

МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ТА КОМПОНЕНТІВ САМОАКТУАЛІЗАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ МАРКЕТИНГОВОЇ СФЕРИ

Задорожна Анастасія Сергіївна,

аспірантка кафедри психології

Державного торговельно-економічного університету

<https://orcid.org/0009-0009-6333-4714>

У статті запропоновано комплексний підхід до вивчення самоактуалізації особистості маркетолога та її структурних компонентів емпіричним шляхом. Розглядається значення самоактуалізації в процесі розвитку особистості та її становлення як професіонала. Визначено основні компоненти, що сприяють формуванню самоактуалізації особистості. Окреслено ряд властивостей, що є значущими для сучасного маркетолога з урахуванням деструктивних наслідків криз останніх десятиліть та викликів, пов'язаних із трансформацією маркетингової сфери. Визначено, що особливу увагу у вимогах до сучасного фахівця приділено таким рисам, як стресостійкість, високий рівень емоційного інтелекту й уміння швидко адаптуватися в умовах нестабільності.

Відповідно до результатів аналізу наукової розвідки щодо проблеми самоактуалізації особистості в психологічній науці було обґрунтовано та сформовано вибір психодіагностичних методик, що дають змогу емпірично дослідити рівень і структурні компоненти самоактуалізації особистості маркетолога. Визначено основні інструменти визначення рівня самоактуалізації, сформованості мотиваційно-ціннісного компонента, рівня розвитку творчого й аналітичного мислення, емоційного інтелекту, особливостей комунікативного потенціалу професіонала, його емоційної стійкості та стратегій копінг-поведінки, характеру й особливостей професійної спрямованості маркетолога.

На основі вивчення теоретико-методологічних положень сформовано комплексну модель емпіричного дослідження рівня та психологічних компонентів самоактуалізації особистості маркетолога. Запропонована модель виступає підґрунтям для проведення емпіричного дослідження з подальшим розробленням рекомендацій щодо забезпечення самоактуалізації працівників маркетингової сфери, їхнього професійного зростання та психологічного благополуччя.

Ключові слова: самоактуалізація, професійна самоактуалізація, компоненти самоактуалізації, працівники маркетингової сфери, методологічні особливості, кризові умови життя.

Zadorozhna Anastasiia. Methodological features of studying the level and components of self-actualization among marketing employees

The article proposes a comprehensive approach to the study of self-actualisation of the marketer's personality and its structural components empirically. It considers the importance of self-actualisation in the process of development of a personality and its formation as a professional. The main components that contribute to the formation of self-actualisation of personality are defined. A number of properties that are significant for a modern marketer are outlined, taking into account the destructive consequences of the crises of recent decades and the challenges associated with the transformation of the marketing sphere. It is determined that special attention in the requirements for a modern specialist is paid to such traits as stress resistance, a high level of emotional intelligence and the ability to quickly adapt to conditions of instability.

According to the results of the analysis of scientific research on the problem of self-actualisation of personality in psychological science, the choice of psychodiagnostic methods that allow empirical study of the level and structural components of self-actualisation of a marketer's personality is substantiated and formed. The main tools for determining the level of self-actualisation, formation of the motivational and value component, the level of development of creative and analytical thinking, emotional intelligence, features of the communicative potential of a pro-

fessional, level of emotional stability and coping strategies, nature and features of the professional orientation of a marketer are defined.

On the basis of studying the theoretical and methodological provisions, a comprehensive model of empirical research on the level and psychological components of self-actualisation of the marketer's personality has been formed. The proposed model serves as a basis for conducting an empirical study with further development of recommendations to ensure the self-actualisation of marketing employees, their professional growth and psychological well-being.

Key words: *self-actualisation, professional self-actualisation, components of self-actualisation, marketing employees, methodological features, crisis living conditions.*

Постановка проблеми. У сучасному світі маркетинг є невід'ємною складовою діяльності бізнесу. Можливість застосувати найкращу стратегію просування та вміння адаптувати продукт чи послугу до запитів і потреб споживачів дає змогу сучасним компаніям зберегти власні позиції на ринку в умовах його швидкоплинних змін. Водночас стрімкий розвиток цифрових технологій, зростання рівня популярності сфери, а отже, конкуренції між спеціалістами зумовлює потребу в сучасного спеціаліста постійно адаптуватися до нових інструментів і способів просування, вдосконалювати теоретичні знання та практичні навички для забезпечення ефективного управління маркетинговим середовищем бізнесу. Отже, діяльність маркетолога супроводжується високим рівнем стресу, необхідністю діяти в умовах обмеженого часу та часто невизначеності. Тому вміння долати негативні фактори часто потребує від спеціаліста особистісної зрілості, гнучкості та здатності до саморозвитку й посткризового зростання.

