексій саморегуляції адаптивних здібностей. Рефлексія мотивації самореалізації.

Вправа 1. «Вікова регресія». На підставі релаксації за хронологією життєвих подій з досвіду підприємницької діяльності відтворити три складні ситуації, які можна віднести до адаптаційних подій в своєму житті. Заповнення схеми 2. Типові ситуації адаптації у підприємницькій діяльності

Схема 2

Ситуація	Думки	Відчуття	Стан

Через аналіз описаних ситуацій інтерпретувати японську мудрість «Якщо ти не зустрів перешкод, – це означає, що ти не відбувся». Техніка монологу.

Вправа 2. «Карта майбутньої адаптації». Повторна вправа рефлексії дій в майбутній ситуації адаптації. Скульптура «Тіло, емоції розум». Відеозапис. Перегляд з детальними коментарями ведучого і порівняльний аналіз отриманого відеообразу з попередніми коментарями самих учасником (пропонується намалювати карту адаптації у підприємницькій діяльності із зображаю шлях свого руху, пункти на карті – це досягнення).

Вправа 3. «Пріоритети цілей». Цільове визначення послідовності свого руху від пристосування до самореалізації в процесі адаптації в стресовій ситуації за схемою 3.

Мета	Що потрібно зробити	Необхідні засоби	Порядок виконання	Важливість дії

Аналіз, рефлексія мети, дій дозволяють учасникам групи знайти додаткове джерело мотивації у собі. Побудова системи досягнення мети забезпечує переструктурування проблемного стану особистості в ресурсний простір досягнення мети. У основі техніки досягнення мети – алгоритми мотивації «французьке плетіння» і «об'єднане поле» Р. Ділтса.

Вправа 4. Усвідомлення полюсів адаптованості особистості. З продуктів святкового столу необхідно створити малюнки двох чоловічків: неадаптованого і адаптованого в житті. Узагальнюючи властивості використаних продуктів, створити словесний портрет чоловічків за допомогою прикметників: «якій він?». Далі порівняти особистісні якості чоловічків і назвати їх. Робота в малих групах.

Повторна психодіагностика. Релаксація в проектній методиці «Пустеля-ліс-акваріум».

- Результат: вибір і ухвалення рішення діяти відповідно до виниклої в ході тренінгу переоцінки поведінки.
- Сумісне обговорення результатів тренінгу, виробітки загальних висновків і рекомендацій
- Підсумковий зворотній зв'язок "А наприкінці я скажу". Заповнення оцінного бланка робочого дня.

В ході тренінгу розглядаються особистісно значущі і типові соціальні ситуації адаптації в умовах підприємницької діяльності. Їх рефлексія дозволяє учасникам групи виробити нові, конструктивніші стилі поведінки в стресових ситуаціях підприємницької діяльності, нових ситуаціях міжособистісних стосунків та ін.

Завдання виконуються через систему прийомів, рефлексій: побачити проблему адаптації; оцінити себе в ситуації адаптації; визначити ставлення до окресленої ситуації, міру власної відповідальності; уміти слухати та

відтворювати почуту інформацію; уміти розуміти і пояснювати поведінку «іншого» в ситуації на підставі безоцінних суджень, ґрунтуючись на одержаній інформації, експериментуванні, дослідженні, випробовуванні нових способів адаптивної поведінки; спрогнозувати поведінку в аналогічних ситуаціях в майбутньому; замінити оцінні думки описовими думками, добудовувати контекст наступних ситуацій через ставлення до них як до сукупності шансів «я бачу те, чого поки немає, але може відбутися».

Інформація, що отримується в результаті когнітивної інтерпретації адаптивних ситуацій породжує нові форми переживання, які відображають єдність виявів інтелекту і афекту. Ця єдність має назву смислового переживання. Залучення підприємців в особистісно-значущі ситуації, їх рефлексія на емоційному та раціональному рівнях забезпечують динамічний розвиток адаптивних здібностей та зміни в мотиваційній сфері особистості.

Програма поетапного формування адаптивних здібностей підприємців містить наступну схему.

Перший етап. Рівень адаптивних здібностей: актуальні здібності; потреба в пристосуванні, мотивація пристосування.

Основні техніки роботи:

- психодіагностика особистісної орієнтації на мету;
- техніка самопрезентації;
- групове розмірковування над ситуаціями адаптації;
- біографічна дискусія;
- організація єдиного проблемного поля процесу адаптації;
- відеозапис

Другий етап. Рівень адаптивних здібностей: потенційні здібності; потреба в подоланні; мотивація подолання; потреба в самореалізації; особистісна рефлексія.

Основні техніки роботи:

- творча візуалізація;
- метод співпереживання ситуаціям «іншого»;

- техніка зворотного зв'язку «відбиття почуттів»;
- групове міркування «Я, інше та ситуація»

Третій етап. Рівень адаптивних здібностей: духовні здібності; мотивація перетворення; потреба в самореалізації; особистісна рефлексія.

Основні техніки роботи:

- психодіагностика особистісного орієнтування на мету;
- проєктивний малюнок;
- техніка побудови мети на НЛП;
- ситуації адаптації «Я, інше Я та ситуація».
- групове міркування;
- відеозапис

До методичних рекомендацій щодо розробки програми розвитку адаптивних здібностей слід віднести:

1) можливість бути як спеціальним тренінгом, так і частиною будь-якого тренінгу; адаптивні здібності необхідні у будь-якому вигляді діяльності, вони присутні у всіх психічних процесах і психологічних явищах;

2) тренінгова група виступає як природне і спеціальне соціальне середовище, в якому індивідуальні і групові зміни відбивають процеси соціально-психологічної адаптації особистості в реальній життєдіяльності;

3) тренінг виконує мотиваційну функцію як в процесі тренінгової роботи, унаслідок зміни мотиваційних завдань, так і після закінчення в процесі життєдіяльності особистості;

4) рефлексія мотивації в процесі адаптації створює умови для розвитку мотиваційних сил і одночасно розвиває адаптивні здібності;

5) наповнення програми конкретними психотехніками і вправами може мінятися.

