

УДК 061.5-057:351.822:161.163:159.9

Карамушка Л.М., Паршак О.І.

## РОЛЬ КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФОРМУВАННІ АДЕКВАТНОГО СТАВЛЕННЯ ПЕРСОНАЛУ ДО ГРОШЕЙ

**Карамушка Л.М., Паршак О.І. Роль комерційних організацій у формуванні адекватного ставлення персоналу до грошей.** У статті на основі емпіричного дослідження проаналізовано ряд важливих аспектів ролі комерційних організацій у формуванні адекватного ставлення персоналу до грошей. Досліджено психологічні проблеми в реалізації монетарної політики в комерційних організаціях. Визначено напрямки діяльності комерційних організацій, в які вкладається недостатньо грошових коштів. Вивчено підходи комерційних організацій до оплати заробітної плати своїх працівників, забезпечення їх соціальними пакетами, участі організацій у фінансуванні соціальних проєктів. Визначено організаційно-психологічні умови, впровадження яких може сприяти формуванню адекватного ставлення персоналу комерційних організацій до грошей. Обґрунтовано необхідність реалізації спеціальної монетарної політики комерційних організацій, яка передбачає здійснення активності як організації, так і персоналу з цього питання.

*Ключові слова:* комерційні організації, персонал, ставлення до грошей, організаційно-психологічні умови формування адекватного ставлення до грошей.

**Карамушка Л.Н., Паршак А.И. Роль коммерческих организаций в формировании адекватного отношения персонала к деньгам.** В статье на основе эмпирического исследования проанализирован ряд важных аспектов роли коммерческих организаций в формировании адекватного отношения персонала к деньгам. Исследованы психологические проблемы в реализации монетарной политики в коммерческих организациях. Определены направления деятельности коммерческих организаций, в которые вкладывается недостаточно денежных средств. Изучены подходы коммерческих организаций к оплате заработной платы своих работников, обеспечению их социальными пакетами, участием организаций в финансировании социальных проектов. Определены организационно-психологические условия, внедрение которых может способствовать формированию адекватного отношения персонала коммерческих организаций к деньгам. Обоснована необходимость реализации специальной монетарной политики коммерческих организаций, которая предусматривает осуществление активности как организации, так и персонала по этому вопросу.

*Ключевые слова:* коммерческие организации, персонал, отношение к деньгам, организационно-психологические условия формирования адекватного отношения к деньгам.

**Постановка проблеми.** Важливим завданням організаційної та економічної психології є підвищення ефективності діяльності організації за рахунок виявлення та дослідження організаційно-психологічних та психолого-економічних феноменів, що пов'язані з особистістю в організації, її діяльністю, поведінкою, ставленнями. Однією із важливих психологічних проблем в діяльності персоналу комерційних організацій є формування адекватного ставлення до грошей.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Сутність грошей як психолого-економічної категорії, їх роль у життєдіяльності суспільства, ставлення до грошей різних соціальних груп, чинники, що впливають на ставлення особистості до грошей проаналізовано в роботах зарубіжних (Г.М. Авер'янова [1], О.С. Дайнека [2], Т. Тенг [14], А. Ферман, М. Аргайл [11; 13], К. Ямаучі [15] та ін.) та українських (І.К. Зубіашвілі [3], Л.М. Карамушка, О.Г. Ходакевич [4], В.Л. Комаровська [5], Г.В. Ложкін [6], В. В.Москаленко [7], О. Нікітіна [8], М. Сімків [10], А.М. Шкребець [12] та ін.) учених. Однак, роль комерційних організацій у формуванні ставлення персоналу до грошей є ще недостатньо вивченою.

### **Завдання дослідження:**

1. Дослідити психологічні проблеми в реалізації монетарної політики в комерційних організаціях.
2. Визначити напрямки діяльності комерційних організацій, в які вкладається недостатньо грошових коштів.
3. Вивчити реалізацію комерційними організаціями підходів до оплати заробітної плати своїх працівників, забезпеченню їх соціальними пакетами, участі організацій у фінансуванні соціальних проєктів.
4. Проаналізувати організаційно-психологічні умови, які б сприяли формуванню адекватного ставлення персоналу комерційних організацій до грошей.