Самоактуалізація особистості в цьому контексті виступає елементом розкриття потенціалу особистості, що дає можливість особистості долати наслідки труднощів і криз завдяки використанню власних унікальних властивостей та їх поєднань у життєдіяльності. Варто зазначити, що явище самоактуалізації професіонала може не лише виступати ресурсом для його особистісного розвитку, а й слугувати джерелом формування професійної самосвідомості та зрілості. Можливість прояву особистого потенціалу, зі свого боку, слугує чинником зростання якості виконуваних завдань і в межах робочого процесу, а отже, сприяє ефективності функціонування та розвитку організації, її спрямованості на соціально корисні досягнення [1].

У психологічній літературі проблема розкриття особистісного потенціалу маркетолога здебільшого розглядається в контексті дослідження феномену його професійного зростання. Водночас результати аналізу наукових праць свідчать про недостатню наукову розробленість теоретичних і методологічних підходів щодо комплексного вивчення психологічних складових самоактуалізації працівників маркетингової сфери. Цей аспект значною мірою ускладнює розробку ефективних рекомендацій і заходів, спрямованих на підтримку їхньої самоактуалізації, особливо в кризових умовах останніх десятиліть, що виступають суттєвими бар'єрами реалізації особистісного потенціалу. Окреслені аспекти зумовили потребу розробити модель емпіричного дослідження рівня самоактуалізації маркетологів, враховуючи її структурні компоненти.

Мета дослідження полягає у теоретико-методологічному обґрунтуванні комплексного дослідження рівня та психологічних складових самоактуалізації маркетологів з урахуванням впливу кризових викликів сьогодення.

Для досягнення мети нами було використано методи аналізу, синтезу, структурування й порівняння теоретичних положень, що дали змогу визначити концептуальне підґрунтя дослідження проблеми самоактуалізації особистості маркетолога емпіричним шляхом. Використання методу моделювання зумовило можливість розробити структурну модель дослідження рівня самоактуалізації працівників маркетингової сфери та її структурних компонентів.

Результати дослідження. Психологічна наука розглядає самоактуалізацію особистості як психологічний феномен, що охоплює процеси, результати та стани, які супроводжують людину на шляху її осо-

бистісного розвитку [2]. Вона не лише передбачає активну діяльність людини для досягнення конкретних цілей, а й слугує чинником адаптації особистості до життєвих викликів, сприяючи формуванню особистісного ресурсу для їх подолання. Як важливий психологічний спосіб реалізації потенціалу особистості, самоактуалізація посилює прагнення до самопізнання, самовдосконалення та досягнення високого рівня внутрішньої гармонії та самореалізації у значущих для особистості сферах [3].

У класичних підходах гуманістичної психології явище самоактуалізації розглядається як ключовий аспект особистісного розвитку, що визначає прагнення людини до найкращої реалізації свого потенціалу [4]; слугує показником рівня розвитку духовного світу особистості та його взаємодії із зовнішнім середовищем [5]; виступає спонукальним особистості зростати незалежно від природних задатків і властивостей та самовдосконалюватися в процесі набуття життєвого досвіду [6]; як структурний елемент волевиявлення й цілепокладання особистості стосовно власного життєвого шляху [7]; як складова формування світогляду особистості та спосіб пізнати зміст життя [8].

Ба більше, А. Маслоу за результатами своїх досліджень окреслив ряд характеристик самоактуалізованих людей, які можна об'єднати в такі властивості: високий рівень самоприйняття та прийняття інших, автономність, здатність до глибоких міжособистісних відносин, уміння об'єктивно сприймати реальність, креативність, спонтанність, наявність чітких життєвих цілей і цінностей, а також прагнення до особистісного зростання та самореалізації [9].

Представники сучасної української психологічної школи також демонструють високий рівень зацікавлення в дослідженні проблеми самоактуалізації особистості, що виражено через багатогранність визначення змісту самоактуалізації серед концепцій науковців. Отже, самоактуалізацію можна визначати як: результат самопізнання особистості й осмислення власного місця у світі [10]; можливість реалізувати власні найкращі властивості у значущих для особистості сферах; супровідний елемент процесу прийняття людини іншими

з подальшим удосконаленням суспільства [11]; показник ментального здоров'я, ресурс особистості в подоланні життєвих труднощів [12]; спосіб розвитку самоконтролю, саморегуляції та автентичності, що проявляється в рівні узгодженості активності особистості відповідно до її цінностей і світогляду [13].