## Висновки до розділу 2

Аналіз категорій вербальної самопрезентації підприємців обох груп дозволив встановити розбіжності за шкалами соціальне «Я», рефлексивне «Я».

Підприємці, що займалися бізнесом протягом 10 – 15 років ідентифікують себе із роботою; підприємці, що тільки почали займатися бізнесом розглядають роботу як одну із сфер саморозкриття.

Підприємці, що займаються бізнесом тривалий час визначають таку послідовність найбільш значущих цінностей: здоров'я, щасливе сімейне життя, цікава робота, матеріально забезпечене життя, активне діяльнісне життя, суспільне визнання. Підприємці, що тільки почали бізнес обирають найбільш значущі цінності у такій послідовності: здоров'я, щасливе сімейне життя, матеріально забезпечене життя, цікава робота, любов, наявність вірних друзів.

Підприємці демонструють єдність у визначенні значущості засобів досягнення цінностей. Віддаються перевазі в обох групах засобам, що розкривають можливості самореалізації особистості: відповідальність, тверда воля, раціоналізм, чесність, самоконтроль, освіченість. У той же час групи підприємців відрізняються за пріоритетами окреслених інструментальних цінностей. Підприємці групи Б понад усе розраховують на тверду волю, раціоналізм, чесність, які займають перші три рангові позиції. У підприємців групи А перші рангові позиції займають цінності відповідальності, освіченості, чесності.

Щодо показників співвідношення «цінності» і «доступності», то у підприємців, що займаються бізнесом досить тривалий час внутрішній конфлікт поряд із станом внутрішнього вакууму представлені на мінімальному рівні. У підприємців, що тільки почали бізнес, внутрішній конфлікт відчувається маже всіма сферами за виключенням сфер «розвиток себе» та «творчість».

Визначено розбіжності в прояві інтелектуальної складової особистості підприємців за факторами М, І. Інтелект підприємців із досвідом характеризується більш розвинутим абстрактним мисленням; вони реалісти, розсудливі, гнучкі у судженнях, практичні, раціональні, логічні. Підприємці, що мають великий досвід бізнесу можуть бути віднесені до категорії емоційно стабільних осіб (фактор С); вони мають низький рівень тривожності, спокійні, життєрадісні, впевнені у собі і в своїх силах (фактор Q); вищий рівень самоконтролю (фактором

Q3); вони відрізняються більшою розслабленістю, толерантністю, відсутністю фрустрації (фактор Q4). Визначені розбіжності в прояві комунікативної складової особистості підприємців за факторами E, Q2. Комунікативні властивості підприємців із досвідом характеризується більшою домінантністю, схильністю до авторитарної поведінки, що у поєднанні із нонконформізмом, незалежністю, орієнтацією на власні рішення, самостійністю визначають комунікативну позицію особистості в бізнесі. На підставі отриманих результатів нами запропоновано програму розвитку адаптивних здібностей підприємців

## ВИСНОВКИ

Адаптаційна трансформація властивостей особистості виявляється у зміні діапазону вияву психологічних особистісних властивостей, в перетворенні їх структури та перерозподілі домінант регуляторної активності. Це дає підстави для припущення щодо виникнення в процесі адаптації нового психологічного типу особистості. Поява нових якостей може бути спричинена виведенням їх із латентного стану. Змінені умови можуть створювати можливості для вияву нової властивості. Підприємництво може розглядатися у якості однієї з форм адаптації суспільства до глибинних змін у соціальній і економічній сферах. Для вітчизняного підприємництва характерними рисами є динамічність, мобільність, багатоплановість, жорстка конкуренція. Отже, підприємницька діяльність висуває особливі вимоги до адаптаційних можливостей особистості.

Теоретичний аналіз проблеми дозволив висунути припущення про те, що в процесі підприємницької діяльності психічна структура особистості зазнає адаптивних трансформацій; змін зазнають образ «Я», ціннісні орієнтації, особистісні властивості. Для реалізації дослідницької мети було застосовано комплекс психодіагностичних методик: методика діагностики Я образу М. Куна і Т. Макпартленда, методикою виявлення ціннісних орієнтацій Р. Рокича, методикою діагностики рівня співвідношення «цінності» та «доступності» О.Б. Фанталової, багатофакторним особистісним опитувальником діагностики емоційних, комунікативних, інтелектуальних властивостей, а також особливостей саморегуляції Р. Кетелла (16 PP).

В процесі експериментального дослідження отримані наступні результати. Підприємці обох груп використовують приблизно однакову кількість слів у вербальній самопрезентації, однакову кількість займенника «я». Виявлені статистично значущі розбіжності за шкалами соціальне «Я», рефлексивне «Я». Підприємці, що займалися бізнесом протягом 10 – 15 років ідентифікують себе із роботою; у свідомості вона поєднується із сім'єю, особистісними

властивостями, із власним ім'ям, досягненнями. Підприємці, що тільки почали займатися бізнесом розглядають роботу як одну із сфер саморозкриття.

Підприємці, що займаються бізнесом тривалий час визначають таку послідовність найбільш значущих цінностей: «здоров'я», «щасливе сімейне життя», «цікава робота», «матеріально забезпечене життя», «активне діяльнісне життя», «суспільне визнання». Підприємці, що тільки почали бізнес обирають найбільш значущі цінності у такій послідовності: «здоров'я», «щасливе сімейне життя», «матеріально забезпечене життя», «цікава робота», «любов», «наявність вірних друзів. Підприємці демонструють єдність у визначенні значущості засобів досягнення цінностей. Віддається перевага в обох групах засобам, які розкривають можливості самореалізації особистості: «відповідальність», «тверда воля», «раціоналізм», «чесність», «самоконтроль», «освіченість». Перші три рангові позиції у досвідчених підприємців займають «тверда воля», «раціоналізм», «чесність», у підприємців, що тільки увійшли в бізнес – «відповідальність», «освіченість», «чесність».