**Методика та організація дослідження.** Для проведення дослідження використовувалась авторська анкета «Ставлення до грошей» (Л.М. Карамушка, О.І. Паршак) [9], що включала низку закритих та відкритих питань, які дають можливість вивчити основні аспекти означеної проблеми. Статистична обробка даних здійснювалась за допомогою пакета статистичних програм SPSS (версія 22).

Дослідження було проведене в ряді комерційних організацій м. Дніпра. Дослідженням був охоплений 261 співробітник комерційних структур.

За віковим складом учасники опитування були розподілені так: до 30 років – 23%, від 31 до 40 років – 42,9%, від 41 до 50 років – 15,7%, більше 50 років – 18,4%. Серед опитаних співробітників було 43,3% чоловіків та 56,7% жінок. Щодо сімейного стану, то опитані утворили такі групи: неодружені (незаміжні) – 25,7%, розлучені – 12,6%, одружені (заміжні) – 61,7%. У 64,0% опитаних є діти, в 36,0% дітей немає.

Опитані мають такий рівень освіти: загальну середню та середню спеціальну освіту – 11,1%, незакінчену вищу – 8,4%, вищу – 80,5%. Загальний трудовий стаж у співробітників складає: до 5 років – 12,2%, від 5 до 10 років – 12,3%, понад 10 років – 75,5%. За стажем роботи в компанії опитані розподілилися так: до 5 років – 41%, від 5 до 10 років – 24,9%, понад 10 років – 34,1%. У комерційній організації опитані займають такі посади: спеціалісти – 42,9%, лінійні менеджери – 5,7%, менеджери середньої ланки – 37,5%, топ-менеджери – 13,8%.

**Результати дослідження та їх обговорення.** У процесі виконання *першого завдання дослідження*, спрямованого на вивчення оцінки працівниками комерційних організацій психологічних проблем в реалізації монетарної політики в організації, було встановлено, що ці виявлені психологічні проблеми можна підрозділити на дві групи (табл. 1). До першої групи відносяться психологічні проблеми, які стосуються діяльності організації. Другу групу складають психологічні проблеми, які стосуються діяльності персоналу.

До *першої групи* відносяться такі психологічні проблеми: недостатнє стимулювання праці співробітників (62,1%); орієнтація компанії на заробляння грошей здебільшого для задоволення інтересів компанії, з недостатнім задоволенням інтересів працівників (34,5%); недостатнє вкладання грошей у розвиток організації (28,0%); недостатнє використання грошей для навчання персоналу (26,4%); використання незаконних методів отримання грошей (зарплати в «конвертах», хабарів тощо) (5,4%); недостатня вираженість соціальної відповідальності комерційної організації (6,9%); ігнорування інтересів громад, на території яких функціонує комерційна організація (1,1%).

Як бачимо, найбільш вираженими є психологічні проблеми, які стосуються недостатньої орієнтації компанії на задоволення безпосередніх інтересів працівників (недостатнє стимулювання праці співробітників та переважання інтересів компанії над інтересами працівників). Значно менше, приблизно в півтора-два рази, виявились вираженими проблеми, які стосуються недостатнього вкладання грошей у розвиток організації та навчання працівників. І зовсім невелика частина вказали на проблеми, які стосуються етичних норм взаємодії, соціальної відповідальності організації та задоволення потреб громад.

Таблиця 1

**Психологічні проблеми в реалізації монетарної політики в комерційних організаціях  
(у % від загальної кількості опитаних)**

Психологічні проблеми	%
<b>Психологічні проблеми, які стосуються діяльності організації</b>	
Недостатнє стимулювання праці співробітників	62,1
Орієнтація компанії на заробляння грошей здебільшого для задоволення інтересів компанії, з недостатнім задоволенням інтересів працівників	34,5
Недостатнє вкладання грошей у розвиток організації	28,0
Недостатнє використання грошей для навчання персоналу	26,4
Недостатня вираженість соціальної відповідальності комерційної організації	6,9
Використання незаконних методів отримання грошей (зарплати в «конвертах», хабарів тощо)	5,4
Ігнорування інтересів громад, на території яких функціонує комерційна організація	1,1
Байдуже ставлення персоналу до використання енергетичних ресурсів компанії (електроенергії, тепла, води тощо)	42,9
<b>Психологічні проблеми, які стосуються діяльності персоналу</b>	
Байдуже ставлення персоналу до використання матеріально-фінансових ресурсів компанії (промислового обладнання, оргтехніки, побутового обладнання, автомобільного транспорту тощо)	33,0
Орієнтація працівників на заробляння грошей здебільшого для задоволення власних інтересів, з недостатнім задоволенням інтересів компанії	16,1
Розглядання працівниками матеріально-фінансових ресурсів організації як власних (дрібні крадіжки, використання оргтехніки, інтернету у власних цілях тощо)	14,6

