

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРАВА «КРОК»
Навчально-науковий інститут психології**

Кафедра психології

Боката Тетяна Миколаївна

УДК 159.9

Кваліфікаційна робота

Особливості ставлення до грошей вимушених переселенців

053 Психологія

«Психологія»

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр

Кваліфікаційна робота містить результати власних доробок. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело _____Т.М.Боката

Науковий керівник (консультант) **Никоненко Олена Вікторівна,**
кандидат психологічних наук, доцент

Київ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНУ СТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ДО ГРОШЕЙ	8
1.1. Економічні ставлення особистості.....	8
1.2. Структура ставлення до грошей.....	16
1.3. Чинники ставлення до грошей.....	22
1.4. Психологічні особливості ставлення до грошей вимушених переселенців.....	29
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ДО ГРОШЕЙ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ	35
2.1. Етапи та організація емпіричного дослідження.....	35
2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження.....	42
Висновки до розділу 2	98
РОЗДІЛ 3 ПРОГРАМА ФОРМУВАННЯ СТАВЛЕННЯ ДО ГРОШЕЙ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ	102
3.1. Рекомендації з покращення ставлення до грошей.....	102
3.2. Програма тренінгу з формування ставлення до грошей.....	109
Висновки до розділу 3	110
ВИСНОВКИ	114
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	121
ДОДАТКИ	135

ВСТУП

Актуальність дослідження: У сучасному суспільстві гроші відіграють важливу роль в житті людей. Спочатку це було чисто економічне явище, але з розвитком суспільства воно набуло соціально-психологічний характер. Гроші поступово проникли в усі сфери життєдіяльності суспільства та людей і є важливою складовою економічного, культурного, політичного світосприйняття. Економічне світосприйняття є результатом взаємодії різних факторів, які впливають на людину в її повсякденному житті. У сучасному суспільстві монетарні цінності, установки і відносини визначають не тільки зміст і спосіб реалізації основних потреб, але і життєві плани, стосунки, етичні норми і навіть критерії особистісної зрілості людини. Вони суттєво впливають на розвиток особистості та стосунки між людьми. Метою даної курсової роботи є вивчення особливостей ставлення до грошей особистості та визначення факторів, що впливають на її фінансове становище. Це дослідження спрямоване на встановлення зв'язків між особистістю, психологічними аспектами та економічними, соціологічними виборами населення у новому соціокультурному середовищі.

Важливим поняттям в економічній психології є ставлення до грошей. Проте розуміння змісту цього феномену неоднозначне. За останнє десятиріччя в Україні також з'явилися психологічні праці, в яких гроші здебільшого досліджують у контексті економічної соціалізації особистості та вивчення механізмів фінансової поведінки.

Аналіз психологічної літератури свідчить про те, що проблеми психології грошей знайшли відображення в роботах західних (Д. Темплер, Т. Танг, А. Фернем, Н. Форман, К. Ямаучі та ін.) та українських (Г. Авер'янова, І. Зубіашвілі, Л. Карамушка, Г. Ложкін, А. Мазаракі, В. Москаленко, О. Нікітіна, М. Сімків та ін.) учених.

Окрім того, чимало досліджень присвячено вивченню символічного значення грошей (Х. Гольдберг, С. Московічі), «грошових» типів особистості

(І. Андрєєва, Х. Гольдберг, Н. Форман та ін.), ставлення людей до національних грошових одиниць (Д. Грінберг, О. Дейнека, Ю. Ніколенко та ін.), використанню грошей (С. Лівінгстоун, Г. Рабінович та ін.), а також ставленню різних соціальних груп до грошей (І. Зубіашвілі, О. Короткіна, П. Муравйова, О. Нікітіна та ін.).

Дана кваліфікаційна робота спрямована на вивчення та доповнення наукових розробок у дослідженнях щодо фінансового аспекту життя особистості, аналіз проблем ставлення до грошей, а також на надання конкретних рекомендацій для поліпшення ставлення до грошей вимушених переселенців та економічної грамотності.

Мета дослідження – теоретично вивчити та емпірично дослідити особливості ставлення до грошей вимушених переселенців.

Завдання дослідження:

1. Здійснити теоретичний аналіз проблеми грошей як соціально-психологічного феномену.
2. Проаналізувати поняття ставлення особистості до грошей, розглянути його структуру та чинники.
3. Емпірично дослідити особливості ставлення до грошей вимушених переселенців.
4. Розробити рекомендації з покращення ставлення до грошей особистості.
5. Розробити тренінг формування ставлення до грошей вимушених переселенців.

Об'єкт дослідження – економічні ставлення особистості.

Предмет дослідження – ставлення до грошей вимушених переселенців.

Методи дослідження. Для досягнення мети та реалізації завдань було використано комплекс методів: теоретичні – аналіз, синтез, узагальнення, систематизація, порівняння для розкриття сутності та визначення базових понять досліджуваної проблеми, структурування, моделювання для розробки моделі мотиваційної сфери особистості та виявлення психологічних чинників

її розвитку, класифікація для побудови типології переселенців за показниками мотиваційної сфери особистості; емпіричні – включене анкетування, бесіда, інтерв'ю, психо-діагностичні методики; кількісної обробки даних – визначення середніх значень, відсоткових співвідношень, коефіцієнт рангової кореляції Пірсона, та t-критерій Стюдента для виявлення кореляційних зв'язків між досліджуваними показниками.

Для емпіричного дослідження використано методику «Діагностика соціально- психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб». О.Потьомкіної, «Ціннісний опитувальник» Ш.Шварца, Шкалу грошових уявлень та поведінки А.Фернема (модифікований варіант М.Сімків), авторська анкета «Специфіка ставлення до грошей» та «Шкала монетарної етики» Т.Танга (модифікований варіант М.Сімків).

Обробка отриманих даних здійснювалася за допомогою пакета статистичних програм Microsoft Office for Windows XP Professional.

Наукова новизна та теоретичне значення роботи:

детально:

- цілісно досліджено особливості ставлення до грошей вимушених переселенців;

удосконалено:

- програму дослідження ставлення до грошей особистості та техніку застосування методик для корекції ставлення до грошей вимушених переселенців;

дістали подальшого розвитку:

- теоретичні уявлення щодо чинників ставлення до грошей вимушених переселенців.

Практичне значення дослідження: дослідження має важливе практичне значення для різних груп людей, оскільки воно висвітлює ключові аспекти ставлення до грошей. Деякі з можливих практичних застосувань цього дослідження включають:

- *Соціальна підтримка та адаптація.* Результати дослідження можуть служити основою для розробки програм соціальної підтримки та адаптації для вимушених переселенців. Розуміння їхнього відношення до грошей дозволить адаптувати підходи та забезпечити ефективніше впровадження програм.

- *Фінансова грамотність.* Оскільки дослідження вивчає ставлення до грошей, його результати можуть бути використані для розвитку програм фінансової грамотності, спрямованих на покращення фінансового управління та рішень вимушених переселенців.

- *Політичні рішення та програми інтеграції.* Здобуті знання можуть вплинути на формування політичних рішень та програм інтеграції для вимушених переселенців. Наприклад, врахування їхніх фінансових потреб та побажань може покращити ефективність програм з працевлаштування та житлової підтримки.

- *Розробка психосоціальних інтервенцій.* Результати можуть служити основою для розробки психосоціальних інтервенцій, спрямованих на покращення психологічного стану та адаптації вимушених переселенців, враховуючи їхнє відношення до грошей.

- *Дослідження та освіта.* Результати можуть бути використані в освітніх програмах та навчальних матеріалах для розуміння та врахування особливостей вимушених переселенців у фінансовому плані, що може допомогти покращити взаєморозуміння та емпатію.

Отже, особистісна значущість монетарних установок та цінностей у особистості різного вікового періоду зумовлена гендерними, віковими та соціальними чинниками. Так, психологічна література гроші розглядає як складний символ, який індивіди й спільноти наділяють різними психологічними значеннями. Гроші визначають характер людини й впливають на її поведінку, в результаті чого формується ставлення особистості до грошей.

Апробація результатів дослідження: результати дослідження були апробовані та викладені в тезах "Фінансова поведінка особистості як психологічний феномен", які були представлені на V Міжнародній конференції «Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку» (Київ, 2023).
<https://conf.krok.edu.ua/SRE/SRE-2023/paper/view/1887>

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загального висновку, списку використаних джерел (найменування) та додатків.

Загальний обсяг курсової роботи – 159 сторінок.

Основний обсяг – 123 сторінок.

Робота містить – 4 таблиці, 6 рисунків, 5 додатків.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНУ СТАВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ ДО ГРОШЕЙ

1.1. Економічні ставлення особистості

Економічні ставлення особистості можна визначити як відношення до різних явищ економічної сфери. До них відноситься ставлення до грошей, ставлення до власності, ставлення до цінних паперів, ставлення до праці та інші. Слід зазначити, що феномен ставлення до грошей є найбільш вивченим у психології.

Аналізуючи проблему ставлення до грошей, постає необхідність розглянути гроші як психологічне явище.