Досліджувані обох груп найбільш доступною для себе вважають цінність «щасливе сімейне життя». На другому і третьому місцях за доступністю у досвідчених підприємців стоять цінності «упевненість у собі», «цікава робота», у підприємців, що тільки почали займатися бізнесом – цінності «свобода», «кохання». У підприємців, що займаються бізнесом досить тривалий час внутрішній конфлікт поряд із станом внутрішнього вакууму представлені на мінімальному рівні. У підприємців, що тільки почали бізнес, внутрішній конфлікт стосовно таких цінностей як «цікава робота», «кохання», «упевненість у собі» виявляється на середньому рівні, а стосовно таких цінностей як «власний престиж», «матеріально забезпечене життя», «наявність хороших і вірних друзів», «щасливе сімейне життя» – на високому рівні. Найбільший внутрішній вакуум підприємці цієї групи відчують стосовно цінності «розвиток себе», яка не викликає ніяких спонукальних дій у досліджуваних.

Зафіксовано статистично значущі розбіжності інтелектуальних властивостей особистості підприємців за факторами М, І. Інтелект підприємців із досвідом



характеризується більш розвинутою абстрактною складовою; вони більш реалістичні, розсудливі, гнучкі у судженнях, практичні, раціональні, логічні.

Визначено статистично значущі розбіжності емоційних і регуляторних властивостей особистості підприємців. Підприємці, що мають великий досвід бізнесу можуть бути віднесені до категорії емоційно стабільних осіб (фактор С); вони мають низький рівень тривожності, впевнені у собі і в своїх силах (фактор Q); вміють контролювати свої емоції і поведінку (фактором Q3); відрізняються більшою розслабленістю, толерантністю, відсутністю фрустрації (фактор Q4). Підприємців, що тільки почали займатися бізнесом зберігають спокій, упевненість в собі, працездатність у звичних для себе ситуаціях, розвиток яких вони можуть передбачити. У випадку появи додаткових, неочікуваних труднощів емоційна рівновага порушується. Вони виявляють більшу схильність до почуття провини, невдоволення собою, чутливість до схвалення оточуючих; мають більш високу енергетичну напруженість, фрустрованість.

Зафіксовано статистично значущі розбіжності комунікативної складової особистості підприємців за факторами E, Q2. Комунікативні властивості підприємців із досвідом характеризується більшою домінантністю, схильністю до авторитарної поведінки, що у поєднанні із нонконформізмом, незалежністю, орієнтацією на власні рішення, самостійністю визначають комунікативну позицію особистості в бізнесі. Підприємці, що тільки увійшли у бізнес виявляють більшу м'якість, поступливість, тактовність, люб'язність, шанобливість.

Таким чином, результатами емпіричного дослідження доведено, що в підприємництві відбувається адаптаційні трансформації особистості. Під впливом нової діяльності складається особливий психологічний тип особистості. Підприємницька діяльність трансформує Я образ, ціннісні орієнтації, інтелектуальні, емоційні, регуляторні властивості особистості.

Враховуючи той факт, що підприємницька діяльність пред'являє особливі вимоги до адаптаційних можливостей особистості, ми розробили програму оптимізації адаптивних здібностей особистості підприємця. Розвиток

адаптивних здібностей відбувається в процесі переходу потенційних здібностей в актуальні на основі реалізації активної позиції учасників тренінгу.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Абдуллаєва І. Психологічні особливості підприємницької діяльності сфери торгівлі: зарубіжний досвід досліджень. URL: [http://www0ktbku/nbwx0iqx0wc/eik/bkn/ktbku\\_nbwx/eikktbku\\_2010\\_3\\_29\\_50rfh](http://www0ktbku/nbwx0iqx0wc/eik/bkn/ktbku_nbwx/eikktbku_2010_3_29_50rfh)
2. Адаптивні та ушкоджуючі механізми розвитку стресу / С. І. Треумова, Ю. Г. Бурмак, Є. Є. Петров [та ін.]. *Вісник проблем біології і медицини*. Полтава, 2017. Т. Вип. 4. С. 74-78
3. Андрійчук І. П. Формування позитивної Я-концепції особистості майбутніх практичних психологів у процесі професійної підготовки: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07. Тернопіль, 2002. 208 с.
4. Бабенко В. В. Основи теорії ймовірностей і статистичні методи аналізу даних у психологічних та педагогічних експериментах. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. І. Франка, 2009. 184 с.
5. Балл Г.О., Вільш І. Концепція сталих індивідуальних рис особистості в контексті раціогуманізму і системного підходу. Особистість у розвитку: психологічна теорія і практика: монографія. Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С.Макаренка, 2015. 430 с.
6. Безрукова О.А. Локус контролю як показник відповідальності особистості за даними соціологічних досліджень. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2013. Випуск 7. С. 87-96
7. Березовська Л. І., Пукіш А. О. Психологічні особливості управлінського та підприємницького потенціалу менеджерів 2015. № 1. С. 22-26.
8. Блажівський М.І. Поняття адаптації у сучасній науковій літературі. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2014. Вип. 1. С. 234-242.
9. Блинова О. Є. Інтелектуальна міграція в сучасній Україні: соціальнопсихологічний вимір. *Особистість у кризових умовах та критичних ситуаціях життя*. Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2019 С 9-11.
10. Большакова А. М. Особистісні ресурси подолання складних

життєвих ситуацій та часові перспективи осіб юнацького віку. *Наука і освіта*, №2, 2013. С. 17-21.

