

<https://doi.org/10.31108/2.2023.4.30.7>  
УДК:[159.9.01:331.102.312'008]:005.966

**Людмила Карамушка  
Марта Тиченко**

## **ОСОБЛИВОСТІ ЦІННІСНО-МОТИВАЦІЙНОГО КОМПОНЕНТУ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ЗДІЙСНЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КАР'ЄРИ ПРАЦІВНИКІВ СФЕРИ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ**

*Карамушка Людмила, Тиченко Марта. Особливості ціннісно-мотиваційного компоненту психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій.*

**Вступ.** Ефективність та продуктивність сучасних організацій, зокрема в сфері креативних індустрій, залежить від їхніх працівників, їхньої психологічної готовності до подолання викликів, з якими зустрічаються організації, професійного зростання та здійснення професійної кар'єри. Це передбачає вивчення рівня розвитку основних компонентів та складових психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри, чільне місце серед яких займає ціннісно-мотиваційний компонент.

**Мета.** Емпірично з'ясувати особливості ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій.

**Методи.** Для проведення дослідження використовувався комплекс методик, що включав власне діагностичні методики та анкету-паспортичку, які були спрямовані на вивчення складових та чинників розвитку ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій. Для здійснення опитування було використано інструмент Google Forms.

**Результати.** У статті описано сутність ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій. Проаналізовано рівень розвитку його складових (кар'єрних цінностей та мотивації до кар'єри). Визначено взаємозв'язок між складовими ціннісно-мотиваційного компонента, його загальним показником та чинниками мікрорівня (характеристиками персоналу), мезорівня (характеристиками організації) та макрорівня (характеристиками суспільства), які впливають на їх розвиток.

**Висновки.** Встановлені закономірності відображають особливості розвитку ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій, зокрема в умовах війни, які будуть корисними в процесі управління професійною кар'єрою як для самих працівників, так і для фахівців з управління персоналом.

**Ключові слова:** сфера креативних індустрій, психологічна готовність до здійснення професійної кар'єри, ціннісно-мотиваційний компонент здійснення професійної кар'єри, кар'єрні цінності, мотивація до кар'єри, кар'єрна резильєнтність, кар'єрний інсайт, кар'єрна ідентичність, чинники психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри.

*Karamushka, Liudmyla, Tychenko, Marta. Features of the value-motivational component of creative industry employees' psychological readiness for career making.*

**Introduction.** The effectiveness and productivity of modern organizations in the field of creative industries, depends on their employees, in particular, employees' psychological readiness to overcome the challenges faced by organizations, as well as to develop professionally and build a career. This involves studying the level of development of the main components of employees' psychological readiness for career making, among which the value-motivational component occupies a prominent place.

**Aim.** To find out empirically the features of the value-motivational component of the employees' psychological readiness for career making of workers in the sphere of creative industries.

**Methods.** The data were collected and processed using various diagnostic tools and a questionnaire-passport in the form of Google Forms.

**Results.** *The authors describe the essence of the value-motivational component of the psychological readiness for career making in creative industries, analyze the levels of development of its components (career values and career motivation) and the relationship between the value-motivational component and its general indicator and its micro-level (characteristics of employees), meso-level (characteristics of the organization) and macro-level (characteristics of society) factors.*

**Conclusions.** *The findings reflect the peculiarities of the development of the value-motivational component of employees' psychological readiness for career making in creative industries, in particular, in war conditions, which will be useful in career management, both for the employees themselves and for management staff.*

**Key words:** *creative industries, psychological readiness for career making, value-motivational component of career making, career values, career motivation, career resilience, career insight, career identity, career making readiness factors*

**Вступ.** Як зауважують дослідники, «робочий світ» постійно змінюється, що своєю чергою вимагає відповідного аналізу та пояснення змін не лише в контексті працевлаштування, але і кар'єри впродовж життя. І, звісно, сучасна професійна кар'єра є динамічною та стосується дедалі складнішого контексту робочого середовища. У середньому впродовж життя люди приділяють роботі близько 90 000 годин (за припущенням, що в середньому людина працює 40 годин на тиждень протягом 45 років і 50 тижнів на рік) (Baruch & Sullivan, 2022; Tomlinson et. al, 2018). Очевидно, що професійна кар'єра має складну архітектуру, має різні вияви та, як наголошує Т. Карамушка (2017), може бути успішною за умови активної взаємодії особистості та організації.

Фокусом нашого дослідження є сфера креативних індустрій, адже вона як галузь економічної діяльності має істотне значення та вплив як на локальному, національному, так і на міжнародному рівні (Карасьова, 2019; Ніколаєва et al., 2021). Більше того, є перспективною в контексті подальшого відновлення та відбудови нашої країни.

Базуючись на попередніх дослідженнях, під психологічною готовністю особистості до здійснення професійної кар'єри нами розуміється сукупність психологічних якостей, необхідних для ефективної професійної кар'єри у певній професійній сфері. Цей конструкт є стійким та багатоаспектним та включає чотири компоненти, а саме: ціннісно-мотиваційний, когнітивний, операційний та особистісний. Результати досліджень засвідчують, що ці компоненти, релевантні специфіці та вимогам діяльності, у своїй сукупності сприяють більш чи менш успішному виконанню тієї чи іншої професійної діяльності (Карамушка Л. & Канівець, 2012; Канівець & Фесун, 2019; Карамушка Т., 2017).

Важливу роль серед компонентів психологічної готовності здійснення професійної кар'єри відіграє мотиваційний. Так, справді, професійна діяльність стає все більш динамічною і дослідники зауважують, що мотивація працівників є певним осердям організаційної поведінки, адже має фундаментальний вплив на ефективність та продуктивність у роботі (Fischer, Malycha & Schafmann, 2019). Емпіричні дані засвідчують також і роль цінностей у професійній кар'єрі. Зазначається, що фахівці з більшою ймовірністю будуть прагнути будувати професійну кар'єру в організаціях, що відповідає їхнім особистим цінностям (Abessolo, Hirschi & Rossier, 2017). Тому, враховуючи фокус нашого дослідження, нами будуть проаналізовані саме кар'єрні цінності та мотивація до кар'єри як багатоаспектні конструкти, які є значущими в контексті її здійснення. Більше того, ці два конструкти у такому поєднанні раніше не виступали предметом спеціального вивчення у контексті психологічної готовності особистості до здійснення професійної кар'єри. Додамо, що, на нашу думку, доречно окреслити не суто мотиваційний, а саме ціннісно-мотиваційний компонент.

Ґрунтуючись на актуальності цієї проблематики та того, що цей ціннісно-мотиваційний компонент потребує спеціального вивчення, ми сформулювали таку мету дослідження: емпірично з'ясувати особливості ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій.

**Завдання дослідження:**

1. Дослідити рівні розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри фахівців сфери креативних індустрій.

2. Емпірично з'ясувати зв'язок рівня розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій з чинниками мікрорівня (характеристиками працівників).

3. Проаналізувати зв'язок складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій з чинниками мезорівня (характеристиками організації).

4. Проаналізувати зв'язок складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій з чинниками макрорівня (характеристиками суспільства).

5. Проаналізувати загальний рівень розвитку ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій та його зв'язок з чинниками мікро-, мезо-та макрорівня.

**Методи та організація дослідження.** Для проведення дослідження використовувався комплекс методик «Ціннісно-мотиваційний блок якостей», що включав власне діагностичні методики та анкету-паспортчику, спрямованих на вивчення особливостей ціннісно-мотиваційного блоку працівників сфери креативних індустрій та чинників, що можуть бути істотними. Для здійснення опитування було використано інструмент Google Forms.

Власне мотиваційно-ціннісний блок якостей досліджувався за допомогою двох психодіагностичних методик.