Суттєву роль у концепціях українських науковців відіграє професійна самоактуалізація особистості, що дає змогу розкрити особистість із погляду розкриття її потенціалу в робочому середовищі. Професійна самоактуалізація визначається як процес і результат реалізації особистістю своїх професійних можливостей, інтересів і цінностей у трудовій діяльності, що веде до досягнення високого рівня компетентності завдяки накопиченню практичного та духовного досвіду. Вона формується під впливом як внутрішніх факторів (мотивація, самоконтроль, компетентність), так і зовнішніх (умови праці, підтримка колег, доступ до ресурсів) [14]. Також у професійній самоактуалізації особистості можна виділити кілька ключових компонентів: духовно-ціннісний, креативний, рефлексивний і когнітивний [14; 15].

Варто зазначити, що за останнє десятиліття сфера маркетингу зазнала значних трансформацій, зокрема через зміну вектора просування товарів і послуг від традиційних методів на користь цифрових технологій. Окреслена динаміка зумовила появу низки проблем, з якими стикаються спеціалісти як у процесі здійснення перших кроків до професії, так і безпосередньо в професійному зростанні.

Потреба опановувати новітні знання щодо просування, принципів роботи нових платформ і метрик створює значні перешкоди на шляху до швидкої адаптації спеціаліста до динамічних умов діяльності. Ці вимоги часто призводять до появи негативних психічних станів, пов'язаних із роботою в умовах обмеженого часу, та інформаційним перевантаженням, що в сукупності з кризовими умовами сьогодення посилює вплив деструктивних процесів на можливість збереження особистістю свого професійного й особистісного здоров'я.

Маркетологи змушені не лише постійно оновлювати свої знання, а й розвивати

гнучкість, адаптивність і креативність, щоб залишатися конкурентоспроможними. Високий рівень вимог до професійної багатofункціональності змушує спеціалістів освоювати суміжні навички, як-от аналітика, дизайн, програмування та стратегічне планування.

Тому можна стверджувати, що аналіз підходів до тлумачення феномена самоактуалізації та його структурних компонентів свідчить про багатовимірність цього явища й підкреслює його значущість для особистого розвитку та професійного становлення маркетолога. Окреслені вимоги до сучасного фахівця та потреба в забезпеченні якісного розвитку фахівців у сфері маркетингу для ефективного функціонування бізнесу загалом виступають основним підґрунтям до необхідності розв'язання проблеми визначення методологічних засад емпіричного вивчення рівня та складових самоактуалізації маркетологів.

Водночас у сучасній науці практично відсутні концепції, що розглядають самоактуалізацію працівників маркетингової сфери та її ключові складові як комплексну проблему, що, зі свого боку, ускладнює розроблення ефективних підходів до підтримки професійного розвитку спеціалістів цієї сфери. Відповідно до про-

аналізованих теоретико-методологічних положень підходів до пояснення явища самоактуалізації особистості й окреслених викликів, з якими стикаються маркетологи, було сформовано модель емпіричного дослідження рівня та складових самоактуалізації працівників маркетингової сфери (рис. 1).

Аналіз результатів дослідження. Відповідно до окресленої моделі компонентів самоактуалізації особистості, емпіричне вивчення цієї проблеми передбачає необхідність вибору релевантних інструментів дослідження, а саме психодіагностичних методик. Підбір якісних і валідних інструментів, за допомогою яких можна дослідити значущі аспекти самоактуалізації маркетологів, дасть змогу сформувати цілісне уявлення про особливості їх самоактуалізації, окреслити портрет сучасного фахівця й водночас створити підґрунтя для здійснення глибинного аналізу отриманих результатів дослідження.

Основним показником вивчення самоактуалізації особистості маркетолога є *рівень самоактуалізації* особистості, емпірична перевірка якого може здійснюватися за допомогою самоактуалізаційного тесту (CAT) Е. Шосторма. Методологічна основа інструмента спирається на

