

УДК 159.923:336.74

Ціннісний аспект ставлення до грошей та особливості грошової задоволеності підприємців

Яновська С.Г.

У статті проаналізовано ціннісний аспект ставлення до грошей та особливості грошової задоволеності підприємців. Ці особливості виявляються на рівні потреб і ступеня їх задоволення, соціальних установках, переживаннях, пов'язаних з грошима. У підприємців нижче цінність грошей і вище рівень грошової задоволеності. У них раціональніше і усвідомлене відношення до грошей, в порівнянні з непідприємцями. Підприємці швидше навчаються новим правилам поведінки в економічній ситуації, частіше орієнтовані на об'єктивне і раціональне сприйняття ситуації, що склалася, і пошук вирішення проблеми.

Ключові слова: підприємець, ставлення до грошей, грошова задоволеність.

В статье проанализирован ценностный аспект отношения к деньгам и особенности денежной удовлетворенности предпринимателей. Эти особенности проявляются на уровне потребностей и степени их удовлетворения, социальных установках, переживаниях, связанных с деньгами. У предпринимателей ниже ценность денег и выше уровень денежной удовлетворенности. У них более рациональное отношение к деньгам по сравнению с непредпринимателями. Предприниматели быстрее учатся новым правилам поведения в экономической ситуации, чаще ориентированы на объективное и рациональное восприятие сложившейся ситуации и поиск решения проблемы.

Ключевые слова: предприниматель, отношение к деньгам, денежная удовлетворенность.

The article analysed the valued aspect of attitude towards money and feature of money satisfaction of businessmen. These features are shown up at the level of necessities and degree of their satisfaction, social options, experiencing, related to the money. For businessmen a value of money is below and a level of money satisfaction is higher. They have more rational attitude towards money as compared to those who are not businessmen. Businessmen study quickly new rules of behaviour in an economic situation, more frequent oriented to objective and rational perception of the situation and search of problem solving.

Keywords: businessman, attitude towards money, money satisfaction.

Соціально-економічний розвиток сучасного українського суспільства нерозривно пов'язаний з фігурою підприємця. Починаючи з 90х років минулого сторіччя український підприємець став об'єктом пильної уваги економістів, психологів, соціологів. У дослідженнях визначалося те особливе, що відрізняє людей, що демонструють підприємницьку активність: їх особистісні особливості, характеристики здійснюваної ними діяльності, спілкування і взаємодія з діловими партнерами і так далі [1-2, 6-7, 9-15, 17-24]. Проте ставлення підприємців до грошей досліджено недостатньо, зокрема, ціннісний аспект та характеристики грошової задоволеності людей, що обрали даний вид економічної активності.

Узагальнюючи різні варіанти визначень підприємницької діяльності можна виділити наступні основні характеристики, що приписуються підприємництву: інновативність, автономність, ризик і контроль, так Р. Хизріч і М. Пітерс визначають підприємництво як «процес створення чогось нового, що має цінність, процес що поглинає час і сили, що припускає ухвалення на себе фінансової, моральної і соціальної відповідальності, процес, який в результаті приносить грошовий дохід і задоволення досягнутим» [17, с.26]. До особливостей українського підприємництва відноситься те, що його функція в епоху трансформаційного періоду в Україні тісно пов'язана з економічними відтворенням. Отже, підприємець - це особа, що наділена індивідуально-психологічними характеристиками, які дають їй змогу виступати суб'єктивним фактором відтворення, здатна на ініціативній та інноваційній основі, не боячись повної відповідальності, йти на ризик та особливим чином поєднати інші чинники виробництва так, щоб в перспективі з'явився додатковий прибуток. Оскільки прибуток підприємця найчастіше представлений у вигляді грошей, і метою багатьох підприємців є заробіток грошей, то виявлення особливостей їхнього ставлення до грошей є досить цікавим і важливим завданням.

Сучасні дослідження, присвячені психологічним аспектам відношення до грошей, представлені декількома напрямками. Зокрема, розробляється тематика соціально-психологічних змін економічної свідомості і самосвідомості особистості і її складових під впливом зміни форм і стосунків власності (А.Л. Журавльов, В.П. Позняков, В.А. Хащенко) [7-8, 13]. Відношення до грошей розглядається як один з емпірично виділених компонентів економічної свідомості. Здійснюється моніторинг відношення до грошей в середовищі підприємців (О.С. Дейнека і ін.) [4, 5, 25-26].