Другу групу утворили такі психологічні проблеми: байдуже ставлення персоналу до використання енергетичних ресурсів компанії (електроенергії, тепла, води тощо) (42,9%); байдуже ставлення персоналу до використання матеріально-фінансових ресурсів компанії (промислового обладнання, оргтехніки, побутового обладнання, автомобільного транспорту тощо) (33,0%); орієнтація працівників на заробляння грошей здебільшого для задоволення власних інтересів, з недостатнім задоволенням інтересів компанії (16,1%); розглядання працівниками матеріально-фінансових ресурсів організації як власних (дрібні крадіжки, використання оргтехніки, інтернету у власних цілях тощо) (14,6%). Як бачимо, серед проблем переважають ті, які мають відношення до байдужого використання ресурсів компанії (енергетичних, обладнання, оргтехніки тощо), значно менше – ті, які мають пов'язані з порушенням етичних основ взаємодії з компанією.

Отже, можна зробити висновок, що монетарна політика організації носить *двосторонній характер*, тобто, ефективність її реалізації залежить від активності як організації, так і персоналу. Отже, *оптимізація монетарної політики компанії* передбачає активну та позитивну орієнтацію як комерційних організацій по відношенню до свого персоналу, так і персоналу до своєї організації, чого можна досягнути у результаті спеціальної політики організації з цього питання та впровадження відповідних організаційно-психологічних заходів. Це буде сприяти формуванню адекватного ставлення персоналу до грошей.

Щодо *другого завдання дослідження*, яке стосувалося визначення напрямків діяльності комерційних організацій, в які вкладається недостатньо грошових коштів, то тут отримано такі дані (табл. 2).

Таблиця 2.

**Напрямки діяльності комерційних організацій, в які вкладається недостатньо грошових коштів  
(у % від загальної кількості опитаних)**

Напрями діяльності	%
Соціальне забезпечення персоналу	64,0
Впровадження передових технологій на виробництві	39,8
Навчання персоналу	39,5
Розвиток інфраструктури компанії	25,3
Розвиток інновацій в ІТ-сфері	24,5
Реалізація соціальних проєктів	18,8

Як видно із табл. 2, напрямки діяльності, в які комерційні організації вкладають недостатньо грошових коштів, за змістом та кількісними показниками можна розподілити на три групи.

До першої групи, найбільш вираженої, відноситься соціальне забезпечення персоналу (64,0%). На неї вказало майже дві третини опитаних.

Другу групу утворили напрямки діяльності, які стосуються самої організації: а) впровадження технологій (впровадження передових технологій на виробництві (39,8%); розвиток інновацій в ІТ-сфері (24,5%); б) навчання персоналу (39,5%); в) розвиток інфраструктури (25,3%). В середньому одна третина учасників дослідження вказали на ці напрямки.

І третя група, найменш чисельна, включає напрямки, які стосуються реалізації соціальних проєктів (18,8%).

Як бачимо, результати відповідей опитуваних на друге питання близькі до відповідей на перше питання в контексті того, що серед напрямків, в які недостатньо вкладається грошей, переважає незадоволеність потреб працівників, у даному випадку - їх недостатнє соціальне забезпечення. Напрямки, які мають відношення до оптимізації діяльності організації та навчання персоналу, соціальна спрямованість діяльності організацій також відзначаються опитуваними, але значно менше.

Тепер звернемося до результатів, які отримані щодо *третього завдання дослідження*, яке передбачало дослідження реалізації комерційними організаціями підходів до визначення заробітної плати своїх працівників, забезпечення їх соціальними пакетами та участі комерційних організацій у фінансуванні соціальних проєктів.

Проаналізуємо спочатку результати, які стосуються *визначення заробітної плати*. Як видно із таблиці 3, найбільша кількість опитаних (51,0%), більше половини, вказали, що заробітна плата в компанії має бути частково зафіксованою (базовою) з надбавками (бонусами, преміями) за активність при виконанні професійних обов'язків тощо. Також значна частина опитаних (30,3%), майже третина, зазначили, що заробітна плата в компанії має бути не обмеженою, але напряму бути залежною від результатів діяльності працівника. І лише невелика частина опитаних (18,8%) вказали, що заробітна плата у компанії має бути фіксованою та чітко визначеною між роботодавцем та працівником.

