

ОРГАНІЗАЦІЙНА ПСИХОЛОГІЯ; ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.9.07:379.85:378.1

DOI <https://doi.org/10.32840/2663-6026.2019.4-2.27>

О. К. Любчук

доктор наук з державного управління,
кандидат психологічних наук, професор,
завідувач кафедри туризму

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

С. В. Сахно

кандидат психологічних наук,
доцент кафедри туризму

ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

ЗНАЧУЩІСТЬ ЕКОНОМІЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ДЛЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ТУРИЗМ»: РЕЗУЛЬТАТИ МОНІТОРИНГУ

У статті представлено результати вивчення значущості економічних цінностей для студентів сфери обслуговування. Використана методика «Економічні цінності». Дана методика дозволяє виявити значущість термінальних та інструментальних економічних цінностей. Термінальні економічні цінності мають такі групи цінностей: «Приватна власність», «Безкоштовність послуг», «Професійна самореалізація», «Загальнолюдські термінальні цінності». Інструментальні економічні цінності мають такі групи цінностей: «Економічні можливості сім'ї», «Економічний досвід та освіта», «Загальнолюдські інструментальні цінності», «Професійна самореалізація». Група економічних цінностей «Приватна власність» включає цінності: «Приватна власність на землю», «Цінні папери, акції», «Приватна власність на житло», «Банківські депозити, облігації», «Приватна власність на майно». Група економічних цінностей «Безкоштовність послуг» включає цінності: «Безкоштовне медичне обслуговування», «Вища освіта», «Безкоштовна юридична допомога», «Система безкоштовної загальної освіти», «Пільги та допомоги». Група економічних цінностей «Економічні можливості сім'ї» включає цінності: «Фінансова підтримка сім'ї», «Достойна заробітна плата», «Дохід від здачі в оренду нерухомості», «Життя на пасивний дохід», «Дивіденди». Група економічних цінностей «Економічний досвід, освіта» включає цінності: «Економічне мислення», «Підприємницька активність», «Економічний досвід близьких», «Страхування ризиків», «Економічне виховання». Визначення рівнів значущості термінальних та інструментальних економічних цінностей здійснюється на основі підходу Н. Антонової. Проведене дослідження виявило несформованість значущості економічних цінностей «Приватна власність» та «Економічний досвід, освіта», «Економічні можливості сім'ї» для студентів. Цінності групи «Професійна самореалізація» та «Загальнолюдські цінності» є значущими для 50% студентів. Значущою цінністю групи «Безкоштовність послуг» для студентів перших – третіх курсів є цінність «Вища освіта», незначущою – «Пільги та допомоги». Значущими загальнолюдськими цінностями є «Стабільність», «Матеріально забезпечене життя» та «Здоров'я, спорт». Для студентів значущою цінністю є «Цікава робота». Кожна студентська група має неповторні цінності професійної самореалізації. Для студентів усіх курсів значущою є цінність «Освіченість». У ціннісному ядрі особистості студентів входять цінності «Самостійність рішень» і «Відповідальність».

Ключові слова: дослідження, ціннісні орієнтації, приватна власність, безкоштовність послуг, професійна самореалізація, економічні можливості сім'ї, економічний досвід та освіта, загальнолюдські цінності, фахова підготовка, сфера обслуговування.

Постановка проблеми. Процес економічної соціалізації залежить від особливостей двох його складників: економічних цінностей суспільства та неповторності потребно-мотиваційної системи індивіда. Відповідність цих сторін визначає норму економічної культури особистості, яка відображає рівень її економічної соціалізації. У досліджен-

нях відсутній аналіз особливостей становлення економічних цінностей у студентів спеціальності «Туризм» залежно від курсу навчання у вищій школі, що впливає на якісні показники їхньої фахової підготовки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проведені дослідження із проблеми компетент-

нісної підготовки фахівців дозволили виокремити різні компетентності, зокрема: уміння вчитися професії (О. Любчук), життєтворчу компетентність, етичну компетентність (Л. Хоружа), соціальну компетентність (В. Ковальчук), цивілізаційну компетентність (К. Корсак), економічну компетентність (О. Ануфрієва, Г. Дмитренко, В. Саук, О. Семенков) та економічні цінності як складові частини економічної компетентності (О. Любчук, А. Хлебнікова).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується означена стаття. Проведений аналіз показав відсутність досліджень із проблеми становлення економічних цінностей у студентів спеціальності «Туризм» у процесі навчання у вищій школі.