11. Боярин Л.В. Теоретичний аналіз вивчення проблеми соціальної адаптації у психологічній літературі. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*. 2013. № 3(32). С.54-60.

12. Варій М.Й. *Загальна психологія*. К.: «Центр учбової літератури», 2009. 1008 с.

13. Вдовіченко О.В. Схильність до ризику у різних сферах діяльності: Методика дослідження. О.: Фенікс, 2007. 32 с.

14. Вереїна Л.В. Формування позитивної емоційної орієнтації Я-образу засобами психокорекції: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол.наук: спец. «Загальна психологія, історія психології» К., 2003.19 с.

15. Винославська О. В. Етична мотивація американських та українських професіоналів бізнесу. *Зміни у свідомості Українського суспільства на зламі тисячоліть*. К.: Вид. «КМ Академія», 2000. С. 167-175.

16. Галян І. М. Психологічний аналіз сутності саморегуляції як особистісної здатності. Івано-Франківськ: Вид-во ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». 2015. Вип. 20. Ч. 1. С.154-161.

17. Геращенко І.О. Етика підприємницької діяльності. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2015. № 59 (1168). С. 61-65.

18. Герет Т. М. Клоноскі Р. Дж. Етика Бізнесу / пер. з англ. О. Ватаманюк. К.: Олімп, 2005. 340 с.

19. Гнускіна Г. В Психологічні чинники професійного вигорання у підприємців: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.10 / Національна академія педагогічних наук України Інститут психології імені Г. С. Костюка. Київ, 2016. 242 с.

20. Гнускіна Г. В. Професійне вигорання у підприємців: зв'язок між рівнем вираженості та чинниками мезорівня. *Актуальні проблеми психології*. 2014. Т. 1, Вип. 41. С. 122-125.

21. Гнускіна Г. В. Зміст та особливості проведення тренінгу «Профілактика та подолання професійного вигорання у підприємців». *Актуальні проблеми психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*. Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Київ. 2016. Т. 1. Ч. 44. С. 10-15.
22. Гусєва О.Ю. Легомінова С.В., Воскобоєва О.В., Ромащенко О.С. Психологія підприємництва та бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій, 2019. 257с
23. Долинська Л. В. Темрук О. В. Тренінг особистісно-професійної зрілості. К.: Марич, 2010. 128 с.
24. Дядін А. С. Багатоаспектність підприємництва в економічній системі. *Вісник Чернігівського Державного технологічного університету*. 2013. № 1 (64). С. 54-58.
25. Дядін А.С. Дефініція категорії «підприємницька діяльність». *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2017. Вип. 1 (25). С. 62-72.
26. Жигайло Н.І., Кохан М.О., Данилевич Н.М. Психологія бізнесу: навч. посібн. Львів: Видав. Центр ЛНУ імені Івана Франка, 2019. 256 с.
27. Жигайло Н.І. Психологія бізнесу, лідерства та комунікацій як перспективний науковий напрям в Україні та Європі. *Вісник Львівського університету*. Серія психологічні науки. 2018. Випуск 3. С. 108-112.
28. Завацька Н.Є. Системний підхід до вивчення структури адаптаційного потенціалу особистості. Особистість у розвитку: психологічна теорія і практика: монографія. Суми: Вид-во СумДПУ імені А.С. Макаренка, 2015. 430 с.
29. Заюков, І. Вплив професійного стресу на умови праці та здоров'я зайнятого населення України. *Україна: аспекти праці*. 2018. № 3. С. 44-51.
30. Зливков В.Л., Лукомська С.О., Федан О.В. Психодіагностика особистості у кризових життєвих ситуаціях. К.: Педагогічна думка, 2016. 219 с.
31. Камбур А. В. Соціальна адаптація особистості. Чернівці: «Золоті

литаври», 2012. 252 с.

32. Калашнікова Л. В. Безпека життєдіяльності особистості: повсякденні практики й стратегії поведінки в сучасному українському суспільстві. Спеціальність 22.00.04 «Спеціальні та галузеві соціології» Запоріжжя – 2020

33. Карамушка Л.М., Худякова Н.Ю. Мотивація підприємницької діяльності: моногр. Київ – Львів: Сполом, 2011. 208 с.

34. Кашуба О. М. Підприємництво в Україні: проблеми і перспективи розвитку. *Економіка та Держава : серія економічна наука.* № 6/2015. С. 103 – 106.

35. Кисленко, О. О. Стресостійкість у бізнес-середовищі. *Актуальні проблеми психології стрес-менеджменту.* Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2019. С. 46 – 48.

36. Ковальчук О. С. Співвідношення локус контролю та соціальної відповідальності особистості. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка.* Випуск 3. 2014. С. 25 – 26.

37. Красилова Ю.В. Досвід психологічного забезпечення діяльності малого підприємництва. *Проблеми загальної та педагогічної психології.* Інститут психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2002. Том IV. ч. 3. С. 15 – 16.

38. Красилова Ю.В. Психологічні чинники підприємницької активності особистості: автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2004. 16 с.

39. Креденцер О.В. Основні підходи до розуміння сутності феномену підприємництва. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут».* Філософія. Психологія. Педагогіка. К.: Політехніка, 2005. № 3. Ч.1. С. 133 – 140.

40. Креденцер О.В. Психологічні умови підготовки підприємців до професійної діяльності у сфері торгівельного бізнесу: автореф. дис. . канд. психол. наук: 19.00.10. Київ, 2009. 20 с.

41. Креденцер О.В. Поняття «внутрішньо організаційне

підприємництво»: теоретичний аналіз проблеми. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2015. № 3. С. 66 – 72.

