

ЕКОНОМІЧНА ІДЕНТИЧНІСТЬ У СТРУКТУРІ ЕКОНОМІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДІ: ЦІННІСНІ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ РЕГУЛЯТОРИ ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ

ECONOMIC IDENTITY IN THE STRUCTURE OF YOUTH ECONOMIC COMPETENCE: VALUE AND SOCIO-CULTURAL REGULATOR OF ECONOMIC DECISION-MAKING

Статтю присвячено дослідженню проблеми економічної ідентичності як ціннісного та соціокультурного регулятора економічної поведінки і основи економічної компетентності молоді. Запропонований автором міжпредметний концептуальний підхід до економічної ідентичності, що ґрунтується на теорії економіки ідентичності, визначає соціальну ідентичність суб'єкта важливим регулятором його економічної поведінки і надає пріоритетну роль ціннісному самовизначенню по відношенню до зовнішніх стимулів у конструюванні його економічної компетентності. Ціннісне самовизначення особистості стосується її економічних домагань і способів їх досягнення, економічних об'єктів і явищ, норм і практик ділової взаємодії. Здійснений автором огляд моделей економічної компетентності як очікуваного результату освітніх впливів, вказує на неартикульованість економічної ідентичності суб'єкта як базової складової економічної компетентності. Ціннісне навантаження конструкта або не артикулюється, або підпорядковано настановленням на підприємництво та успішну адаптацію до економічних змін. Натомість модель економічної ідентичності молоді, побудована на основі факторизації даних емпіричного дослідження економічних орієнтацій студентства та учнівства різних регіонів, структурована смислами соціальної цінності економічної діяльності, а значення, пов'язані з підприємництвом виявилися на периферії семантичного простору уявлень досліджуваних. Наведені результати вивчення регіональних особливостей економічних орієнтацій молоді підтверджують концептуальне положення про ціннісне соціокультурне значення економічних переважень і наголошують на важливості поглиблення уявлень про роль регіональних соціокультурних чинників розвитку економічної компетентності молоді та їх урахування в теорії та практиці економічної освіти.

Ключові слова: економічна ідентичність, економічна компетентність, ціннісний регулятор, економічне самовизначення, молодь.

The article deals with the investigation of economic identity as a value and sociocultural regulator of economic behavior and a key component of youth economic competence. The conceptual approach to economic identity proposed by the author builds up on the theory of identity economics. It defines subject's social identity as an important regulator of their economic behavior and prioritizes the role of value self-identification to external motivation in the construction of their economic competence. Value self-identification of an individual refers to their economic aspirations and means of achieving them, economic objects and phenomena, norms and practices of business interaction. The author's overview of economic competence models in terms of the expected results of education shows that economic identity as a key component of economic competence is not articulated. The value content of the construct is either not articulated or deals with entrepreneurship attitudes and successful adaptation to economic changes. However, the youth economic identity model constructed by the factor analysis of the empirical data of the school and university students' economic orientations survey is semantically determined by the social value of economic activity. The values related to entrepreneurship appeared on the periphery of the respondents' representations. The results of the study on the regional peculiarities of the youth economic orientations support the conceptual provision on the value and socio-cultural significance of economic preferences. It also emphasizes the importance of deepening the understanding of the role of regional socio-cultural factors in the development of the youth economic competence as well as enhancing its consideration in the theory and practice of economic education.

Key words: economic identity, economic competence, value regulator, economic self-identification, youth.

УДК 316.6
DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.68.42>

Позняк С.І.

к.психол.н.,
с.н.с. відділу психології політичної поведінки молоді
Інститут соціальної та політичної психології Національної академії педагогічних наук України

Проблема формування економічної компетентності є актуальним предметом як наукових досліджень, так і завданням освітньої політики, якому присвячено нині велика кількість досліджень і публікацій у наукових, освітніх та галузевих виданнях і порталах. Економічна компетентність вивчається в контексті розвитку професійної майстерності майбутнього педагога, представника торговельного підприємства, економічної освіти учнів ЗЗСО тощо. Ми б хотіли

дослідити ті соціально-психологічні аспекти економічної компетентності, які не залежать від професійного вибору молоді людини, а скоріше, навпаки впливають на нього – це ціннісно-сміслові та соціокультурні основи економічної компетентності молоді, які представлені конструктом економічної ідентичності.