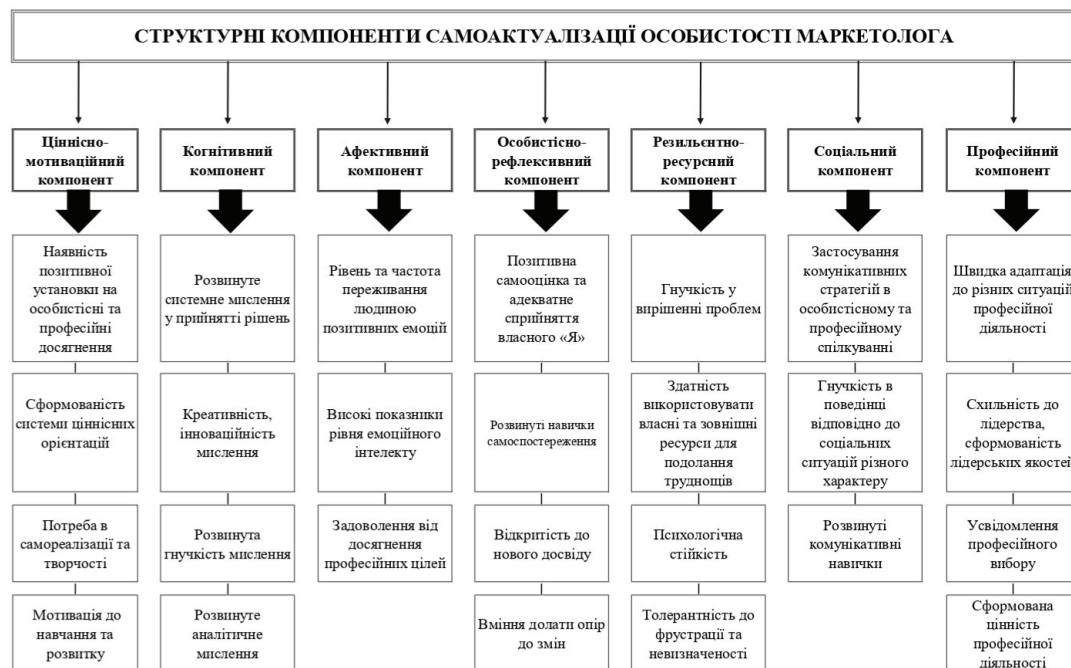


Рис. 1. Структурні компоненти самоактуалізації особистості маркетолога

гуманістичний підхід, тому дослідження самоактуалізації здійснюється відповідно до тлумачення її як складової психологічного здоров'я особистості та показника її повноцінного функціонування. Тест містить низку додаткових шкал, що дають можливість емпірично вивчити сформованість ціннісно-вольової сфери особистості, характер її поведінки, рівень самоусвідомлення та сприйняття інших, комунікативний потенціал особистості та її загальної контактності, наявності актуальної потреби в пізнанні світу та рівень прояву креативності [16].

Для вивчення ціннісної складової *ціннісно-мотиваційного компонента* можливе застосування низки психодіагностичних методик, зокрема методики «Смисложиттєві орієнтації» (СЖО) [17] та методики дослідження ціннісних орієнтацій М. Рокича [18]. Методика СЖО спрямована на визначення рівня усвідомлення сенсу життя, рівня реалізованості життєвих цілей та ступеня задоволеності особистості своїм життєвим шляхом. Водночас методика М. Рокича спрямована на вивчення ціннісних орієнтацій особистості та поділяє цінності на дві групи: термінальні цінності – кінцеві цілі життя й інструментальні цінності – способи досягнення життєвих цілей.

Для вивчення мотиваційних характеристик особистості маркетолога можливе застосування методики дослідження джерел мотивації (Motivation Sources Inventory – MSI) Дж. Барбуто та Р. Сколла [19], що дає змогу емпірично визначити п'ять основних джерел мотивації: внутрішню процесуальну мотивацію, внутрішню цільову мотивацію, інструментальну мотивацію, самоконцептуальну зовнішню мотивацію та самоконцептуальну внутрішню мотивацію [19].

Оцінка домінуючих мотиваційних установок особистості, пов'язаних із досягненнями, визначається за допомогою опитувальників «Діагностика мотивації до досягнення цілі» та «Діагностика мотивації уникнення невдач», розроблених Т. Елерсом [20; 21]. Ці інструменти дають змогу дослідити прагнення людини до досягнень, її готовність долати труднощі, ставити перед собою амбітні цілі й оцінити схильність особистості уникати ситуацій, які можуть призвести до провалу.

Дослідження складових *когнітивного компонента* передбачає застосування тестів, спрямованих на вивчення типологічних особливостей мислення маркетологів (методика дослідження стилю мислення А. Харісона та Р. Бремсона) [22], їх творчого потенціалу за показниками лабільності, гнучкості, оригінальності й уваги до деталей (методика вивчення невербальної креативності П. Торенса) [22].

Афективний компонент самоактуалізації маркетолога передбачає проведення емпіричного дослідження за методикою вимірювання позитивного та негативного афекту PANAS (Positive and Negative Affect Schedule) [23], що є ключовим для аналізу емоційного стану та його впливу на самоактуалізацію маркетолога. Не менш важливим для особистості маркетолога є визначення рівня сформованості емоційного інтелекту спеціаліста, що передбачає використання методики «Емоційний інтелект» Н. Гола [24], яка дає змогу комплексно оцінити рівень розвитку емоційного інтелекту за п'ятьма шкалами-складовими емоційного інтелекту.

Особистісно-рефлексивний компонент передбачає детальне дослідження властивостей особистості за допомогою короткого п'ятифакторного опитувальника особистості (TIPI 10) [25], загального рівня самоповаги та самоприйняття за методикою шкали самоповаги Розенберга (RSES) [26], виявлення рівня самооцінки стосовно об'єктивного сприйняття особистих і професійних якостей за тестом Райдаса на самооцінку [27].