42. Кологривова Н. М. Особливості адаптаційних ресурсів особистості в умовах російсько-української війни // *Психологія та соціальна робота*. 2022. Вип. 1-2(55-56). С. 59-71. (Фахове видання України (категорія «Б»). DOI: <https://doi.org/10.18524/2707-0409.2022.1-2.286667>

43. Корольчук М.С. Адаптація та її значення в системі психофізіологічного забезпечення діяльності. *Вісник Київського міжнародного університету. Серія: Педагогічні науки. Психологічні науки*. К.: Правові джерела, 2002. Вип. 2. С. 191 – 211.

44. Корольчук М.С. Актуальні проблеми психофізіологічного забезпечення професійної діяльності. *Вісник Київського міжнародного університету. Серія: Педагогічні науки. Психологічні науки*. К.: Правові джерела, 2002. Вип. 1. С. 185 – 192.

45. Корольчук М.С. Психофізіологія діяльності. Підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Ельга, Ніка-Центр, 2003. 400 с.

46. Корольчук М.С., Пасічна В.Г. Детермінанти і вплив молодіжного безробіття на адаптаційні можливості особистості (за результатами аналізу іноземних джерел). *Проблеми сучасної психології*: Вип. 35. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2017. С. 221 – 234.

47. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / пер. з англ. С. Яринич. К.: Стандарт, 2005. 302 с

48. Кузіков С.Б. Феноменологія саморозвитку в психосоціальній генезі особистості: суб'єктний підхід. Особистість у розвитку: психологічна теорія і практика: монографія / за ред. С. Д. Максименка, В. Л. Зливкова, С. Б. Кузікової. Суми: Вид-во СумДПУ ім. А.С. Макаренка, 2015. 430 с

49. Кулаковський Т.Ю., Кулаковська, О.Г. Підприємницькі наміри як передумова підприємницької діяльності. *Наука і освіта*. 2016. № 5. С. 194 – 200.

50. Лактіонов О.М. Структурно-динамічна організація індивідуального

досвіду: автореф. дис. .докт. психол. наук: 19.00.01. Харків, 2000. 20 с.

51. Левицька Н. С. Аналіз індивідуально-психологічних характеристик економічної соціалізації майбутніх фахівців соціальної сфери. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. 2016. № 2. С. 105 – 114.

52. Литовченко Н. Ф. Професійно орієнтований тренінг самопізнання та саморегуляції: навчально-методичні матеріали для тренінгових занять. Ніжин: НДПУ, 2002. 72 с.

53. Литвиненко О.Д. Адаптаційний потенціал як система адаптивностей особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Психологічні науки*. 2018. Вип. 2. Том 1. С. 74 – 81.

54. Литвиненко О.Д. Внутрішня структура адаптаційного потенціалу як системи адаптивностей. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія : Психологія. 2018. №7. С. 59 – 63

55. Ложкін Г. В., Спасенников В. В., Комаровська В. Л. Економічна психологія: навч. Посібник. К.: Професіонал, 2004. 304 с

56. Лоза А. С. Підприємницька активність за умов суспільної трансформації (на прикладі малого бізнесу): автореф. дис.. канд. соціолог. наук : 22.00.04 / Харківський національний університет внутрішніх справ. Харків, 2009. 19 с.

57. Лоза А.С., Пачковський Ю.Ф. Інституціональні проблеми розвитку підприємницької активності в Україні (за результатами експертного опитування). *Український соціум*. 2007. № 4. С. 105 – 113.

58. Лоза А.С. Ціннісно-мотиваційний аспект аналізу підприємницької діяльності. *Вісник Львівського університету. Серія економіка*. Львів: Видавничий центр Львівського національного університету ім. Ів. Франка, 2001. Вип. 30. С. 630 – 633.

59. Лазорко О.В. Задоволеність працею як особистісний ресурс професійної безпеки фахівців стресогенних професій. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 2. Том 1. С. 41 – 47.

60. Лазорко О.В. Професійно-психологічний тренінг як метод корекції



та розвитку професійної відповідальності менеджерів *Психологічні перспективи*. Випуск 18. 2011, С. 12 – 21.

61. Максименко С.Д. Економічна психологія і практика господарювання. *Політика і час*. 1992. № 3. С. 74 – 94.

62. Максименко С.Д. Психологія підприємницької діяльності. *Філософська і соціологічна думка*. 1993. № 5. С. 15 – 21.

63. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України: аналіт. доп. / [Д. С. Покришка, Я. А. Жаліло, Д. В. Ляпін та ін.]; за ред. Я. А. Жаліла. К.: НІСД, 2010. 72 с

64. Методики дослідження психічного здоров'я та благополуччя персоналу організацій: психологічний практикум. Л. М. Карамушка, О. В. Креденцер, К. В. Терещенко, В. І. Лагодзінська, В. М. Івкін, О. С. Ковальчук; за ред. Л. М. Карамушки. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2023. 76 с.

65. Мілютіна К.Л., Трофімов А.Ю. Психологія сучасного бізнесу: навч. посіб. Київ : Видавництво Ліра. К, 2019. 168 с.

66. Мороз Л. І. Основи професійно-психологічного тренінгу (У запитаннях та відповідях) : навч. посіб. К.: Вид. ПАЛИВОДА А. В., 2004. 130 с.

67. Москаленко В.В. Підприємництво як предмет дослідження економічної психології. *Актуальні проблеми психології*. 2003. Том 1. Вип. 11. С. 17 – 20.

68. Москаленко В.В., Сила Т.І. Підприємливість як творчість. *Актуальні проблеми психології*. 2018. Том 1, Вип. 48. С. 38 – 45.

69. Некрасова І.Н. Підходи до діагностики способу життя людини. *Психологія і суспільство*. 2010. Т. 1. № 4 (42). С. 65 – 71.