Гроші – особливий вид універсального товару, що має властивості загального еквівалента, має здатність обмінюватися на будь-який інший товар, несе загальну споживчу цінність, є безпосереднім носієм абстрактної цінності й суспільного багатства.

Різноманітність грошей як чинника детермінації абстрагованих міжособистісних процесів економічного обміну робить їх психологізованим явищем [4; 9; 15].

У зарубіжній психології є ряд різних, не пов'язаних між собою досліджень сприйняття монет і банкнот, ставлення людей до грошей, а також декілька теорій про походження переконань і поведінки, що стосуються грошей.

Економічні теорії зазвичай оперують концепціями "анонімності" та "однорідності" грошей. У протиріччя цьому, психологи вважають, що будь-які суми грошей, незалежно від їх форми, піддаються психологічній оцінці, що значно впливає на їх використання. Розглядаючи психологію грошей детальніше, можна зазначити, що сприйняття грошей є суб'єктивним і має великий вплив на їх використання. Крупні і дрібні купюри різним чином

сприймаються: крупні частіше асоціюються з накопиченням, тоді як дрібні – з споживанням.

Наприклад, для уникнення розмінювання крупної купюри, особа може вчинити нераціонально, не купивши потрібну або дешевшу річ, або ж витративши більше, ніж планувалося, на дрібні суми. Не співпадіння суб'єктивної оцінки грошей їх номінальною вартістю проявляється також у різному ставленні до нових та старих грошей під час грошового реформування. Особа може втратити в розрахунку через бажання мати нові гроші або здійснити нераціональну покупку, щоб позбутися старих грошей, незважаючи на однаковий юридичний статус та номінальну вартість монет і купюр різних випусків. Психологічний "вплив" грошей пов'язаний з їх походженням. Людина може бути обережною та економною зі своїми заробленими коштами, але марно розтратити несподіваний прибуток, такий як премія, особливо якщо він отриманий незаслужено. При дослідженні психології крадіжок у різних вікових груп виявлено, що гроші, вкрадені, частіше витрачаються на морально не прийнятні цілі, ніж гроші, отримані законним шляхом.

Трансформація економіки, динамічність економічної життєдіяльності створюють умови, за яких особистість повинна щоденно обирати, приймати рішення на основі засобів, пов'язаних з грошима. Щоденне прийняття економічних рішень відбувається на основі знань та уявлень про систему економічних цінностей суспільства.

Ставлення до грошей – це компонент цілісної системи ставлень особистості, що відображає її індивідуальний, суб'єктивно оцінюючий, вибірковий підхід до грошей як об'єкту дійсності, який являє собою інтеріоризований досвід взаємодії з грошима та взаємодії з іншими людьми стосовно грошей у специфічній соціокультурній ситуації, та виявляється в ряді функціональних структур (потребах, інтересах, ціннісних орієнтаціях, соціальних уявленнях, соціальних установках, мотивах тощо).

Ставлення до грошей виступає ключовою складовою економічної свідомості як соціальних груп, так і окремих осіб, оскільки гроші виступають інструментом управління економікою. У залежності від соціально-економічного контексту країни, життєві та ціннісні установки населення різноманітні, що призводить до різного ставлення до грошей. Для окремої особи гроші стають особливим об'єктом, до якого він чітко пристосовується відповідно до вимог і потреб своєї діяльності. Аналізувати ставлення до грошей з цієї перспективи дозволяє визначити його специфіку залежно від двох факторів: по-перше, від особливостей системи цінностей інституційного соціального оточення; по-друге, від особливостей системи потреб індивідів, зосереджуючи увагу на ньому як на соціально-психологічному факторі економічної соціалізації особистості, який впливає на соціалізаційні ефекти, зокрема, психолого-економічну адаптивність.

Індивідуальне ставлення до грошей визначається загальними знаннями з економіки, уявленнями про систему монетарних цінностей у суспільстві та інформацією, що надходить з різних джерел. У своїй роботі, С. Московічі, розглядає уявлення як універсальний психологічний феномен, форму буденного пізнання, яка дозволяє суб'єкту визначати своє ставлення до себе та зовнішніх явищ [35; 36; 52; 121]. Уявлення про гроші та їх функції допомагають людині раціонально обґрунтовувати свої дії.

Важливо зазначити і психологічне ставлення до власності та цінних паперів, яке є досить складним і різноманітним, оскільки воно залежить від багатьох факторів, таких як особистість, виховання, досвід, культурні уявлення та економічні умови. Однак деякі загальні тенденції можуть бути виявлені:

- Психологія власності та безпеки: Власність може створювати відчуття безпеки та стабільності для багатьох людей. Вони можуть відчувати себе більш захищеними та контрольованими, коли володіють речами або мають фінансовий статус. Деякі люди можуть оцінювати своє ставлення до власності з погляду їхнього статусу та престижу в суспільстві. Володіння певними

речами або цінними паперами може бути способом вираження соціального статусу.

- Психологія інвестування у цінні папери: Ризик та нагода. Деякі люди можуть відчувати азарт та вигоду від інвестування у цінні папери. Для них ринок цінних паперів є місцем для можливостей заробітку, а також підвищення статусу.

- Страх втрати та психологічний стрес: Інвестування також може викликати стрес та тривогу, особливо коли ціни на цінні папери коливаються або знижуються. Люди можуть боятися втратити свої інвестиції або почувати себе розгубленими та неспроможними управляти фінансовими ризиками.

- Психологічні бар'єри: Пристрасність та підсвідоме вплив: Іноді люди можуть бути під впливом емоцій та переконань у своїй здатності прогнозувати ринок або обирати вигідні інвестиції, що може впливати на їх рішення та результати інвестування. Підвищений оптимізм або песимізм: Люди можуть мати підвищений оптимізм або песимізм щодо своїх інвестицій, що може призвести до нерозумних рішень або перебільшення ризиків.

Ставлення особистості до цінних паперів може бути різноманітним і визначатися різними факторами, включаючи психологічні, економічні та соціокультурні чинники. Ось деякі аспекти ставлення особистості до цінних паперів:

- Рівень ризику: Деякі особистості можуть бути більш схильні до прийняття ризику і відкриті до інвестування у цінні папери з високим рівнем потенційних вигод та ризиків. Інші можуть віддавати перевагу більш консервативним інвестиційним стратегіям і уникати цінних паперів з великим ризиком.

- Знання та досвід: Люди з більшими знаннями про фінансові ринки та досвідом інвестування можуть мати більш позитивне ставлення до цінних паперів і бути більш схильними до їхнього використання як інструменту для заробітку грошей. Новачки у світі інвестицій можуть відчувати більше хвилювання та неуспіху, що може впливати на їх ставлення до цінних паперів

-Емоційний фактор: Емоційний стан може сильно впливати на ставлення особистості до цінних паперів. Наприклад, страх або ейфорія може призвести до нерозумних фінансових рішень. Крім того, емоційний стан може впливати на реакцію на коливання цін на ринку та зміни вартості цінних паперів.

- Соціокультурні впливи: Культурні та соціальні фактори можуть визначати ставлення особистості до цінних паперів. Наприклад, у культурах, де інвестування є загальноприйнятною практикою, люди можуть бути більш позитивно налаштовані до цінних паперів. Соціальний статус та вплив оточуючих також можуть відігравати значну роль у формуванні ставлення особистості до цінних паперів.

Враховуючи ці різноманітні фактори, можна зрозуміти, що ставлення особистості до цінних паперів може бути дуже індивідуалізованим і складатися з деяких факторів, які включають в себе як раціональні, так і емоційні аспекти. Ці аспекти психології власності та інвестування можуть впливати на поведінку людей у сфері фінансів та власності. Важливо розуміти ці психологічні аспекти, щоб зробити більш обдумані та раціональні рішення у фінансовій сфері [14; 38; 51; 79].

Розглядаючи чинники ставлення до грошей важливо висвітлити і тему ставлення до праці. Результати трудової діяльності людини залежать не лише від рівня розвиненості її професійних навичок, фізичних можливостей та умов праці, а також від того, як сама людина сприймає свою працю.

Відношення до праці може бути позитивним, негативним або байдужим, і має значний вплив на розвиток виробництва та системи виробничих відносин. Суть погляду людини на працю полягає в реалізації трудового потенціалу під впливом усвідомлених потреб та зацікавленості.

Ставлення до праці характеризує прагнення людини максимально проявляти свої фізичні та інтелектуальні сили, використовувати свої знання і досвід, здатність для досягнення певних кількісних і якісних результатів. Ставлення до праці є складним соціальним явищем, у результаті взаємодії таких елементів: мотивів і орієнтацій трудової поведінки (складові

мотиваційного ядра працівника); реальної або фактичної трудової поведінки та оцінки працівником трудової ситуації (вербальна поведінка).

Трудова поведінка працівника характеризується його соціальною активністю, яка представляє собою міру соціальної перетворюючої діяльності працівників, заснованої на внутрішній необхідності дій, цілі яких визначаються суспільними потребами [70; 72; 81].

