

УДК 304.5: 316.7

**СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ СВІДОМОСТІ УКРАЇНЦІВ**

*Е. В. Прушківська, к. е. н., доцент, докторант, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, em\_prushkovskaya@mail.ru*

*Г. М. Пилипенко, д. е. н., доцент, ДВНЗ «Національний гірничий університет», PelepenkoYI@mail.ru*

*Н. І. Литвиненко, к. е. н., доцент, докторант, ДВНЗ «Національний гірничий університет», natalyt33@mail.ru*

На основі дослідження соціально-психологічних спрямувань населення України в мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Потьомкіної виявлено стереотипи економічної поведінки пересічних українців та подано характеристику їх економічної свідомості. Встановлено взаємозв'язок між соціально-психологічними спрямуваннями населення та перспективами трансформації вітчизняної економіки до постіндустріальної стадії розвитку.

**Ключові слова:** економічна свідомість, мотиваційно-потребова сфера, ціннісні орієнтації, соціально-психологічні спрямування, економічна поведінка, економічний розвиток.

**Постановка проблеми.** Сучасні економічні дослідження, а також практика реформування господарських систем країн пострадянського простору остаточно довели той очевидний факт, що економічний розвиток визначається не тільки їх ресурсним потенціалом, технологічними досягненнями та іншими суто економічними і структурними факторами, але й культурними, соціальними та соціально-психологічними чинниками. Таке розширене розуміння детермінантів економічного розвитку зміщує парадигму осмислення джерел економічного зростання в бік формування плюралістичної моделі, зверненої до людини як прямого і безпосереднього творця будь-яких суспільних змін.

Головною передумовою цієї моделі є усвідомлення того, що реальна економіка – це, в першу чергу, комплекс людських взаємодій. Люди як об'єкт і засіб економічного розвитку не існують в ізоляції – вони взаємодіють між собою таким чином, що кожен учасник економічного процесу є, одночасно, і дійовою особою із своїми цілями, і об'єктом, на який зорієнтовані інші діючі особи. Така подвійна природа економічних взаємодій вимагає упорядкованості, яка досягається через економічні механізми, формальні й неформальні інститути. Останні задаються широким культурним контекстом – загальними переконаннями, цінностями, традиціями, на яких вибудовується повсякденне життя людей і формується їх

суб'єктивно-ціннісне відношення до багатства, праці, влади, свободи тощо. Ці елементи економічної свідомості здійснюють вплив на те, як думають і діють члени певної групи по відношенню до економічної дійсності, зумовлюють їхню економічну поведінку і визначають напрями економічної діяльності, які, у свою чергу, сприяють або протидіють економічному розвитку. Виявлення таких елементів і врахування їх особливостей при формуванні напрямів економічної політики відіграє важливу роль, оскільки дозволяє розробити й застосувати такі важелі впливу на економіку, які відповідають «духу» народу, сприяють кумуляції його енергії на розбудову нової реальності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вперше на значимість неекономічних факторів розвитку звернув увагу засновник інституціоналізму Т. Веблен. Актуалізуючи культурологічний підхід до аналізу економічних процесів, вчений звернув увагу на те, що економічний суб'єкт є гармонійною структурою схильностей і звичок, які реалізуються й виражаються у процесі його діяльності. Тому «економічна історія життєдіяльності індивідів – це кумулятивний процес адаптації засобів до цілей, що зазнають змін у міру розвитку процесу, коли й агент, і середовище, що його оточує, є результатом попереднього процесу. Методи, за допомогою яких він влаштовує своє теперішнє життя, продиктовані звичками, перенесени-

ми із дня вчорашнього, а також матеріальними умовами вчорашнього життя» [1, с.26]. Відтак, безпосередньою метою економічної науки, на думку вченого, має бути «розгляд кумулятивного процесу формування економічного інтересу в контексті культурного розвитку» [Там само, с.29].

Своєрідною реалізацією даного методологічного підходу стали соціологічні роботи М. Вебера, які затвердили уявлення про продуктивність протестантських цінностей і їхньої важливої ролі в економічних успіхах країн Західної Європи і Північної Америки. Століттям пізніше, вивчаючи закономірності інституціональних змін і акцентуючи увагу на свідомому конструюванні й експорті інститутів, Д. Норт звернув увагу на те, що саме соціокультурні цінності створюють «той ефект колії, який примушує ту чи іншу країну рухатися у заданому напрямі з вкрай обмеженими можливостями для вибору» [2, с.15]. До подібних висновків прийшли й П. Девід з Б. Артуром, які віднайшли в еволюції господарських систем механізм інституціональної інерції, дія якого була пов'язана із залежністю країни від попереднього розвитку й ускладнювала функціонування інкорпорованих в економіку закордонних інститутів [1, с. 139 – 150].