70. Пасько К. М. Особистісна криза в сучасних умовах трансформації суспільства. Особистість у кризових умовах та критичних ситуаціях життя Міжнародної науково-практичної конференції 28 лютого (1 березня 2019 року), Суми, 2019. С. 128 – 132

71. Пасічна В.Г. Аналіз психологічної адаптації та особистісної

трансформації безробітних у професіогенезі. *Правничий вісник: зб. наук. праць Ун-ту «КРОК»*. Вип. 24. Київ, 2017. С. 274 – 283.

72. Петренко Т.В., Зеленюк В.В. Морально-етичні аспекти формування підприємця європейського рівня. *Проблеми формування нової економіки XXI века: материалы Междунар. науч.-практ. конф. (23–24 декаб. 2010)*. URL: [http://www.confcontact.com/20101224/3\\_petrenko.php](http://www.confcontact.com/20101224/3_petrenko.php)

73. Петроє О. М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної політики сучасних підприємств в Україні: навч. Посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008. – 60 с

74. Підчасов Є. В. Теоретичний аналіз основних підходів до проблеми адаптації особистості в психології. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди*, 2012. Вип. 42(1). С. 179 – 193.

75. Підприємництво та бізнес-культура: підручник / [Л. О. Лігоненко, Г. Л. Піратовський, І. В. Молоштан та ін.; за заг. ред. Л. О. Лігоненко; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ: КНТЕУ, 2011. 507 с.

76. Практикум із групової психокорекції: підручник / С.Д. Максименко, О.О. Прокоф'єва, О.В. Царькова, О.В. Кочкурова. Мелітополь: Видавничо-поліграфічний центр «Люкс», 2015. 414 с.

77. Приходько В. В. Соціально-психологічний тренінг як засіб формування комунікативної компетенції. *Вісник Львів. ун-ту*. 2005. Вип. 19. Ч.1. С. 182 – 188.

78. *Психологія особистості: словник-довідник / за ред. П. П. Горностая, Т. М. Титаренко. К.: Рута, 2001. 320 с.*

79. *Психологічний словник / ред. Н.А. Побірченко. К.: Науковий світ, 2007. 274 с.*

80. Психологу для роботи. Діагностичні методики: збірник / Укладачі: В.М. Лемак, В.Ю. Петрище. Ужгород: вид-ва Олександри Гаркуші, 2012. 616 с

81. Розов В. І. Адаптивні антистресові психотехнології: навч. Посібник. К.: Кондор, 2005. 278 с

82. Романовский О. О. Теорія і практика зарубіжного досвіду в

підприємницькій освіті України: монографія. К.: ДЕМІУР, 2002. 400 с

83. Сафін О., Кузьменко Ю. Особливі умови життєдіяльності та адаптаційний потенціал особистості: психологічний аспект. *Збірник наукових праць Національної академії державної прикордонної служби України. Серія: Психологічні науки*. 2016. № 1 (3). С. 195 – 209.

84. Сердюк О.А. Психологічні чинники ефективної підприємницької діяльності особистості. *Науковий вісник ХДУ Серія Психологічні науки*. № 2. С. 38 – 44

85. Скрипник Н. Г. Проблема особистісного адаптаційного потенціалу в сучасній психологічній науці. *Теорія і практика сучасної психології*, 2019. № 1, Т. 1.С. 54 – 61

86. Титаренко Д. С. Захисні механізми психіки людини. Проблеми екстремальної та кризової психології. К.: Альма-матер, 2009. С.182 – 192.

87. Титаренко Т. М. Особистісне самоконструювання: циклічно-поступальна динаміка. *Психологія і особистість*. 2013. № 1 (3). С. 85 – 96.

88. Федорчук В. М. Тренінг особистісного зростання. К.: «Центр учбової літератури», 2014. 250 с.

89. Шевченко О. Т. Психологія кризових станів: навч. Посібник. К.: Здоров'я, 2005. 120 с

90. Штепа О. С. Особистісна зрілість: Модель. Опитувальник. Тренінг: монографія. Львів: Видавничий центр Івана Франка ЛНУ імені, 2008. 232 с.

91. Чернявская Т.П. Психологічні чинники управління ризиками у бізнесі. *Вісник Одеського національного університету. Серія Психологія*. Том 21. Випуск 2 (40). Одеса, 2016. С. 177 – 185.

92. Яновська С. Г. Особливості мнемічного компонента індивідуального досвіду підприємця. *Наука і освіта. Науково-практичний журнал Південноукраїнського національного педагогічного університету імені К. Д. Ушинського*. 2015. №1/СХХХ. С. 183 – 188.

93. Яновська С.Г. Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва. *Проблеми сучасної психології*. Кам'янець-Подільськ. Аксіома.

2013. Вип. 21. С. 799 – 809.

94. Яновська С.Г. Ціннісний аспект ставлення до грошей та особливості грошової задоволеності підприємців. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна*. № 913. 2010. С. 192 – 196.

95. Cooper D., Peake W., Watson W. Seizing opportunities: The moderating role of managerial characteristics on the relationship between opportunity-seeking and innovation efficacy in small business. *Journal of Small Business Management*. 2016. No 54. P. 1038–1058.

96. Dubini P. The influence of motivating and environment on business start-ups: som hints for publicies. *Journal of business venturing*. 1989. Vol.4. No 1. P. 11-26.

97. Bond M. J., & Feather N. T. Some correlates of structure and purpose in the use of time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1988. No 2. Vol. 55. P. 321-329.

98. McClelland D.C. Achivement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and social Psychology*. 2005. Vol. 1. P. 389-392.

99. Peterson C., Seligman M.E.P. *Character Strengths and Virtues: A Handbook and Classification*. N.Y. : Oxford University Press, 2004. 816 p.