Видається, що проблема ідентичності здебільшого актуалізується в дослідженнях у сфері громадянської, національної, політичної ком-

петентності, а от в уявленнях про економічну компетентність, які детерміновані раціональністю, підприємництвом, конкурентоспроможністю, адаптивністю та мобільністю, йдеться скоріше про сукупність знань та умінь, що забезпечує можливість прийняття ефективних рішень в економічній сфері діяльності, і не акцентується питання ідентичності. Наведемо декілька визначень економічної компетентності в підтвердження висловленої думки.

Так, наприклад, основою економічної компетентності представника торгового підприємства називається глибоке розуміння принципів та методів економічного аналізу та здатність їх практичного застосування [1].

В контексті дослідження економічної компетентності майбутнього педагога це поняття визначається «як особливий тип організації знань, умінь, спрямованих на економічну діяльність, які дозволяють особистості вирішувати проблеми та виконувати типові економічні завдання, що виникають у реальних життєвих ситуаціях» [2, с. 112]. Змістом конструкта є здатність до аналізу та синтезу та економічної інформації та її практичного застосування, здатність адаптуватися економічних змін, інноваційні здібності, модерація та креативна економічна поведінка.

Що стосується економічної компетентності майбутнього педагога художньо-мистецького напрямку, то її трактують як здатність до соціальної адаптації, розуміння соціально-економічних процесів, конкурентоспроможності, раціональної економічної поведінки в ринкових умовах. Від майбутнього педагога очікується активність, відповідальність, готовність до самовдосконалення, мотивація навчатися впродовж життя [3].

Економічна компетентність майбутніх фахівців хімічної промисловості – це інтегрована система особистісних характеристик, які забезпечують потенційну готовність вирішувати життєві завдання в економічно розвинутому суспільстві «зі знанням справи, зиском для себе та користю для інших людей» [4, с. 1]. Ціннісно-мотиваційна складова такого метафоричного визначення економічної компетентності розкривається в термінах конкурентоспроможності та адаптивності до постійних соціально-економічних змін.

Економічну компетентність учнівської молоді визначають як сукупність економічних знань, практичних умінь, досвіду, економічної культури та економічного мислення, стійкої потреби та інтересу до професійної компетентності. Компонентами економічної компетентності називають сукупність економічних знань, економічної свідомості, економічного мислення та економічних якостей [5], де економічна свідомість розглядається в категоріях економічної грамотності, господарської

та громадянської відповідальності; економічне мислення визначається оптимальними та раціональними економічними рішеннями, а економічні якості – критичним мисленням, економічною активністю, інтересом і підприємництвом.

Подібного трактування економічної компетентності дотримуються і автори Концепції економічної освіти в гімназії та ліцеї України [6]. В документі наголошується на компетентнісному та особистісному підходах до економічної освіти, завданням якої, серед іншого, є розвиток у учнів економічного та критичного мислення, економічної та громадянської культури, мотивації підприємницької діяльності, підприємницького хисту, лідерських якостей, позитивного ставлення до праці. Основною цінністю тут називається готовність до змін (підприємницький дух). В цілому ціннісні орієнтири здобувачів освіти пов'язуються з їхньою здатністю «орієнтуватися в економічному просторі і ... приймати оптимальні рішення в конкретних життєвих обставинах» [6, с. 27].

Підсумовуючи представлений огляд публікацій, що репрезентують концептуальні уявлення науковців та освітян про економічну компетентність молоді людини, відзначимо їх підпорядкування підготовці активного, критичного, раціонального та ефективного суб'єкта економічної діяльності – споживача/виробника, покупця/підприємця, власника/працівника, здатного приймати економічно вигідні рішення. Мотиваційно-ціннісне значення економічної компетентності якщо і артикулюється, то переважно в контексті підприємництва, а ціннісні орієнтири пов'язуються з умінням орієнтуватися в економічному просторі та адаптуватися до його змін.

У зв'язку з цим, доречно навести застереження Равена про те, що оцінювати компетентність людини можна тільки в контексті її особистісних цінностей або намірів: важливо оцінювати цінності перш, ніж намагатися виміряти вміння [7].