**Підходи комерційних компаній, які, на думку опитаних, мають застосовуватися до визначення заробітної плати своїх працівників (у % від загальної кількості опитаних)**

<b>Підходи до оплати праці своїх працівників</b>	<b>%</b>
Заробітна плата у компанії має бути фіксованою та чітко визначеною між роботодавцем та працівником	18,8
Заробітна плата у нашій компанії має бути частково зафіксованою (базовою) з надбавками (бонусами, преміями) за активність при виконанні професійних обов'язків тощо	51,0
Заробітна плата у нашій компанії має бути не обмеженою, але напряду бути залежною від результатів діяльності працівника	30,3

Отримані дані свідчать про те, що переважна більшість опитаних висловлюються за гнучку систему визначення заробітної праці, яка має тісно взаємодіяти із системою стимулювання праці персоналу в комерційних організаціях. Отримані дані близькі за змістом до даних, які наведено в таблиці 1, і які свідчать про те, що значна частина опитаних серед психологічних проблем, які існують в реалізації монетарної політики в комерційних організаціях, назвали недостатнє стимулювання праці працівників. Окрім того, вони ще раз підтверджують одну із ідей нашого дослідження про те, що адекватне ставлення до персоналу комерційних організацій передбачає активність двох сторін як організації, так і персоналу.

Отже, *розробка гнучкої системи визначення заробітної плати, разом із системою стимулювання*, може виступати одним із резервів позитивного ставлення до грошей персоналу комерційних організацій.

Далі проаналізуємо оцінку опитуваними значущості забезпечення комерційними організаціями *соціального пакету для своїх працівників*. У таблиці 4 представлено порівняння двох блоків даних, які стосуються того, наскільки компанія має забезпечувати соціальний пакет для своїх працівників і того, якою мірою вона реально забезпечує це.

Що стосується першого аспекту проблеми, то переважна більшість опитаних (89,3%) вважає, що комерційні організації мають забезпечувати соціальний пакет для своїх працівників. І зовсім незначна частина (6,9%) вказали на те, що їм важко відповісти на це питання або чітко сказали, що їхня компанія не повинна це робити (3,8%).

Таблиця 4

**Оцінка працівниками комерційних організацій того, наскільки комерційні організації мають забезпечувати соціальний пакет для своїх працівників, і якою мірою вона реально це робить (у % від загальної кількості опитаних)**

<b>Організація повинна забезпечувати соціальний пакет</b>	<b>%</b>	<b>Організація реально забезпечує соціальний пакет</b>	<b>%</b>
Так, повинна	89,3	Достатньо забезпечує	17,2
Важко сказати	6,9	Важко сказати	37,5
Ні, не повинна	3,8	Недостатньо забезпечує	45,3

Однак, відносно другого аспекту проблеми, то тут в комерційних організаціях спостерігається великий розрив між тим, що «має бути» і тим, що «реально є». Лише 17,2% відповіли, що їхні організації достатньо забезпечують соціальний пакет для своїх працівників. 37,5% зазначили, що їм важко сказати. І майже половина (45,3%) сказали, що їхні організації не достатньо забезпечують соціальний пакет для своїх співробітників. Як бачимо, в комерційних організаціях *існують значні резерви* стосовно цього аспекту проблеми.

Суттєвими є також дані, які стосуються *категорій персоналу* комерційних організацій, яких потрібно забезпечувати соціальним пакетом (табл. 5). Як бачимо із наведених даних в табл. 5, найбільше число опитаних (89,7%) висловились за те, що соціальний пакет повинен надаватись кваліфікованому персоналу (спеціалістам). Також близькими до цього є дані, які стосуються надання соціальних пакетів лінійним менеджерам (майстрам, бригадирам, керівникам груп тощо). На цю категорію в контексті отримання соціальних пакетів вказало 72,8% опитаних. Тобто, мова йде про те, що соціальної підтримки заслуговують найбільш значущі категорії персоналу комерційних організацій, які, як правило, реалізують основні технологічні та комерційні процеси в цих організаціях.