Кар'єрні цінності вимірювались за допомогою методики *Career values questionnaire* (Abessolo, Hirschi & Rossier, 2021). Цей опитувальник пропонує восьмивимірну структуру кар'єрних цінностей, які можна оцінити за допомогою 36 тверджень. Серед таких цінностей можна виділити: соціальні цінності (social values); менеджмент (management); спеціалізація (specialization); мобільність (mobility); незалежність (independence); зарплата (salary); баланс «робота – життя» (work – life balance); різноманітність (variety).

*Мотивація до кар'єри* визначалась за допомогою однойменного опитувальника – *Career motivation scale* (Day, R. & Allen, T. D., 2004). Він містить 21 запитання та 3 шкали, а саме: кар'єрна резильєнтність або іншими словами – кар'єрна життєздатність, стійкість (Career resilience); кар'єрна інтуїція чи розуміння кар'єри (Career insight); кар'єрна ідентичність (Career identity).

З метою аналізу можливих чинників, що впливають на розвиток психологічної готовності на здійснення професійної кар'єри працівниками креативних індустрій, нами, з урахуванням наших попередніх досліджень (Карамушка Л. & Канівець, 2012; Карамушка Л. et al., 2022), а також інших авторів (Канівець & Фесун, 2019; Т. Карамушка, 2017), виділено три групи чинників: чинники мікрорівня; чинники мезорівня; чинники макрорівня.

**Чинники мікрорівня** – це ті, які стосуються безпосередньо працівників сфери креативних індустрій. Нами досліджувались такі характеристики фахівців:

а) *організаційно-професійні*: рівень освіти; посада в організації (менеджери, працівники); стаж роботи в організації; формат роботи (фріланс; штатна робота); режим роботи (дистанційно; в офісі; змішана форма роботи);

б) *соціально-демографічні* (стать; вік; сімейний стан; наявність дітей).

**До чинників мезорівня** було віднесено *організаційно-функціональні характеристики організацій* (напрямок діяльності організації; кількість працівників; тривалість діяльності організації на ринку).

Щодо чинників *макрорівня*, то, з огляду на повномасштабну війну рф проти України, нами було визначено такі чинники: зміна місця проживання персоналу під час війни; втрата роботи під час війни.

Для дослідження цих чинників ми використали авторську анкету-паспортичку. Обробка результатів здійснювалась методами математичної статистики (описові статистики, кореляційний, однофакторний дисперсійний аналіз) за допомогою програми SPSS.

#### **Вибірка дослідження.**

У дослідженні взяли участь 114 фахівців сфери креативних індустрій.

Учасники дослідження мали такі *організаційно-професійні та соціально-демографічні характеристики*, які аналізувались нами як **чинники мікрорівня**.

Щодо *рівня освіти*, то учасники дослідження утворили такі групи: середня або середньо спеціальна освіта – 6,1%; навчання в університеті (бакалаврат або магістратура) – 22,8%; повна вища освіта – 51,8%; дві вищі освіти – 14,9%. Варто додати, що ще 4,4% досліджуваних навчаються в аспірантурі або мають науковий ступінь (наукове звання).

За *посадою* респонденти були розподілені так: менеджери – 44,7%, працівники – 55,3%.

За *стажем роботи в організації* досліджувані розподілились так: до 2 років – 31,6%; від 2 до 5 років – 24,6%; від 6 до 10 років – 19,3%; понад 10 років – 24,6%.

Щодо *формату роботи*, то 18,4% опитуваних були фрілансерами, а 81,6% – штатними працівниками. *Режим роботи* персоналу виглядав так: 36,8% працювали дистанційно, 28,9% – в офісі, а ще 34,2% мали змішаний варіант роботи, тобто ці фахівці поєднують обидва формати.

За *статтю* опитувані були розподілені так: 40,4% – чоловіки, 59,6% – жінки. За *віком* опитані розподілились так: до 25 років – 28,1%; 26-31 рік – 21,1%; 32-37 років – 26,3% 38-43 роки – 14,0%, понад 43 роки – 14,0%. Щодо *сімейного стану*, то з 114 досліджуваних 52,6% були одруженими/заміжними, а 47,4% – неодруженими/незаміжними. Стосовно *наявності дітей*, то 43,0% опитаних мали дітей, а 57% – дітей не мали.

*Організації, в яких працювали учасники дослідження, мали такі характеристики, які аналізувались нами як чинники мезорівня.*

Щодо *сфери діяльності організацій*, в яких працювали опитувані, то вони були розподілені так: 19,3% опитуваних працювали у сфері технологій, 15,8% – у сфері веб-дизайну та графічного дизайну, 19,3% – у сфері проектного менеджменту, 18,4% – у сфері маркетингу і реклами, 27,2% – у сфері зовнішніх та внутрішніх комунікацій в організаціях.

За *кількістю працівників в організації* опитувані були розподілені так: 21,9% працювали в організаціях із кількістю до 10 осіб, 21,1% – з кількістю від 10 до 50 осіб, 16,7% – з кількістю від 51 до 250 осіб, 14,0% – з кількістю від 251 до 500 осіб, 26,3% – із кількістю понад 500 осіб.

Щодо *терміну роботи організації на ринку*, то організації, в яких працювали працівники, мали такі характеристики: 14,0% опитаних працювали в організаціях з терміном до 5 років, 16,7% – з терміном від 5 до 10 років, 69,3% – з терміном понад 10 років.

Учасникам дослідження були притаманні такі характеристики, які були обумовлені *особливостями діяльності нашого суспільства в умовах широкомасштабної війни рф проти України, які аналізувались нами як чинники макрорівня* й були особливо значущими на момент проведення дослідження.

Щодо *зміни місця проживання в період війни*, то тут опитувані утворили такі групи: 70,2 % опитаних не змінювали місця свого проживання, 18,4% змінили своє місце проживання в межах України, 11,4% виїхали за кордон.

Стосовно *втрати роботи в період війни*, то 12,3% зазначили, що втратили роботу і тепер працюють в іншій організації, 68,4 % вказали, що вони не втратили роботу, і 19,3% вказали, що вони не втратили роботу, а навпаки, отримали підвищення в посаді та зарплаті.

Дослідження проводилось в 2022-2023 рр.

**Результати дослідження та їх обговорення.**

**1. Рівні розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри персоналу сфери креативних індустрій.**

Проаналізуємо рівень розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри персоналу сфери креативних індустрій.

Спочатку звернемося до даних, які стосуються *кар'єрних цінностей* персоналу сфери креативних індустрій, які отримані за допомогою методики *Career Values Questionnaire* (Abessolo, Hirschi & Rossier, 2021).

Аналіз отриманих даних засвідчує, що найбільш розвинутими для досліджуваних є такі кар'єрні цінності, як: *зарплата, баланс «робота – життя» та спеціалізація* (табл. 1). Ці цінності за ступенем їх розвитку для опитуваних можна віднести до однієї, *першої групи*. Кількість осіб, які мають високий рівень розвитку цих цінностей, складає від 37,7% до 46,5%.

Таблиця 1

**Рівень розвитку кар'єрних цінностей у працівників сфери креативних індустрій (у % від загальної кількості опитаних)**

Кар'єрні цінності	Рівень розвитку		
	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Зарплата	46,5	37,7	15,8
Баланс «Робота – життя»	41,2	36,8	21,9
Спеціалізація	37,7	50,0	12,3
Соціальні цінності	28,1	51,8	20,2
Мобільність	28,1	24,6	47,4
Незалежність	27,2	58,8	14,0
Різноманітність	6,1	30,7	63,2
Менеджмент	3,5	26,3	70,2

*Зарплата як кар'єрна цінність* включає: наявність гідного, конкурентного рівня зарплати у порівнянні з іншими, наявність додаткових переваг в контексті оплати праці, і що важливо – наявність стабільної роботи. Без сумніву, в умовах війни важливим фактором є оплата праці, як фактор економічної стабільності та прогнозованості життя. Саме зарплата має найвищу значущість серед фахівців сфери креативних індустрій (високий рівень її значущості зафіксовано у 46,5% досліджуваних).