Також хотілося б наголосити на тому, що економічний вибір людини лише певною мірою залежить від існуючих соціально-економічних умов [8], а в ситуаціях економічного вибору, як і в інших життєвих ситуаціях, особистість переслідує не миттєві економічні інтереси, а захищає свої життєві смисли, цінності, норми та ідеали [9; 10], а отже свою ідентичність, що, як видається, необхідно враховувати як на концептуальному, так і на практичному рівні формування економічної компетентності молоді.

Метою статті є концептуалізація економічної ідентичності як репрезентації ціннісно-смыслового та соціокультурного значення економічної компетентності, а також обговорення результатів емпіричного дослідження економічних орієнтацій студентства і учнівства

та їх регіональних особливостей в контексті розвитку економічної компетентності молоді.

Трактування економічної ідентичності як психологічного феномена пов'язується зі ставленням особистості до себе як суб'єкта економічної діяльності, яке визначає її економічний вибір як у сфері споживання та прибутку, так і у виборі професії та місця проживання. Економічна поведінка, як стверджують автори теорії економіки ідентичності (*identity economics*) Акерлоф і Кретон, прямо корелює з її ідентичністю [8; 9]. Дослідники наголошують, що люди роблять економічний вибір не стільки у відповідь на зовнішні економічні стимули, скільки під впливом власної ідентичності, уникаючи дій, які суперечать їхньому уявленню про себе. Дії мають для людини соціальне та культурне значення і, відповідно, в своєму економічному виборі вона керується тим, що і як потрібно робити, що добре, а що погано, що доречно, а що ні [8; 9; 10]. Відтак ідентичність може мати як позитивний, так і негативний вплив на економічні рішення людини з точки зору її економічної вигоди та добробуту.

Як мотиви і домагання суб'єкта, так і принципи, стратегії та правила його економічної діяльності мають ціннісну природу: цілі та способи виробництва, розподілу, обміну та споживання, рівні доходу та добробуту сприймаються ним як прийнятні або неприйнятні, допустимі або неприпустимі. Так само він оцінює й економічні об'єкти та явища, як-то гроші, власність, бідність/багатство, безробіття, а також форми та норми взаємодії між людьми в економічній сфері такі, як партнерство, конкуренція, конфлікти, фінансові зобов'язання [10; 11].

Таким чином, ціннісні аспекти економічної компетентності, представлені конструктом економічної ідентичності, можна вважати одним з ключових регуляторів економічних рішень людини, а дослідити економічну ідентичність і скласти уявлення про мотиви, цілі та спрямування її економічної діяльності можна через аналіз ціннісно-сміслових основ її економічної самоідентифікації [11; 12].

Економічна самоідентифікація трактується як пошук та визначення особистістю способу залучення в систему економічних відносин (трудових, споживчих, майнових) згідно її уявлень про соціально-економічній реальності, з одного боку, та власні домагання, очікування і можливості, з іншого, що віддзеркалюють її життєві цілі та ідеали [12]. Складовими самоідентифікації є самовизначення суб'єкта щодо власних стандартів та цінностей в економічних відносинах та засобів їх досягнення; економічних об'єктів і явищ (власності, грошей, бідності/багатства, податків, споживання, бізнесу, заощадження тощо); норм та практик ділової взаємодії.

Такі основні положення концептуалізації економічної ідентичності було покладено в основу емпіричного дослідження економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді, з теоретичними основами, програмою та результатами якого можна докладніше ознайомитися в попередній публікації автора [12]. Тут матеріал представлено оглядово і обговорюються лише результати, релевантні зазначеній у статті меті.

Емпіричне дослідження економічних орієнтацій молоді проводилося он-лайн за допомогою опитувальника у гугл-формі, сконструйованого за методом семантичного диференціалу. Вибірка складала 795 осіб – представників учнівства і студентства заходу, півдня, півночі, сходу та центру країни.

Завданням респондентів було визначити (за шкалою Лікерта), якою мірою твердження на кшталт «толерантність і повага до різних думок необхідні для успішної професійної діяльності», «законослухняність не завжди сприяє економічному успіху», «будь-яка економічна діяльність має підпорядковуватися суспільним інтересам та цілям», «мені подобається працювати в колективі однодумців, націлених на виконання спільного завдання» та інші відображають їхні уявлення, ставлення та переживання. Отримані масиви даних опитування було опрацьовано за допомогою програми статистичної обробки даних IBM SPSS версія 23 і факторизовано з метою визначення семантичної структури економічних орієнтацій респондентів загалом і окремо за регіонами.