Мета статті – з'ясувати значущість економічних термінальних та інструментальних цінностей для студентів сфери обслуговування.

Виклад основного матеріалу. Вплив традиційної системи освіти на особистість фахівця проявляється у формуванні цінностей загального виробництва, мотивів обов'язку, особистісних якостей, як-от: дисциплінованість, працелюбство, підпорядкованість, старанність, повага до авторитетів. Особливість впливу системи вищої освіти постіндустріального суспільства розкривається у формуванні економічних цінностей, цінностей професійної самореалізації; особистісних цінностей побудови кар'єри; мотивації досягнення; внутрішніх мотивів; серед особистісних якостей насамперед – відповідальності, освіченості, особистісної готовності до змін у суспільстві та невизначеності в майбутньому, творчого підходу, здатності до співробітництва, навичок самоосвіти.

З'ясовано, що економічна культура особистості зумовлена системою економічних цінностей суспільства. Зазначено, що економічні цінності репрезентують культурний смисл соціально-історичного досвіду людства. Саме в цьому вбачається соціально-психологічний ракурс дослідження економічної культури особистості як результату економічної соціалізації, а також її інноваційність.

Сутність економічної соціалізації проявляється у входженні індивіда в соціально-економічне середовище, систему соціально-економічних зв'язків, в активному відтворенні системи соціально-економічних зв'язків у процесі діяльності та включенні в соціально-економічне середовище, у засвоєнні соціально-економічного досвіду, швидкій адаптації до реалій життя, активному перетворенні суспільних цінностей в особисті орієнтації та настанови [1]. Визначено, що психологічними чинниками прояву економічної активності індивіда є можливості кар'єрного зростання, фахового самовдосконалення, реалізації запитів на творчість, персоніфіковану участь у груповому

вирішенні виробничих проблем, творенні добрих стосунків із колегами та працедавцями тощо. Відзначено, що на зовнішні чинники працівники вказують лише тоді, коли йдеться про внутрішнє незадоволення працею.

На брак можливостей ініціативи, фахового самовиявлення та професійного вдосконалення як на головні причини очікуваної в майбутньому фрустрації економічних домагань вказували більшість українських студентів із різних регіонів. Тому економічно-ціннісні орієнтації та очікування студентської молоді щодо шляхів досягнення матеріального достатку вимірюються не стільки фінансовими параметрами, скільки перспективами і можливостями задоволення у процесі заробляння грошей соціальних потреб. Детермінація процесу соціалізації цінностями суспільства опосередковується внутрішніми психологічними особливостями людини, її потребою системою. Успішність інтеріоризації економічних цінностей індивідом залежить від усвідомлення ним цих цінностей як своїх потреб, а також здатності інтеріоризувати такі цінності, а з іншого боку – від тих вимог, які висуває суспільство до цих індивідів (економічних експектацій) [2].

В юнацькому віці економічна соціалізація відбувається ефективно, якщо економічні цінності суспільства репрезентуються молодою людиною відповідно до потреби в самореалізації. Вік 16–17-річних характеризується процесом поступового включення в соціальні зв'язки, їх розширення й ускладнення, стоїть питання професійного самовизначення на основі усвідомлення особистістю себе як самостійного суб'єкта соціальної діяльності, здійснюється різнобічна підготовка та пошуки шляхів для розкриття власних здібностей. Етап молодості відзначається професійним становленням особистості, який супроводжується розвитком спеціальних здібностей, усвідомленням особистістю своєї соціальної відповідальності.

Різні системи економічних цінностей суспільства сприяють формуванню економічної компетентності, економічній соціалізації індивіда. Система економічних цінностей суспільства визначається його історією, ідеологією, способом життя людей, рівнем їхніх економічних відносин, культурою. Кожна культура, кожен тип суспільства створюють свій тип особистості. Система економічних цінностей суспільства, до якого належить людина, накладає певний відбиток на її типові риси. В американській культурі, наприклад, історично склалась висока оцінка таких особистісних якостей, як упевненість у собі та вміння володіти собою [2, с. 45–48].