Завдяки цим ідеям, а також їх подальшому розвитку в межах економічної та соціологічної доктрин, сучасна наука створила серйозну доказову базу відносно необхідності розуміння реальної економіки як результату діяльності людей, породженої їх думками й мотиваціями, свободою волі та впливовістю соціокультурного середовища. Відтак, перед економічною наукою постала проблема виявлення цих змінних й урахування їхнього впливу при розробці заходів економічної політики.

Перші спроби виміру впливовості культури на економічну діяльність були здійснені нідерландським вченим Г. Хофстедом, який розробив спеціальні індикатори для діагностики соціокультурних цінностей і отримав їх значення для 62 країн світу в ході реалізації міжнародного проекту «Модуль дослідження цінностей» [3]. У подальшому його методика зазнала певної модифікації в роботах Р. Хоуза та Р. Інглхарта й була за-

стосована у процесі проведення масових соціологічних опитувань у різних країнах під час реалізації проектів GLOBE та «Всесвітній огляд цінностей» (World Values Survey) [4; 5]. Подібного рівня дослідження були здійснені й ізраїльським вченим Ш. Шварцем, який на основі власної методики виявив ціннісні дистанції між 67 націями за сімома культурними орієнтаціями [6]. Поряд з цими найбільш популярними підходами існує й ряд інших методик, наприклад М. Бонда і К. Леунга, Ф. Тромпенаарса, які з тих чи інших позицій дозволяють виявити культурні відмінності населення різних країн.

При всій важливості даних, отриманих у ході застосування вище перелічених методик, слід звернути увагу на той факт, що вони зорієнтовані, перш за все, на суспільний рівень свідомості. Як зазначає Н. Лебедева, «в існуючих дослідженнях взаємозв'язку культури й економіки упущена дуже важлива деталь: продемонстровано, що культура пов'язана з національними економічними показниками, але не показано, яким чином вона впливає на соціально-економічні спрямування й уявлення людей. Тому ці методики не дозволяють отримати дуже важливу інформацію про відношення людей до тих чи інших цінностей, а також про те, як вони виражаються у конкретній економічній поведінці людини» [7, с. 6].

Для усунення цього недоліку кроскультурних досліджень було розроблено новий додатковий дослідницький інструментарій, основу якого склали методики індивідуального рівня цінностей Ш. Шварца та її модифікований варіант, створений Н. Лебедевою та О. Татарко [7], підходи до діагностики економічної свідомості О. Дайнеки, О. Потьомкіної, М. Рокіча [8; 9; 10]. У ході проведення соціологічних досліджень по ряду країн за застосування перелічених методологічних підходів були отримані дані, які дозволили охарактеризувати емоційний і поведінковий рівні аналізу тих культурних факторів, які здійснюють вплив на економічну діяльність суб'єктів.

В Україні дослідження індивідуальних цінностей у їх зв'язку з соціально-економічним розвитком здійснювалося тіль-

ки за методикою Ш. Шварца [11]. Тому, на відміну від інших країн, ми не володіємо у повній мірі інформацією про детермінанти економічної активності пересічних українців і, відповідно, не можемо їх враховувати при формуванні напрямів економічної політики.

**Формулювання мети статті.** Метою даної статті є виявлення домінуючих соціально-психологічних спрямувань населення України та встановлення їх взаємозв'язку з перспективами трансформації вітчизняної економіки до постіндустріальної стадії розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Традиційна економічна наука, вивчаючи мотивацію людей у господарській сфері, оперує поняттями «потреба» й «інтерес». Потреби розглядаються у якості основного мотиваційного чинника діяльності суб'єкта, оскільки відбивають його внутрішні спонукальні мотиви. Мотив є певною змістовною єдністю, яка виявляється для суб'єкта достатньою причиною, щоб здійснювати певні дії. Він виникає тільки тоді, коли потреби набувають у свідомості людини своєї предметності. Іншими словами, кожна потреба, щоб бути задоволеною, має набути своєї якісної визначеності – втілитися у більш або менш конкретний образ того предмета, за допомогою якого припускається її задоволення.

Усвідомлення потреб і прагнення задовольнити їх спонукають людину до певної цільової діяльності. Остання, на відміну від власне дії, якій може передувати або не передувати свідомий вибір, завжди осмислена й усвідомлена, зорієнтована на досягнення певної мети. Тільки тоді, коли задоволення потреби усвідомлюється як конкретна мета (максимізація корисності, максимізація прибутку тощо), виникає інтерес. Виходячи з цього, останній можна вважати формою виявлення потреби й усвідомлення людиною прагнення задовольнити її. Інтерес реалізується за умови досягнення його носіями конкретних цілей. Таким чином, генеза інтересу полягає у відборі свідомістю найважливіших потреб для задоволення і визначення цілей, за рахунок реалізації яких це стає можливим. Якщо потреба безпосередньо

орієнтується на об'єкт свого задоволення, то інтерес, включаючи потребу як свою висхідну основу, звернений до діяльності й відносин з іншими людьми. Таким чином, інтереси відображають соціальну спрямованість активності суб'єктів на створення найбільш сприятливих суспільних умов для задоволення потреб.