Задоволеність результатом праці – це ступінь, з якою добре виконана робота і отриманий результат призводять до отримання працівником задоволення і супроводжуються позитивними емоціями. Отримувані високі результати праці є джерелом внутрішньої мотивації і призводять працівника до задоволення від праці. Тому мотивація є визначальною у формуванні ставлення до праці, і формує певну трудову поведінку.

Задоволеність результатом свідчить про те, що працівник впливає на зміст праці, тобто вносить необхідні зміни для отримання бажаного результату. Працівник сприймає отримані результати і визнає їх як свій успіх, отримуючи внутрішнє задоволення і підвищуючи самооцінку, що сприяє розвитку самоповаги і впевненості працівника в своїх силах.

Отже, проблема ставлення людини до праці є надзвичайно важливою та актуальною, і вивчення її має міждисциплінарний характер. У рамках соціології поняття "ставлення до праці" розглядається як складна система на різних рівнях, включаючи об'єктивні та суб'єктивні показники. Психологічний підхід також розглядає концепцію "ставлення до праці" як систему з різних компонентів, таких як когнітивний, емоційний та поведінковий. У західній психології ставлення до праці вивчається через аналіз трудової мотивації (включаючи змістовні та процесуальні теорії), а також досліджується рівень задоволеності від виконаної роботи [9; 38; 40].

Якщо розглядати ставлення до праці як "соціально обумовлений, відносно стійкий стан пізнавальної (когнітивної), емоційної (афективної) та поведінкової (мотиваційної) готовності особистості реагувати на всю сукупність елементів процесу праці", то відповідно до цього підходу

виокремлюються наступні психологічні складові ставлення особистості до праці:

Когнітивний компонент, який охоплює основні психічні процеси, такі як сприйняття, мислення, пам'ять, уява та уявлення, пов'язані з пізнанням оточуючого світу і самої себе в ньому. Цей компонент виражається усвідомленням особистістю мети та сенсу своєї діяльності, її значущості для себе та користі для суспільства. Він також відображає ставлення особистості до обраної професії, розуміння можливих труднощів на шляху до професійного зростання, а також способів їх подолання. Крім того, в цьому компоненті особистість формує уявлення про свій професійний потенціал, свої можливості, а також про правила та норми своєї діяльності та власний індивідуальний стиль.

Емоційний компонент описує емоційні відчуття, які пов'язані з трудовою діяльністю і можуть бути як позитивними, так і негативними. Позитивні емоції включають радість та задоволення від процесу праці, гордість за досягнення та результати. Негативні емоції, навпаки, можуть виникати під час виконання "неприємної" роботи, призводячи до відчуття розчарування.

Мотиваційний компонент охоплює три групи мотивів: мотиви трудової діяльності, мотиви вибору професії та мотиви вибору місця роботи. Ці мотиви служать основою для вибору конкретної сфери діяльності [78; 79].

У західній науковій спільноті основний акцент був зроблений на вивченні мотивації та задоволеності працею як ключових показників ставлення до праці. Серед основних підходів можна виокремити теорії мотивації праці, які включають змістовні підходи (представлені А. Маслоу, Ф. Герцбергом, Д. Мак-Клелландом) [130].

Слід відзначити, що система ставлення людини до праці формується під впливом багатьох об'єктивних і суб'єктивних факторів. Об'єктивні чинники включають умови, які не залежать від самої людини, але значно впливають на її діяльність. Такі фактори можуть включати економічний і соціальний статус

сім'ї, економічне положення країни, попит на певні професії та види праці, а також умови праці в різних сферах. До суб'єктивних факторів належать індивідуальні психологічні особливості самої людини як суб'єкта праці. Ці суб'єктивні фактори, які впливають на формування ставлення особистості до праці, включають такі аспекти, як потреби, мотиви, інтереси, цінності та переконання.

Трудова поведінка людини на роботі та формування її поглядів на працю піддані впливу різноманітних факторів, які разом або окремо стимулюють або стримують зростання праці, використання трудових ресурсів. Саме тому в будь-якій організації важливо вивчати ставлення її працівників до праці з метою розуміння механізму формування таких поглядів та їх управління [110].

При цьому особливу увагу слід зосередити на вивченні факторів, що впливають на ставлення до праці. За практикою можна визначити, що найважливішим фактором у формуванні поглядів на працю виступає мотивація, яка є ключовим детермінантом трудової поведінки.

Зробити висновок, що гроші є ядром економічної сфери суспільства, тому вивчення ставлення до грошей є важливим. Ставлення до грошей є провідним в структурі ставлень особистості.

Роль грошей у формуванні психіки людини під час її виживання, існування, задоволення потреб, а також в досягненні певного соціального статусу в суспільстві надзвичайно важлива. Не можна розуміти, як особисті інтереси, що безпосередньо впливають на мотивацію економічної діяльності людей, реалізуються, не вивчаючи роль грошей у психологічному розвитку особистості. Суттєві зміни в економіці країни, нестабільність у соціально-економічних відносинах, перехід до ринкової економіки вимагають високої економічної ефективності від суспільства, яку можливо досягти лише за умови високого рівня освіченості в цій області. Таким чином, дослідження соціально-психологічних аспектів грошей є актуальним та є метою моєї роботи [2; 11].

Гроші виступають ядром економічної сфери суспільства, відіграючи важливу роль у різних аспектах життя людини. Вивчення ставлення до грошей

стає необхідним, оскільки цей аспект є ключовим у формуванні і прояві структури ставлень особистості. Враховуючи вплив грошей на психологічний аспект людського життя, можна зрозуміти багато про мотивацію, цінності та поведінку індивіда в сучасному суспільстві. Таким чином, розуміння психологічного значення грошей допомагає краще аналізувати та регулювати економічні та соціальні процеси у суспільстві.

1.2. Структура ставлення до грошей

Структура будь-якого соціального явища може аналізуватися в багатьох аспектах залежно від загальної концепції, відповідно до якої вона розглядається. Ставлення до грошей розглядається нами в межах єдиного процесу економічної соціалізації особистості як його детермінанта, як чинник формування економіко-психологічних характеристик особистості через засвоєння нею економічних цінностей суспільства в результаті здійснення економічної життєдіяльності.

Структура ставлення особистості до грошей містить такі основні елементи: а) загальне ставлення особистості до грошей; б) ставлення до грошей як засобу задоволення основних потреб у процесі життєдіяльності людини; в) ставлення до способів отримання грошей; г) ставлення до видів діяльності для заробляння грошей.

Монетарні уявлення являють собою той контекст, у якому розгортається процес економічної соціалізації індивіда [80; 83; 89; 91].

У структурі ставлень до грошей найчастіше виділяють такі компоненти, як когнітивний, афективний та конативний.

Когнітивний компонент ставлення до грошей означає набір інформації, яка знаходиться в свідомості окремої особи або групи і необхідна для формування уявлення про економічний світ або його збереження. Цей аспект визначає побудову послідовної, цілісної та згуртованої картини економічної дійсності, усвідомлення місця особистості в системі фінансових відносин. Процес становлення індивіда як самостійного учасника у формуванні

економічних уявлень є ключовим в його соціалізації, включаючи й економічну соціалізацію. Грошові уявлення впливають на економічний досвід особистості. Згідно з концепцією С. Московічі сутність цього впливу полягає у здатності соціальних уявлень включати об'єкти економічного світу в систему вже існуючих соціальних норм, що змушує індивіда інтерпретувати речі і події відповідним чином [121].

Одним з чинників, що впливають на формування уявлень про гроші, є повсякденна психологія людей та вплив масової психології на спотворення та трансформацію отриманої інформації. За словами С. Московічі, більшість людей віддає перевагу загальноприйнятим ідеям, а не науковим фактам. Люди часто здійснюють помилкові порівняння, які не відповідають об'єктивним даним, і як наслідок, явище грошей оточене своєрідною міфологією. Загалом, найбільш стійкі з цих міфів базуються на уявленні про всемогутність грошей.

Когнітивний компонент є відображенням у особистості економічної реальності шляхом активізації всіх процесів пізнання. Рівень інформованості особистості щодо економічних явищ безпосередньо залежить від складності конкретного економічного феномену та його відображення у відповідних економічних категоріях [110; 112].

Афективний компонент об'єднує аспекти економічної свідомості, які пов'язані з емоційним ставленням до грошової системи суспільства і виражається через оціночні судження та грошові емоції. Емоційно-оціночний аспект ставлення до грошей особистості відображає її сприйняття та оцінку економічної реальності та ступінь її включеності в економічне життя.

Люди завжди мають емоційне й пристрасне ставлення до грошей, а також до розмов про них. Гроші можуть викликати у людей любов і ненависть, виявлятися як джерело добра та зла. Багато конфліктів, від міжособистісних до міжнаціональних мають свої корені в грошових питаннях. Гроші володіють великою силою над людьми, які часто ставлять їх на п'єдестал і вважають мірою своєї власної цінності [23].

На думку О.С. Дейнеки, економічну поведінку забарвлюють такі емоції:

- Акізитивні емоції – це емоції, що забарвлюють процес придбання, колекціонування та ін. Вони тісно пов'язані зі сферами споживання і накопичення. Насичення потреб накопичення дає людині відчуття матеріальної свободи та безпеки від бідності. Проявом надмірного виразу акізитивних емоцій є зайве прагнення робити запаси, що згодом виявляються невикористаними.