За результатами факторизації загального масиву даних опитування було встановлено, що семантичний простір економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді структурується значеннями соціальної цінності економічної діяльності (F_1), економічної активності і незалежності (F_2), регулювання економічної діяльності (F_3). Менш інформативна та периферійна позиція виявилася у значень, що репрезентують ставлення до економічних об'єктів і явищ, як-то оцінка матеріального становища (F_4), фінансова поведінка і підприємництво (F_5) та фінансова поведінка і матеріальні ресурси (F_6).

Аналізуючи результати дослідження в контексті підходів до концептуалізації економічної компетентності, наведених на початку статті, видається за можливе відзначити таку тенденцію: емпірично побудована модель економічних орієнтацій молоді і представлені теоретичні моделі економічної компетентності мають різні ціннісно-сміслові детермінанти. Якщо економічні уявлення молоді структуруються смислами соціальної цінності економічної діяльності, а значення, пов'язані із ставленнями до економічних об'єктів і явищ, є периферійними, то концептуальні уявлення про економічну компетент-

ність, навпаки визначаються підприємництвом як цінністю економічної діяльності, а отже і центральним місцем смислів, що репрезентують ставлення до економічних об'єктів і явищ. Що стосується значення соціальної цінності економічної діяльності, то тільки одне з наведених визначень економічної компетентності містить пряме посилання на нього, сформульоване як готовність вирішувати життєві завдання в економічно розвиненому суспільстві з «...користю для інших людей» [4, с. 1]. Поряд з зазначеними відмінностями спостерігається також і спільна тенденція – це надання важливої ролі економічному інтересу. Звичайно, можна поставити під сумнів коректність подібного порівняння, однак його мета не встановити відмінності як такі, а дослідити наскільки смислові тенденції в економічній ідентифікації молоді узгоджуються з концептуальним уявленням про її економічну компетентність, на розвиток якої спрямовані зусилля зокрема економічної освіти.

Важливим чинником економічної ідентифікації урахування якого могло б сприяти формуванню економічної компетентності особистості в освітньому процесі, є соціальне середовище, пов'язане з місцем її проживання – регіоном, який зазвичай має унікальну соціальну та культурну структуру, що склалася під впливом специфіки його економічного роз-

витку. Цим пояснюється інтерес до регіональних особливостей економічної ідентичності молоді, вивчення яких було завданням одного з етапів згаданого вище емпіричного дослідження. Здійснювалося воно шляхом факторизації регіональних масивів даних опитування респондентів заходу, півдня, півночі, сходу та центру та порівняння побудованих факторних моделей. Результати факторизації представлено нижче в таблиці 1.¹

Не аналізуючи докладно результати психосемантичного аналізу регіональних масивів даних, окреслимо лише виявлені тенденції у смисловій детермінації економічних орієнтацій молоді різних регіонів: економічні уявлення молоді півночі, сходу та центру структуруються смислами соціальної цінності економічної діяльності, які також вагомо представлені в уявленнях респондентів південного регіону; молодь заходу та центру демонструє першочергову налаштованість на економічну свободу та незалежність, а от в орієнтаціях молоді півдня цей семантичний компонент є найменш значущим; натомість молодь півдня пріоритизує настановлення на регулювання економічної діяльності, що є також значущою складовою орієнтацій респондентів на заході та сході, однак периферійною в орієнтаціях досліджуваних півночі та центру.