Таблиця 5

**Категорії персоналу комерційних організацій, яких потрібно забезпечувати соціальним пакетом (у % від загальної кількості опитаних)**

Категорії персоналу	%
Кваліфікований персонал (спеціалісти)	89,7
Лінійні менеджерів (майстри, бригадири, керівники груп тощо)	72,8
Некваліфікований персонал (приймаються на роботу без профільної освіти та досвіду роботи)	66,7
Менеджери середньої ланки	65,5
ТОП менеджери	46,4

Разом з тим, з приємністю можна зазначити, що значна частина опитаних (66,7%) вказують на те, що соціальні пакети мають отримувати і некваліфікований персонал (приймаються на роботу без профільної освіти та досвіду роботи), а також менеджери середнього рівня (65,5%). Однак, значно менше опитаних (46,4%), порівняно з названими вище, вказали на важливість отримання соціальних пакетів і топ-менеджерами.

В цілому, можна говорити про те, що опитувані мають достатньо *адекватне* уявлення про отримання соціальних пакетів різними категоріями персоналу і це залежить від їх статусу в організації та професійної кваліфікації. Скоріше всього, можна говорити про те, що забезпечення соціальним пакетом має стосуватися всіх категорій персоналу, але їх наповнюваність може бути диференційована, залежно від вкладу працівника в діяльність організації.

У процесі оцінки опитуваними складових соціального пакету для персоналу комерційних організацій, були отримані такі дані (табл. 6).

Таблиця 6

**Оцінка працівниками комерційних організацій необхідних складових соціального пакету для персоналу комерційних організацій (у % від загальної кількості опитаних)**

Складові соціального пакету	%
Медична страховка	83,5
Доставка до місця роботи та з місця роботи за рахунок роботодавця	74,7
Спортивно-оздоровчі програми	46,7
Оплата харчування	42,1
Туристично-екскурсійні програми	30,0
Проїзд в міському транспорті (проїзні на місяць, рік тощо)	9,6

Відповідно до даних, наведених в табл. 6, до найбільш значущих складових соціального пакету опитувані віднесли: медичну страховку (83,5%) та доставку до місця роботи та з місця роботи за рахунок роботодавця (74,7%), тобто ті, які є найбільш значущими та достатньо затратними для задоволення потреб працівників.

Дещо менше працівників вказали на такі складові, як спортивно-оздоровчі програми (46,7%), оплата харчування (42,1%) та туристично-екскурсійні програми (30,0%).

І зовсім невелика кількість працівників (9,6%) вказали на необхідність включення до соціальних пакетів проїзних для міського транспорту.

Отже, складові соціального пакету мають певну *пріоритетність*, і це має враховуватися в діяльності комерційних організацій щодо соціальної захищеності персоналу.

Також суттєвими є дані, які стосуються фінансової участі комерційних організацій у фінансуванні соціально значущих проєктів. Тут, як і в ситуації із соціальним пакетом, аналізувалась «бажана» та «реальна» ситуація (табл. 7).

Таблиця 7

**Оцінка працівниками комерційних організацій того, наскільки компанія має брати участь у фінансуванні соціально значущих проєктів і якою мірою вона реально здійснює цю активність (у % від загальної кількості опитаних)**

Організація повинна брати фінансову участь у фінансуванні соціально значущих проєктів	%	Організація реально бере участь у фінансуванні соціально значущих проєктів	%
Так, повинна	64,8	Так, бере	37,2
Важко сказати	27,2	Не знаю	56,3
Ні, не повинна	8,0	Не бере	6,5

У процесі вивчення «бажаної» ситуації щодо фінансування соціальних проєктів, то 64,8% опитуваних зазначили, що комерційні організації повинні брати участь у цій активності. 27,6% опитаних вказали, що вони не знають відповіді на це питання. І лише 8,0% вказали, що комерційні компанії не мають займатися цим напрямком діяльності.

Щодо «реальної» ситуації, то тут ситуація значно відрізняється (в сторону погіршення) стосовно включення комерційних організацій у вказаний вид активності. Лише 37,2% вказали, що їхні комерційні організації беруть участь у фінансуванні соціальних проєктів, однак (56,3%) вказали, що вони не знають про такий вид діяльності їхніх організацій та 6,5% однозначно вказали, що їхні організації не беруть участі в такій діяльності.

Отже, дослідженням виявлено *ряд резервів* щодо реалізації грошової політики комерційних організацій.