Сферу діяльності висвітлюють наступні емоції:

- Праксичні емоції виникають у той момент, коли людина прагне досягти успіху в своїй роботі та відчуває втомленість разом із почуттям задоволення.

- Гностичні емоції виникають унаслідок бажання зрозуміти суть явища, прагнення подолати суперечності та систематизувати всі аспекти.

- Глоричні емоції виникають з мотивації до самоствердження, отримання визнання та пошани, спонукаючи людину до вдосконалення і розвитку. Їх виразність може проявлятися у бажанні слави та винагород, іноді це може призвести до порушення моральних норм.

- Пугничні емоції ґрунтуються на потребі в боротьбі, бажанні подолати небезпеку та відчути азарт. Ці емоції супроводжуються почуттям напруги і мобілізації фізичних та розумових здібностей.

- Альтруїстичні емоції, що пов'язані з обміном та розподілом, виявляються у безкорисливому бажанні приносити іншим радість і щастя, в почутті занепокоєння і турботи про інших, а також у співпереживанні та відданості.

- Гедоністичні емоції виражають потребу в тілесному та душевному комфорті. Бажання відчувати гедоністичні емоції залежить від бажання працювати та досягати. Проте, якщо гедонізм стає головною метою життя, може виникнути втома та перенасиченість.

- Комунікативні емоції – бажання спілкуватися, ділитися своїми думками та переживаннями.

- Романтичні емоції передбачають очікування дива, тяга до невідомого та загадкового, що стимулює творчість та відкриття нового. Існують також

емоційні стани, пов'язані з грошима, як, наприклад, грошове щастя – це відчуття задоволеності та радості, що виникає при достатній матеріальній забезпеченості, наявності достатньої кількості коштів для задоволення життєвих потреб і відсутності фінансових турбот.

Під грошовими емоціями розуміються відчуття та настрої, які виникають у людей несвідомо в залежності від успіхів або невдач у грошових справах, припливу та відтоку грошей, а також грошових очікувань та побоювань. Свідомість в певній мірі контролює грошові емоції. Ці емоції визначаються не лише особистими та сімейними фінансовими умовами, та змінами, але й грошовим благополуччям.

Емоційно-оціночний аспект ставлення до грошей в особистості відображає специфіку сприйняття та оцінки економічної реальності, а також ступінь її включеності в економічне життя [63].

Грошові емоції – це відчуття та настрої людей, що виникають несвідомо внаслідок успіхів або невдач у грошових справах, припливу та відтоку грошей, а також грошових очікувань та побоювань. У певній мірі свідомість контролює грошові емоції. Ці емоції визначаються не лише особистими та сімейними фінансовими умовами та змінами, але й грошовим благополуччям.

Грошова радість є емоційним переживанням, яке виникає при отриманні грошей, при їхньому надходженні або врученні, будь то одній особі, групі людей або колективу. Це почуття радості, що супроводжує надходження грошей, може виявлятися по-різному у людей з різним психологічним складом, але, можна сказати, є типовим для всіх людей, від моменту, коли вони здатні розуміти сутність грошей як носія цінності [96].

Також серед емоційних аспектів ставлення до грошей можна виокремити почуття грошового страху. Це відчуття неспокою та невпевненості щодо майбутнього, побоювання недостатності або втрати грошових коштів, що може призводити до пригніченого стану. Грошові емоції у формі страху можуть виникати зі спричиненням різних подразників та можуть зникати, якщо джерело їх виникнення припиняє існувати. Грошовий

страх негативно впливає на психологічний стан учасників грошових відносин, але, одночасно, може допомагати уникнути грошових проблем [115; 117; 118].

До тимчасових, короткочасних емоцій, які виникають внаслідок несподіваної витрати або втрати грошової можливості, належать грошові засмучення.

Особливим емоційним станом, що відображає ставлення людини до грошей, є грошові ризики. Люди часто свідомо вступають у грошові ризики, оскільки помірний ризик є невід'ємною частиною грошових операцій. Однак існує загроза, що початковий свідомий ризик може перетворитися на емоційний грошовий азарт, коли люди не контролюють свою поведінку розумом, а дозволяють почуттям, таким як непереборне бажання виграти гроші, впливати на них. Це відчуття, якщо прогресує, може призвести до серйозних психічних проблем [119].

Представники психоаналізу виокремлюють почуття провини, пов'язане з грошима, яке може породити у людини депресію, недовіру. Це почуття психоаналітики пов'язують з пуританськими цінностями аскетизму та ангедонії (нездатності відчувати радість).

Конативний компонент ставлення до грошей у свідомості особи включає у себе регулювання уявлень через грошові мотиви, норми, наміри та готовність до дій. Грошові мотиви представляють собою особливу категорію мотивів, які стосуються накопичення грошей, конкуренції, егоїзму та альтруїзму, тяги до ризику і мають економічне спрямування. Вони допомагають пояснити монетарну поведінку особистості. Поняття мотиву тісно пов'язане з поняттям потреби [14].

Потреби виявляються в мотивах поведінки (потягах, бажаннях, інтересах), що спонукають людину до діяльності.

Потреба в грошах – об'єктивна необхідність суб'єкта в грошах, вона виражається в бажанні грошей, у прагненні їх одержати.

З урахуванням того, що гроші є загальноприйнятим засобом обміну під час взаємодії між людьми, можна зробити висновок, що людина, як соціальна

істота, відчуває потребу в них, оскільки це є необхідною умовою її існування в сучасному соціальному середовищі.

Потреба в грошах не є вродженою. Соціальні потреби людини, включаючи потребу в грошах, відображають її зв'язки з соціальними спільнотами на різних рівнях, а також умови існування та розвитку соціальних систем [107]. Дослідники розглядають монетарну потребу як загальну потребу, в якій закладено енергетичний потенціал інших потреб. Цей підхід допомагає пояснити явище фетишизації грошей.

Говорячи про мотивацію поведінки і дій людей до одержання, придбання, поповнення грошей, необхідно розрізняти:

1) автентична мотивація, що витікає з істинних внутрішніх прагнень людей, відповідно до їхніх особистих, сімейних, групових та суспільних цілей і інтересів;

2) показна мотивація, оголошена з метою створення враження, що поведінка і дії людини, сім'ї та інших суб'єктів мотивуються шляхетними, законними та підтримуваними державою та суспільством діями;

3) прихована мотивація, яку носії прагнуть зберегти у таємниці, особливо у випадках, коли вона може викликати негативну реакцію або сприйняття з боку оточуючих людей, органів влади та суспільства. [105; 106]

Грошова мотивація включає використання коштів для заохочення інших людей до продуктивної діяльності, досягнення якісних результатів та дотримання норм поведінки. Гроші, що використовуються в цій ролі, називаються стимулами в економіці. Мотивація, що базується на грошовому стимулюванні, є ключовим елементом економічного управління та регулювання, оскільки вона стимулює інтерес шляхом матеріальних винагород та заохочень [61; 96].

Дослідження структури ставлення до грошей розкриває комплексний підхід до цієї теми, що включає когнітивний, афективний та конативний компоненти. Когнітивний аспект відображає розуміння та переконання стосовно ролі грошей у житті, їх важливості та впливу на різні аспекти життя.

Афективний компонент описує емоційні реакції та почуття, пов'язані з грошима, такі як задоволення від заробітку, стрес від фінансових проблем або радість від витрат. Конативний аспект відображає схильність до певних дій або рішень, пов'язаних з грошима, таких як збереження, інвестування чи витрати. Розуміння цих компонентів структури ставлення до грошей допомагає краще зрозуміти мотивації та поведінку людей у фінансовій сфері.

Крім того, аналіз структури ставлення до грошей дозволяє виявити індивідуальні відмінності у сприйнятті та поведінці щодо фінансових аспектів життя. Наприклад, деякі люди можуть мати позитивне ставлення до грошей як символу успіху та можливості досягнення своїх цілей, в той час як інші можуть сприймати гроші як джерело стресу або конфліктів у взаєминах з близькими. Розуміння цих індивідуальних різноманітностей може бути корисним при розробці програм фінансової грамотності та плануванні фінансової політики, спрямованої на задоволення потреб різних груп населення. Такий підхід дозволить забезпечити більш ефективне використання ресурсів та підвищити фінансову стабільність та добробут суспільства в цілому [83; 114].

1.3. Чинники ставлення до грошей

На сучасному етапі розвитку психологічної науки сформована розгалужена система чинників ставлення до грошей. Загалом, ми розділяємо чинники ставлення до грошей на індивідні (вік, стать) та соціально-психологічні (стадії економічної соціалізації, соціально-економічний, соціокультурний чинники).

Кожен етап економічної соціалізації особистості супроводжується власними законами, які відображають внутрішню динаміку формування економічної культури. По мірі зростання особистості вона постійно розширює та модифікує свій соціально-економічний простір, адаптуючи зовнішню економічну реальність до своєї внутрішньої структури. Включення особистості в певний соціально-економічний контекст визначається її віковими особливостями.