*Цінність балансу «робота – життя»* в професійній кар'єрі, яка полягає в гармонійному поєднанні персоналом різних сфер життя (робота, сім'я, здоров'я, хобі тощо), є досить значущою серед респондентів (у 41,2% досліджуваних виявлено високий рівень її значущості).

Наступна *цінність спеціалізації*, а саме важливість набувати експертизи у відповідній професійній галузі, важливість долати складні виклики, є також яскраво вираженою в опитуваних респондентів (у 37,7% опитаних виявлено високий рівень значущості цієї цінності).

Другу групу за ступенем розвитку для персоналу утворили такі цінності, як: *соціальні цінності, мобільність та незалежність*. Високий рівень значущості цієї цінності виявлено у менше ніж третина учасників дослідження (27,2%-28,1%).

Зауважимо, що вимірами *соціальних цінностей* є прагнення бути корисним на роботі, допомога колегам, використання власних талентів для покращення благополуччя інших, увага до колективних інтересів, виконання такої діяльності, що має соціальну значущість для суспільства. Так, результати нашого дослідження засвідчують, що близько третини опитаних (28,1%) мають високий рівень значущості цієї цінності. Також половина опитаних (51,8 %) має середній рівень значущості цієї цінності, що в умовах війни особливо заслуговує позитивної оцінки.

Схожі тенденції простежуються і в контексті кар'єрної цінності *незалежність*, яка стосується контексту вибору власної кар'єрної траєкторії, вміння планувати та організовувати власну, самостійну роботу. Високий рівень її значущості виявлено лише у 27,2% осіб. До того ж суттєвим є те, що низький рівень значущості цієї цінності зафіксовано зовсім у невеликій кількості опитаних (всього 14,0%), що складає один із найнижчих аналогічних показників по масиву.

Найменш розвинутими кар'єрними цінностями, у порівнянні з іншими, для персоналу сфери креативних індустрій є такі цінності, як: *різноманітність та менеджмент*. За рівнем розвитку вони спільно утворюють третю групу, у представників якої високий рівень розвитку зазначених цінностей складає зовсім невелику частину учасників дослідження (від 3,5% до 6,1%).

Щодо такої цінності як *різноманітність* (прагнення виконувати різноманітні та нові завдання, перебувати в умовах робочого середовища, що постійно змінюється, бути перманентно зайнятим та активним в умовах професійної діяльності), то лише 6,1% опитаних мають високий рівень розвитку цієї цінності, 63,2% досліджуваних оцінюють цю кар'єрну цінність на низькому рівні, а 30,7% – на середньому. Припускаємо, що умови мінливості професійного середовища та новизна професійних завдань є випробуванням стресостійкості фахівців. На наш погляд, це можна пояснити тим, що, як було встановлено у попередніх дослідженнях одного з авторів статті, на сьогодні дуже велика кількість персоналу організацій переживають різні вияви стресу в умовах війни, серед яких найбільш представленими є страх і тривожність (Карамушка Л., 2022). Крім того, нерідко спостерігаються труднощі щодо продуктивності діяльності та її організації загалом (Карамушка Л., 2022). Отже, в таких умовах цінність різноманітності діяльності може бути меншою.

Щодо такої цінності як *менеджмент*, яка тлумачиться як важливість відповідати за роботу інших, планувати, організовувати та контролювати роботу колег, а також обіймати керівну посаду, то лише у 3,5% опитаних зафіксовано високий рівень розвитку цієї цінності, а 70,2%, переважна більшість досліджуваних, оцінили цю кар'єрну цінність на низькому рівні. З одного боку, це можна пояснити тим, що в умовах загальної турбулентності в нашій країні фахівці можуть надавати перевагу фокусуватися на вже існуючому переліку власних завдань у роботі. Або ж, цінуючи власну незалежність, таку можливість прагнуть надавати і підлеглим (якщо ми говоримо про менеджерів). А з іншого боку, це свідчить про велику складність і відповідальність менеджерів в організації професійної діяльності.

Отже, у процесі дослідження виявлено низку як *позитивних аспектів (досягнень)* у рівні розвитку кар'єрних цінностей персоналу організацій сфери креативних технологій, так і *негативних моментів (обмежень)*.

Нами також було проаналізовано дані, які стосуються показників *мотивації до кар'єри* (Day & Allen, 2004). Зауважимо, що тут досліджувалась *кар'єрна резильєнтність, кар'єрна ідентичність та кар'єрний інсайт*. Слід зазначити, що вимірами кар'єрної резильєнтності є віра в себе, готовність ризикувати та досягати поставлених цілей. Цікаво, що, на думку науковців, кар'єрну ідентичність можна окреслити як певний вектор мотивації, кар'єрний інсайт – як його енергетичну складову, а своєю чергою кар'єрна резильєнтність стосується стану підтримки або наполегливості (London & Noe, 1997). Наголошується також, що кар'єрна резильєнтність являє собою здатність адаптовуватися до мінливих та складних обставин, які можуть бути навіть руйнівними (Day & Allen, 2004). І наявність таких рівнів

вираженості компонентів мотивації до кар'єри є особливо значущою в умовах активної фази війни.

Як свідчать результати дослідження, третині досліджуваних притаманні досить невисокі показники по кожному з них (табл. 2). Високий рівень трьох показників мотивації до кар'єри виявлено лише у 24,6% – стосовно кар'єрної резильєнтності, у 23,7% – стосовно кар'єрної інтуїції та у 21,1% – кар'єрної ідентичності, тобто у трохи більше ніж у однієї п'ятої опитаних.

Водночас звертає увагу на себе той факт, що кар'єрна резильєнтність є *дещо більш розвинутою*, порівняно з іншими показниками мотивації до кар'єри (кар'єрною інтуїцією та кар'єрною ідентичністю), про що свідчить порівняльний аналіз даних, які стосуються високого рівня вираженості (24,6% проти 23,7% та 21,1%), і особливо даних, які стосуються низького рівня вираженості цих показників (21,1% проти 34,2% та 36,0%).

Таблиця 2

**Рівень розвитку мотивації до кар'єри у працівників сфери креативних індустрій  
(у % від загальної кількості опитаних)**

Показники мотивації до кар'єри	Рівні розвитку		
	Високий рівень	Середній рівень	Низький рівень
Кар'єрна резильєнтність	24,6	54,4	21,1
Кар'єрна інтуїція	23,7	42,1	34,2
Кар'єрна ідентичність	21,1	43,0	36,0

Отже, можна спостерігати нижчі показники того, наскільки фахівець визначає себе, ґрунтуючись на специфіці професійної кар'єри, яку він здійснює (тобто кар'єрної ідентичності) та здатності реалістично ставитися до своєї кар'єри, встановлення чітких та реалістичних кар'єрних цілей.

**2. Аналіз зв'язку рівня розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій з чинниками мікрорівня (характеристиками фахівців).**

Нагадаємо, що до чинників мікрорівня нами було віднесено *організаційно-професійні* (рівень освіти, посада в організації, стаж роботи в організації, формат роботи, режим роботи) та *соціально-демографічні* (стать; вік; сімейний стан; наявність дітей) характеристики фахівців.

У рамках цього завдання перш за все проаналізуємо дані щодо наявності зв'язку між такою складовою ціннісно-мотиваційного компонента як мотивація до кар'єри та першою підгрупою чинників мікрорівня – *організаційно-професійними* (табл. 3). Для емпіричного з'ясування цього питання ми використовували кореляційний аналіз.

Спочатку розглянемо дані, які стосуються *кар'єрних цінностей* (табл. 3). Як бачимо, існує позитивний кореляційний зв'язок між таким чинником як *посади* та соціальними цінностями ( $r=0,216$ ,  $p<0,05$ ), а також цінністю менеджменту ( $r=0,328$ ,  $p<0,01$ ). Мова йде про те, що у міру підвищення посади зростає значущість саме цих двох цінностей, тобто для менеджерів ці цінності є більш значущими, ніж для працівників. Зауважимо, що інших статистично значущих зв'язків не виявлено.

Щодо інших організаційно-професійних чинників, то тут статистично значущих зв'язків не виявлено.