На цьому етапі, власне, й закінчувалося вторгнення економічної науки у сферу внутрішніх змінних мотивації людської діяльності. Однак, слід мати на увазі, що економічний інтерес розвивається на основі норм. Він визначає напрямок, за яким реалізується мета, однак обмеження на шляху поступу до мети, встановлюються соціальними нормами. Останні є відносно стійкими й соціально схваленими зразками очікуваної поведінки, на які повинні орієнтуватися у своїй діяльності суб'єкти. Норми виступають тією частиною економічної свідомості, яка дозволяє адаптуватися в економічних відносинах соціуму за рахунок урізання власних потреб у відповідності з вимогами суспільства, соціальним статусом. Норми економічної поведінки закріплюються юридично, набуваючи статусу формальних норм, або передаються через культуру і складають зміст норм неформальних – звичок, звичаїв, традицій, конвенцій, стереотипів, ритуалів тощо.

В основі норм знаходяться соціокультурні цінності. Ці елементи економічної свідомості розташовуються між зовнішніми проявами культури (зазвичай між поведінкою) і внутрішніми, прихованими індивідуальними уявленнями соціальної групи або індивіда. Вони відображають нормативну, приписну й оціночну сторони явищ реального економічного світу. Добробут, багатство, свобода, рівність, справедливість, егоїзм, альтруїзм – це приклади цінностей, які формуються у кожному суспільстві й відображають суспільні потреби, що змінюють одна одну в соціально-історичному просторі й часі. Цінності мають подвійну основу – в суб'єкті як індивідуальній системі й суспільстві як соціокультурній системі. Відповідно, вони є елементами індивідуальної та суспільної свідомості.

Соціокультурні цінності не привно-

сяться у суспільну свідомість із зовні, а виникають протягом тривалого історичного розвитку суспільства під впливом географічних, демографічних, економічних, соціальних і культурологічних умов життєдіяльності людей і пов'язані з їхньою діяльністю. Отже, джерелом цінностей є культура, спілкування й сумісна діяльність людей.

Цінність, формуючись у тій або іншій сфері колективної свідомості як її кінцева мета, як позитивний полюс ціннісного простору кожної із її сфер, стає невід'ємною частиною суспільної свідомості, набуває характеру загальнолюдської духовної детермінанти. Тільки після цього вона може інтеріоризуватися індивідуальною свідомістю.

Проходячи через призму індивідуальної життєдіяльності, через внутрішній світ індивіда (його інтереси, прагнення, схильності), інтеріоризовані цінності включаються у психологічну структуру індивіда вже у формі особистих цінностей. Вони, власне, і виступають поряд з потребами, одним із джерел мотивації до економічної діяльності. Отже, узагальненими і стійкими мотиваційно-ціннісними орієнтирами, що регулюють поведінку й діяльність суб'єктів, цінності стають тільки після їх прийняття та затвердження індивідами. Цей процес набуває свого завершення у формуванні конкретних регульовальних механізмів поведінки людини – ціннісних орієнтаціях і соціально-психологічних спрямуваннях.

Ціннісні орієнтації – це форма включення суспільних цінностей в механізм діяльності й поведінки особистості, певний ступінь переходу цінностей суспільства в діяльність суб'єкта. Саме ціннісні орієнтації дають людині підстави для вибору із наявних альтернатив цілей і засобів їх досягнення, визначаючи тим самим припустимі межі діяльності. Ціннісні орієнтації займають місце на перетині світоглядних структур свідомості людини й її мотиваційно-потребової сфери. Остання охоплює такі стани особистості, які детермінують її до певної діяльності.

Весь мотиваційний комплекс, як правило, не усвідомлюється людиною, однак він проявляється у формі складного емоційного відображення суб'єктивної цінності

певних об'єктів або явищ і закріплюється в особливих регульовальних утвореннях – соціально-психологічних спрямуваннях. Зазвичай, їх визначають як несвідомий психологічний стан, внутрішню якість особистості, яка базується на її попередньому досвіді, налаштованості на певний вид активності за умов, що склалися. Спрямування реалізується як стан мобілізованості, готовності до реалізації певної ціннісної орієнтації. Соціально-психологічне спрямування мобілізує свідомість, орієнтує її на пошук відповідних цілей і способів їх досягнення стереотипним чином. Відповідно, знаючи ціннісні орієнтації й соціально-психологічні спрямування членів суспільства, можна прогнозувати їх діяльність, виявляти стереотипи та реакцію на зміну середовища, в якому дана діяльність відбувається.

Для виявлення й оцінки більш глибокої детермінанти активності суб'єктів, а саме соціально-психологічних спрямувань, авторами статті у складі наукової групи ДВНЗ «Національний гірничий університет», яка проводила у жовтні 2009 – серпні 2010 рр. дослідження цінностей українців згідно плану бюджетної науково-дослідної роботи «Економічний світогляд українського суспільства у період трансформаційних змін» (номер державної реєстрації 0110U001828), було проведено дослідження соціально-психологічних спрямувань населення України в мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Потьомкіної [12].