Під відношенням до грошей О.С. Дейнека розуміє «усвідомлене і суб'єктивно-вибірче уявлення про гроші, що виявляється в грошовій поведінці. Як економіко-психологічний феномен, він представлений пізнавальним, емоційним і мотиваційно-вольовими компонентами, супроводжує соціальний обмін і здатний виконувати компенсаторно-терапевтичну функцію» [5]. Оскільки відношення до грошей може конкретизуватися в грошових цінностях, грошових потребах, мотивах отримання і використання грошей, що виступають в ролі регуляторів економічної поведінки. Ми вирішили дослідити ті відмінності в відношенні до грошей, що пов'язані з цінністю грошей та грошовою задоволеністю підприємців.

Мета роботи: вивчення особливостей цінності грошей та грошової задоволеності підприємців.

У дослідженні брало участь 67 чоловік у віці від 24 до 45 років, серед них 30 чоловіків і 37 жінок. Досліджувану вибірку ми розбили на дві групи людей. Перша група – підприємці, що займаються приватним малим бізнесом, в кількості 33 чоловіка, друга – люди, що не займалися не займаються і не планують займатися підприємництвом, працівники різноманітних приватних фірм, в кількості 34 чоловіка.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань була розроблена програма дослідження, реалізація якої припускала використання комплексу методів. Теоретичні методи: аналіз, узагальнення і систематизація наукових даних, отриманих в дослідженнях з економічної психології і психології особистості. Емпіричні методи: спостереження, модифікована методика О.Фанталової «Співвідношення цінності

та доступності» для виявлення цінності грошей по відношенню до інших цінностей; шкала грошової задоволеності, розроблена М.Ю. Семеновим, що визначає ступінь задоволення потреби в грошах у людей [16].

Статистичні методи обробки даних: кореляційний аналіз, t-критерій Стьюдента та U-критерій Манна-Уїтні.

Виявлені відмінності в ступені грошової задоволеності як стійкому відношенню до життя. Способом оцінки рівня фінансової задоволеності є шкала грошової задоволеності. Особливість її полягає в тому, що вона дозволяє проводити диференційовану оцінку відношення до грошей.

Таблиця 1

Середньостатистичні значення рівня грошової задоволеності в групах підприємців і непідприємців

Групи	Минуле-min (M±σ)	Минуле-max (M±σ)	Сьогодні (M±σ)	Майбутнє (M±σ)	Оточуючі (M±σ)
Підприємці	3.15±1.87	9.03±1.74	7.57±2.00	8.97±2.95	7.01±2.15
Непідприємці	2.54±1.15	8.29±1.77	5.98±2.33	6.59±2.67	5.84±2.16

Випробовувані оцінювали своє фінансове положення у минулому (якнайкраще і якнайгірше), сьогодні, майбутньому, а також фінансове положення тих, що оточують за 13-бальною шкалою, представленою прислів'ями і приказками.

В цілому рівень грошової задоволеності за всіма параметрами вище в групі підприємців, в порівнянні із непідприємцями. В таблиці 1 представлені середні значення оцінки грошової задоволеності в двох досліджуваних групах. У групі підприємців всі характеристики, що вивчаються, мають більші значення в порівнянні з групою непідприємців. Найбільший розкид результатів відбувся при оцінці випробовуваними свого майбутнього.

В цілому рівень фінансової задоволеності за всіма параметрами вище в групі підприємців, чим в групі непідприємців. Підприємці оцінюють своє минуле як мінливіше, а свій фінансовий досвід як багатший. У них вище рівень фінансової задоволеності.

Таблиця 2

Оцінка достовірності відмінностей грошової задоволеності в групі підприємців

	Минуле-min	Минуле-max	Сьогодні	Майбутнє	Оточуючі
U-критерій	587	498	575	572	674
p	0,43	0,12	0,08	0,03	0,42

У другій групі оцінка власного фінансового положення в сьогодні вища, ніж оцінка тих, що оточують. Підприємці чекають, що власне фінансове положення в майбутньому істотно покращає. У групі непідприємців прогноз менш оптимістичний. Достовірність відмінностей в ступені грошової задоволеності членів двох досліджуваних груп визначалася за допомогою U-критерія Манна-Уїтні для двох незв'язаних вибірок. Таблиця 2.