Таблиця 3

**Зв'язок між кар'єрними цінностями працівників сфери креативних індустрій та організаційно-професійними чинниками (r)**

Організаційно-професійні чинники мікрорівня	Кар'єрні цінності	
	Соціальні цінності	Менеджмент
Посада	0,216*	0,328**

\* p<0,05; \*\* p<0,01

Далі проаналізуємо дані, які стосуються *мотивації до кар'єри* (табл. 3).

Так, встановлено, що існує позитивний статистично значущий кореляційний зв'язок між таким чинником як *рівень посади* та кар'єрною резильєнтністю ( $r=0,292$ ,  $p<0,01$ ), а також кар'єрною ідентичністю ( $r=0,23$ ,  $p<0,01$ ). Це проявляється в тому, що у менеджерів ці виміри мотивації до кар'єри є статистично вищими, аніж у працівників. Це своєю чергою може бути пов'язано, приміром, з чіткішим усвідомленням і розумінням кар'єрних перспектив.

У ході опрацювання даних також було з'ясовано, що рівень кар'єрної ідентичності підвищується з підвищенням *освіти* ( $r=0,242$ ,  $p<0,01$ ) та в міру збільшення *стажу роботи в організації* ( $r=0,216$ ,  $p<0,05$ ), тобто з підвищенням цих показників фахівці більшою мірою починають ідентифікувати себе з актуальною професійною кар'єрою.

Таблиця 4

**Зв'язок між рівнем розвитку показників мотивації до кар'єри працівників сфери креативних індустрій та організаційно-професійними чинниками (r)**

Організаційно-професійні чинники мікрорівня	Показники мотивації до кар'єри		
	Кар'єрна резильєнтність	Кар'єрна інтуїція	Кар'єрна ідентичність
Освіта	0,146	0,177	0,242**
Посада	0,292**	0,161	0,230*
Стаж роботи в організації	-0,016	-0,076	0,216*

\* p<0,05; \*\*p<0,01

Зауважимо, що між чинниками *формат діяльності та режим діяльності* – складовими мотивації до кар'єри – не виявлено статистично значущого кореляційного зв'язку, що, напевно, можна оцінити позитивно, так як мотивація не залежить від чисто організаційно-функціональних речей. А оскільки в умовах війни досить велика кількість людей виявляють підприємницьку активність та працюють дистанційно, то суттєво, що мотивація, ймовірно, знаходиться на належному рівні.

Далі перейдемо до аналізу іншої підгрупи чинників мікрорівня – *соціально-демографічних*.

Насамперед, як і в ситуації із організаційно-професійними чинниками, проаналізуємо дані, які стосуються *кар'єрних цінностей* (табл.5).

Що стосується *статі*, то встановлено, що у осіб жіночої статі значущість *соціальних цінностей* є вищою ( $r=0,214$ ,  $p<0,05$ ). Те ж саме стосується цінностей *баланс «робота – життя»* ( $r=0,304$ ,  $p<0,01$ ) та *різноманітність* ( $r=0,184$ ,  $p<0,05$ ). Крім того, зауважимо, що з *віком* зменшується цінність *заробітної плати* ( $r=0,193$ ,  $p<0,05$ ). Ймовірно, з плином часу, з віком стають важливішими інші цінності.



Таблиця 5

**Зв'язок між рівнем розвитку кар'єрних цінностей працівників сфери креативних індустрій та соціально-демографічними чинниками (r)**

Соціально-демографічні чинники	Кар'єрні цінності				
	Зарплата	Баланс «робота – життя»	Соціальні цінності	Незалежність	Різноманітність
Стать	0,094	<b>0,304***</b>	<b>0,214*</b>	0,064	<b>0,184*</b>
Вік	<b>-0,193*</b>	-0,094	-0,149	-0,158	-0,145
Сімейний стан	<b>0,222*</b>	-0,024	-0,078	0,136	0,158
Наявність дітей	0,150	-0,068	-0,002	<b>0,220*</b>	0,294**

\* p<0,05; \*\* p<0,01; \*\*\* p<0,001

Стосовно сімейного стану виявлено, що для неодружених чоловіків чи незаміжніх жінок зарплата як цінність відіграє більшу роль, ніж для одружених (заміжніх) (r=0,222, p<0,05). Припускаємо, що це пов'язано з деякою меншою соціальною незахищеністю чи, принаймні, з суб'єктивним сприйняттям ситуації як такої. У контексті такого чинника як наявність дітей, то виявлено вищий рівень цінності незалежність в кар'єрі в тих фахівців, які не мають дітей (r=0,220, p<0,05). І це зрозуміло, адже наявність дітей передбачає додаткові важливі обов'язки для батьків.

Далі проаналізуємо наявність статистично значущого зв'язку із показниками мотивації до кар'єри. Можемо констатувати негативний статистично значущий зв'язок між таким соціально-демографічним чинником як сімейний стан та рівнем вираженості кар'єрної ідентичності (r= -0,222, p<0,05 (табл.6).

Таблиця 6

**Зв'язок між рівнем розвитку показників мотивації до кар'єри та сімейним станом як соціально-демографічним чинником (r)**

Соціально-демографічні чинники	Шкали мотивації до кар'єри		
	Кар'єрна резильєнтність	Кар'єрна інтуїція	Кар'єрна ідентичність
Сімейний стан	0,019	-0,057	<b>-0,222*</b>

\* p<0,05

Отже, рівень кар'єрної ідентичності є нижчим у тих фахівців, які є неодруженими чи незаміжніми. На нашу думку, це може бути пов'язано з тим, що, маючи сім'ю, людина прагне забезпечувати її стабільність, і таким чином більшою мірою прагне визначати себе відносно відповідної професійної кар'єри, бути організаційно та професійно залученою тощо. Зауважимо, що не виявлено статистично значущих зв'язків шкал мотивації до кар'єри та віком, чи статтю, чи наявності дітей.

Стосовно інших соціально-демографічних характеристик, то статистично значущих зв'язків не виявлено.

**3. Вплив чинників мезорівня (характеристик організації) на рівень розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій.**

Нагадаємо, що до чинників мезорівня нами було віднесено такі: 1) сфера діяльності організації, в якій працюють фахівці (ІТ-технології; веб-дизайн та графічний дизайн; стаж

роботи в організації; проєктний менеджмент; маркетинг та реклама; зовнішні та внутрішні комунікації в організації); 2) кількість працівників в організації; 3) кількість років, протягом яких організація працює на ринку.

Розглянемо насамперед дані, які стосуються впливу *сфери діяльності організації, в якій працюють фахівці*. Для вивчення цього питання використовувався однофакторний дисперсійний аналіз.

Звернемося спочатку до *кар'єрних цінностей*, у контексті зв'язку із сферою діяльності організації.

Зазначимо, що послідовність розгляду кар'єрних цінностей буде у такій послідовності, як вона була висвітлена при описі результатів першого завдання (від найбільш виражених до найменш виражених). Звичайно, у тих випадках, коли зафіксовано вплив сфери діяльності на кар'єрні цінності.

Щодо *першої групи*, то виявлено вплив сфери діяльності на таку цінність як «баланс робота – життя».

Так, встановлено, що сфера діяльності організації впливає на таку кар'єрну цінність як *баланс «робота – життя»* ( $p < 0,01$ ) (рис. 1). Ця цінність пов'язана зі значущістю для фахівців працювати в організації, що проводить сімейну політику щодо працівників, та загалом діє справедливо й збалансовано. Очевидно, що важливою є наявність власного балансу щодо професійного та сімейного життя.