100. Setiawan J. L. Examining Entrepreneurial Self-Efficacy among Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2014. No 115. P. 235-242.

## Проективна методика подорожі «Пустеля», «Ліс», «Акваріум».

Автор методики С.А. Пакуліна

Методика призначена для дослідження проекції поведінки особистості в умовах процесу адаптації до нових ситуацій та відноситься до класу проективних тестів. Зміст вербальної інтерпретативної методики представлено трьома подорожами «Пустеля», «Ліс», «Акваріум». Подорож до пустелі становить основу тесту.

Інструкція:

Ми з Вами відправимося в подорож, на протязі якої до Вас будуть запитання. Прохання відповідати не замислюючись, щиро передаючи свої почуття та відчуття. Наша бесіда фіксуватиметься у вигляді запису, конфіденційність відповідей Вам гарантована.

**1. Подорож у пустелю.** Випробуваному пропонується уявити, що він прокинувся в пустелі і описати свої почуття та думки в цій ситуації, а потім продовжити подорож. На його шляху трапляється глечик зі сріблом (питання: «Що ви робитимете? Візьмете чи ні з собою?»). Через деякий час подорожі зустрічається глечик із золотом (питання ті ж). Несподівано перед Вами постає перешкода – стіна заввишки по коліно. Уточняється, що вона широка і тягнеться вздовж усього горизонту, щоб унеможливити додаткові питання щодо можливості її обійти (Питання: «Що Ви робитимете?»). Ви йдете далі і бачите маленького верблюденя, що лежить на піску (запитання: «Що Ви з ним робитимете?»). Ви продовжуєте свою подорож і потрапляєте в оазис, де є вода, їжа та місце, де можна відпочити (запитання: «Що Ви тут робитимете?»). Ви вийшли з оази і зустрічаєтеся з добрим карликом, який говорить про те, що вода, яку ви пили в оазі отруєна (питання: «Яка ваша реакція? Повірите чи ні?»). З вами нічого не трапилося, ви йдете далі і бачите попереду стадо гарних верблюдів (запитання: «Що Ви робитимете?»). Залежно від відповіді випробуваний йде далі чи сідає на верблюда і їде ним. Дорогу перегороджує злий

карлик, не пропускаючи далі (запитання: «Що робитимете?»). Ви продовжуєте йти, і перед Вами виявляється висока гора, яку все ж таки можна обійти (питання: «Що робитимете?») Не важливо, піднявся на гору випробуваний чи ні, але на його шляху з'являється дерево, на якому сидить ворона і каркає. Слід уточнити, що вона вже набридла випробовуваному своїм несамовитим криком (Питання: «Що робитимете?»).

Подорож закінчено.

### **Інтерпретація проективної методики «Пустеля».**

Образ пустелі обраний як нова і невідома реальність, де людина надана сама собі. Опис пустелі визначає спосіб міркування, думки, почуття, відчуття випробуваного на все нове, що з'являється у його житті. Це виявляється через: аналіз минулого досвіду («як я сюди потрапив?»); практичне вирішення проблеми («шукатиму»); аналіз ситуації у теперішньому («що я тут роблю?»); прогнозування наслідків («що буде далі?»).

Глек із сріблом проектує ставлення людини до матеріальних цінностей, насамперед до грошей. Глек із золотом уособлює найширший спектр якостей: від чистоти, витонченості, духовної освіченості, правди, гармонії до земної сили, слави, знатності, багатства та в методиці розглядається як престиж, шляхетність, влада. Основне ставлення до матеріальних цінностей («візьму все») визначає практичне значення («висиплю срібло, візьму глечик, раптом потрапить вода»); естетичне задоволення потреби («візьму на згадку кілька монет»). Інше ставлення – ставлення до соціального престижу («візьму все»); визначається раціональним вибором («залишу срібло, візьму золото»); провідними духовними цінностями («не візьму, мені потрібно багато побачити»). Мотивація у здійсненому виборі проявляється через значення: для інших («візьму, щоби принести користь»); для себе («візьму, щоб купити собі пам'ятник»).

Стіна крім очевидної захисної функції є символом роз'єднаності. Стіна по коліно, до грудей виступає у ролі видимої перешкоди, подолання якої визначає спосіб вирішення важких ситуацій: легкість і швидкість вирішення проблеми («перестрибну»), відчуття труднощів у вирішенні («перелізу – навіть за умови,

що стіна по коліно»); деструктивне вирішення проблем («зруйную стіну»); необхідність проаналізувати ситуацію перед її вирішенням («відпочину, подумаю і переступлю»); пасивний вихід із ситуації («піду назад»); перебування у проблемі («піду по стіні»).

Маленький верблюду виявляє емпатію випробуваного, відображає дружні відносини, визначає цінності у відносинах з друзями. Рівень розвитку емпатії у спілкуванні пояснюється як: розв'язання своїх проблем за рахунок інших («складаю все на верблюденя»); здатність брати участь у вирішенні проблем інших людей («візьму із собою»); здатність брати відповідальність за вирішення чужих проблем на себе («понесу на собі»); здатність надати підтримку, але не брати участь у вирішенні не своїх проблем («школа, зроблю, що зможу, але з собою не візьму»); байдужість до проблем інших («пройду повз»).

Оазис це місце для прояву гедоністичних відносин, тут можна отримати все те, чого людина була позбавлена в пустелі. Вода – символ значення чистоти, джерела життя, символ жіночого початку, у ньому проявляється насамперед ставлення до сексу. Альтруїстична спрямованість («спочатку напою верблюду, потім нап'юся сам»); максимальне отримання задоволення («їстиму, питиму, купатимуся»); з проекцією на майбутнє («візьму із собою води та їжі»); мінімальне отримання задоволення («буду їсти» або «питиму»); гедонізм з розвиненим рівнем тривожності («їстиму, питиму і постійно сумніватимуся: чи вода не отруєна?»).