На основі проведеного теоретичного аналізу визначено, що для громадян України значущими економічними цінностями є цінності, які зумовлені

особливостями перехідної економіки: від планової економіки соціалізму до ринкової економіки. Такими значущими економічними цінностями визначені цінності «Безкоштовності послуг», особливо в умовах зниження рівня життя, прояву нестабільності, інфляції тощо. Значущими економічними цінностями виявлені також цінності, які мають певну «вартість»: «Здоров'я», «Соціальний статус у суспільстві», «Матеріально забезпечене життя», «Цікава робота», «Державна підтримка малого бізнесу», «Стабільність», «Свобода вибору діяльності», які належать як до загальнолюдських, так і до цінностей професійної самореалізації.

Ринкова економіка сприяє формуванню таких видів економічних цінностей, як: «Приватна власність», «Вартість результатів економічної діяльності», «Право власника вільно розпоряджатися створеним продуктом», «Незалежність», «Відповідальність за себе», «Захист власних інтересів», «Ініціатива», «Самоорганізація».

Емпіричне дослідження з метою виявлення особливостей становлення економічних цінностей у студентів спеціальності «Туризм» включало використання методики Т. Мельничук «Економічні цінності» та методів емпіричного оброблення й інтерпретації даних. Вибірка складала сорок п'ять респондентів: по п'ятнадцять студентів першого, другого та третього курсів. Дослідження формування економічних цінностей у студентів сфери обслуговування включало декілька етапів.

На першому етапі з'ясувалися за методикою «Економічні цінності» особливості сформованості значущості економічних термінальних цінностей. Вивчалася значущість таких груп економічних термінальних цінностей, як: «Загальнолюдські цінності (Т)», де (Т) означає «термінальні»; «Професійна самореалізація (Т)»; «Приватна власність»; «Безкоштовність послуг». На наступному етапі визначалася значущість економічних інструментальних цінностей за такими групами: «Економічні можливості сім'ї»; «Економічний досвід, освіта»; «Професійна самореалізація (І)»; «Загальнолюдські цінності (І)», де (І) означає «інтернальні».

Група термінальних економічних цінностей «Приватна власність» включає такі цінності: «Приватна власність на землю», «Цінні папери, акції», «Приватна власність на житло», «Банківські депозити, облігації», «Приватна власність на майно». Отримані результати показали, що такі економічні цінності, як «Приватна власність на землю» та «Приватна власність на житло» є значущими лише для 20% студентів третього курсу, тоді як економічні цінності «Банківські депозити, облігації», «Приватна власність на майно», «Цінні папери, акції» є значущими для 0% студентів даної вибірки. Для студентів другого курсу даної вибірки економічні цін-

ності «Банківські депозити, облігації», «Приватна власність на майно», «Цінні папери, акції» є значущими для 10% респондентів, а економічні цінності «Приватна власність на житло» є значущими для 14% респондентів, економічні цінності «Приватна власність на землю» значущі для 34% респондентів даної вибірки. Незначущою економічна цінність «Приватна власність на землю» є для 24% респондентів. Для студентів першого курсу економічні цінності «Банківські депозити, облігації», «Цінні папери, акції» є значущими для 6% респондентів даної вибірки.

Наступна група термінальних економічних цінностей, значущість якої досліджувалася для студентів сфери обслуговування, була «Безкоштовність послуг». До групи термінальних економічних цінностей «Безкоштовність послуг» належать такі цінності: «Безкоштовне медичне обслуговування», «Вища освіта», «Безкоштовна юридична допомога», «Система безкоштовної загальної освіти», «Пільги та допомоги».

Проведений статистичний аналіз отриманих даних дозволив визначити, що для 56% студентів першого курсу, 48% студентів другого курсу, 60% студентів третього курсу цінність «Вища освіта» є значущою. Крім того, значущою цінністю для 50% студентів першого курсу та 41% студентів групи другого курсу констатована цінність «Безкоштовне медичне обслуговування», а також цінність «Система безкоштовної загальної освіти» – для 44% студентів першого та 48% студентів другого курсів. Проведений аналіз значущості економічних цінностей групи «Безкоштовність послуг» виявив, що найбільш значущою цінністю для студентів сфери обслуговування є цінність «Вища освіта», а найбільш незначущою економічною цінністю є цінність «Пільги та допомоги».