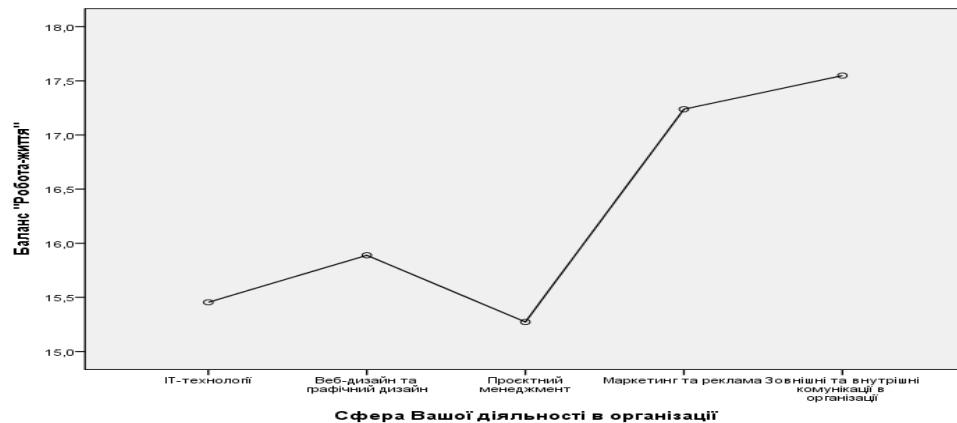


Рис. 1. Вплив сфери діяльності організації на цінність балансу «робота – життя» у працівників сфери креативних індустрій

Найвищі показники цієї цінності спостерігаються в фахівців зовнішніх та внутрішніх комунікацій в організації, а також маркетингу та реклами, а найнижчі показники значущості виявляють фахівці проєктного менеджменту. Припускаємо, що перші дві підгрупи можуть усвідомлювати всі виклики ненормованого робочого графіку, або, скажімо, вони мали вже такий життєвий досвід пережиття. Фахівці проєктного менеджменту можуть бути настільки зануреними в робочі процеси, що можуть недооцінювати значущість цієї цінності.

Щодо *другої групи* кар'єрних цінностей, то тут виявлено вплив сфери діяльності на всі цінності, які входять до цієї групи.

Насамперед зазначимо, що виявлено вплив цього чинника на *соціальні цінності* ( $p < 0,05$ ). Як видно з рис. 2, найвищі показники соціальних цінностей спостерігаються в фахівців таких напрямків: проєктний менеджмент, зовнішні та внутрішні комунікації в організації, маркетинг та реклама, найнижчі – веб-дизайн та графічний дизайн, ІТ-технології. В останньому випадку можемо припустити, що це пов'язано з високою конкуренцією між фахівцями та фокусом власне на професійну діяльність.

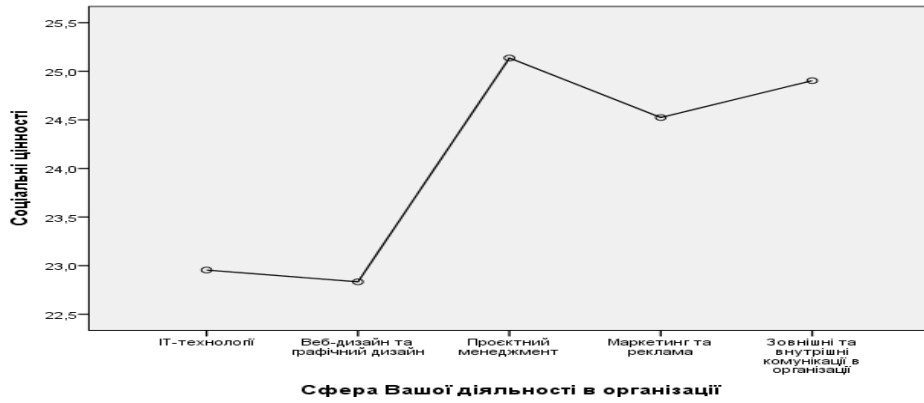


Рис. 2. Вплив сфери діяльності організації на соціальні цінності у працівників сфери креативних індустрій

Сфера діяльності також впливає на таку кар'єрну цінність як *мобільність* ( $p < 0,05$ ) (Рис. 3). Найвищі показники цієї цінності знову виявлені в фахівців зовнішніх та внутрішніх комунікацій в організації. Дещо меншими в таких напрямках, як: проектний менеджмент, маркетинг та реклама, IT-технології. Найнижчий, як видно нижче, у фахівців веб-дизайну та графічного дизайну.

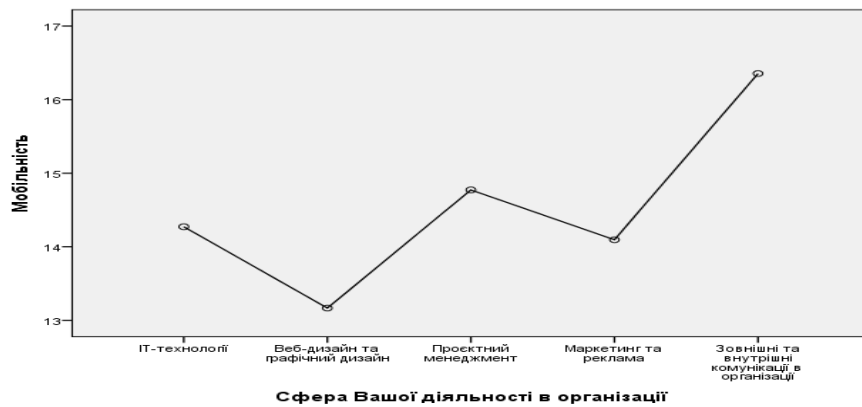


Рис. 3. Вплив сфери діяльності організації на цінність мобільності у працівників сфери креативних індустрій

Цікавими є результати щодо наступної кар'єрної цінності – *незалежність*, що також статистично значущо залежить від напрямку діяльності фахівців в організації ( $p < 0,05$ ) (Рис.4).

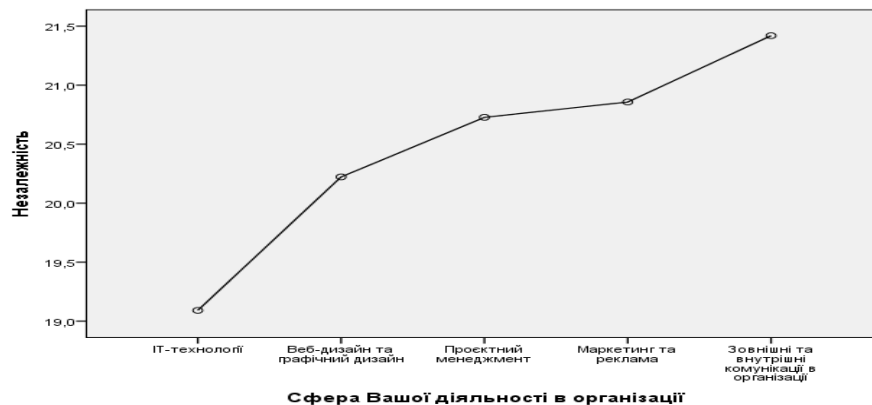


Рис. 4. Вплив сфери діяльності організації на цінність незалежності у працівників сфери креативних індустрій

Найвищі показники спостерігаються в напрямку зовнішні та внутрішні комунікації в організації, дещо менше – маркетинг та реклама, проєктний менеджмент. Найнижчі – ІТ-технології. На нашу думку, це може бути пов'язано з тим, що в умовах викликів та змін керівники компаній звертають особливу увагу на напрямок комунікацій, таким чином більшою мірою впливають та визначають вектори діяльності чи посилюють контроль за виконанням діяльності з огляду на існуючу політику організації, чи, скажімо, можливі ризики.

Щодо *третьої групи* кар'єрних цінностей, то тут, як і в другій групі, також виявлено вплив сфери діяльності на всі цінності, які входять до неї.

Так, аналіз даних засвідчує вплив сфери діяльності фахівців і на цінність *різноманітність* ( $p < 0,05$ ) (рис. 5). Найвищі показники цієї групи кар'єрних цінностей виявлено в напрямку зовнішніх та внутрішніх комунікацій (які за своєю специфікою є високо динамічними). Найнижчі – ІТ-технології, веб-дизайн та графічний дизайн (виконання завдань передбачає певний алгоритм, ймовірно, є прагнення до більшої передбачуваності та контролю за робочими процесами).