Відмінності в оцінці фінансової задоволеності виявилися в грошовій задоволеності в сьогодні та в майбутньому. Отже, підприємці більш задоволені своїм фінансовим положенням в сьогодні і чекають його покращення в майбутньому. Аналіз даних за допомогою коефіцієнта кореляції Спірмена дозволив нам виявити взаємозв'язок між параметрами фінансової задоволеності. (Таблиця 3).

Таблиця 3

Матриця кореляцій параметрів фінансової задоволеності в групі підприємців (коефіцієнт кореляції Спірмена)

	Минуле-min	Минуле-max	Сьогодні	Майбутнє	Оточуючі
Минуле-min	1.0	-0.027	0.042	-0.156	-0.152
Минуле-max	-0.027	1.0	0.364	0.459**	0.299
Сьогодні	0.042	0.364	1.0	0.364	0.479**
Майбутнє	-0.156	0.459**	0.364	1.0	0.079
Оточуючі	-0.152	0.299	0.479**	0.079	1.0

Примітка: ** - $p < 0.01$

У групі підприємців виділилися дві групи: «минуле max - майбутнє», «сьогодення - оточуючі». Максимальна задоволеність у минулому корелює з очікуванням задоволеності в майбутньому (при $p \leq 0,01$), тобто підприємці орієнтуються на краще майбутнє, виходячи з власного досвіду. Оцінка сьогодні

Таблиця 4

Матриця кореляцій параметрів фінансової задоволеності в групі непідприємців (коефіцієнт кореляції Спірмена)

	Минуле-min	Минуле-max	Сьогодні	Майбутнє	Оточуючі
Минуле-min	1.0	0.131	0.097	0.002	-0.032
Минуле-max	0.131	1.0	0.298**	0.348**	0.229**
Сьогодні	0.097	0.298**	1.0	0.365**	0.138
Майбутнє	0.002	0.348**	0.365**	1.0	0.250*
Оточуючі	-0.032	0.229**	0.138	0.250*	1.0

Примітка: ** - $p < 0.01$; * - $p < 0.05$.

має тісний зв'язок з оцінкою рівня фінансової задоволеності тих, що оточують (при $p \leq 0,01$). Отже, у підприємців сьогодні не визначається майбутнім і минулим, оцінка сьогодні більш ситуативна, виходить з принципу "тут і тепер" і взаємозв'язана з оцінкою фінансового положення тих, що оточують. В цілому, взаємозв'язок оцінок в групі невідприємців вищий, ніж в групі підприємців.

При оцінюванні свого поточного фінансового благополуччя звичайні люди більш залежні від успіхів у минулому і бажаних оцінок фінансового благополуччя в майбутньому. (Таблиця 4).

Отже, можна виділити характерні особливості грошової задоволеності кожної групи. Особливості грошової задоволеності підприємців: рівень грошової задоволеності високий; оцінюють свій фінансовий досвід як багатший; вважають, що в сьогодні власне фінансове положення краще, ніж у оточуючих; мають оптимістичніші оцінки свого фінансового положення; орієнтуються на краще майбутнє, виходячи з кращого минулого.

Особливості грошової задоволеності невідприємців: по всіх параметрах рівень грошової задоволеності середній; при оцінюванні свого поточного фінансового благополуччя звичайні люди більш залежні від успіхів у минулому і гаданих оцінок фінансового благополуччя в майбутньому.

Таким чином, отримані дані підтверджують припущення, що у підприємців багатший фінансовий досвід та високий рівень грошової задоволеності, при цьому гроші як мотив є одним з характерних мотивів підприємницької діяльності.

Для невідприємців гроші є вирішальним чинником їхнього життя, вони вважають, що за допомогою грошей зможуть вирішити більшість проблем у власному житті.

Ці висновки підтверджуються і даними, отриманими за допомогою шкали фінансової задоволеності, що були отримані в дослідженнях О.С. Дейнеки. Підприємці мають високий рівень задоволеності потреби в грошах, оцінюють свій фінансовий досвід як багатший, вважають, що в сьогодні власне фінансове положення краще, ніж у оточуючих. Оцінка фінансового положення більш ситуативна в порівнянні з невідприємцями.