Психічний розвиток дитини супроводжується змінами у сприйнятті грошей. Молодші діти (до 9 років) асоціюють гроші з конкретними об'єктами (скарб, папірці, речі, їжа тощо), тоді як старші (до 12 років) розглядають гроші у контексті загальних явищ (багатство, злочинність, робота) [26; 29; 96].

Аналізуючи чинник віку можна визначити, що уявлення дітей про гроші відповідає їх віковим особливостям, можливостям відображати і інтеріоризувати економічні цінності.

У дитячій свідомості достатньо вірно відображено світ економіки у формі, що властива цьому вікові, в цілісних образах та конкретних прикладах. По-перше, усі діти розуміють важливість грошей у сучасному суспільстві. По-друге, вони мають уявлення про ринкову економіку з усіма її протиріччями (існують бідні та багаті, бізнесмен та бізнес, банки та банківські операції, можливість банкрутства). По-третє, у дитячих уявленнях про гроші відображено всі аспекти суспільного життя, включаючи різні соціально-економічні статуси людей, ставлення до багатих і бідних, а також моральні аспекти суспільства (гроші можуть бути інструментом зла, якщо за них вбивають людей і завдають шкоду природі).

Отже, економічна культура дітей молодшого віку має свою специфіку, яка визначається віковими особливостями дитини, її потребами, а також вимогами суспільства до економічної освіти [2; 12].

Важливою особливістю є різниця у ставленні до грошей та їх розумінні між підлітками і молодшими школярами, що визначається особливостями їх потребової системи. Якщо для дитини основною є споживча функція грошей та місце купівлі-продажу (магазин) у їх розумінні економічної діяльності, то для підлітка гроші сприймаються як засіб досягнення матеріального добробуту. Ці зміни у розумінні функцій грошей підлітками відображаються в їхньому переході у сферу виробничої діяльності та новому сприйнятті економічної реальності. Цей новий економічний простір підлітків, що виражається, насамперед, у їхній поведінці у системі економічних уявлень, відповідає головній потребі цього вікового періоду – потребі в дорослості [2].

Підлітковий період економічної соціалізації характеризується переорієнтацією людини на нові форми взаємодії з економічним світом, при цьому групи однолітків виступають носіями цих нових форм економічної культури. Ці форми поєднують в собі як конкретно-особистісні аспекти, що існують у безпосередньо взаємодіючих членах групи, так і узагальнено-соціальні властивості, такі як групові норми і цінності.

На цьому рівні економічної соціалізації людина існує в контексті групового «ми», де система економіко-культурних утворень відіграє ключову роль. Тому важливим є дослідження особливостей підліткових груп як конкретних економіко-культурних систем, що впливають на формування особистості. Ці системи є перехідними формами між індивідуальною первинною соціалізацією та узагальнено-соціальним рівнем дорослої людини, відображаючи перехідність і проміжний характер психологічних властивостей підлітків.

Останнім часом зростає зацікавленість дослідників у вивченні індивідуальних стратегій життя молоді, оскільки їхня інтеграція у доросле суспільство стає все більш складною і різноманітною. Це обумовлено збільшенням різноманітних шляхів отримання освіти, як у школі, так і після її закінчення, розширенням специфічного молодіжного ринку праці, різноманіттям способів працевлаштування, включаючи тимчасове безробіття, розмаїття форм проживання, а також сімейно-шлюбних відносин тощо [5; 28; 36].

З огляду структури ставлення до грошей у молодих людей та в контексті гендерних відмінностей виявлені значущі аспекти психології економіки та соціальної психології. Дослідження показують, що молодість може мати відмінне від інших вікових груп ставлення до грошей через вплив їхньої соціалізації, освіти та економічного статусу. Також виявлено різні підходи до грошей залежно від статі, і важливою є можливість порівнювати ставлення між жінками та чоловіками для розуміння психологічних впливів на економічні рішення та поведінку. Такий підхід сприяє розкриттю складних

взаємозв'язків між психологічними факторами та економічною поведінкою молоді, що є важливим для подальшого розвитку та вдосконалення економічної та соціальної політики, орієнтованої на цю категорію населення.

Основні чинники, що впливають на формування ставлення до грошей у сучасної молоді, включають особистісні риси, ціннісні орієнтації, соціально-демографічні та соціально-економічні фактори, а також ставлення до інших людей і матеріальних цінностей, сприйняття часу та грошей, групову економічну свідомість і т. д. До інших факторів, які впливають на "грошову" поведінку, відносяться стать, вік, соціальне середовище, економічний статус, особисті особливості та інше [1; 45; 46; 71].

Проблема ставлення до грошей в умовах сьогодення привертає увагу до проблем **гендерних особливостей ставлення до грошей** (Кисляк А., Фенько А. та інші). Результати вивчення гендерної ідентичності серед студентів показали, що більшість з них має андрогінні риси. Це може пояснюватися необхідністю адаптації та виживання у суспільстві, де важливі різні якості (стриманість, володіння емоціями, сила духу). Крім того, були виявлені студенти з фемінним та маскуліним типами гендерної ідентичності, проте їх розподіл не є рівномірним.

Студенти з маскуліною гендерною ідентичністю частіше сприймають гроші як засіб досягнення успіху, планування витрат, а також як засіб досягнення свободи та влади. З іншого боку, студенти з фемінною ідентичністю можуть ставитися до грошей як до блага, зла або як чинника поваги до людини. Щодо зв'язку між фемінністю та ставленням до грошей як до чинника поваги до людини, то він є сильним, але і випадковим [44; 69].

Важливо розглянути дві соціальні групи – заможних та бідних. Згідно з дослідженнями соціологів, песимізм серед багатих може пояснюватися їхнім недовірчим ставленням до збереження капіталу через невпевненість у стабільності економічної ситуації у країні. У той час, бідним людям може бути легше у цьому аспекті, оскільки вони мають менше чого втрачати.

Потреби людини формуються у біопсихосоціальної структури, яка має чітку ієрархію пріоритетів. Біологічні потреби є базовими та обмеженими природними межами можливостей та потреб людини. Соціальні потреби розміщуються на середньому рівні, а їх задоволення регулюється соціальними та культурними нормами. Духовні потреби, які включають справедливість, патріотизм, відповідальність, утворюють зовнішній контур, що регулює спосіб та масштаб задоволення соціальних і матеріальних потреб.

Дотримання цієї ієрархії є важливою умовою для здорового, гармонійного та безконфліктного життя. Однак, якщо багатство було набуто порушенням духовних та соціальних норм, може виникнути внутрішній конфлікт особистості, який знецінює матеріальні блага і супроводжується муками сумління та розчаруванням.

Психологічні тестування показують, що особи з високим індексом орієнтації на матеріальні цінності мають менш виражений рівень щастя. Здебільшого, ці люди є реалістами, які не уникають проблем, пов'язаних з відсутністю фінансових ресурсів, але замість цього стикаються з іншими труднощами. Однак, після подолання складного шляху до нагромадження багатства, вони стають обережнішими та уважнішими у виборі наступних кроків, а також більше довіряють собі. Можливо, тому вони проявляють безрадісне враження [27; 33].

Чинники, які впливають на ставлення людей до грошей, можна розділити на такі основні групи:

а) чинники макрорівня (пов'язані з суспільством). *Людина-професія*. Один з чинників, що сприяє розвитку творчих здібностей в професійній діяльності, полягає у зацікавленості особи у вибраній професії. Тому вже на ранніх етапах вибору професії людині варто ретельно обдумати, чи зможе вона повністю реалізувати свої здібності у вибраній сфері.

б) чинники мезорівня (пов'язані з організацією та її працівниками). *Фірма та її персонал*. Відомо, що люди є одним з найцінніших ресурсів у компанії. Вони володіють знаннями, є основними творцями інтелектуальних

ресурсів, тому керівництво служб управління персоналом повинно приділяти увагу програмам розвитку персоналу. Особливо важливо створити умови, які сприяють розвитку творчості та інтелектуальної активності.

в) чинники мікрорівня (пов'язані з особистістю) (взаємозв'язок між фірмою та суспільством). *Фірма та суспільство*. У сучасному світі багато соціологів зауважують, що глобальна спільнота переживає перехід до постіндустріального суспільства, де ключовими факторами прогресу стають знання та інформація. У зв'язку з цим значення людського ресурсу зростає не лише на рівні окремих фірм, а й на рівні суспільства в цілому.

Розглянемо **соціально-економічний чинник**, адже матеріальне становище суттєво впливає на ставлення особистості до грошей. Фінансові стратегії бідних людей впливають на фінансові стратегії особистості і часто вони мають специфічні особливості [18; 20; 25].

Соціально-економічний фактор суттєво впливає на ставлення до грошей, особливо серед людей з низьким матеріальним становищем. Бідні люди часто зосереджуються на задоволенні базових потреб, використовують кредити для тимчасових витрат, мають обмежений доступ до інвестицій у освіту і здоров'я, стикаються з циклічними фінансовими проблемами та зазнають впливу свого соціального середовища. Розуміння цих особливостей дозволяє створити ефективні стратегії підтримки для людей у складних фінансових умовах.

