

Дослідження економічного успіху як когнітивної складової економічної культури студентів

У статті репрезентовано аналіз когнітивної складової економічної культури студентів. Наводяться дані емпіричного дослідження економічної культури студентів, яка є результатом процесу економічної соціалізації.

Ключові слова: економічна культура, економічна соціалізація, економічний успіх, економічні цінності.

В статтю представлено аналіз когнітивної складової економічної культури студентів, яка є результатом процесу економічної соціалізації.

Ключевые слова: экономическая культура, экономическая социализация, экономический успех, экономические ценности.

Постановка проблеми. Економічна культура особистості, яка формується в процесі економічної соціалізації, – це психолого-економічні якості особистості, які є носіями нормативної моделі економічного типу людини. Саме ці якості зумовлюють входження людини в “світ економіки”. Тому економічна культура особистості – це не просто економічні знання, економіко-фінансова грамотність та інші навички, а, перш за все, особистісні якості, завдяки яким людина здатна діяти в економічному просторі. Цих здатностей людина набуває в процесі засвоєння цінностей, які є носіями нормативного образу людини економічного типу певної культури суспільства.

Виходячи з того, що в психолого-економічних параметрах особистості, які характеризують її економічну культуру, закарбовано образ людини певного економічного типу, дослідження економічної культури особистості пов’язано з виявленням економіко-психологічних якостей цього образу (в ринковій економіці це *Ното Економікус*), які формуються в процесі економічної соціалізації.

Згідно з традицією, яка склалась в психологічній науці, ми виділяємо три компоненти в структурі ціннісних еко-

номічних репрезентацій: когнітивний, афективний та конативний.

Результат експериментального дослідження. Пошук діагностичних методик щодо емпіричного дослідження соціально-психологічних особливостей економічної культури студентської молоді здійснювався згідно з розробленою нами структурно-функціональною моделлю економічної культури з метою виявлення особливостей когнітивного, афективного та конативного компонентів.

Когнітивний компонент ціннісних економічних репрезентацій, який формується в процесі економічної соціалізації, пов'язаний з усвідомленням і раціональною осмисленістю суб'єктом різних сторін економічної реальності, результатом яких є сукупність уявлень і знань у цій сфері. Цей компонент включає в себе загальні економічні знання, економічні норми і цінності, які особистість засвоює в процесі соціалізації. На нашу думку, знання про економічний успіх можуть бути показником економічної культури особистості.

У дослідженні економічної культури студентської молоді взяли участь 277 респондентів – юнаків і дівчат у віці від 15 до 23 років, студентів Мелітопольського державного педагогічного університету і Токмацького механічного технікуму Запорізького національного технічного університету.

Для потреб аналізу ми розділили всіх досліджуваних на три вікові групи. До групи 15-17-річних увійшло 36,5% студентів з приблизно однаковою кількістю юнаків і дівчат. У групі віком від 18 до 21 року, до якої увійшло 57,8% досліджуваних, дівчат вдвічі більше, ніж юнаків (66,8% проти 33,2%). Названі групи використовувались для статистичного аналізу вікової специфіки психолого-економічних реалій. Групу 22-23-річних студентів склали всього 5,7% досліджуваних. Вона виявилась малочисельною, що і обмежило її можливості бути використаною для аналізу вікової специфіки.

За фахом, якого набувають студенти в навчальних закладах, вони розподілились так: ті, хто навчається за економічним фахом – 27,1%, за психологічним – 33,9%, за технічним – 25,6%, за іншим – 13,4%. З огляду на предмет і мету дослідження, було вирішено об'єднати досліджуваних у дві групи: студенти-економісти та студенти – не економісти.

Оцінка досліджуваними власної економічної успішності (економічний статус) (надалі – самооцінка економічної успішності) є важливою складовою (рефлексивного і мотиваційного характеру) конативного компонента економічної культури особистості. “Вимірювання” самооцінки економічної успішності здійснювалось за допомогою анкетного питання: “Чи вважаєте ви себе економічно успішною людиною?” з варіантами відповідей в шкалі Лайкерта.

Щодо вибірки загалом можна виокремити дві великі групи респондентів – ті, кому важко було відповісти на питання (40%), і ті, хто вважає себе успішним (помірковано – 33% і беззаперечно – 10%). Група неуспішних – відносно малочисельна: приблизно лише кожний шостий респондент (17%) вважає себе так чи інакше неуспішним.