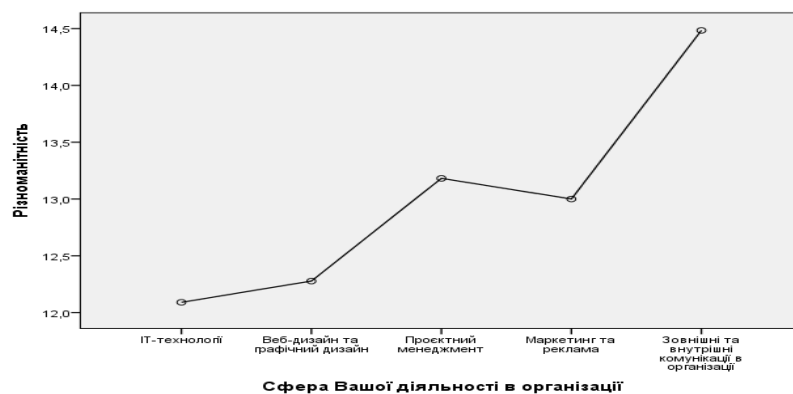


Рис. 5. Вплив сфери діяльності організації на цінність різноманітності у працівників сфери креативних індустрій

Також можемо констатувати вплив сфери діяльності на таку кар'єрну цінність як *менеджмент* ( $p < 0,05$ ) (рис. 6). Найвища значущість притаманна фахівцям, які задіяні в проєктному менеджменті. У всіх інших підгрупах – на низькому рівні, що є досить цікавою тенденцією. Припускаємо, що це може бути свідченням великої кількості викликів у професійній діяльності в рамках існуючої роботи, адже менеджмент, обіймання керівної посади пов'язане з посиленням відповідальності – за роботу інших, планування, організації та контролю діяльності інших працівників.

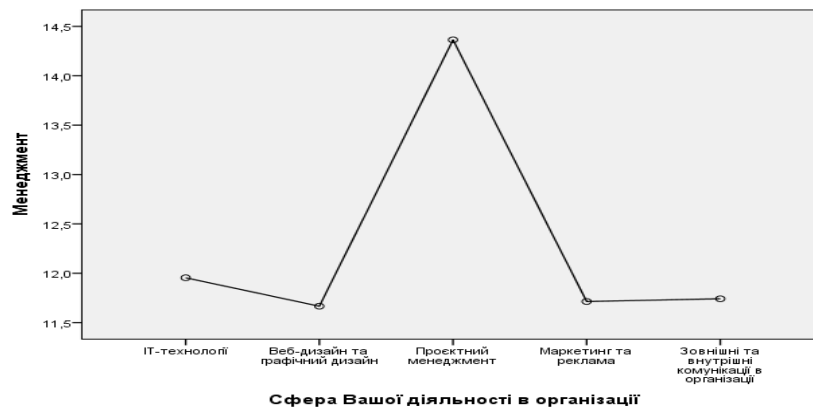


Рис. 6. Вплив сфери діяльності організації на цінність менеджменту у працівників сфери креативних індустрій

Зазначимо, що за результатами дослідження ми не виявили статистичного значущого зв'язку між напрямком діяльності фахівців у організації та такими кар'єрними цінностями як *зарплата та спеціалізація*. Очевидно, для персоналу, який працює в різних сферах, ці цінності є значущими.

Далі розглянемо дані, які стосуються *мотивації до кар'єри*, у контексті зв'язку з сферою діяльності організації.

У процесі дослідження виявлено статистично значущі відмінності ( $p < 0,01$ ) щодо вираженості *кар'єрної резильєнтності* в залежності від сфери діяльності фахівців у організації (рис.7). Встановлено, що показник кар'єрної резильєнтності є вищим серед фахівців у сфері зовнішніх та внутрішніх комунікацій і проектного менеджменту, значно нижчим – серед фахівців ІТ-технологій, веб-дизайну та графічного дизайну. Тобто виявлено вплив напрямку діяльності працівника на здатність адаптуватися до мінливих чи навіть деструктивних обставин, віри в себе та готовності ризикувати й досягати поставлених цілей. Припускаємо, що це може бути пов'язано з високою динамічністю цих сфер діяльності.

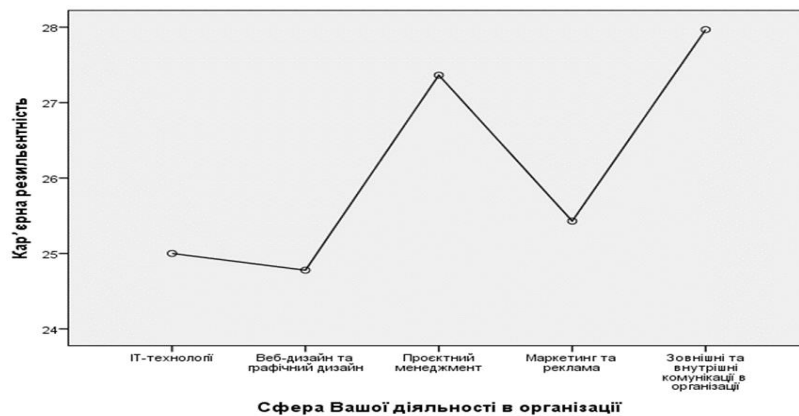


Рис. 7. Вплив сфери діяльності організації на кар'єрну резильєнтність працівників сфери креативних індустрій

Варто зауважити, що статистично значущих відмінностей між групами фахівців в контексті сфери їх діяльності в організації та іншими показниками мотивації до кар'єри (*кар'єрною інтуїцією та кар'єрною ідентичністю*) не виявлено.

Щодо такого чинника мезорівня як *«кількість років, протягом яких організація працює на ринку»*, то тут констатовано зв'язок лише із однією кар'єрною цінністю, такою як баланс «робота – життя».

Виявлено негативний зв'язок між таким чинником як *«кількість років, протягом яких організація працює на ринку»* та цінністю *баланс «робота – життя»* ( $r = -0,203$ ,  $p < 0,05$ ). Встановлено, що чим довше організація працює на ринку, тим менша значущість цієї цінності. Можливо, це може бути обумовлено тим, що з підвищенням цього показника в фахівця посилюється відданість організації, а значущість балансу «роботи – життя», якому має сприяти організація, відходить на задній план.

У дослідженні не виявлено статистично значущих зв'язків між чинником мезорівня *«кількість працівників в організації»* та всіма складовими ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності.

Таблиця 7

**Зв'язок між рівнем розвитку кар'єрних цінностей працівників сфери креативних індустрій та чинниками мезорівня (r)**

Чинники організації (мезорівень)	Кар'єрні цінності		
	Незалежність	Різноманітність	Баланс «робота-життя»
Кількість років, протягом яких організація працює на ринку	-0,057	-0,074	<b>-0,203*</b>

\*  $p < 0,05$

**4. Аналіз зв'язку рівня розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій з чинниками макрорівня (особливостями життєдіяльності в умовах війни).**

Як зазначалось вище, до чинників макрорівня нами було віднесено такі: 1) зміна місця проживання фахівців сфери креативних індустрій в умовах війни; 2) втрата роботи в умовах війни. Для емпіричної обробки даних використовувався кореляційний аналіз.

У процесі дослідження виявлено наявність негативного зв'язку між чинником «зміна місця проживання в умовах війни» та одним з показників мотивації до кар'єри – кар'єрною резильєнтністю ( $r = -0,187$ ,  $p < 0,05$ ) (табл. 8). Це проявилось в тому, що кар'єрна резильєнтність як здатність адаптуватися в складних умовах, віра в себе та готовність йти на ризик заради досягнень зменшується у тих фахівців сфери креативних індустрій, які виїхали за межі України. Це співпадає з результатами попередніх досліджень, проведених одним із авторів статті, які вказують на деяке «руйнування існуючого наразі стереотипу про те, що «внутрішні» та «зовнішні» вимушені переселенці мають кращі показники психічного здоров'я, порівняно з тими особами, які залишилися в межах постійного їхнього місця проживання (Карамушка et al., 2022).