Дана методика дозволяє виявити ступінь вираження соціально-психологічних спрямувань особистості за двома напрямками шкал. Перший напрям дозволяє з'ясувати спрямування, націлені на ціннісні орієнтації «альтруїзм - егоїзм», «процес - результат». Другий напрям виявляє спрямування «свобода-влада», «праця-гроші».

Спрямування на альтруїзм відображає націленість індивіда діяти, перш за все, на користь іншим і часто у збиток собі та справі. Альтруїзм вважається найбільш цінною мотивацією, яка відрізняє зрілу людину, і робить її щасливою незалежно від особистого добробуту. Суспільство, в якому переважає альтруїзм, готове йти на жертви заради колективних, суспільних цілей і, тим самим,

сприяти суспільному розвитку. Яскравим прикладом продуктивності даного соціально-психологічного спрямування є Японія, в якій альтруїзм, особливий тип взаємовідносин у колективі дозволив досягти вражаючих успіхів у повоєнному розвитку економіки.

Спрямування на егоїзм відображає концентрацію суб'єкта на власних інтересах. Це не означає, що його інтереси зводяться виключно до матеріальної вигоди – просто при прийнятті рішень він досить серйозно враховує те, як їх наслідки відобразяться на ньому особисто. У економічній теорії завдяки неокласичним уявленням склалося досить поверхове розуміння егоїзму як прагнення до максимізації власних інтересів, необмеженого ніякими моральними рамками. Однак, ще А. Сміт наголошував на неможливості ефективності «суспільства егоїстів» без моральних почуттів – симпатії, емпатії, довіри. Домінування егоїстичних спрямувань у якості переважаючих орієнтацій населення Західної Європи і США зіграло вагому роль у їх економічних успіхах. Однак, не слід забувати, що реалізовувався егоїзм у межах протестантської християнської етики, яка поряд з егоїзмом утверджувала ще й загальнолюдські цінності й чесноти для ведення комерційної діяльності.

Спрямування на процес відображає відношення людини до праці. Зазвичай люди, які більш зорієнтовані безпосередньо на сам процес праці, менше замислюються над його результатами. Найбільш важливими стають творчість, розкриття власних потенцій, самореалізація. Таке соціально-психологічне спрямування дає високі результати там, де усунуті непривабливі елементи трудового процесу – монотонність, жорстка заданість параметрів технологічного процесу, одноманітність тощо. Якщо ж технології не дозволяють відійти від таких елементів, орієнтація на процес може призводити до вкрай негативних явищ – зниження відповідальності, невиконання роботи в установленій термін, втрати зацікавленості. Процесуальна спрямованість діяльності людей, зорієнтованих на процес, перешкоджає їхній результативності, оскільки вони часто не можуть перебороти негативне відношен-

ня до рутинної роботи, з якою пов'язаний трудовий процес.

Спрямування на результат відображає прагнення людини досягти результатів у своїй діяльності всупереч всьому – перешкодам, метушні, невдачам. Таке спрямування може бути корисним для суспільства, якщо воно має помірне вираження. Однак, при його домінуванні над іншими спрямуваннями відбувається концентрація на досягненні мети будь-якою ціною, навіть людськими жертвами. Прикладами можуть слугувати методи управління сталінської економіки в СРСР, фюрер-принципи управління в Німеччині в період її підготовки до другої світової війни тощо.

Спрямування на працю домінує у людей, які весь свій час використовують для того, щоб щось зробити. Праця сама по собі приносить такій людині більше радості й задоволення, ніж інші види діяльності. На відміну від спрямування на процес, спрямування на працю психологічно схиляє людину до відчуття важливості не просто зайнятості певною справою, а саме роботи, трудової діяльності. При цьому те, настільки ця праця є результативною, має мало значення. Однак важливим є те, настільки індивід отримує визнання керівництвом або суспільством.

Спрямування на гроші відображає те, що провідною цінністю для людей з такою орієнтацією є прагнення до зростання свого добробуту, який асоціюється з певною кількістю грошей. Якщо суб'єкт не володіє достатньою величиною грошового багатства, він прагне якомога швидше його отримати, а якщо він наявний – то як його не втратити й примножити. Гроші для такої людини отримують цінність самі по собі, а не тільки як засіб придбання благ. Тому при виборі роду занять така людина скоріше всього буде звертати увагу на заробітну плату, а не цікавість роботи. З одного боку, таке спрямування сприяє нагромадженню, зростанню заощаджень, які слугують базою для інвестицій, однак при цьому уповільнює розвиток інновацій.

Спрямування на свободу утверджує в якості домінуючої ціннісну орієнтацію на свободу й незалежність як головну мету.

Досить часто вона поєднується із спрямуванням на працю, і менше – з орієнтацією на гроші. Свобода відіграє ключову роль у економічному розвитку, оскільки утворює демократію, сприяє підприємницькій активності й розвитку конкуренції.