Емпіричне дослідження складових *резильєнтно-ресурсного компонента* передбачає визначення рівня прояву тривожності, фрустрації, агресивності та ригідності особистості за методикою «Самооцінка психічних станів» (за Г. Айзенком) [22]. Дослідження загальної стресостійкості особистості маркетолога передбачає визначення її рівня за методикою Холмса і Рея [28]. Натомість методика самооцінки емоційних станів (А. Уессмана, Д. Рікса) [29] дає змогу більш широко розкрити основні емоційні переживання стресової події особистістю. Важливою характеристикою стресостійкості маркетолога є його здатність до роботи в умовах обмеженого часу, інформації та постійної новизни, тому стій-

кість до невизначеності є суттєвим показником його стресостійкості, що може бути виміряний за шкалою інтолерантності до невизначеності Н. Карлетона [30].

Вивчення основних стратегій подолання стресових станів особистості дає можливість вивчити тест BASIC PH [31], відповідно до концепції якого досліджується схильність використовувати шість основних стилів адаптації до стресу. Дослідити особливості поведінки особистості під час дії стресових станів, а також патернів прийняття рішень дозволяє визначити опитувальник копінг-поведінки (Ways of Coping Questionary, WOQ) Г. Лазаруса [32].

Дослідження *соціального компонента* за методикою Роджерса – Даймонда [22] дає змогу визначити рівень комунікативних навичок і ступінь сформованості особистісної гармонії між особистісним та соціальним. Водночас методика діагностики міжособистісних відносин Т. Лірі надає можливість емпірично дослідити поведінку й комунікативні стратегії особистості, які визначають стиль взаємодії з іншими [20].

Професійний компонент особистості маркетолога передбачає в межах емпіричного дослідження визначення основних показників прояву лідерського потенціалу та його стилю за методикою «Тип лідера» Р. Белбіна [33], окреслити домінуючі мотиви вибору професії за методикою «Якорі кар'єри» Е. Шейна [34]. Виявити основні компоненти та рівень здатності спеціаліста протистояти стресам, адаптуватися до складних умов роботи та зберігати продуктивність у професійній сфері

допомагає опитувальник професійної життєстійкості О. Кокуна [35].

Висновки. Самоактуалізація є ключовим аспектом професійного становлення маркетолога, оскільки забезпечує його особистісний розвиток і здатність ефективно адаптуватися до змін. З огляду на деструктивні наслідки криз останніх десятиліть і трансформаційні процеси в маркетингу поруч із вимогами до вмінь і навичок фахівця особливої значущості набувають якості особистості, пов'язаних зі стресостійкістю, гнучкістю й адаптивністю маркетолога.

Для дослідження самоактуалізації маркетолога було розроблено комплексну модель, яка дає змогу емпірично оцінити її рівень і ключові психологічні компоненти. До основних параметрів аналізу належать мотиваційно-ціннісні орієнтації, розвиток творчого й аналітичного мислення, рівень емоційного інтелекту, комунікативний потенціал, емоційна стійкість, копінг-стратегії та професійна спрямованість. Використання валідних психодіагностичних методик забезпечує можливість проведення комплексного емпіричного вивчення цих аспектів і виявлення чинників, що сприяють самоактуалізації сучасного маркетолога в кризових умовах сьогодення.

Перспективи подальших досліджень передбачають розробку практичних рекомендацій щодо підвищення рівня самоактуалізації маркетологів і розвитку її значущих компонентів відповідно до результатів емпіричного аналізу вивчених складових самоактуалізації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Карамушка Л. М., Ткалич М. Г. Самоактуалізація менеджерів у професійно-управлінській діяльності (на матеріалі діяльності комерційних організацій) : монографія. Київ – Запоріжжя : Просвіта, 2009. 260 с.
2. Старинська Н. В. Особливості самоактуалізації майбутніх психологів у процесі професійної підготовки. Київ : Інтерсервіс, 2015. 178 с.
3. Братаніч Б. В., Ільченко І. Г. Самоактуалізація особистості та освіта. *Філософські проблеми освіти*. 2011. № 2. С. 13–20.
4. Maslow A.H. The farther reaches of human nature. Arkana/Penguin Books, 1993. 432 p.
5. Assagioli R. The Act of Will. New York : Viking Press, 1973. 278 p.
6. Комплексний підхід у професійній підготовці майбутніх психологів : монографія / за ред. О. М. Лозової. Вінниця : «Віндрук», 2014. 184 с.
7. Rogers C.R. Client-centred therapy. London : Robinson, 1951. 560 p.
8. Wong P. Meaning-Seeking, Self-Transcendence, and Well-being. Logotherapy and Existential Analysis. Logotherapy and Existential Analysis. *Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna*.