Порівняння сили потреб і рівня їх задоволеності в групах підприємців і невідприємців було проведено на результатами діагностики за методикою О. Б. Фанталової. Чим більше значення відмінності між цінністю і доступністю потреби (Ц-Д), тим більш незадоволеною є потреба у випробовуваного, а значить – сильнішою. Якщо виходить негативне значення, значить, рівень доступності вищий за рівень цінності, тобто, відбулося "перенасичення" потреби.

В цілому рівень задоволення практично по всіх потребах вище в групі підприємців, тобто, в групі невідприємців переважає незадоволеність більшості потреб. В обох групах найменш задоволені такі потреби, як потреба в грошах, упевненість в майбутньому, потреба в хороших умовах життя. Тобто, більш незадоволеними виявляються ті потреби, які несуть в собі властивість узагальненої потреби: гроші, умови життя, майбутнє. Проведемо порівняння груп підприємців та невідприємців за медіаною. Оцінка достовірності відмінностей враховується за допомогою U-критерія Манна-Уїтні для двох незв'язаних вибірок.

Цінність грошей істотно вище для невідприємців (2 група) ($Me_2Г=8$, $Me_1Г=10$ $p \leq 0,02$), в той же час доступність грошей в обох групах приблизно однакова ($Me_2Г=5$, $Me_1Г=5$, при $p \leq 0,24$). Отже, у підприємців рівень даної потреби задоволений ($Ц_2Г-Д_2Г=8-5=3$).

В групі невідприємців рівень конфлікту в задоволенні потреби в грошах, якщо використовувати медіанні оцінки, рівний 5 ($Ц_1Г - Д_1Г=10-5=5$), тобто, вище за індивідуальну норму, яка визначається в 4 бали (Фанталова О. Б., 1997).

Отже, невідприємці дуже сильно відчувають недолік грошей, що, в свою чергу, свідчить про ступінь незадоволеності поточною життєвою ситуацією, внутрішньої конфліктності, блокади основних потреб. Якщо врахувати, що потребу в грошах ми розглядаємо як узагальнену потребу, що генералізує, то можна припустити, що в ній знаходить віддзеркалення загальний рівень незадоволеності.

Таблиця 5

Медіани і оцінка достовірності відмінностей за допомогою U-критерія Манна-Уїтні між групами підприємців(1 група) і невідприємців(2 група)

Цінність	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Медіана (1 група)	8	8	10	9	8	10	9	10	8.5	7	8
Медіана (2 група)	5	7	10	9	10	8	8	9	8	7	9
p	0.01	0.2	0.5	0	0.001	0.02	0.03	0.42	0	0.84	0.29
Доступність											
Медіана (1 група)	7.5	5.5	8	8	6	5	5	5	6	6	6
Медіана (2 група)	7	6	9	8	9	5	6	7	7	8	8
p	0.91	0.93	0.1	0.54	0.00	0.24	0.85	0.00	0.14	0.04	0.01

Примітка: числами позначені потреби: 1) у якісному живленні, 2) у фізичній безпеці; 3) у хорошій сім'ї; 4) у самоповазі; 5) бути залученим в справу; 6) у грошах; 7) у хороших умовах життя; 8) бути упевненим в майбутньому; 9) у розумінні; 10) у визнанні; 11) знайти місце в житті

Випробовувані з 2 групи порівняно з 1 групою дуже сильно відчувають незадоволеність бути упевненим в майбутньому і в хороших умовах життя, що, у свою чергу, свідчить про ступінь незадоволеності поточною

життєвою ситуацією в цілому.

Таким чином, в результаті проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

- існують відмітні особливості відношенні до грошей у людей, що займаються підприємництвом. Ці особливості виявляються на рівні потреб і ступеня їх задоволення, соціальних установках, переживаннях, пов'язаних з грошима;

- у підприємців нижче цінність грошей і вище рівень грошової задоволеності. У них раціональніше і усвідомлене відношення до грошей, в порівнянні з непідприємцями.

- підприємці швидше навчаються новим правилам поведінки в економічній ситуації, впевненіші в собі у фінансових питаннях, частіше орієнтовані на об'єктивне і раціональне сприйняття ситуації, що склалася, і пошук вирішення проблеми.

Перспективою подальшого дослідження може бути вивчення особливостей грошової мотивації підприємців.

Література.