Таблиця 1

Факторні моделі економічних орієнтацій молоді різних регіонів

	Захід (61.81 %)	Південь (73.42 %)	Північ (69.73 %)	Схід (54.88 %)	Центр (62.93 %)
F_1	Економічна активність і незалежність (16.40%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (15.92%)	Соціальна цінність економічної діяльності (17.68%)	Соціальна цінність економічної діяльності (16.65%)	Соціальна цінність економічної діяльності (15.01%)
F_2	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (11.56%)	Соціальна цінність економічної діяльності (12,92 %)	Економічна активність і незалежність (12.03%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (12.43%)	Незалежність і свобода вибору (11.07%)
F_3	Соціальна цінність економічної діяльності (10.23%)	Оцінка матеріального становища (12.0%)	Фінансова поведінка та підприємництво (11.53%)	Економічна активність і незалежність (10.34%)	Оцінка матеріального становища (10.09%)
F_4	Оцінка матеріального становища (9.15 %)	Фінансова поведінка і підприємництво (11.80%)	Соціальна відповідальність (10.34%)	Оцінка матеріального становища (10.17%)	Фінансова поведінка (9.520%)
F_5	Фінансова поведінка і підприємництво (7.66%)	Економічна активність і незалежність (11.60%)	Оцінка матеріального становища (10.17%)	Фінансова поведінка та підприємництво (9.51%)	Економічна активність і незалежність (8.68%)
F_6	Соціальні зобов'язання (6.81%)	Соціальні зобов'язання (9.74%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (9.98%)		Регулювання економічної діяльності (правила гри) (8.56%)

¹ В дужках полаються відсоткові значенню сумарної дисперсії моделі та внеску в сумарну дисперсію окремого фактору

Отже, аналіз регіональних масивів даних показує відмінні смислові детермінанти економічних орієнтацій молоді різних регіонів, які варіюють від соціальної цінності економічної діяльності на півночі, сході та центрі до економічної свободи та незалежності на заході і регулювання економічної діяльності на півдні.

Висновки. Запропонований концептуальний підхід до вивчення феномену економічної ідентичності в контексті розвитку економічної компетентності особистості визначає соціальну ідентичність суб'єкта важливим регулятором його економічної поведінки, надає ключову роль ціннісно-смислового компоненту економічної самоідентифікації у цілепокладанні суб'єкта та виборі видів і способів його економічної діяльності, а також пріоритетну роль самовизначенню суб'єкта по відношенню до зовнішніх стимулів у конструюванні його економічної компетентності. Результати емпіричного дослідження підтверджують висунуте концептуальне положення про соціокультурне значення економічних преференцій та рішень і актуалізують важливість поглиблення уявлень про роль регіональних соціокультурних чинників прийняття молодими людьми економічних рішень та їх уразування в теорії та практиці економічної освіти, що сприяло б підвищенню рівня адаптації та конкурентоспроможності молоді як на ринку праці, так і в інших сферах суспільного життя. Подальше вивчення економічної ідентичності та її регіональних особливостей як соціально-психологічного чинника розвитку економічної компетентності учнівської та студентської молоді могло б бути перспективним напрямом майбутніх наукових досліджень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Лой А. В. Поняття економічної компетентності торговельного підприємства. *Economic synergy*.

2023. № 3. С. 128–142. DOI: <https://doi.org/10.53920/es-2023-3-9>.

2. Проскура В., Товканець Г., Білак Г. Економічна компетентність у розвитку професійної майстерності майбутнього педагога. *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 122–127. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-23>.

3. Ву Мінлі. Економічна компетентність сучасного педагога: сутність і чинники формування в умовах вищої художньо-педагогічної освіти. *Теорія і методика професійної освіти*. 2023. № 61(1). С. 129–132.

4. Хохлова О. А. Аналіз процесу формування економічної компетентності у майбутніх фахівців хімічної промисловості. *Вісник університету банківської справи*. 2016. № 1–2 (25–26). С. 151–155.

5. Ковтун Г. І. До питання формування економічної компетентності учнів. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2013. № 4. С. 139–145.

6. Концепція економічної освіти в гімназії та лицейі України. К.: ТОВ «КОНВІ ПРИНТ», 2018. 48 с.

7. Raven J. *Competence in Modern Society: Its Identification, Development and Release*. Oxford, England: Oxford Psychologists Press, 1984. 251 p.

8. Akerlof, G. A., Kranton, R. E. Economics and Identity. *The Quarterly Journal of Economics*. 2020. Vol. 115. № 3. P. 715–753.

9. Akerlof, G. A., Kranton, R. E. *Identity Economics: How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-Being*. Princeton University Press. 2011. 200 p.

10. Frank R. H. *What Price the Moral High Ground?: How to succeed without selling your Soul*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2010. 224 p.

11. Зубіашвілі І. Особливості економічного самовизначення сучасних старшокласників. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Психологія*. 2021. 2 (51). С. 18–25.

12. Позняк, С. І. Семантичні координати економічних орієнтацій молоді. *Проблеми політичної психології*. 2023. 14(28). 135–146. DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol14-Year2023>.