Спрямування на владу відображає домінування ціннісної орієнтації, яка знаходить свій прояв у прагненні здійснювати контроль та впливати на інших людей, суспільство.

Дослідження вищевикладених соціально-психологічних спрямувань пересічних українців здійснювалося на вибірці 2058 респондентів. Опитуванням було охоплено всі області України (згідно районування за В. Поповкіним), а кількість анкетованих визначалась пропорційно кількості населення кожного з регіонів. Серед респондентів були різні за освітою, віком, професійною спрямованістю і соціальним статусом прошарки населення, в основному, жителі обласних і районних центрів України. У складі вибірки – 44 % чоловіків і 56 % жінок, що приблизно відповідає тій статевій віковій структурі населення, яка склалася на сьогодні в країні.

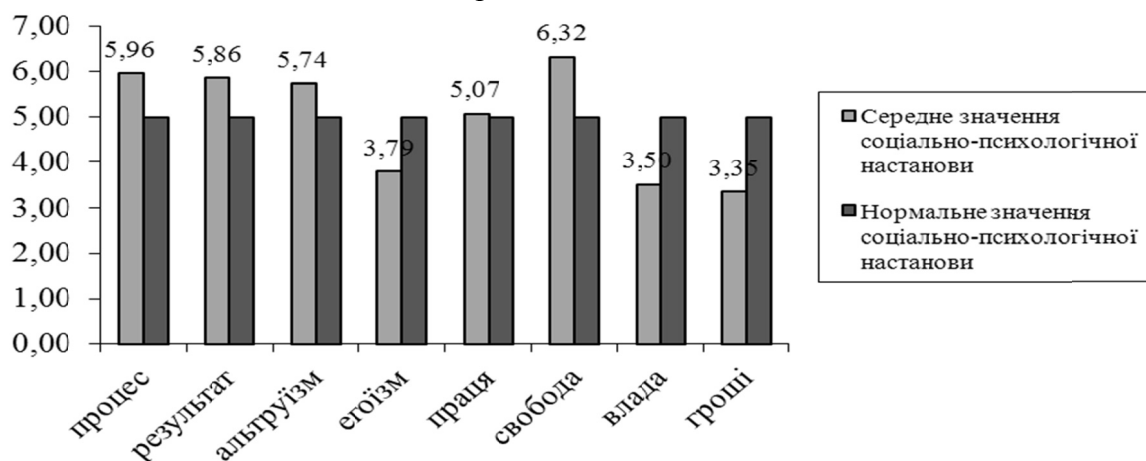


Рис. 1. Індекси соціально-психологічних спрямувань по Україні

Результати дослідження спрямування «альтруїзм-егоїзм» представлено у табл. 1. Як свідчать дані таблиці, у переважній більшості українців домінуючим є соціально-психологічне спрямування на альтруїзм (70,17%) і тільки третина населення (35,33%) є егоїстично спрямованими суб'єктами.

Альтруїзм у населення України не має досить виражених відхилень за регіона-

Дослідження здійснювалось шляхом персонального опитування респондентів.

Оцінка соціально-психологічних спрямувань пересічних українців здійснювалась за 11 бальною шкалою, де 0 означає відсутність даного соціально-психологічного спрямування, а 10 відображає його найвищий рівень. Середні значення даних показників формує уявлення про нормальний емоційний рівень особистості, який відповідає 5 балам. Для з'ясування переважачого у суб'єкта певного соціально-психологічного спрямування було окремо розраховано кількість осіб у процентному вираженні, для яких рівень відповідного спрямування був вищим за середній рівень ( $\geq 5$ ) або меншим середнього значення ( $\leq 5$ ).

Для оцінки загального рівня соціально-психологічних спрямувань у країні нами було розраховано індекси по окремим спрямуванням, які дозволяють провести порівняння з нормальним емоційним рівнем кожного спрямування та виявити відхилення від нього. Значення цих індексів за всією вибіркою наведено на діаграмі рис. 1.

ми і є переважачим на незначну величину тільки у Західноукраїнському (5,95) та Північно-східному (5,88) регіонах. Теж саме можна сказати й про егоїзм, який домінує тільки у Центрально-українському регіоні (4,06). Таке становище пояснюється тим, що населення Західноукраїнського та Північно-східного регіонів займалось переважно сільськогосподарським виробництвом, де колективістські традиції та взаємодопомога

у сумісній діяльності довготривалий час були головними факторами зростання ефективності. Центральньо-український регіон історично мав промислову спрямованість. Тому

й егоїстичні спрямування як основа цінностей підприємництва у ньому виражені відчутніше.