1. Агеев А.И. Предпринимательство: проблемы собственности и культуры. М. Наука, 1991, - 112с.
2. Гинс Г.К. Предприниматель. - М.: Посев, 1992. - 225с.
3. Горбачева Е. М., Купрейченко А.Б. Конфликт нравственных ценностей в отношении личности к деньгам // Экономическая психология: Актуальные теоретические и прикладные проблемы. Материалы пятой научно-практической конференции 22-23 июня 2004 г.Изд-во БГУЭП, 2004.
4. Дейнека О.С. Динамика макроэкономических компонентов образа денег в обыденном сознании // Психол. журн., 2002. № 2. С. 36-46.
5. Дейнека О.С. Символизация денег: опыт эмпирического исследования // Проблемы экономической психологии. Т. 1.М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2004. С. 207-241.
6. Ермолаева Е.П. Предпринимательство: самодиагностика и преодоление психологических барьеров. – М.: издательский центр “Академия”, институт психологии РАН, 1996. – 76с., 1 ил.
7. Журавлев А.Л., Позняков В.П. Экономическая психология: теоретические проблемы и направления эмпирических исследований //Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2004. № 3. С. 46-64.
8. Журавлев А.Л. Отношение личности к деньгам как фактор ее ориентации на культурные ценности: программа исследования // Современная психология: состояние и перспективы исследований. Ч. 5. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2002.С. 42-63.
9. Завьялова Е. К., Посохова С. П. Психология предпринимательства: Учеб. Пособие. – СПб.: Изд-во С. – Питерб. Ун-та, 2004. – 296 с.
10. Карлоф Б. Деловая стратегия (концепция, содержание, символы). М., 1991. – 239с. Котлер Ф. Основы маркетинга. М., 1990. –736с.
11. Корнилова Т.В., Булыгина В.Г., Корнилов А.П. Личностные предпосылки успешности деятельности брокера// психологический журнал. 1993. Т. 14. № 1. С.90-99.
12. Орбан Л.Э., Гриджук Д.М. Социально-психологические аспекты предпринимательства и управления. – Ивано-Франковск: Знание, 1995. –164 с.
13. Позняков В.П. Психологические отношения и деловая активность российских предпринимателей. М.:ИП РАН, 2001.
14. Проблемы экономической психологии. Том 1 /Отв. ред. А.Л.Журавлев, А.Б.Купрейченко. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, 2004.
15. Психологические особенности личности российского предпринимателя. А.Е. Чирикова, Психологический журнал, том 19, №1, 1998г.
16. Семенов М.Ю. Исследование понятия “деньги” методом ассоциативного эксперимента // Вестник Омского университета. – 2003. – № 3. – С. 139-142.
17. Хизрич Р., Питерс М. Предпринимательство, или Как завести собственное дело и добиться успеха: Пер. с англ. Вып. 1: Предприниматель и предпринимательство / Пер. с англ. И.И.
18. Чирикова А.Е., Кричевская О.Н. Социально-психологические проблемы становления женского предпринимательства. М., издат. Институт психологии РАН, 1996. - 94 с.
19. Швалб Ю.М., Данчева О.В. Практична психологія в економіці та бізнесі – Київ: Лібра, 1998. – 270 с.
20. Шумпетер Й. Теория экономического развития: Пер. с нем. - М.: Прогресс, 1982. - 455 с.
21. Щедровицкий П.Г. Культура предпринимательской деятельности // Лекции. - Мтищи: Дорваль, 1991. - 206 с.
22. Юркевич Г.Й. Психологічні детермінанти розвитку особистості менеджера: - Автореферат дис. Канд. психол. наук. – Івано-Франківськ, 1999. –24 с.
23. Яновская С.Г. Предпринимательство: психологические проблемы (опыт, задачи дальнейшего исследования)// Вестник ХНУ, серия «Психология», № 391, 1998. С. 77-85.
24. Яновская С.Г. Особенности мотивационной структуры предпринимательской деятельности // Вісник Харківського університету, серія “Психологія”, 2002, №550 (частина 2), с. 344-346.
25. Яновская С.Г., Туренко Р.Л., Гао Лей Отношение к деньгам у студентов, обучающихся в Украине// Вісник Харківського національного університету. – 2008. – № 807. – С. 239-242.
26. Яновская С.Г., Яновская Ю.Э. Психологические особенности отношения к деньгам у потенциальных предпринимателей// Вісник Харківського національного університету. – 2005. – № 653. – с. 235-238.