Інших значущих статистичних зв'язків щодо впливу «зміна місця проживання під час війни» на складові ціннісно-мотиваційного компонента не виявлено.

Таблиця 8

**Зв'язок між рівнем розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до кар'єри працівників сфери креативних індустрій й чинниками макрорівня (r)**

Чинники макрорівня	Мотивація до кар'єри			Кар'єрні цінності
	Кар'єрна резильєнтність	Кар'єрна інтуїція	Кар'єрна ідентичність	Різноманітність
Зміна місця проживання в умовах війни	<b>-0,187*</b>	0,082	-0,028	-0,030
Втрата роботи в умовах війни	0,171	-0,027	0,041	<b>-0,216*</b>

\*  $p < 0,05$

Щодо такого чинника як *«втрата роботи в умовах війни»*, то з'ясовано наявність негативного кореляційного зв'язку з такою кар'єрною цінністю як *різноманітність* ( $r = -0,216, p < 0,05$ ) (табл. 8). Тобто ця кар'єрна цінність є менш значущою для тих фахівців, які втратили роботу. Припускаємо, що це може бути пов'язано зі непростими наслідками втрати роботи, з якими зіштовхнулися опитувані.

**5. Рівень розвитку загального показника ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри працівників сфери креативних індустрій та його зв'язок з чинниками мікро-, мезо- та макrorівня.**

Подальший узагальнюючий аналіз, що ґрунтується на основі опрацювання окремих складових ціннісно-мотиваційного блоку, дозволив нам виділити в цілому *ціннісно-мотиваційний компонент*, його рівні вираженості у фахівців сфери креативних індустрій у контексті здійснення професійної кар'єри. Згідно з даними, представленими на рис. 8, високий рівень вираженості ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар'єри представлено лише у третини досліджуваних (30,7%), а середній рівень вираженості – у 33,3%. Водночас простежується дещо більша кількість опитаних, у яких виявлено низький рівень вираженості ціннісно-мотиваційного компонента (36%).

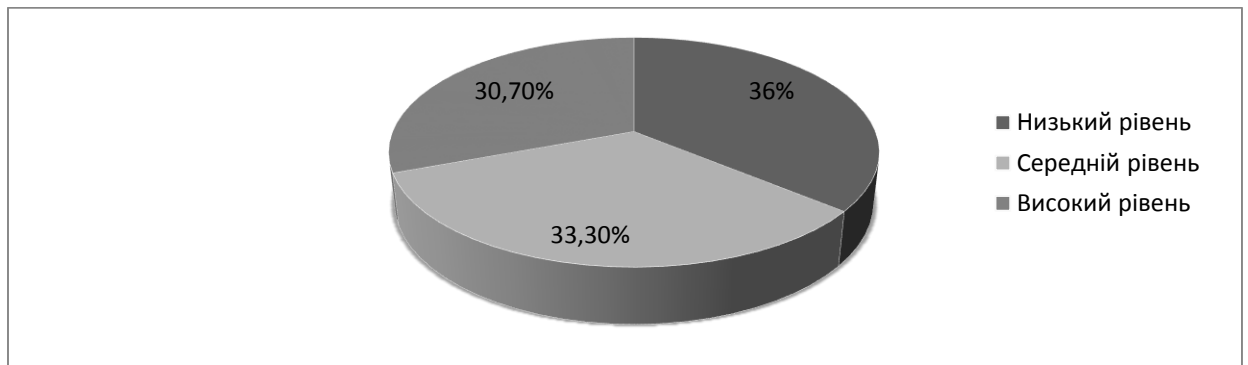


Рис. 8. Рівень розвитку загального показника ціннісно-мотиваційного компонента у працівників сфери креативних індустрій (у % від загальної кількості)

Отримані дані, на наш погляд, вказують на необхідність підвищення рівня розвитку ціннісно-мотиваційного компонента, зокрема в контексті мотивації до кар'єри, а саме посилення таких аспектів як кар'єрна ідентичність та кар'єрна інтуїція, адже вони є істотними в контексті планування власної професійної кар'єри, усвідомлення власних якостей, а з іншого боку – визначення себе в контексті професійної кар'єри. Дослідники та розробники психодіагностичного інструментарію з вивчення мотивації до кар'єри М. London & R. Noe (1997) вказують, що значущі чи то пак фундаментальні зміни можуть бути деструктивними щодо кар'єрної ідентичності та, метафорично кажучи, «зводити на манівці» в контексті розуміння кар'єри (кар'єрного інсайту). Звісно, для фахівців, які володіють високою стійкістю та отримують підтримку від інших, фундаментальні кар'єрні зміни можуть мати сприятливі наслідки чи навіть можуть стати трансформаційним переходом. Загалом навчання під наглядом супервізора, робота з керівником, який заохочує до розвитку та є прикладом для наслідування, на думку дослідників, може сприяти посиленню усіх трьох аспектів мотивації до кар'єри (London & Noe, 1997).

Варто додати, що за результатами кореляційного аналізу також виявлені позитивні зв'язки ціннісно-мотиваційного компонента в цілому та такого чинника *мезорівня* як *напрямок діяльності організації*, в якій зараз працюють фахівці.

Одномірний аналіз дисперсії (One-Way ANOVA) засвідчує вплив *сфери діяльності організації*, як чинника мікрорівня, на ціннісно-мотиваційний блок (рис. 9).



Рис. 9. Вплив сфери діяльності організації на ціннісно-мотиваційний компонент працівників сфери креативних індустрій

Тобто з одного боку – це IT, програмне забезпечення та комп’ютерні послуги (найнижчий рівень), а з іншого – реклама, маркетинг та PR (найвищий рівень). Саме в останній групі спостерігаються статистично значущі вищі показники. Ймовірно, це пов’язано з широкими можливостями, які бачать для себе фахівці.

Значущих кореляційних зв’язків з іншими чинниками не виявлено.

#### Висновки.

1. У рамках проведеного емпіричного дослідження було з’ясовано рівні розвитку складових ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар’єри працівників сфери креативних індустрій.

Констатовано, що найбільш розвинутими у фахівців сфери креативних індустрій є такі *кар’єрні цінності*, як: «зарплата», «баланс «робота – життя»» та «спеціалізація», а найменш значущими є «різноманітність» та «менеджмент».

Щодо *мотивації до кар’єри*, то дослідження показало, що вищий рівень розвитку зафіксовано стосовно «кар’єрної резильєнтності», дещо нижчий рівень виявлено щодо «кар’єрної ідентичності» та «кар’єрної інтуїції».

2. Також у процесі емпіричного дослідження було виявлено статистично значущий зв’язок між окремими складовими ціннісно-мотиваційного блоку психологічної готовності до здійснення професійної кар’єри працівників сфери креативних індустрій та чинниками мікро-, мезо- та мікрорівня. Показано, що найбільший вплив на розвиток психологічної готовності здійснення професійної кар’єри працівників сфери креативних індустрій мають чинники мікрорівня та мезорівня.

3. Встановлено, що *рівень розвитку загального показника* ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності до здійснення професійної кар’єри працівників сфери креативних індустрій є *недостатнім*. Також з’ясовано, що сфера діяльності організації є суттєвим чинником, що впливає на розвиток цього компонента.

4. Отримані результати можуть бути корисними як для менеджерів організації, так і працівників сфери креативних індустрій для їх рефлексії та аналізу, а крім того – для фахівців HR-відділів для розробки відповідних технологій щодо посилення ціннісно-мотиваційного компонента психологічної готовності працівників сфери креативних індустрій до здійснення професійної кар’єри.

До **перспектив подальшого дослідження** відноситься подальше емпіричне вивчення компонентів (когнітивного, операційного та особистісного) психологічної готовності до здійснення професійної кар’єри працівників сфери креативних індустрій.