Таблиця 1

Соціально-психологічні спрямування на альтруїзм-егоїзм у мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Ф. Потьомкіної

Показники	Україна	Центральньо-Український	Західноукраїнський	Північно-східний	Донецько-Придніпровський	Причорноморський
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
альтруїзм $\geq 5$	70,17	69,29	73,56	69,83	69,30	67,43
альтруїзм $\leq 5$	29,83	30,71	26,44	30,17	30,70	32,57
у т. ч. альтруїзм = 0	1,26	0,51	0,96	2,07	1,51	1,64
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
егоїзм $\geq 5$	35,33	41,12	34,67	32,64	33,89	33,88
егоїзм $\leq 5$	64,67	58,88	65,33	67,36	66,11	66,12
у т. ч. егоїзм = 0	3,84	3,55	2,49	4,13	5,03	3,95
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на альтруїзм</b>	5,74	5,61	5,95	5,88	5,63	5,63
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на егоїзм</b>	3,79	4,06	3,79	3,61	3,72	3,77
<b>Ступінь відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «альтруїзм-егоїзм»</b>						
альтруїзм $\geq 5 \cap$ егоїзм $\leq 5$	47,57	43,40	50,77	47,11	46,98	49,01
альтруїзм $\leq 5 \cap$ егоїзм $\geq 5$	15,99	18,53	13,60	12,81	16,11	19,08
альтруїзм $\geq 5 \cap$ егоїзм $\geq 5$	19,34	22,59	21,07	19,83	17,79	14,80
альтруїзм $\leq 5 \cap$ егоїзм $\leq 5$	13,65	12,44	12,26	16,53	14,60	13,49

Загальний ступінь відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «альтруїзм-егоїзм» набуває найбільшого значення за оцінкою із нерівності альтруїзм  $\geq 5 \cap$  егоїзм  $\leq 5$  і становить 47,57% для всієї вибірки без суттєвого відхилення по регіонам. Це є свідченням переважної орієнтації населення на альтруїзм з низьким рівнем егоїзму.

Дані табл. 2 відображають результати дослідження соціально-психологічного спрямування «процес-результат». За даними табл. 2 можна зробити висновок про те, що українці майже однаковою мірою зорієнтовані і на процес (78,13%), і на результат (79,40%). Про це свідчать і значення відповідних індексів – 5,96 для соціально-психологічного спрямування на процес і 5,86 – для соціально-психологічного спрямування на результат (див. діаграму на рис. 1). Відносно загального ступеня відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «процес-результат», то він, будучи оціненим за нерівністю процес  $\geq 5 \cap$  результат  $\geq 5$ , становить 63,7 % для всієї вибірки без суттєвого відхилення по регіонам. Це є свідченням гармонійної мотивації економічних суб'єктів до трудової діяльності, оскільки інтерес до роботи тісно пов'язаний з її результатами.

У табл. 3 згруповано результати дослідження спрямування населення на працю гроші. Ці результати свідчать, що українці у своїй переважній більшості мають домінуючу мотивацію до трудової діяльності як самої по собі (59,91%), без суттєво вираженої орієнтації на грошову винагороду (27, 94%).

Маючи середнє значення індексу соціально-психологічного спрямування на працю 5,07 за всією вибіркою (рис.1), ми вбачаємо досить серйозний його розрив порівняно з відношенням до спрямування на гроші (відповідний індекс дорівнює 3,35) за даними табл. 3.

Таблиця 2

Соціально-психологічне спрямування на процес-результат у мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Ф. Потьомкіної

Показники	Україна	Центрально-Український	Західно-український	Північно-східний	Донецько-Придніпровський	Причорноморський
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
процес $\geq 5$	78,13	77,92	76,25	83,47	76,51	80,59
процес $\leq 5$	21,87	22,08	23,75	16,53	23,49	19,41
у т. ч. процес = 0	0,53	0,00	0,77	0,83	0,50	0,66
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
результат $\geq 5$	79,40	80,20	80,27	77,69	79,70	77,63
результат $\leq 5$	20,60	19,80	19,73	22,31	20,30	22,37
у т. ч. результат = 0	0,73	0,00	1,34	1,24	0,67	0,33
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на процес</b>	5,96	5,93	5,78	6,23	5,85	6,03
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на результат</b>	5,86	6,04	5,89	5,67	5,92	5,79
<b>Ступінь відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «процес-результат»</b>						
процес $\geq 5 \cap$ результат $\leq 5$	14,24	13,96	13,03	16,94	13,09	16,78
процес $\leq 5 \cap$ результат $\geq 5$	15,69	16,24	17,62	11,16	16,44	13,82
процес $\geq 5 \cap$ результат $\geq 5$	63,70	63,96	62,64	66,53	63,26	63,82
процес $\leq 5 \cap$ результат $\leq 5$	5,83	5,84	5,75	4,55	6,71	5,26

Таблиця 3

Соціально-психологічне спрямування на працю-гроші у мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Ф. Потьомкіної