До термінальних економічних цінностей відноситься також група «Загальнолюдські цінності (Т)». Дана група включає такі цінності: «Матеріально забезпечене життя», «Здоров'я, спорт», «Свобода вибору діяльності», «Соціальний статус у суспільстві», «Стабільність». Проведене дослідження виявило, що цінність «Стабільність» значуща для 100% респондентів третього курсу, 45% студентів групи другого курсу, 63% студентів першого курсу. Цінність «Здоров'я, спорт» значуща для 44% респондентів першого курсу, 52% респондентів другого курсу, 60% респондентів третього курсу. Економічна цінність «Матеріально забезпечене життя» є значущою для 50% респондентів першого курсу, 55% респондентів другого курсу, 40% респондентів третього курсу. З'ясовано, що для 80% респондентів третього курсу є значущою цінність «Свобода вибору діяльності».

До групи термінальних економічних цінностей «Професійна самореалізація (Т)» відносяться такі цінності: «Цікава робота», «Державна підтримка

малого бізнесу», «Активне діяльнісне життя», «Упевненість», «Творчість, розвиток».

З'ясовано, що цінність «Цікава робота» значуща для студентів сфери обслуговування, а саме: для 69% респондентів першого курсу, 66% респондентів другого курсу, 80% респондентів третього курсу. Неповторністю ставлення студентів різних курсів до даних цінностей є неповторність поєднання значущості цінності «Цікава робота» з іншими для особистісного професійного становлення фахівця. Для 80% студентів третього курсу також значуща цінність «Упевненість»; для 66% студентів групи другого курсу – цінність «Активне діяльнісне життя»; для 56% студентів першого курсу – цінність «Творчість, розвиток». Отже, серед термінальних економічних цінностей групи «Професійна самореалізація» для студентів перших – третіх курсів сфери обслуговування найбільш значущою є цінність «Цікава робота».

На другому етапі вивчалася значущість таких груп економічних інструментальних цінностей, як: «Економічні можливості сім'ї»; «Економічний досвід, освіта»; «Професійна самореалізація (I)»; «Загальнолюдські цінності (I)», де (I) означає «інтернальні». Група інструментальних економічних цінностей «Економічні можливості сім'ї» включає такі цінності: «Фінансова підтримка сім'ї», «Достойна заробітна плата», «Дохід від здачі в аренду нерухомості», «Життя на пасивний дохід», «Дивіденди».

Констатовано, що для 88% респондентів першого курсу є значущою економічна цінність «Дохід від здачі в аренду нерухомості», а також для 50% респондентів значущою є економічна цінність «Незалежність», для 44% респондентів значущою є економічна цінність «Достойна заробітна плата». Виявлено єдину значущу цінність для студентів даної вибірки – «Незалежність» (значущість від 50% до 100%). Найбільш значущі економічні інструментальні цінності такі: для 59% респондентів другого курсу – економічна цінність «Незалежність», для 52% даних респондентів також значуща «Достойна заробітна плата». Для респондентів третього курсу мають найбільшу значущість такі економічні інструментальні цінності: для 100% респондентів – економічна цінність «Незалежність»; для 60% респондентів – економічна цінність «Достойна заробітна плата» та «Фінансова підтримка сім'ї».

До групи інструментальних економічних цінностей «Економічний досвід, освіта» належать такі цінності, як: «Економічне мислення», «Підприємницька активність», «Економічний досвід близьких», «Страхування ризиків», «Економічне виховання». Визначено, що для респондентів першого курсу характерна незначущість цінностей даної групи, зокрема: для 69% респондентів – цінність «Економічне виховання»;

для 63% респондентів – цінності «Страхування ризиків» та «Підприємницька активність». Єдина цінність, яка є значущою для 40% респондентів третього курсу, – це цінність «Підприємницька активність», усі інші цінності даної групи мають значущість для респондентів від 0% до 31%.

Група інструментальних економічних цінностей «Загальнолюдські цінності (I)» включає такі цінності: «Щорічна відпустка», «Орієнтація на успіх», «Прагнення до задоволення потреб», «Оздоровлення», «Освіченість».

Проведене дослідження виявило неоднороззначність в оцінці значущості цінностей даної групи респондентами. Так, для респондентів першого курсу характерна значущість цінностей даної групи: для 69% респондентів значущою є цінність «Оздоровлення»; для 63% респондентів значущою є цінність «Освіченість»; для 50% респондентів значущою є цінність «Прагнення до задоволення потреб». Значущими інструментальними загальнолюдськими цінностями для респондентів другого курсу виявилися «Оздоровлення» й «Освіченість»: цінність «Оздоровлення» значуща для 62% респондентів, а цінність «Освіченість» – для 66% респондентів. Також 45% респондентів даної групи зазначають значущою цінність «Щорічна відпустка». Аналіз значущості загальнолюдських інтернальних економічних цінностей для респондентів третього курсу виявив таке: для 60% респондентів значуща цінність «Щорічна відпустка», для 40% респондентів значущими є цінності «Освіченість» і «Прагнення до задоволення потреб». Отже, для студентів значущою є тільки одна цінність даної групи – «Освіченість». Хоча спостерігаються відмінності в кількості респондентів, для яких вона є значущою, за курсами.