Серед студентів-економістів, порівняно із студентами інших спеціальностей, більше таких, що вважають себе економічно успішними, і, відповідно, менше економічно неуспішних ($\chi^2 = 10,6$; $df = 3$; $p \leq 0,05$).

Щоб проаналізувати уявлення респондентів про загальні чинники економічного успіху для самих себе, а також для «ідеальної «людини економічної», нами були поставлені такі запитання: чи є економічний успіх результатом тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці, чи це прояв здібностей людини, чи наслідок збігу обставин?

Рейтинг чинників економічного успіху для опитуваних (за критерієм прийнятності, обрахованого як сума відсотків опитуваних, що відповіли «так» і «швидше так, ніж ні») виглядає так: на першому місці такий чинник, як «тривалі цілеспрямовані зусилля та наполеглива праця» (84% опитаних), на другому – «здібності людини, її особистісні риси» (77%), на третьому – «успішний збіг обставин» (42%). Найбільше впевнених (тих, що відповіли «так») прихильників у чинника «тривалі цілеспрямовані зусилля та наполеглива праця» (54%), найменше – в «успішного збігу обставин» (11%).

Рейтинг чинників економічного успіху для «ідеальної «людини економічної» не відрізняється від рейтингу, обчисленого для самооціночних даних. Водночас, встановлено статистично значущі відмінності (за критерієм χ^2) у характері розподілу відповідей за всіма чинниками, в залежності від “авторства” економічного успіху. Щодо «ідеальної «людини

економічної», на відміну від самого себе, більшість досліджуваних дають *впевнені* відповіді (табл.1).

Таблиця 1

Уявлення про загальні чинники економічного успіху (%),
n=277

Економічний успіх – це:	Особисто для Вас					Для «ідеальної «людини економічної»					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Результат тривалих цілеспрямованих зусиль та наполегливої праці	4	4	8	30	54	4	3	11	15	67	19,6 **
Прояв здібностей людини, реалізація особистісних рис	3	7	13	41	36	4	7	9	28	52	16,5 **
Наслідок успішного збігу обставин	17	21	20	31	11	21	14	26	25	14	9,8 *

Примітка. Значущі відмінності за критерієм χ^2 між розподілами відповідей на питання позначені у таблиці значком * – у випадку $p \leq 0,05$, або ** – у випадку $p \leq 0,01$, за умови $df = 4$.

Пріоритетність чинників економічного успіху не залежить від того, хто є «автором» успіху – сам досліджуваний чи «ідеальна «людина економічна» . Водночас, щодо ідеалу на відміну від самого себе, більше досліджуваних дають *впевнені* відповіді.

Для дослідження когнітивного компонента економічної культури особистості ринкової економіки, нами було запропоновано респондентам визначити власні уявлення про показники економічного успіху та уявлення про показники економічного успіху «ідеальної «людини економічної» . Дані, отримані нами в процесі дослідження, дозволяють встановити *рейтинг* показників економічного успіху для респондентів (за критерієм прийнятності, обрахованого як сума відсотків опитуваних, що відповіли «так» і «швидше так, ніж ні»): 1) нерухомість, що приносить прибуток; 2) власний бізнес;

3) капітал, вкладений у прибутковий бізнес; 4) престижна робота; 5) великий рахунок у банку; 6) великий пакет високоприбуткових цінних паперів; 7) наявність у власності нерухомості, землі, престижного авто тощо; 8) життя у внутрішній злагоді із собою та оточуючими; 9) задоволеність від володіння отриманими благами; 10) цікаве коло спілкування; 11) відсутність почуття нереалізованості, непотрібності.

Для респондентів характерна пріоритетність власне економічних показників успіху (бізнес, капітал, нерухомість тощо) над психологічними (спілкування, задоволеність), це може свідчити про успішну економічну соціалізацію. Респонденти засвоїли важливість таких речей, як «нерухомість», «власний бізнес», «капітал, вкладений в прибутковий бізнес», «престижна робота». Показники «цікаве коло спілкування», «відсутність почуття нереалізованості, непотрібності» займають останні місця в рейтингу показників очікувань від економічного успіху. На нашу думку, це свідчить про те, що в юнацькому віці питання щодо спілкування і самореалізації займають перші місця й вирішуються успішно. Рейтинг показників економічного успіху для «ідеальної «людини економічної» суттєво не відрізняється від рейтингу, обчисленого для респондентів.