Показники	Україна	Центрально-Український	Західно-український	Північно-східний	Донецько-Придніпровський	Причорноморський
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
працю $\geq 5$	59,91	59,39	68,39	60,33	54,70	55,92
працю $\leq 5$	40,09	40,61	31,61	39,67	45,30	44,08
працю = 0	1,26	1,02	1,15	0,83	1,51	1,64
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
гроші $\geq 5$	27,94	28,93	29,12	24,38	27,01	29,28
гроші $\leq 5$	72,06	71,07	70,88	75,62	72,99	70,72
гроші = 0	4,57	3,81	5,56	2,89	4,53	5,26
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на працю</b>	5,07	5,03	5,43	5,00	4,95	4,95
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на гроші</b>	3,35	3,46	3,36	3,21	3,36	3,38
<b>Ступінь відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «праця-гроші»</b>						
праця $\geq 5 \cap$ гроші $\leq 5$	39,75	36,80	43,87	44,63	37,25	37,50
праця $\leq 5 \cap$ гроші $\geq 5$	9,82	8,88	8,05	9,50	11,07	11,84
праця $\geq 5 \cap$ гроші $\geq 5$	17,98	20,05	21,07	14,88	15,60	17,11
праця $\leq 5 \cap$ гроші $\leq 5$	29,98	31,47	23,75	30,17	33,22	32,24



Як і в орієнтації на «альтруїзм-егоїзм», серед всіх регіонів України за соціально-психологічним спрямуванням на працю домінує Західноукраїнський регіон, маючи відповідний індекс 5,43. Це пов'язано знову таки із сільськогосподарською спрямованістю розвитку даного регіону. Відносно спрямування на гроші, то як свідчить табл.3, у населення всіх регіонів воно виражене досить слабо і не перевищує значення 3,5.

Загальний ступінь відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «праця-гроші» оцінювався із нерівності  $\text{праця} \geq 5 \cap \text{гроші} \leq 5$  і склав 39,75 % для всієї вибірки. Це свідчить про переважання у мотиваційній сфері населення України спрямування на працю без залежності від грошової винагороди і є досить вираженою специфічною ознакою українців у порівнян-

ні з населенням Західної Європи і США.

У табл. 4 подано результати дослідження соціально-психологічного спрямування населення на свободу-владу. Дані таблиці говорять про відчутне значення для українців орієнтації на свободу (81,15 %) у порівнянні із орієнтацією на владу (30,76 %). Це пояснюється тим, що історичні умови розвитку українського народу, який довготривалий час не мав своєї державності, виробили стійке архитипове прагнення до свободи й невідкорення будь-якій владі.

Вказана ментальна особливість ілюструється за допомогою індексів, представлених на рис. 1. Індекс соціально-психологічного спрямування на свободу дорівнює 6,32 за всією вибіркою, у той час як індекс соціально-психологічного спрямування на владу – 3,5.

Таблиця 4

Соціально-психологічне спрямування на свободу-владу у мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Ф. Потьомкіної

Показники	Україна	Центрально-Український	Західно-український	Північно-східний	Донецько-Придніпровський	Причорноморський
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
свободу $\geq 5$	81,15	85,79	80,84	79,75	79,03	80,92
свободу $\leq 5$	18,85	14,21	19,16	20,25	20,97	19,08
у т. ч. свободу = 0	0,78	1,02	0,96	0,41	0,67	0,66
<b>Соціально-психологічне спрямування на:</b>						
владу $\geq 5$	30,76	37,82	32,57	23,97	28,69	27,96
владу $\leq 5$	69,24	62,18	67,43	76,03	71,31	72,04
у т. ч. владу = 0	5,05	3,55	4,21	9,09	4,36	6,58
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на свободу</b>	6,32	6,43	6,37	6,24	6,16	6,41
<b>Індекс рівня соціально-психологічного спрямування на владу</b>	3,50	3,94	3,69	3,10	3,44	3,36
<b>Ступінь відображення соціально-психологічного спрямування за шкалою «праця-гроші»</b>						
свобода $\geq 5 \cap$ влада $\leq 5$	51,41	50,00	51,15	53,31	52,18	50,66
свобода $\leq 5 \cap$ влада $\geq 5$	3,79	4,57	4,21	2,07	4,53	1,97
свобода $\geq 5 \cap$ влада $\geq 5$	26,92	32,99	28,35	21,90	24,16	25,99
свобода $\leq 5 \cap$ влада $\leq 5$	15,01	9,14	14,18	19,01	16,11	18,75

**Висновки.** Здійснене дослідження дозволяє зробити певні висновки відносно того, наскільки внутрішні мотиваційні детермінанти діяльності економічних суб'єктів будуть сприяти або протидіяти швидкій модернізації українського суспільства.

Як відомо, однією із ключових рис

постіндустріальної економіки є домінанта на нову якість праці – інтелектуальну, творчу, з вищою технологічною складністю та більш індивідуально організовану. Така праця ґрунтується і на принципово новій мотивації порівняно з індустріальною епохою. Важливого значення набуває бажання працювати

не стільки за рахунок матеріальних стимулів, скільки через бажання реалізуватися творчо, професійно, мати можливість приймати участь у процесі управління.