2016. Vol. 1. P. 311–321. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-29424-7_27 (дата звернення: 23.03.2025).

9. Maslow A.H. *Motivation and Personality*. New York : Harper & Row, 1970. С. 153–175.

10. Татенко В. О. Суб'єктно-вчинкова парадигма в сучасній психології. *Соціальна психологія*. 2006. № 1 (5). С. 3–13.

11. Кобильнік Л. М. Психологічний супровід процесу самоактуалізації особистості майбутніх фахівців. *Проблеми сучасної психології*. 2015. Випуск 30. С. 268–278.

12. Voitenko E., Kaposloz H., Myronets S., Zazumko O., Osodlo V. Influence of Characteristics of Self-Actualization and Coping Behavior on Resistance of Teachers to Professional Stressors and Emotional Burnout. *International Journal of Organizational Leadership*. 2021. Vol. 10. P. 1–14. URL: <https://ssrn.com/abstract=4162805> (дата звернення: 21.03.2025).

13. Бандура О. Самоактуалізація як механізм формування інтегрованого стилю життя особистості. Кроки до компетентності та інтеграції в суспільство : науково-методичний збірник. Київ : Контекст, 2000. 336 с.

14. Пінчук Я. Ю., Видра О. Г. Проблема формування потреби у професійній самореалізації у майбутніх учителів технологій. *Підготовка фахівців у системі професійної освіти*. 2015. № 124. С. 200–202.

15. Зеленін В. В. Психологічний аналіз зв'язків професійної самоактуалізації та професійно-значущих якостей музикантів-виконавців на різних етапах фахового становлення. *Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. 2014. Т. 11. № 9. С. 367–383.

16. Shostrom E. An Inventory for the measurement of self-actualization. *Educational and Psychological Measurement*. 1964. No. 24 (2). P. 207–218.

17. Crumbaugh J.C., Maholick L.T. Manual of instructions for the Purpose in Life test. Abilene, TX : Viktor Frankl Institute of Logotherapy, 1969.

18. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York : The Free Press, 1973. 438 p.

19. Barbuto J.E., Scholl R.W. Motivation Source Inventory: Development and validation of new scales to measure an integrative taxonomy of motivation. *Psychological Reports*. 1998. No. 82. P. 1011–1022.

20. Кокун О. М., Пішко І. О., Лозинська Н. С., Копаниця О. В., Герасименко М. В., Ткаченко В. В. Збірник методик діагностики лідерських якостей курсантського, сержантського та офіцерського складу : методичний посібник. Київ : НДЦ ГП ЗСУ, 2012. 433 с.

21. Котик І. О. Практикум із діагностики мотиваційної сфери особистості : навчально-методичний посібник. Вінниця, 2008. 171 с.

22. Лемак М. В, Петрище В. Ю. Психологу для роботи. Діагностичні методики : збірник. Ужгород : Видавництво Олександри Гаркуші, 2012. 616 с.

23. Watson D., Clark L.A., Tellegen A. Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1988. Vol. 54 (6). P. 1063–1070.

24. Штифурак В. С. Основи успішної управлінської діяльності: (психогігієнічний аспект) : навчально-методичний посібник. Вінниця, 2008. 194 с.

25. Barrick M., Mount M. The Big Five personality dimensions and job performance: a metaanalysis. *Personnel Psychology*. 1991. № 44. P. 1–26.

26. Волошина В. В., Долинська Л. В., Ставицька С. О., Темрук О. В. Загальна психологія: практикум : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2006. 280 с.

27. Баєва О. В., Новальська Н. І., Згалат-Лозинська Л. О. Основи менеджменту : практикум. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 524 с.

28. Holmes T.H., Rahe R.H. The Social Readjustment Rating Scale. *Journal of Psychosomatic Research*. 1967. Vol. 11 (2). P. 213–218. URL: [https://doi.org/10.1016/0022-3999\(67\)90010-4](https://doi.org/10.1016/0022-3999(67)90010-4) (дата звернення: 21.03.2025).

29. Методики вивчення повсякденного стресу і способів розв'язання кризових життєвих ситуацій / за ред. Т. М. Титаренко. Київ : Міленіум, 2009. 120 с.

30. Carleton R.N., Gosselin P., Asmundson, G.J.G. The Intolerance of Uncertainty Index: Replication and extension with an English sample. *Psychological Assessment*. 2010. Vol. 22 (2). P. 396–406.
31. Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи : навчальний посібник / за ред. Л. Царенко. Том 2. Київ, 2018. 240 с.
32. Folkman S., Lazarus R. Ways of Coping Questionnaire. PsycTESTS Dataset. Consulting Psychologists Press, 1988. 33 p. DOI: <https://doi.org/10.1037/t06501-000> (дата звернення: 21.03.2025).
33. Кокун О. М., Пішко І. О., Лозінська Н. С., Олійник В. О. Психодіагностика лідерських якостей військовослужбовців : методичний посібник. Київ : ТОВ «7БЦ», 2023. 171 с.
34. Chapman J.R. Fostering career management using career anchor theory. *APA handbook of career intervention. Vol. 2. Applications / P.J. Hartung, M.L. Savickas, W.B. Walsh*. Washington DC : American Psychological Association, 2015. P. 507–520.
35. Кокун О. Опитувальник професійної життєстійкості (українська версія). Проблеми екстремальної та кризової психології. Харків : НУЦЗУ, 2021. Вип. 1 (1). С. 90–104.