До групи інструментальних економічних цінностей «Професійна самореалізація (I)» належать такі цінності, як: «Самостійність рішень», «Ефективність у справах», «Виконливість», «Відповідальність», «Самоконтроль». Виявлено, що для 56% респондентів першого курсу значущими цінностями є «Самостійність рішень», «Відповідальність», «Самоконтроль», для 72% респондентів другого курсу – «Самостійність рішень», для 48% респондентів даного курсу – «Відповідальність». 80% респондентів третього курсу значущою вважають «Самостійність рішень», 60% респондентів – «Відповідальність» та «Ефективність у справах».

Висновки. Виявлено несформованість значущості цінностей «Приватна власність» та «Економічний досвід, освіта», «Економічні можливості сім'ї» для студентів спеціальності «Туризм». Цінності групи «Професійна самореалізація (I)» та «Загальнолюдські цінності (I)» значущі для 50% студентів. Значущою цінністю

групи «Безкоштовність послуг» для студентів перших – третіх курсів є цінність «Вища освіта», незначущою – «Пільги та допомоги». Значущими загальнолюдськими цінностями є «Стабільність», «Матеріально забезпечене життя» та «Здоров'я, спорт». Для студентів значущою цінністю є «Цікава робота». Для студентів усіх курсів значущою є цінність «Освіченість». У ціннісне ядро особистості студентів входять цінності: «Самостійність рішень», «Відповідальність».

Перспективою подальших досліджень є вивчення сформованості значущості економічних

цінностей для студентів старших курсів сфери обслуговування.

Література:

1. Зубіашвілі І. Психологічні закономірності здійснення економічної соціалізації учнівської молоді в сучасних умовах. *Актуальні проблеми психології*. 2017. Т. 1. Вип. 46. С. 34–38.
2. Москаленко В., Шайгородський Ю., Міщенко О. Економічна культура особистості: соціально-психологічний аспект : монографія. Київ : Центр соціальних комунікацій, 2012. 348 с.

Liubchuk O. K., Sakhno S. V. The importance of economic values for students of tourism specialties: monitoring results

The article presents the results of studying the importance of economic values for service sector students. The method of "Economic values" was used. This technique reveals the importance of terminal and instrumental economic values. Terminal economic values have the following groups of values: "Private property", "Free services", "Professional self-realization", "Human terminal values". Instrumental economic values have the following groups of values: "Family Economic Opportunities", "Economic Experience and Education", "Human Instrumental Values", "Professional Self-Realization". The Private Property Economic Values Group includes the following values: Private Land Property, Securities, Equities, Private Housing, Bank Deposits, Bonds, Private Property. The Free Value Services Economic Value Group includes the values: Free Health Care, Higher Education, Free Legal Aid, Free General Education, Benefits and Assistance. The Family Economic Value Group includes values: Financial Support for the Family, Decent Wages, Real Estate Rental, Passive Income, and Dividends. The economic values group "Economic experience, education" includes values: "Economic thinking", "Entrepreneurial activity", "Economic experience of relatives", "Risk insurance", "Economic education". The significance levels of terminal and instrumental economic values are determined on the basis of N. Antonova's approach. The conducted research revealed the lack of significance of the economic values: "Private property", "Economic experience, education" and "Economic opportunities of the family" for students. Values of the Professional Self-Realization and Human Values groups are significant for 50% of students. Significant value of the group "Free services" for the first – third year students is the value of "Higher education", insignificant – "benefits and benefits". Significant human values are "Stability", "Life Assurance" and "Health, Sport". For students, "Interesting work" is of great value. Each student group has unique values of professional self-realization. For students of all courses, the value of "Enlightenment" is significant. At the core of the students' personality are the values of "Solution Independence" and "Responsibility".

Key words: research, value orientations, private property, free services, professional self-realization, family economic opportunities, economic experience and education, human values, professional training, service sector.