Якщо порівняти перші три позиції у переліку показників економічного успіху студентів та «ідеальної «людини економічної», то стає зрозуміло, що «ідеальній «людині економічній» респонденти приписують більшу обізнаність в економічних питаннях, уміння працювати з цінними паперами, знання банківської справи. Так, наприклад, для того, щоб мати великий пакет високоприбуткових цінних паперів, великий рахунок у банку, капітал, вкладений у прибутковий бізнес, треба добре знати закони економіки і вміло ними користуватися. На нашу думку, респондентам саме не вистачає економічних знань, але вони, усвідомлюючи особисті недоліки, наділяють відповідними знаннями «ідеальну «людину економічну» і присписують саме їй уміння керувати рахунками в банку, високоприбутковими паперами, вкладати капітал у бізнес.

Найбільшого впливу уявлення про показники економічного успіху зазнають від віку, значно меншого від змісту отримуваної освіти та статі респондентів. Так, студенти старшого віку, 18-21 років, більшу перевагу надають таким

показникам економічного успіху: 1) великий пакет високоприбуткових цінних паперів; 2) капітал, вкладений у прибутковий бізнес; 3) престижна робота; 4) цікаве коло спілкування; 5) життя у внутрішній злагоді із собою та оточуючими; 6) задоволеність від володіння отриманими благами.

Якщо порівняти показники старших студентів із показниками «ідеальної «людини економічної», то стає очевидно, що показник «великий пакет високоприбуткових цінних паперів» займає перше місце в обох цих групах. Це можна пояснити тим, що старші студенти вже мають певні економічні знання, необхідні для роботи з прибутковими паперами.

Серед дівчат, порівняно із юнаками, більше таких, які вважають, що про економічний успіх свідчить «задоволеність від володіння отриманими благами». Це можна пояснити тим, що чоловіки частіше орієнтуються на досягнення високих прибутків, рішучість у прийнятті рішень, потягом до ризику, бажанням отримати нові враження. Жінки, навпаки, бажують отримати почуття безпеки, підвищити якість та повноту життя, зберегти традиції.

Для студентів, які отримують економічну освіту, у порівнянні з іншими категоріями студентів, показником економічного успіху став капітал, вкладений у прибутковий бізнес. На нашу думку, навчаючись на економічному факультеті, молодь може швидше орієнтуватись у нових економічних умовах, краще розуміючи закони економіки. Тому вони частіше за інших обирають такі показники економічного успіху, для досягнення яких треба вміти користуватися фінансовою грамотністю, економічними знаннями, знанням банківської системи.

Привертає до себе увагу той факт, що такий показник економічного успіху, як «престижна робота», у всіх категоріях опитуваних не піднімався вище третього місця. На нашу думку, це явище можна пояснити так: студенти, отримуючи спеціальність, не дуже сподіваються знайти хорошу роботу. Набуті ними у вищих навчальних закладах знання, уміння і навички, не можуть стати тими підвалинами, які дають змогу людині досягти економічного успіху. На нашу думку, респонденти усвідомлюють, чого вони прагнуть досягти у житті, але не знають як.

Анкетне питання: «З чим, на Вашу думку, пов'язаний економічний успіх?», спрямоване на отримання від досліджуваних інформації, близької до інформації про показники

економічного успіху, але не тотожної їй. Визначене питання орієнтоване, швидше, не на “симптоми” успіху, а на різні можливості користування його результатами або наслідками, на утилізаційний аспект економічного успіху.

Якщо знайти суму відсотків опитуваних, які відповіли “так” і “швидше так, ніж ні” стосовно кожного уявлення про можливість використання економічного успіху і проранжувати ці уявлення за критерієм їх прийнятності, від найбільш, до найменш поширених, то отримаємо такий ряд “утилізації” економічного успіху (щодо самого себе): «можливість вільно та суттєво допомагати близьким» – 84%; «можливість жити там, де забажаєш» – 76%; «можливість робити пожертвування» – 72%; «модна модель машини, фірмовий одяг, якісні та стильні меблі» – 56%; «можливість не замислюватися про майбутнє» – 52%; «можливість вільно подорожувати» – 48%.

Упорядкована низка уявлень про використання економічного успіху щодо «ідеальної «людини економічної» має такий вигляд: «можливість жити там, де забажаєш» – 73%; «можливість вільно та суттєво допомагати близьким» – 69%; «модна модель машини, фірмовий одяг, якісні та стильні меблі» – 62%; можливість робити пожертвування – 57%; «можливість не замислюватися про майбутнє» – 57%; «можливість вільно подорожувати» – 53%.