REFERENCES:

1. Karamushka, L.M., & Tkalych, M.N. (2009). *Samoaktualizatsiia menedzheriv u profesiino-upravlinskii diialnosti (na materialy diialnosti komertsiiynykh orhanizatsii) [Self-actualisation of managers in professional and managerial activity (based on the materials of commercial organisations)]*. Kyiv: Prosvita [in Ukrainian].
2. Starinska, N.V. (2015). *Osoblyvosti samoaktualizatsii maibutnikh psykhologiv u protsesi profesiinoy pidhotovky [Features of future psychologists' self-actualisation in the process of professional training]*. Kyiv: Interservis [in Ukrainian].
3. Bratanich, B.V., & Ilchenko, I.H. (2011). Samoaktualizatsiia osobystosti ta osvita (Self-actualisation and education). *Filosofski problemy osvity – Philosophical problems of education*, 2, 13–20 [in Ukrainian].
4. Maslow, A.H. (1993). *The farther reaches of human nature*. Arkana/Penguin Books [in English].
5. Assagioli, R. (1973). *The Act of Will*. New York: Viking Press [in English].
6. Lozova, O.M. [Ed.] (2014). *Kompleksnyi pidkhid u profesiinii pidhotovtsi maibutnikh psykhologiv [An integrated approach to the professional training of future psychologists]*. Vinnytsia: Vindruk [in Ukrainian].
7. Rogers, C.R. (1951). *Client-centred therapy*. London: Robinson [in English].
8. Wong, P. (2016). Meaning-Seeking, Self-Transcendence, and Well-being. Logotherapy and Existential Analysis. *Proceedings of the Viktor Frankl Institute Vienna*, 1, 311–321. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-29424-7_27 [in English].
9. Maslow, A.H. (1970). *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row. 153–175 [in English].
10. Tatenko, V.O. (2006). Subiektno-vchynkova paradyhma v suchasni psykhologii [The subject-action paradigm in modern psychology]. *Соціальна психологія – Social psychology*, 1 (5), 3–13 [in Ukrainian].
11. Kobyl'nyk, L.M. (2015). Psykholohichniy suprovod protsesu samoaktualizatsii osobystosti maibutnikh fakhivtsiv [Psychological support of the process of self-actualisation of future specialists]. *Problemy suchasnoi psykhologii – Problems of modern psychology*, 30, 268–278 [in Ukrainian].
12. Voitenko, E., Kaposloz, H., Myronets, S., Zazumko, O., & Osodlo, V. (2021). Influence of Characteristics of Self-Actualization and Coping Behavior on Resistance of Teachers to Professional Stressors and Emotional Burnout. *International Journal of Organizational Leadership*, 10, 1–14. <https://ssrn.com/abstract=4162805> [in English].
13. Bandura, O. (2000). Samoaktualizatsiia yak mekhanizm formuvannia intehrovanoho styliu zhyttia osobystosti. Kroky do kompetentnosti ta intehratsii v suspilstvo [Self-actualisation as a mechanism for the formation of an integrated lifestyle. Steps to competence and integration into society]. Kyiv: Kontekst [in Ukrainian].