Заможні люди використовують різні фінансові стратегії для ефективного управління своїм капіталом: інвестують в акції, облігації та нерухомість; диверсифікують інвестиції для зниження ризиків; здійснюють податкове планування, оптимізуючи структуру доходів; звертаються до фінансових консультантів; інвестують у власну освіту та навчання для кращого управління фінансами; та займаються філантропією. Ці підходи сприяють зростанню капіталу, забезпечують стабільність і впливають на соціальний та економічний розвиток [24; 34; 43].

Основна відмінність психології багатих і бідних полягає в підході до роботи, грошей і життєвих цілей: багаті люди знаходять задоволення в роботі,

яка приносить їм моральне задоволення і стимулює досягнення нових цілей, тоді як бідні часто застрягають у роботі "з необхідності". Багаті бачать можливості, а не перешкоди, і використовують ідеї для примноження капіталу, незалежно від стартових вкладень. Вони сприймають заздрість як стимул, тоді як бідні часто відчують злість і образу. Успішні люди гордяться своїми досягненнями і уникають негативу, оточуючи себе підтримкою та позитивним середовищем.

Важливо згадати про **соціокультурний чинник**, який грає важливу роль у формуванні ставлення до грошей в суспільстві. Культурні норми, цінності та переконання можуть впливати на спосіб, яким люди сприймають та використовують гроші. Наприклад, у деяких культурах гроші можуть бути сприйняті як символ статусу та соціального успіху, тоді як у інших культурах акцент може бути зроблений на значення родини та спільноти, і гроші можуть бути розглянуті як засіб для підтримки родини або спільноти [57].

Крім того, історичний та економічний контекст також може впливати на сприйняття грошей у різних культурах. Наприклад, у країнах з високим рівнем економічного розвитку та рівнем життя може бути більше наголосу на особистій матеріальній успішності та незалежності, тоді як у країнах з низьким рівнем економічного розвитку може бути більше уваги приділено колективному благополуччю та взаємній підтримці.

Соціокультурний чинник може також впливати на різні аспекти фінансової поведінки, такі як рівень збережень, споживчі звички, підходи до інвестування та фінансового планування. Наприклад, в культурах, де цінність родини висока, може бути більший наголос на забезпечення фінансової стабільності для родини, що може призвести до відкладання більшої частини доходу на майбутнє та обережного ставлення до ризиків [35; 58].

Крім того, соціальні норми та очікування можуть впливати на способи витрачання грошей. Наприклад, у культурах з великим акцентом на соціальний статус, можуть бути сприйняті розкішні товари або витрати на розкішні події як спосіб демонстрації успіху та соціального статусу.

Таким чином, соціокультурний чинник визначає не лише індивідуальне ставлення до грошей, але й колективні практики та звичаї, пов'язані з фінансовою поведінкою, що робить його важливим аспектом у розумінні фінансових ринків та економічного розвитку в цілому.

Отже чинники, що впливають на сприйняття та розуміння грошей, пов'язані із науково-технічною революцією та прогресом у засобах масової комунікації. Науковий прогрес, який зараз проникає у всі сфери суспільства завдяки масовим комунікаційним засобам, впливає на уявлення про гроші [81;82;85]. Наприклад, уявлення про гроші може поєднувати економічні концепції про їх універсальну еквівалентність і міру вартості з уявленнями про гроші як талісмани або амулети. Це відбувається через процес, у якому наукові концепції перетворюються на реальні уявлення, а також навпаки, багато повсякденних понять стають об'єктом наукових досліджень.

1.4 Психологічні особливості ставлення до грошей переселенців

Проблеми модернізації суспільного розвитку продовжують бути актуальними в сучасному світі, про що засвідчує досвід навіть високо розвинутих країн. Для України, яка обрала шлях євроінтеграції, ці проблеми набувають особливої гостроти внаслідок оголення успадкованих та накопичених у трансформаційний період негативних нашарувань у сфері економіки, соціального розвитку, освіти, науки, екології. На тлі військової агресії з боку росії, наростання масштабів внутрішньої міграції та бідності широких верств населення погіршився психологічний стан українського суспільства. Сучасна концепція людського розвитку виходить з того, що всі події, явища, які відбуваються в житті особистості, мають вплив на її розвиток та залежать від неї самої.

Сучасна концепція успіху часто асоціюється з фінансовими доходами. Вимірювання ефективності власного життя грошовим еквівалентом стало нормою, що вважається єдиним і правильним підходом. Глобальна економіка

та індивідуальне життя стали максимально фінансово залежними в сучасному світі, і це сталося дуже швидко [9].

Відношення до грошей відіграє важливу роль у економічній свідомості як груп, так і окремих осіб. Гроші можуть служити як мета, так і засіб досягнення мети. Вплив класової належності перебиває вплив рівня доходу та культурних відмінностей у відношенні до грошей.

Тема ставлення до грошей вимушених переселенців є актуальною, оскільки переселенці, які переживають процес вимушеного переміщення, часто стикаються з комплексом економічних і психологічних викликів. Ставлення до грошей серед цієї групи формується під впливом життєвих обставин, зокрема вимушеної зміни соціального середовища, втрати майна, стабільного доходу і соціальних зв'язків [72; 75].

Згідно з науковими джерелами, психологічне ставлення до грошей у переселенців визначається низкою факторів:

Травматичний досвід і фінансова тривога: Вимушене переміщення часто є травматичним досвідом, який впливає на психічне здоров'я і спричиняє підвищену фінансову тривогу. Багато переселенців сприймають гроші як символ безпеки, оскільки їхній звичний спосіб життя був зруйнований, і вони змушені боротися за базові потреби. Фінансова тривога серед переселенців може стати передумовою для надмірної економії або, навпаки, нездорового ризику в питаннях фінансів, оскільки переселенці намагаються пристосуватися до нових умов.

Фінансовий контроль і ресурсний дефіцит: Переселенці, зазвичай, стикаються з ресурсним дефіцитом, оскільки вони змушені обмежувати свої витрати і контролювати фінанси в нових умовах. Часто це призводить до зміни фінансових звичок, орієнтованих на ощадливість, що супроводжується відчуттям втрати контролю над власним життям. У психології грошей це відоме як прагнення до контролю за обмеженими ресурсами, що, в свою чергу, знижує рівень фінансової гнучкості та готовності до ризику.

Використання різних форм грошей (готівка, векселі, облигації) та різних методів розрахунків (чеки, електронні картки) має свої психологічні відтінки. Так, банківський рахунок та готівка, кредитні карти та "живі" кошти рідко сприймаються як взаємозамінні, а скоріше як частини загального цілого, яке набуває різних форм. За даними опитування Фернема, більшість українців виявляють бажання мати готівку та виявляють недовіру до інших форм грошей, наприклад, кредитних карток [84].

Соціально-психологічні установки на виживання. Переселенці, опинившись у новому середовищі, часто орієнтуються на установку "виживання". Це формує прагматичне ставлення до грошей, коли основною метою стає задоволення лише базових потреб, без акценту на довгострокові фінансові цілі чи інвестиції. Дослідники зазначають, що така установка впливає на сприйняття грошей як "засобу виживання", а не інструменту для розвитку.

Відчуття соціальної несправедливості та фінансової дискримінації. Часто переселенці стикаються з дискримінацією на ринку праці та обмеженим доступом до ресурсів. Це формує в них відчуття соціальної несправедливості та негативний емоційний фон стосовно грошей. Наукові дослідження свідчать, що відчуття дискримінації та соціального виключення підвищує рівень стресу, що відображається на фінансовій поведінці – від уникнення ризикованих витрат до бажання швидко покращити свій фінансовий стан будь-якими засобами.

Ціннісні орієнтації і роль грошей. Дослідження свідчать, що переселенці, які мають негативний досвід втрати майна та стабільності, можуть розглядати гроші як основу для відновлення та соціального відновлення. Вони часто надають пріоритет економії, інвестуванню в освіту або навчанню нових навичок, аби забезпечити довгострокову стабільність. Це формує відношення до грошей не лише як до ресурсу, але й як до інструменту для відновлення соціального статусу і стабільності.

Психологічні особливості адаптації в нових умовах. Переселенці можуть мати труднощі у впровадженні своїх звичних фінансових стратегій у новому середовищі, що формує потребу у фінансовій адаптації. Це впливає на їхнє ставлення до грошей, сприяє пошуку нових способів заробітку та зміни фінансових установок, орієнтованих на підвищену готовність до навчання та фінансових інновацій [9; 20; 22; 28].

Важливо відзначити, що перехід людини з однієї соціальної групи, такої як технічна інтелігенція, в іншу, наприклад, у бізнес, визначається не лише матеріальним становищем, а й психологічними аспектами, як-от мотивація, установки та особистісні якості, які відрізняються у найманих працівників та підприємців. Також, менталітет населення впливає на політичну систему країни та темпи її розвитку, формуючи різні підходи до фінансового благополуччя та соціальної адаптації [14].