Далі розглянемо результати виконання *четвертого завдання*, яке полягало в тому, щоб проаналізувати організаційно-психологічні умови, які б сприяли формуванню адекватного ставлення персоналу комерційних організацій до грошей.

Результати дослідження свідчать про те, що найбільша кількість опитаних (73,9%) вказали на таку організаційно-психологічну умову, як чітка та прозора монетарна політика організації щодо персоналу (табл. 8). Можна, скоріше всього, говорити про те, що це є базовою основою для забезпечення адекватного ставлення персоналу до грошей (чітке визначення основних положень монетарної політики; визначення ролі організації та персоналу у реалізації політики; регулярне інформування персоналу про складові монетарної політики та їх реалізацію; визначення чітких критеріїв ефективності реалізації монетарної політики та ін.).

Таблиця 8

**Організаційно-психологічних умови діяльності комерційних організацій які сприяли б покращенню адекватного ставлення персоналу до грошей (у % від загальної кількості опитаних)**

Організаційно-психологічні умови	%
Чітка та прозора монетарна політика організації щодо персоналу	73,9
Залучення персоналу до обговорення соціальних та значущих проєктів для співробітників компанії	40,6
Проведення спеціального навчання персоналу з монетарної політики (тренінгів, дистанційних курсів тощо)	29,5
Залучення персоналу до обговорення соціальних та значущих проєктів компанії для інших людей	6,9
Чітка та прозора монетарна політика організації щодо держави	5,4

Суттєвим є також дотримання такої групи організаційно-психологічних умов, які стосуються активності та навчання працівників з означеного напрямку роботи: залучення персоналу до обговорення соціальних та значущих проєктів для співробітників компанії (40,6%) та проведення спеціального навчання персоналу з монетарної політики (тренінгів, дистанційних курсів тощо) (29,5%).

І третя група організаційно-психологічних умов стосується соціальної спрямованості активності компанії та персоналу: залучення персоналу до обговорення соціальних та значущих проєктів компанії для інших людей (6,9%) та чітка та прозора монетарна політика організації щодо держави (5,4%). На цю групу умов вказало значно менше опитаних, порівняно із попередніми двома групами. Тобто, одним із суттєвих напрямків покращення адекватного ставлення співробітників до грошей є підвищення значущості для співробітників вирішення соціально значущих завдань, а не лише задоволення власних інтересів.

**Висновки.** Результати дослідження показали, що важливою організаційно-психологічною умовою забезпечення адекватного ставлення персоналу комерційних організацій до грошей є реалізація комерційними організаціями *спеціальної монетарної політики*, яка передбачає: чітке визначення основних положень монетарної політики та критеріїв її ефективності; обґрунтування активної ролі та спеціальних функцій організації та персоналу у реалізації такої політики; впровадження гнучкої системи оплати праці та стимулювання персоналу; розробка та реалізація системи соціально захищеності персоналу; формування у персоналу відповідальності за реалізацію монетарної політики; залучення комерційних організацій до фінансування соціальних проєктів та формування у персоналу соціально значущих установок та ін.

**Перспективи подальших досліджень.** До перспективних напрямків дослідження відноситься вивчення впливу типу організаційної культури комерційних організацій щодо їх ставлення до грошей.