14. Pinchuk, Y.Y., & Vydra, O.H. (2015). Problema formuvannia potreby u profesiinii samorealizatsii u maibutnikh uchyteliv tekhnolohii [The Problem of Forming the Need for Professional Self-Realisation in Future Technology Teachers]. *Pidhotovka fakhivtsiv u systemi profesiinoi osvity – Training of specialists in the vocational education system*, 124, 200–202 [in Ukrainian].
15. Zelenin, V.V. (2014). Psykholohichniy analiz zviazkiv profesiinoi samoaktualizatsii ta profesiino-znachushchikh yakosti muzykantiv-vykonavtsiv na riznykh etapakh fakhovoho stanovlennia [Psychological analysis of the relationship between professional self-actualisation and professionally significant qualities of musicians-performers at different stages of professional development]. *Aktualni problemy psykholohii – Current issues of psychology*, 11 (9), 367–383 [in Ukrainian].
16. Shostrom, E. (1964). An inventory for the measurement of self-actualization. *Educational and Psychological Measurement*, 24(2), 207–218. <https://doi.org/10.1177/001316446402400202> [in English].
17. Crumbaugh, J.C., & Maholick, L.T. (1969). *Manual of instructions for the Purpose in Life test*. Abilene, TX: Viktor Frankl Institute of Logotherapy [in English].
18. Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press [in English].
19. Barbuto, J.E., & Scholl, R.W. (1998). Motivation Source Inventory: Development and validation of new scales to measure an integrative taxonomy of motivation. *Psychological Reports*, 82, 1011–1022 [in English].
20. Kokun, O.M., Pishko, I.O., Lozinska, N.S., Kopanytsia, O.V., Herasymenko, M.V., & Tkachenko, V.V. (2012). *Zbirnyk metodyk diahnostyky lider-skykh yakosti kursantskoho, serzhantskoho ta ofiterskoho skladu [Collection of methods for diagnosing leadership qualities of cadets, NCOs and officers]*. Kyiv: NDTs HP ZSU [in Ukrainian].
21. Kotyk, I.O. (2008). *Praktykum iz diahnostyky motyvatsiinoi sfery osobystosti [A practical guide on diagnosing the motivational sphere of personality]*. Vinnytsia [in Ukrainian].
22. Lemak, M.V., & Petryshche, V.Y. (2012). *Psykholohu dlia roboty. Diahnostychni metodyky: Zbirnyk [For the psychologist to work with. Diagnostic techniques: Collection]*. Uzhhorod: Vydavnytstvo Oleksandry Harkushi [in Ukrainian].
23. Watson, D., Clark, L. A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6), 1063–1070. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.6.1063> [in English].
24. Shtyrfuryak, V.S. (2008). *Osnovy uspishnoi upravlinskoi diialnosti (psykhohigienichniy aspekt) [Fundamentals of successful management (psycho-hygienic aspect)]*. Vinnytsia [in Ukrainian].
25. Barrick, M., & Mount, M. (1991). The Big Five personality dimensions and job performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 44, 1–26 [in English].
26. Voloshyna, V.V., Dolynska, L.V., Stavyska, S.O., & Temruk, O.V. (2006). *Zahalna psykholohiia: Praktykum [General psychology: A practical guide]*. Kyiv: Karavela [in Ukrainian].
27. Baieva, O.V., Novalska, N.I., & Zhalat-Lozynska, L.O. (2007). *Osnovy menedzhmentu: Praktykum [Fundamentals of management: A practical guide]*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].
28. Holmes, T.H., & Rahe, R.H. (1967). The Social Readjustment Rating Scale. *Journal of Psychosomatic Research*, 11 (2), 213–218. [https://doi.org/10.1016/0022-3999\(67\)90010-4](https://doi.org/10.1016/0022-3999(67)90010-4) [in English].
29. Tytarenko, T.M. [Ed.] (2009). *Metodyky vyvchennia povsiakdennoho stresu i sposobiv rozviazannia kryzovykh zhyttievkykh sytuatsii [Methods of studying everyday stress and ways to deal with crisis situations]*. Kyiv: Milenium [in Ukrainian].
30. Carleton, R.N., Gosselin, P., & Asmundson, G.J.G. (2010). The Intolerance of Uncertainty Index: Replication and extension with an English sample. *Psychological Assessment*, 22 (2), 396–400 [in English].
31. Tsarenko, L. (Ed.) (2018). *Osnovy reabilitatsiinoi psykholohii: podolannia naslidkiv kryzy [Fundamentals of rehabilitation psychology: overcoming the consequences of the crisis]*. Vol. 2. Kyiv [in Ukrainian].

32. Folkman, S., & Lazarus, R. (1988). Ways of Coping Questionnaire. PsycTESTS Dataset. Consulting Psychologists Press. 33 p. DOI: <https://doi.org/10.1037/t06501-000> [in English].
33. Kokun, O.M., Pishko, I.O., Lozinska, N.S., & Oliinyk, V.O. (2023). Psykhodiahnostyka liderskykh yakostei viiskovosluzhbovtziv [Psychodiagnostics of leadership qualities of military personnel]. Kyiv: "7BTs" LLC [in Ukrainian].
34. Chapman, J.R. (2015). Fostering career management using career anchor theory. In P.J. Hartung, M.L. Savickas, & W.B. Walsh (Eds.), *APA handbook of career intervention. Vol. 2. Applications*. Washington DC: American Psychological Association. P. 507–520 [in English].
35. Kokun, O.M. (2021). Opytuvalnyk profesiinoi zhyttiistiikosti (ukrainska versiia) [Professional resilience questionnaire (Ukrainian version)]. *Problemy ekstremalnoi ta kryzovoi psykholohii – Problems of extreme and crisis psychology*, 1 (1), 90–104. [in Ukrainian].