З віком і досвідом погляди на гроші можуть змінюватися, оскільки людина усвідомлює, що матеріальне багатство – не єдиний шлях до щастя. Гроші пронизують усі сфери життя, визначаючи соціальний статус та можливості, водночас впливаючи на економічну соціалізацію та міжособистісні відносини. Дослідження свідчать, що цінність грошей може надмірна викликати егоїстичні реакції та призводити до відчуження від суспільних проблем, підсилюючи ілюзію власної незалежності в умовах матеріального світу [29; 35].

Психологічні особливості ставлення до грошей серед переселенців створюють потребу у підтримці адаптаційних процесів. Науковці рекомендують розробку програм фінансової грамотності для переселенців, спрямованих на подолання тривоги, розвиток здорових фінансових звичок і адаптацію до нових економічних умов. Психологічна підтримка, яка враховує специфічні фінансові потреби переселенців, сприятиме формуванню позитивного ставлення до грошей як ресурсу для стабільного майбутнього.

Висновки до розділу 1

На основі теоретичного аналізу наукових джерел, які висвітлюють тему проблеми ставлення до грошей особистості, були зроблені наступні висновки.

З'ясовано теоретичні аспекти проблеми ставлення до грошей особистості у різних сферах діяльності, а саме: вивчено проблему ставлення до грошей у психологічній науці, виокремлено дослідження ставлення до грошей особистості в зарубіжній та вітчизняній літературі.

Так, психологічна література гроші розглядає як складний символ, який індивіди й спільноти наділяють психологічними значеннями. Вони визначають характер людини й впливають на її поведінку, в результаті чого формується ставлення особистості до грошей.

У структурі ставлення до грошей виділяються три ключові компоненти: когнітивний, афективний та конативний, які існують у системній єдності та взаємозалежності. Гроші, як важливий соціально-економічний стимул, стають не тільки спонукаючим мотивом, але й моральним випробуванням, що може впливати на життєві цінності й поведінку особистості. Домінування певного компонента може змінюватися з віком: наприклад, у юності пріоритетним є конативний компонент, пов'язаний із бажанням особистісного включення до економічного життя. Конфігурація цих компонентів формується під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів, що визначають індивідуальні особливості монетарної поведінки та економічної соціалізації. Взаємодія між компонентами може бути як гармонійною, так і дисгармонійною, а узгодженість між ними сприяє ефективній соціалізації. Система ставлення до грошей, збудована на особистих цінностях, потребах та життєвому досвіді, залишається динамічною і важливою для розуміння монетарної психології, яка вивчає глибокі та часто неусвідомлювані уявлення людини про гроші.

Проблеми модернізації суспільного розвитку залишаються актуальними навіть для високорозвинених країн, а для України, що обрала шлях євроінтеграції, вони є особливо гострими. Це обумовлено нагромадженням негативних явищ у сферах економіки, соціального розвитку, освіти, науки,

екології, особливо на тлі військової агресії з боку росії, збільшенням внутрішньої міграції та зростанням бідності. Все це погіршує психологічний стан українського суспільства. Сучасна концепція людського розвитку наголошує, що всі події та явища в житті особистості впливають на її розвиток і залежать від неї.

Соціально-економічні чинники мають вирішальне значення: матеріальне становище особистості часто впливає на вибір фінансових стратегій, де домінує акцент на виживанні чи збереженні ресурсів. Соціокультурні особливості, зокрема вплив соціального середовища, формують відмінні фінансові переконання, надаючи ставленню до грошей глибоких ціннісних відтінків. Важливим є також психологічний аспект, що особливо проявляється в ставленні до грошей переселенців, для яких грошові цінності можуть мати особливу вагу через умови вимушеної зміни середовища, потребу у стабільності та самозабезпеченні. Таким чином, ставлення до грошей є складною системою, в якій взаємодіють різні соціально-економічні, культурні та психологічні фактори, що впливають на монетарну поведінку особистості.

РОЗДІЛ 2

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ДО ГРОШЕЙ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ

2.1. Етапи та організація дослідження ставлення до грошей вимушених переселенців

В своїй роботі ми проводимо теоретичний аналіз спираючись на методики та опитувальники авторів для визначення цінностей мотивації та ставлення до грошей.

В перехідні періоди суспільного розвитку завжди актуальна проблема цінностей. Це періоди нестабільності, різких соціальних змін, дезорієнтації та відчуття втрати ідентичності, які останні десятиліття переживає Україна. Ці динамічні процеси відображаються у переосмисленні цінностей. Варто зазначити, що відкидання старих цінностей часто означає відмову від старих форм життя суспільства та індивіда. Однак різні системи цінностей існують паралельно, доки існують їхні прихильники, що може призводити до конфліктів і непорозумінь.

Наше суспільство складається з осіб, які пройшли різні процеси соціалізації через історичні події, що вплинули на їх цінності та поведінку. Оскільки кожне покоління пережило свою унікальну соціалізацію в конкретних історичних умовах, у них сформувалися відмінні цінності, які проявляються у їхній поведінці, у способі спілкування, у нормах і поглядах. Тому порівняльні дослідження цінностей різних поколінь, які прийняли різні цінності, є особливо цікавим об'єктом дослідження.

У цій роботі під поняттям "цінності" розуміються переконання суб'єкта (будь то суспільство, група чи індивід), що визначають основні та важливі цілі життя, а також методи досягнення цих цілей. Спрямованість особистості на певні цінності відображається у її ціннісних орієнтаціях та загальних принципах поведінки [33; 43].

Дослідження ж ставлення до мотивації та грошей, включаючи орієнтацію на процес праці, було проведено за допомогою методики, розробленої **О. Потьомкіною**, відомої як "Методика «Діагностика соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб»». (Додаток В)

Ця методика має різні шкали: Шкала А «Виявлення установок, спрямованих на «альтруїзм та егоїзм» та Шкала Б «Виявлення установок на «процес діяльності» та «результат діяльності». Перша частина показує, що важливіше для людини: альтруїзм чи егоїзм, процес чи результат. Друга ж частина спрямована на оцінку значущості свободи чи влади, змісту роботи чи грошей. Кожна зі шкал має по 20 запитань та варіанти відповіді «так» чи «ні». Шкала А вираховується за ключем до опитувальника: проставляється по одному (1) балу при відповідях «так» на запитання 1 – 4, 6, 7, 9, 13, і відповідях «ні» на запитання 5, 8, 10 – 12, 14 – 16, 17 – 20. Потім підраховується загальна сума балів. В шкалі Б за кожну позитивну відповідь ставиться один бал. Сума балів за позитивні відповіді на непарні питання (1, 3, 5, 7 і т. д.) буде відтворювати орієнтацію суб'єкта на процес діяльності, а сума балів за відповіді на парні питання (2, 4, 6 і т. д.) – орієнтацію суб'єкта на результат.

Опитувальник Ш. Шварца (спрямований на виявлення базових людських цінностей, що представляють універсальні потреби людей). Ш. Шварц розробив інструмент під назвою "Ціннісний опитувальник", в якому було представлено 56 цінностей, що оцінювалися респондентами. (Додаток Г)

Ціннісний опитувальник Ш. Шварца є одним із найвідоміших інструментів для оцінки особистісних цінностей. Він був створений на основі теорії універсальних людських цінностей, які визначають мотивацію людини в різних контекстах.

Шварц виділяє **десять основних ціннісних типів**, які є універсальними для всіх культур:

1. **Влада** (Power) – орієнтація на контроль, соціальний статус, домінування (3, 12, 27, 46).

2. **Досягнення** (Achievement) – прагнення до особистих успіхів і визнання (34, 39, 43, 55).
3. **Гедонізм** (Hedonism) – задоволення, насолода, прагнення до комфорту (4, 50, 57).
4. **Стимуляція** (Stimulation) – пошук нових вражень і пригод (9, 25, 37).
5. **Самостійність** (Self-Direction) – незалежність, креативність, самовираження (5, 16, 31, 41, 53).
6. **Універсалізм** (Universalism) – розуміння, толерантність, турбота про благополуччя інших (1, 17, 24, 26, 29, 30, 35, 38).
7. **Доброта** (Benevolence) – турбота про близьких, взаємодопомога (33, 45, 49, 52, 54).
8. **Традиції** (Tradition) – повага до культурних і релігійних традицій (18, 32, 36, 44, 51).
9. **Конформність** (Conformity) – підпорядкування соціальним нормам і очікуванням (11, 20, 40, 47).
10. **Безпека** (Security) – стабільність, захищеність, як індивідуальна, так і соціальна (8, 13, 15, 22, 56).

Респонденти, яких ми розділили на чотири групи: чоловіки та жінки, українці вимушено переселені межах України та ті, хто виїхав до Європи, оцінювали кожен з представлених цінностей від 7 до 1 балу. Чим вищий бал тим вища дана цінність в житті респондента.

У власній **анкеті: «Специфіка ставлення до грошей»** ми досліджуємо ставлення до грошей в різних життєвих ситуаціях та як змінюється ставлення до грошей під дією тих чи інших чинників. В даній анкеті 20 запитань та приведено варіанти відповідей, де респонденти вибирають, ті які більше підходить до його особистості (Додаток Б).

Анкета допомагає з'ясувати, як війна та зміна місця проживання змінили пріоритети та погляди на гроші у вимушених переселенців, а також як ці зміни співвідносяться з новими реаліями, в яких опинилися респонденти.