За результатами опитування в Україні достатньо високий рівень тих прошарків населення, які зорієнтовані як на процес (78,13%), так і на результат (79,40%). Це говорить про готовність населення України до творчої праці за умови створення відповідного ідеологічного оформлення реформ у напрямку руху до постіндустріального суспільства.

Переважає в структурі мотивації українців спрямування на альтруїзм порівняно з егоїзмом свідчать про неможливість постіндустріалізації завдяки дії виключно ринкових механізмів, що вимагає державного впливу на даний процес. Звичайно, повною мірою японський досвід економічних реформ в Україні неможливий (з огляду на історичні та ментальні особливості українців та японців), але використання основних принципів японського «економічного чуда» – послідовної та динамічної державної економічної політики (яка користувалася підтримкою населення), орієнтованої на неухильну структурну перебудову економіки на основі новітніх технологій, можливе і, на наше переконання, вкрай необхідне.

Водночас, певна питома вага людей (близько третини) з егоїстичними спрямуваннями закладає підґрунтя і для реформування за рахунок механізмів саморегулювання на основі свободи підприємницької діяльності (знову ж таки, при створенні відповідних макроекономічних умов). Разом з тим, високі значення спрямованості на результат вказують на необхідність створення в країні дієвої системи громадянського контролю за діяльністю владних структур з метою протидії узурпації влади та недопущення в державній економічній політиці принципу «досягнення мети будь-якими методами».

Таким чином, на основі дослідження соціально-психологічних спрямувань населення України в мотиваційно-потребовій сфері за методикою О. Потьомкіної виявля-

но характеристики економічної свідомості пересічних українців, які у своїй переважній більшості сприяють переходу вітчизняної економіки до постіндустріальної стадії розвитку.

### Література.

1. Веблен Т. Почему экономическая наука не является эволюционной дисциплиной? / Т. Веблен // Истоки: из опыта изучения экономики как структуры и процесса: под ред. В. С. Автономова, О. И. Ананьина. – М.: ГУ ВШЕ, 2007. – 533 с.
2. Норт. Д. Понимание процесса экономических изменений / Д. Норт. – М.: Изд. Дом ГУВШЕ, 2010. – 354 с.
3. Hofstede G. Cultures and Organizations (Software of the Mind) / G. Hofstede. – L.: Harper Collins Publishers, 1994. – 196 p.
4. House R. Cultural influences on Leadership and Organizations. Project GLOBE / R. House, P. Hanges // Advances in Global Leadership. – 1999. – Vol. 1. – P. 171–233.
5. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Society / R. Inglehart. – L.: Princeton, 1990. – 268 p. Inglehart R. Modernization and post modernization: Cultural economic and political change in 43 societies / R. Inglehart. – L.: Princeton; N. J., Princeton University Press. – 1997. – 168 p.
6. Schwarz S. Cultural Value Orientation. Nature and Implication of Natural Differences / S. Schwarz. – V.: Publ. House SU HSE, 2008. – 426 p.
7. Лебедева Н. М. Культура как фактор общественного прогресса / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – М.: ЗАО «Юстицинформ», 2009. – 408 с.
8. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Ценности культуры и развитие общества / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко. – М.: ГУ ВШЕ, 2007. – 386 с.
9. Дайнека О. С. Экономико-психологические последствия переходного периода // Общество и политика: Современные исследования, поиск концепций / Под ред. В. Ю. Большакова – Спб.: СПбГУ, 2002. – 342 с.
10. Культура и экономическое поведение: сб. науч. ст.; под ред. Н. Лебедевой, А. Татарко. – М.: Макс-пресс, 2011. – 544 с.
11. Магун В. Жизненные ценности населения: сравнение Украины с другими европейскими странами / В. Магун., М. Руднев // Украинское общество в европейском пространстве: под ред. Е. Головахи, В. Макеева. – К.: Суспільство, 2007. – 246 с.
12. Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О. Ф. Потемкиной // Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие. / Ред. и сост. Райгородский Д. Я. – Самара, 2001. – С. 641–648.

На основе исследования социально-психологических установок населения Украины в мотивационно-потребностной сфере по методике О. Потемкиной выявлены стереотипы экономического поведения среднестатистических украинцев и дана характеристика их экономического сознания. Установлена взаимосвязь между социально-психологическими установками населения и перспективами трансформации отечественной экономики к постиндустриальной стадии развития.

**Ключевые слова:** экономическое сознание, мотивационно-потребностная сфера, ценностные ориентации, социально-психологические установки, экономическое поведение, экономическое развитие.

The stereotypes of economic behaviour of average Ukrainians are determined in the course of O. Potiomkina analysis of social and psychological orientation of Ukraine's population in motivation and consumption sphere; characteristic features of its economic consciousness are given. Interrelation between social and psychological orientation of the population and perspectives of national economy transformation to post-industrial stage is established.

**Keywords:** economic consciousness, motivation and consumption sphere, value system, social and psychological orientation, economic behaviour, economic growth.

*Рекомендовано до друку д. е. н., проф. Задоя А. О.*