## Література

1. Карамушка, Л. (2022). Психічне здоров'я персоналу організацій в умовах війни: основні вияви та ресурси. *Вчені записки Університету «КРОК», 3* (67), 124-133.
2. Карамушка, Л. М., Креденцер, О. В., Терещенко, К. В., Лагодзінська, В. І., Івкін, В. М., & Ковальчук, О. С. (2022). Особливості психічного здоров'я персоналу освітніх та наукових організацій в умовах війни. *Організаційна психологія. Економічна психологія, 1*(25), 62-74. <https://doi.org/10.31108/2.2022.1.25.7>
3. Карамушка, Л. М., & Канівець, Т. М. (2012). Когнітивний компонент психологічної готовності студентів вищих навчальних закладів до здійснення майбутньої професійної кар'єри: рівень та чинники розвитку. *Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія, 4*(4), 3-13.
4. Канівець, Т. М., & Фесун, Г. С. (2019). Зміст, структура та чинники розвитку психологічної готовності студентів до здійснення майбутньої професійної кар'єри. *Актуальні проблеми психології, 1*(51), 3-9.
5. Карамушка, Т. В. (2017). Соціально-психологічні чинники формування готовності аспірантів до здійснення професійної кар'єри. [Дис. канд. психол. наук. Київський національний університет імені Тараса Шевченка].
6. Карасьова, Н. А. (2019). Креативні індустрії як елемент стратегії постіндустріального розвитку. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти, 3*(3), 110-120.
7. Николаєва, О., Онопрієнко, А., Таран, С., Шоломицький, Ю., & Яворський, П. (2021). Креативні індустрії: вплив на розвиток економіки України. КШЕ. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf>
8. Abessolo, M., Hirschi, A., & Rossier, J. (2021). Development and validation of a multidimensional career values questionnaire: A measure integrating work values, career orientations, and career anchors. *Journal of Career Development, 48*(3), 243-259. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0894845319846567>
9. Abessolo, M., Hirschi, A., & Rossier, J. (2017). Work values underlying protean and boundaryless career orientations. *Career Dev. Int. 22*(1), 1-20. <https://doi.org/10.1108/CDI-10-2016-0167>
10. Day, R., & Allen, T. D. (2004). The relationship between career motivation and self-efficacy with protégé career success. *Journal of vocational behavior, 64*(1), 72-91. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(03\)00036-8](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(03)00036-8)
11. Fischer, C., Malycha, C. P., & Schafmann, E. (2019). The influence of intrinsic motivation and synergistic extrinsic motivators on creativity and innovation. *Frontiers in psychology, 10*, 137.
12. London, M., & Noe, R. A. (1997). London's career motivation theory: An update on measurement and research. *Journal of Career Assessment, 5*(1), 61-80.
13. Tomlinson, J., Baird, M., Berg, P., & Cooper, R. (2018). Flexible careers across the life course: Advancing theory, research and practice. *Human Relations, 71*(1), 4-22. <https://doi.org/10.1177/0018726717733313>

## References

1. Karamushka, L. (2022). Psykhichne zdorovya personalu organizatsii v umovakh viiny: osnovni vyavy ta resursy [Mental health of personnel of organizations in conditions of war: main manifestations and resources]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK», 3*(67), 124-133. [In Ukrainian]
2. Karamushka, L. M., Kredentser, O. V., Tereshchenko, K. V., Lagodzinska, V. I., Ivkin, V. M., & Kovalchuk, O. S. (2022). Osoblyvosti psykhichnogo zdorovya personalu osvitykh ta naukovykh organizatsii v umovakh viiny [Peculiarities of the mental health of the personnel of educational and scientific organizations in the conditions of war]. *Organizatsiina psykholohia. Ekonomichna psykholohia, 1*(25), 62-74. <https://doi.org/10.31108/2.2022.1.25.7> [In Ukrainian]
3. Karamushka, L. M., & Kanivets, T. M. (2012). Kognityvnyi komponent psykhologichnoi gotovnosti studentiv vyschych navchalnykh zakladiv do zdiisnennya maibutnoi profesiinoi karyery: riven ta chynnyky rozvytku [The cognitive component of the psychological readiness of students of higher educational institutions to pursue a future professional career: levels and development factors]. *Teoria i praktyka upravlinnya sotsialnyimi systemami: filosofia, psykholohia, pedagogika, sotsiologia, 4*(4), 3-13. [In Ukrainian]
4. Kanivets, T. M., & Fesun, G. S. (2019). Zmist, struktura ta chynnyky rozvytku psykhologichnoi gotovnosti studentiv do zdiisnennya maibutnoi profesiinoi karyery [Content, structure and development factors of students' psychological readiness for future professional careers]. *Aktualni problemy psykholohii, 1*(51), 3-9. [In Ukrainian]
5. Karamushka, T. V. (2017). Sotsialno-psykhologichni chynnyky formuvannya gotovnosti aspirantiv do zdiisnennya profesiinoi karyery [Socio-psychological factors in post-graduate students' readiness to pursue a professional career]. *Dys. kand. psykhol. nauk. Kyivskyi natsionalnyi universytet imeni Tarasa Shevchenka*. [In Ukrainian]
6. Karasova, N. A. (2019). Kreatyvni industrii yak element strategii postindustrialnogo rozvytku [Creative industries as an element of the post-industrial development strategy]. *Mizhnarodni vidnosyny: teoretyko-praktychni aspekty, 3*(3), 110-120. [In Ukrainian]
7. Nikolayeva, O., Onopriyenko, A., Taran, S., Sholomytskyi, Yu., & Yavorskyi, P. (2021). Kreatyvni industrii: vplyv na rozvytok ekonomiky Ukrainy [Creative industries: a role in the development of the economy of Ukraine]. КШЕ. <https://kse.ua/wp-content/uploads/2021/04/KSE-Trade-Kreativni-industriyi-Zvit.pdf> [In Ukrainian]
8. Abessolo, M., Hirschi, A., & Rossier, J. (2021). Development and validation of a multidimensional career values questionnaire: A measure integrating work values, career orientations, and career anchors. *Journal of Career Development, 48*(3), 243-259. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/0894845319846567>

9. Abessolo, M., Hirschi, A., & Rossier, J. (2017). Work values underlying protean and boundaryless career orientations. *Career Dev. Int.* (22), 1-20. <https://doi.org/10.1108/CDI-10-2016-0167>
10. Day, R., & Allen, T. D. (2004). The relationship between career motivation and self-efficacy with protégé career success. *Journal of vocational behavior*, 64(1), 72-91. [https://doi.org/10.1016/S0001-8791\(03\)00036-8](https://doi.org/10.1016/S0001-8791(03)00036-8)
11. Fischer, C., Malycha, C. P., & Schafmann, E. (2019). The influence of intrinsic motivation and synergistic extrinsic motivators on creativity and innovation. *Frontiers in psychology*, 10, 137.
12. London, M., & Noe, R. A. (1997). London's career motivation theory: An update on measurement and research. *Journal of Career Assessment*, 5(1), 61-80.
13. Tomlinson, J., Baird, M., Berg, P., & Cooper, R. (2018). Flexible careers across the life course: Advancing theory, research and practice. *Human Relations*, 71(1), 4-22. <https://doi.org/10.1177/0018726717733313>

### Відомості про авторів

**Карамушка Людмила Миколаївна**, дійсна членкиня НАПН України, докторка психологічних наук, професорка, завідувачка лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України, Київ, Україна

**Karamushka, Liudmyla**, Academician of the NAES of Ukraine, Dr., Prof., Head, laboratory of organizational and social psychology, G. S. Kostiuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0622-3419>

E-mail: LKARAMA01@gmail.com

**Тиченко Марта Євгенівна**, аспірантка Інституту психології імені Г.С. Костюка Національної академії педагогічних наук України, Київ, Україна

**Tychenko, Marta**, PhD student of the G.S. Kostiuk Institute of Psychology of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5010-7998>

E-mail: m.tychenko@gmail.com

Отримано 18 вересня 2023 р.  
Рецензовано 6 жовтня 2023 р.  
Прийнято 9 жовтня 2023 р.