**Список використаних джерел**

1. Авер'янова Г. М. Кишенькові гроші як фактор економічної соціалізації підлітків. *Психологія* : зб. наук. праць. Київ: НПУ ім. М.П. Драгоманова. 2002. Вип. 18. С. 87–96.
2. Дейнека О. С. Экономическая психология в российской политике переходного периода : дисс... докт. психол. наук : 19.00.12. Санкт-Петербург, 1999. 326 с.
3. Зубіашвілі І. К. Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05; Ін-т психології ім. Г.С. Костюка АПН України. Київ, 2009. 16 с.
4. Карамушка Л.М., Ходакевич О.Г. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей : монографія. Київ : КНЕУ, 2017. 200 с.
5. Комаровська В. Л. Ставлення до грошей як структурний компонент індивідуальної економічної свідомості. *Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України* / за ред. Максименка С.Д. Київ, 2005. Том VII, вип. 3. С. 164–170.
6. Ложкін Г.В., Спасенніков В.В. Економічна психологія : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2007. 397 с.
7. Москаленко В. Особливості соціально-психологічних чинників економічної культури особистості. *Соціальна психологія*. 2006. № 5(19). С. 26–39.
8. Нікітіна О. П. Психолого-педагогічні передумови ставлення до грошей в системі відношень особистості юнацького віку : автореф. дис. ... канд. психол. наук. Харків, 2012. 20 с.
9. Паршак О.І. Методики для дослідження ставлення до грошей персоналу комерційних організацій. *Організаційна психологія. Економічна психологія: науковий журнал* / за ред. С.Д. Максименка, Л.М. Карамушки. 2018. № 2(13). С. 93–99.
10. Сімків М. В. Суб'єктивний контроль як чинник ставлення до грошей у жінок. *Проблеми загальної та педагогічної психології*: зб. наук. пр. Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України ; за ред. С. Д. Максименка. Т. 12. Ч. 1. К., 2010. С. 541–551.с.
11. Фернам А., Аргайл М. Деньги. Психология денег и финансового поведения / под общ. ред. А. Алексева. Санкт-Петербург: ПраймЕврознак, 2005. 352 с.
12. Шкребець М. С. Особливості формування і розвитку грошової культури в Україні. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*: зб. наук. пр. Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, 2008. С. 238–242.
13. Furnham, A., Argyle, M. The psychology of money. New York: Routledge, 1998. 324 p.
14. Tang, T. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*. 1993. Vol. 14. P. 93–109.
15. Yamauchi, K.T. The Development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*. 1982. Vol. 46. N. 5. P. 522–528.

**Spysok vykorystanykh dzherel**

1. Averianova H. M. Kyshenkovi hroshe yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii pidlitiv. *Psyhholohiia* : zb. nauk. prats. Kyiv: NPU im. M.P. Drahomanova. 2002. Vyp. 18. S. 87–96.
2. Dejneka O. S. Jekonomicheskaja psihologija v rossijskoj politike perehodnogo perioda : diss... dokt. psihol. nauk : 19.00.12. Sankt-Peterburg, 1999. 326 s.
3. Zubiashevili I. K. Stavlennia do hroshei yak faktor ekonomichnoi sotsializatsii starshoklasnykiv : avtoref. dys. ... kand. psikhoh. nauk : 19.00.05; In-t psyhholohii im. H.S. Kostiuuka APN Ukrainy. Kyiv, 2009. 16 s.
4. Karamushka L.M., Khodakevych O.H. Psyhholohichni osoblyvosti stavlennia studentskoi molodi do hroshei : monohrafiia. Kyiv : KNEU, 2017. 200 s.
5. Komarovska V. L. Stavlennia do hroshei yak strukturnyi komponent indyvidualnoi ekonomichnoi svidomosti. *Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psyhholohii im. H. S. Kostiuuka APN Ukrainy* / za red. Maksymenka S.D. Kyiv, 2005. Tom VII, vyp. 3. S. 164–170.
6. Lozhkin H.V., Spasiennikov V.V. Ekonomichna psyhholohiia : navch. posib. Kyiv : Profesional, 2007. 397 s.
7. Moskalenko V. Osoblyvosti sotsialno-psyhlohichnykh chynnykiv ekonomichnoi kultury osobystosti. *Sotsialna psyhholohiia*. 2006. № 5(19). S. 26–39.
8. Nikitina O. P. Psyhholoho-pedahohichni peredumovy stavlennia do hroshei v systemi vidnoshen osobystosti yunatskoho viku : avtoref. dys. ... kand. psyhhol. nauk. Kharkiv, 2012. 20 s.
9. Parshak O.I. Metodyky dlia doslidzhennia stavlennia do hroshei personalu komertsiiynykh orhanizatsii. Orhanizatsiina psyhholohiia. *Ekonomichna psyhholohiia: naukovyi zhurnal* / za red. S.D. Maksymenka, L.M. Karamushky. 2018. № 2(13). S. 93–99.
10. Simkiv M. V. Subiektivnyi kontrol yak chynnyk stavlennia do hroshei u zhinok. *Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psyhholohii*: zb. nauk. pr. Instytutu psyhholohii imeni H. S. Kostiuuka APN Ukrainy ; za red. S. D. Maksymenka. T. 12. Ch. 1. K., 2010. S. 541–551.s.
11. Fernam A., Argajl M. Den'gi. Psihologija deneg i finansovogo povedenija / pod obshh. red. A. Alekseeva. Sankt-Peterburg: PrajmEvroznaк, 2005. 352 s.
12. Shkrebet's M. S. Osoblyvosti formuvannia i rozvytku hroshovoi kultury v Ukraini. *Metodolohiia, teoriia ta praktyka sotsiolohichnoho analizu suchasnoho suspilstva*: zb. nauk. pr. Kharkiv: Vydavnychiy tsentr Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina, 2008. S. 238–242.
13. Furnham, A., Argyle, M. The psychology of money. New York: Routledge, 1998. 324 p.
14. Tang, T. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. *Journal of Organizational Behavior*. 1993. Vol. 14. P. 93–109.
15. Yamauchi, K.T. The Development of a Money Attitude Scale. *Journal of Personality Assessment*. 1982. Vol. 46. N. 5. P. 522–528.