Більшість студентів відносно себе, а не «ідеальної «людини економічної», погоджуються з уявленнями про такі можливості використання економічного успіху, як «можливість допомагати близьким». На нашу думку, це свідчить про велику цінність сім'ї у сучасної студентської молоді. А «можливість робити пожертвування» – це яскравий прояв альтруїзму, як етичного принципу. Коли безкорисливі дії людини, направлені на благо і задоволення інтересів інших людей, свідомо приносять особисту вигоду в жертву заради загального блага, це може свідчити про високі моральні цінності людини.

Якщо проранжувати уявлення респондентів про перешкоди по досягненню економічного успіху за критерієм їх прийнятності, від найбільш, до найменш поширених, то отримаємо таку низку перешкод досягненню економічного успіху (щодо самого себе): нестача зусиль (79% опитуваних), відсутність хорошої освіти (70%), державна політика (64%), несприятливий збіг обставин (58%), сімейні негаразди (55%), класова приналежність (42%).

Упорядкована низка перешкод досягненню економічного успіху щодо «ідеальної «людини економічної» статистично тотожна низці перешкод відносно самих респондентів. Окрім того, розподіли відповідей відносно перешкод “для себе” і “для ідеалу” у більшості своїй співпадають. Лише “державну політику” досліджувані вважають більш значущою перешкодою для “ідеальної «людини економічної» (за критерієм χ^2). (табл. 2).

Таблиця 2

Уявлення про перешкоди досягнення економічного успіху
(%), n=277

Може стати на перешкоді досягнення економічного успіху:	Особисто для Вас					Для ідеально підприємливої людини					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Державна політика	8	12	16	37	27	8	7	20	28	37	12,9 *
Сімейні негаразди	11	16	18	33	22	12	16	27	24	21	7,9
Класова приналежність	11	18	29	28	14	12	16	27	23	22	6,4
Несприятливий збіг обставин	8	16	18	37	21	10	15	23	28	24	6,8
Відсутність хорошої освіти	7	9	14	32	38	7	10	16	25	42	3,0
Недостача зусиль	5	5	11	36	43	6	6	13	28	47	4,0

Примітка. Значущі відмінності за критерієм χ^2 між розподілами відповідей на питання позначені у таблиці значком * – у випадку $p \leq 0,05$, або ** – у випадку $p \leq 0,01$, за умови $df = 4$.

Стать, вік, фах, за яким навчаються студенти, пов’язані з деякими уявленнями про “свої” перешкоди досягненню економічного успіху. Дівчата інакше, ніж хлопці, оцінюють несприятливий збіг обставин. Серед них більше таких, які не погоджуються із тим, що збіг обставин може стати на перешкоді (див. табл. 3).

Таблиця 3

Статева специфіка уявлень про перешкоди досягненню економічного успіху (%)

Може стати на перешкоді досягненню економічного успіху:	Юнаки, n = 104					Дівчата, n = 173					Значення критерію χ^2 (хі-квадрат Пірсона)
	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	Ні	Швидше ні	Важко відповісти	Швидше так	Так	
Несприятливий збіг обставин	5	9	24	38	24	9	20	15	37	19	11,2*

Серед старших, 18-21-річних досліджуваних, 40% вважає перешкодою економічного успіху “державну політику”, а серед молодших – всього 27%, тих, хто вважає “державну політику” перешкодою досягненню економічного успіху. На нашу думку, це може свідчити про зростання політичної обізнаності та політичної свідомості студентів, які досягли певного віку.

Серед студентів-економістів більше (41%), порівняно із студентами неекономістами (27%), тих, що вважають відсутність хорошої освіти перешкодою досягненню економічного успіху.

За результатами факторного аналізу змінних, пов’язаних із уявленнями про перешкоди досягненню економічного успіху, виявлено тривімірну факторну структуру, що пояснює 70,1% загальної дисперсії змінних.

У перший фактор – “Зовнішні особистісні перешкоди” (37,1% дисперсії) – із значущими навантаженнями увійшли змінні, що відображають перешкоди: “Сімейні негаразди”, “Несприятливий збіг обставин”, “Класова приналежність”.

У другий фактор, який отримав назву “Внутрішні особистісні перешкоди” (19,5% дисперсії), із значущими навантаженнями увійшли дві змінні: “Відсутність хорошої освіти” та “Недостача зусиль”.

У третьому факторі, інтерпретованому як “Зовнішні неособистісні перешкоди” (13,5% дисперсії), значуще навантаження має лише одна змінна – “Державна політика”.