Маленький карлик (символ опіки, захисту, заступництва) виявляє ставлення до батьківської думки, порад значних у житті людей. Повне ухвалення думки («повірю»); прийняття, якщо рада добре аргументована («повірю, але шукатиму підтвердження»); неприйняття чужої думки, перевірка через особистісний досвід («не повірю, а я не помер»).

Стадо красивих верблюдів виступає у ролі можливого шанобливого супутника протилежної статі. Присутність страху у стосунках: недовіра («боюся, а раптом плюне»); відсутність навичок спілкування («я і їздити не вмію на них»); прояв проекції минулого досвіду: («боюся, вони можуть затоптати»); страх

підпорядкування («не візьму, тому що їх важко поставити на каміння») – зворотна проекція. Проекція майбутніх відносин: домінантна позиція («сяду та поїду»); позиція співпраці («поведінку поруч»); позиція споживання («на одного сяду, а іншого застрелю і з'їм»; «їхатиму на одному, помре – сяду на іншого»). Розподіл ролей та життєвого навантаження («на одному поїду, на іншого складу глеки»).

Злий карлик виявляє агресію (вербальну, фізичну) («дам у морду»; «за бороду і об землю»; «пішов на фіг»; конструктивний спосіб: здатність до співпраці («договорюся»); маніпулювання («підкуплю»); уникнення конфлікту («обійду»); вирішення конфліктів через інших («я ж на верблюді, він його затопче»).

Висока гора (символ підйому) відбиває прагнення у житті духовного і матеріального зростання. Не відчуває потреби в духовному та професійному зростанні («не піду в гору, краще обійду»); прагнення до духовного та професійного зростання («піднімуся, щоб подивитися, куди далі йти»); відчуває задоволення від аналізу досягнутого («піднімуся подивитися на пройдений шлях»); відчуває задоволення від процесу самого зростання («піднімуся, я взагалі люблю підніматися в гори»).

Ворона (символ плітки, вербальної незручності) визначає реакцію на приховану вербальну агресію («прожену палицею»; «кину камінь»; «закричу на неї»); маніпуляція («кину їй шматок сиру»); уникнення («не зверну уваги»).

## **2. Подорож до лісу**

Випробуваному пропонується з пустелі потрапити до лісу, продовжити подорож лісом і описати почуття й думки у цій ситуації (питання: «Який ліс? Що Ви бачите навколо?»). Ви йдете лісом і бачите на своєму шляху будинок (запитання: «Який він?»). У будинку, у центрі кімнати стоїть чаша (запитання: «Яка вона?»). Ви йдете далі і знаєте, що зараз зустрінетеся з вовком (запитання: «Що ви робитимете?»). З Вами нічого не трапилося, але дорогу перегородив завал із сухих дерев (запитання: «Що Ви робитимете?»). Продовжуючи подорож,



Ви досягаєте озера (запитання: «Яке воно?»). У подальшій подорожі дорогу перегородила непереборна скеля (запитання: «Що Ви робитимете?»).

Подорож закінчено.

Інтерпретація подорожі до лісу. У методиці ліс виступає у ролі соціального суспільства, стану людини у соціумі. Якщо є стежка та ліс світлий, то тривожність відсутня. Чаша (символ власного центру) визначає ставлення себе, є характеристикою самооцінки. Якщо чаша брудна, то критичне ставлення себе, неприйняття себе. Будинок є відображенням сімейного побуту, домашньої захищеності випробуваного. Вовк (хижий витвір природи) визначає вміння справлятися зі страхами. Біжить до будинку – шукає допомоги у батьків. Заліз на дерево – шукає допомоги у друзів та знайомих. Бере палицю – агресія. Озеро - ставлення до жіночого початку, сексу.

**3. Подорож до акваріуму.** Подорож до акваріуму є різновидом подорожі в техніці «метаморфоз», тому акцент в інтерпретації робиться не на символіці, а на умовах та образах, які вибираються випробуванним і з якими відбуваються певні перетворення.

Уявіть себе акваріумною рибкою (запитання: «Яка вона?»). Настав час, коли її зі звичного, знайомого будинку повезли до великого акваріуму, де було все інакше. Вперше її годували не так, як завжди. Це було щось інше (питання: «Наскільки цей корм приємний-неприємний рибці? Що Ви з ним робитимете?»). У глибокому темному кутку акваріума Ви бачите замок, він викликає подвійне почуття. Придивіться до зовнішнього вигляду замку (запитання: «Що Ви тут робитимете?»).

Довго плаваючи серед водоростей одна з риб близько підпливла до Вас. Подивіться уважно на іншу рибку (запитання: «Яка вона?»). Визначте хижа це риба чи ні, якщо хижа, то необхідно запитати: «Що Ви робитимете? Огляньтеся навколо, якщо від оточення виходить небезпека, Ви можете попросити про допомогу, придумати обставини, які допоможуть вам почуватися так само добре, як і раніше».

Інтерпретація подорожі в акваріумі. У виборі випробуваним назви (виду) рибки через її зовнішню змістовність здійснюється проекція самооцінки. Зміна акваріума передбачає зміну реальної соціальної ситуації з новими умовами. Увага, інтерес інших до рибки, що з'явилася, визначає сприйняття випробуваним зовнішнього оточення. Невідомий корм виявляє відношення до нових умов існування та внутрішньої адаптації. Темний замок проектує схильність випробуваного до ризику та небезпеки, а також швидкості пристосування. Зустріч хижої риби є показником агресії. Засоби адаптації, які використовуються піддослідним, несуть проекцію сформованих адаптивних здібностей у пошуку виходу із скрутної ситуації.