**Karamushka, L.M., Parshak, O.I. The role of commercial organizations in the formation of staff's adequate attitudes to money.** The authors analyze the results of empirical research related to the role of commercial organizations in the formation of staff's adequate attitudes to money and discuss the psychological problems faced by commercial organizations when pursuing their monetary policies. The article describes the underfunded activities of commercial organizations and the commercial organizations' policies on staff salaries, social packages, and social project financing as well as considers the organizational and psychological conditions for the formation of staff's adequate attitudes to money. The authors also discuss the importance of commercial organizations' monetary policies aimed at a clear definition of the policies' main provisions and effectiveness criteria, description of the organization and staff's active roles and special functions in these policies implementation, use of a flexible remuneration and incentive system and a social protection system, formation of staff's responsibility for the monetary policies implementation, development of staff organizational commitment, promotion of social project financing and the formation of staff's socially significant attitudes, etc.

*Key words:* commercial organizations, staff, attitude to money, organizational and psychological conditions for the formation of an adequate attitude to money

#### Відомості про авторів

**Карамушка Людмила Миколаївна**, академік НАПН України, доктор психологічних наук, професор, завідувачка лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

**Karamushka, Liudmyla Mykolaivna**, Professor, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

*E-mail:* lkarama01@gmail.com

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

**Паршак Олександр Іванович**, науковий кореспондент лабораторії організаційної та соціальної психології Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

**Parshak, Oleksandre Ivanovych**, researcher, Laboratory of Organizational and Social Psychology, G.S. Kostyuk Institute of Psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine

*E-mail:* alexparshak@gmail.com

*ORCID ID:* <https://orcid.org/0000-0002-2835-9408>

УДК 17.032.1; 338.2 – 053.81

*Лавренко О.В.*

### МОРАЛЬНІ ОСНОВИ ЕКОНОМІЧНОГО САМОВИЗНАЧЕННЯ ОСОБИСТОСТІ

**Лавренко О.В. Моральні основи економічного самовизначення особистості.** У статті розглядаються моральні основи економічного самовизначення, яке реалізується на особистісному рівні через морально-ціннісний вибір варіантів економічного саморозвитку. Економічне самовизначення особистості визначається як процес усвідомлення, осмислення і реалізації нею своєї позиції в просторі економічних відносин на основі уявлень про себе як активного суб'єкта економіки, ставлення до себе у цьому статусі. У результаті цього у особистості формується власна стратегія усвідомленої економічної поведінки, в процесі якої вона реалізує свої економічні інтереси, задовольняє свої потреби з орієнтацією на соціальні моральні настанови та цінності, вироблені в суспільстві. Розглянуто також співвідношення понять моралі та моральності як чинників економічного самовизначення особистості.

*Ключові слова:* особистість, економічне самовизначення особистості, мораль, моральність, індикатори моральності позиції.

**Лавренко О.В. Нравственные основы экономического самоопределения личности.** В статье рассматриваются нравственные основы экономического самоопределения, которое реализуется на личностном уровне через морально-ценностный выбор вариантов экономического саморазвития. Экономическое самоопределение личности определяется как процесс осознания, осмысления и реализации ею своей позиции в пространстве экономических отношений на основе представлений о себе как активном субъекте экономики, отношении к себе в этом статусе. В результате этого у личности формируется собственная стратегия осознанного экономического поведения, в процессе которой она реализует свои экономические интересы, удовлетворяет свои потребности с ориентацией на социальные нравственные установки и ценности, выработанные в обществе. Рассмотрено также соотношение понятий морали и нравственности как факторов экономического самоопределения личности.

*Ключевые слова:* личность, экономическое самоопределение личности, мораль, нравственность, индикаторы нравственной позиции.