Висновки

1. Загальна картина оцінок досліджуваними власної економічної успішності така: виокремлюються дві великі групи

студентів – тих, кому важко було відповісти на питання (40%), і тих, хто вважає себе успішним (помірковано – 33% і беззаперечно – 10%). Група неуспішних – відносно нечисленна: приблизно лише кожний шостий респондент (17%) вважає себе так чи інакше неуспішним, серед студентів-економістів, порівняно із студентами інших спеціальностей, більше таких, що вважають себе економічно успішними, і, відповідно, менше економічно неуспішних.

2. Економічний успіх, на думку студенської молоді, залежить, найперше, від «тривалих цілеспрямованих зусиль» та «наполегливої праці і прояву здібностей людини». «Успішний збіг обставин» як чинник економічного успіху має значно менше прихильників.

3. Найпоширенішими показниками економічного успіху, як для самих себе, так і для «ідеальної «людини економічної», респонденти визначили «нерухомість, що приносить прибуток»; «власний бізнес»; «капітал, вкладений у прибутковий бізнес», «престижна робота» займає четверте місце в рейтингу показників економічного успіху у студентів і на дев'ятому місці у «ідеальної «людини економічної».

4. Найпоширенішими серед студентів уявленнями про перешкоди у досягненні економічного успіху є: «нестача зусиль» (79% опитуваних), «відсутність хорошої освіти» (70%), «державна політика» (64%), «несприятливий збіг обставин» (58%), «сімейні негаразди» (55%).

За результатами факторного аналізу змінних, пов'язаних із уявленнями про перешкоди досягненню економічного успіху, виявлено тривимірну факторну структуру, що пояснює 70,1% загальної дисперсії змінних.

У перший фактор – “Зовнішні особистісні перешкоди” увійшли змінні, що відображають перешкоди: “Сімейні негаразди”, “Несприятливий збіг обставин”, “Класова приналежність”. У другий фактор, який отримав назву “Внутрішні особистісні перешкоди” увійшли дві змінні: “Відсутність хорошої освіти” та “Недостача зусиль”. У третій фактор, інтерпретований як “Зовнішні неособистісні перешкоди”, увійшла лише одна змінна – “Державна політика”.

5. Рейтинговий ряд можливостей використання наслідків економічного успіху такий: «можливість вільно та суттєво допомагати близьким», «можливість жити там, де забажаєш»,

«можливість робити пожертвування», «модна модель машини, фірмовий одяг, якісні та стильні меблі», «можливість не замислюватися про майбутнє», «можливість вільно подорожувати».

Серед 18-21-річних, порівняно із 15-17-річними, більше таких, які схильні погоджуватись, що «можливість вільно подорожувати», «не замислюватися про майбутнє», «жити там, де забажаєш», супроводжують економічний успіх.

Факторна структура використання наслідків економічного успіху складається із трьох факторів, що пояснюють 70,1% загальної дисперсії змінних. Перший фактор – “Зміна якості/стандарту споживання” склали такі наслідки економічного успіху, як “Модна модель машини, фірмовий одяг, якісні та стильні меблі” та “Можливість вільно подорожувати”. У другий фактор “Зростання рівня альтруїзму” увійшли можливості “Вільно та суттєво допомагати близьким” і “Робити пожертвування”. Третій фактор, ідентифікований як “Життя без проблем”, склали змінні, пов’язані із можливостями “Не замислюватися про майбутнє” і “Жити там, де забажаєш”.

Список використаних джерел

1. Бурлачук Л.Ф. Словарь-справочник по психодиагностике / Л.Ф. Бурлачук, С.М. Морозов – СПб.: Питер Ком, 1999. – 528 с.
1. Классификация и кластер / Под ред. Дж. Вэн Райзин. – М.: Мир, 1980. – 390 с.
2. Митина О.В. Факторный анализ для психологов / О.В. Митина, И.Б. Михайловская – М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001. – 169 с.
3. Прикладная статистика. Классификация и снижение размерности / С.А. Айвазян, В.М. Бухштабер, И.С. Енюков, Л.Д. Мешалкин – М.: Финансы и статистика, 1989. – 607 с.
4. Сидоренко Е. Методы математической обработки в психологии / Е. Сидоренко – СПб.: Речь, 2002.

The analysis of cognitive component economic level of students is a result of economic socialization process represented in the article.

Key words: economic level, economic socialization, economic result, economic values.

Отримано: 01.06.2009