Серед 20 запитань, я відібрала найбільш інформативні та поширені в таблицю 1.

Різні психологічні аспекти, пов'язані з дослідженням грошей, відображаються у різних психологічних школах. Як зауважує В. Новіков, "хоча спеціальної психологічної теорії грошей" не існує, різні психологічні парадигми або традиції вже використовувалися для аналізу психології грошей.

В опитувальнику, розробленому **А. Фернемом**, (Додаток А) **»Шкала грошових уявлень та поведінки» ШГУП**. Метою нашого дослідження є визначення типів грошових настановлень вимушених переселенців [117; 118].

Цей опитувальник дозволяє більш точно оцінити, як саме респонденти, що залишилися в Україні та виїхали до Європи, сприймають гроші як соціальний та психологічний ресурс. Застосування методики А.Фернема допоможе зрозуміти, які аспекти фінансової поведінки стають пріоритетними в умовах нових життєвих викликів та як змінюється роль грошей у повсякденному житті цих двох груп.

Для подальшого аналізу фінансових установок респондентів було застосовано модифіковану методика М. Сімків, що дозволила виділити чотири основні групи ставлення до грошей. Ця класифікація розкриває різні аспекти фінансової поведінки та мотивації:

Грошова одержимість – респонденти цієї групи виявляють надмірну прив'язаність до грошей, розглядаючи їх як основний життєвий пріоритет. Вони часто мають нав'язливе бажання збільшувати свої статки та зосереджені на фінансовому добробуті.

Влада – до цієї групи належать респонденти, які сприймають гроші як засіб впливу та контролю. Для них фінансові ресурси є інструментом досягнення соціальної значущості та підтвердження свого статусу.

Економність – ця група характеризується розумним ставленням до витрат і плануванням бюджету. Респонденти з високою економністю обережно ставляться до витрат, надають перевагу заощадженням та часто виявляють дисципліновану фінансову поведінку.

Неадекватна поведінка з грошми – респонденти цієї групи мають труднощі з контролем витрат та проявляють неорганізованість у фінансовій сфері. Вони можуть витратити надміру або непослідовно, що призводить до фінансової нестабільності.

Застосування методики М. Сімків допомогло визначити основні типи грошових установок серед респондентів та провести детальнішу класифікацію їхніх фінансових стратегій.

У методиці М. Сімків **сирі бали** і **стени** використовуються для інтерпретації результатів опитування.

Сирі бали – це сума балів, які респондент отримав за свої відповіді на запитання, що відображають певну установку (наприклад, грошову одержимість, владу тощо). Вони є початковими показниками, що безпосередньо відображають ступінь вираженості певної грошової установки.

Стени – це стандартизована шкала, яка дозволяє порівняти сирі бали респондента з результатами інших учасників. Стени перетворюють сирі бали на шкалу від 1 до 10, де:

- Низькі значення (1–3 стени) означають слабку вираженість установки.
- Середні значення (4–7 стени) вказують на помірну вираженість.
- Високі значення (8–10 стени) свідчать про сильну вираженість установки.

Ця шкала допомагає чіткіше оцінити та порівняти грошові установки між різними респондентами, як в Україні, так і за кордоном.

Сирі бали по кожній шкалі були переведені в стандартизовані Т – бали (стени) згідно наданої формули.

Досліджуваним був запропонований список тверджень, який складався із 47 питань, які відображають різне ставлення до грошей. Авторський варіант методики передбачав оцінювання кожного твердження за семибальною шкалою. Проте, для кращого розуміння респондентами процедури оцінювання була використана п'ятибальна шкала:

1 – повністю незгідний; 2 – незгідний; 3 – займаю нейтральну позицію; 4 – згідний; 5 – повністю згідний.

Хочу донести цікаву думку, яку він висловив у своїй роботі А. Фернем [115], де підкреслено, що сакральне значення грошей має різну інтерпретацію в залежності від статі. Вони вбачають, що для жінок гроші – це засіб для придбання речей, тоді як для чоловіків це шлях до досягнення влади. Чоловіки мають тенденцію приділяти більше уваги грошам та визнавати їхню вищу цінність. Вони проявляють більшу компетентність у відношенні до грошей та готовність до ризику для їхнього здобуття. У жінок спостерігається більш виражена фрустрація через відсутність грошей і більше почуття заздрості до тих, хто має їх.

Методика **Т.Танга «Шкала грошової етики»** (ШГЕ) модифікований україномовний варіант М.Сімків [84].

Т. Танг провів дослідження грошових установок серед населення Америки та виявив, що люди з великими статками та доходами часто сприймають гроші як символ власних досягнень. Крім того, було встановлено пряму кореляцію між внутрішньою задоволеністю від роботи та уявленням, що гроші є символом свободи та влади [126; 129].

«Шкала монетарної етики» (MAS) у модифікації М. Сімків (Сімків, 2011). М. Сімків (2011) переклала методику українською мовою та адаптувала її до специфіки української мови та психологічної термінології, уточнивши формулювання деяких тверджень і назви шкал, при цьому зберігши основний зміст.

Методика, розроблена Т. Тангом у 1993 році, призначена для оцінки грошових установок і спочатку включала 50 тверджень, проте після досліджень була скорочена до 30. Завдяки факторному аналізу Т. Танг виділив 6 основних факторів, і методика показала високу внутрішню надійність.

На думку Т. Танга (1993), грошові установки особистості мають три компоненти: 1) афективний (гроші як добро чи зло); 2) когнітивний (гроші як

засіб досягнення свободи та влади, а також як чинник поваги до людини); 3) поведінковий (ставлення до планування видатків).

Інтерпретація методики включає шість шкал:

1. *«Гроші як благо»* – включає 9 тверджень про позитивне ставлення до грошей як важливого життєвого ресурсу (2,3,9,10,16,17,18,20,22).
2. *«Гроші як зло»* – 6 тверджень, що відображають негативну грошову установку, де гроші розглядаються як корінь зла або незначна річ (6,7,15,19,29,30).
3. *«Гроші як засіб досягнення успіху»* – 4 твердження, що описують гроші як засіб досягнення особистих цілей і життєвої мети (1,4,5,14).
4. *«Гроші як чинник поваги до людей»* – 4 твердження, які демонструють сприйняття грошей як інструменту для здобуття поваги, що допомагає показати власну компетентність (11,12,13,27).
5. *«Планування видатків»* – 3 твердження, що розкривають обережний підхід до управління бюджетом (21,23,24).
6. *«Гроші як засіб досягнення свободи та влади»* – 4 твердження, що представляють гроші як символ свободи та впливу, що дозволяє людині реалізовувати свої прагнення (25,26,27,28).

Вибірка. Емпіричні дані збиралися упродовж весни та літа 2024 року. Загальна чисельність респондентів 60 осіб, з них 44 жінки та 16 чоловіків. В країнах Європи проживають 20 осіб в Україні 40 осіб.

При аналізі отриманих у ході емпіричного дослідження кількісних даних використовувалися описові статистики кореляційний аналіз за Спірменом та t- критерій Стьюдента.

Підсумовуючи вище наведені дослідження та опис методик, можна сказати, що використання грошей піддавалося впливу психосоціальних норм і соціальних цінностей і психосоціальні норми, пов'язані з використанням грошей, зазнають постійних змін з часом. Наприклад, певні практики, такі як шлюбні контракти, страхування життя або здача крові за гроші, які раніше

вважалися неприйнятними, на сьогоднішній день можуть бути прийняті, тоді як позика грошей знайомим під відсотки може сприйматися як неприпустима.

2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження

Емпіричне дослідження ми почали з методики **О. Потьомкіної «Діагностика соціально- психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб»**. Ця методика широко використовується у психологічній практиці, зокрема у соціальній психології, коучингу, профорієнтації, а також у дослідженнях, спрямованих на вивчення соціальних і мотиваційних процесів у різних соціальних групах та допомагає виявити домінуючі установки, які можуть вказувати на те, які мотиваційні стратегії людина використовує для задоволення своїх потреб та досягнення цілей, що робить її важливим інструментом для психологів і соціальних працівників.

Проведене дослідження, що мало на меті діагностувати соціально-психологічні установки особистості у сфері мотивацій і потреб за методикою О. Потьомкіної, дало можливість виявити особливості ставлення респондентів до егоїзму та альтруїзму. Вибірка складалася з 60 респондентів, що дозволяє отримати статистично значущі результати щодо тенденцій у соціальній поведінці цієї групи людей.

Шкала А «Виявлення установок, спрямованих на альтруїзм – егоїзм» призначена для оцінки соціально-психологічних установок особистості, що відображають схильність до альтруїстичної або егоїстичної поведінки (рис. 2.1). Альтруїзм тут означає орієнтацію на допомогу іншим і готовність жертвувати своїми інтересами заради добробуту інших людей. Егоїзм, навпаки, вказує на пріоритет власних інтересів і потреб перед потребами оточуючих.

Шкала дозволяє визначити, наскільки респондент схильний до безкорисливої допомоги або ж, навпаки, більше сфокусований на власних цілях та вигоді.

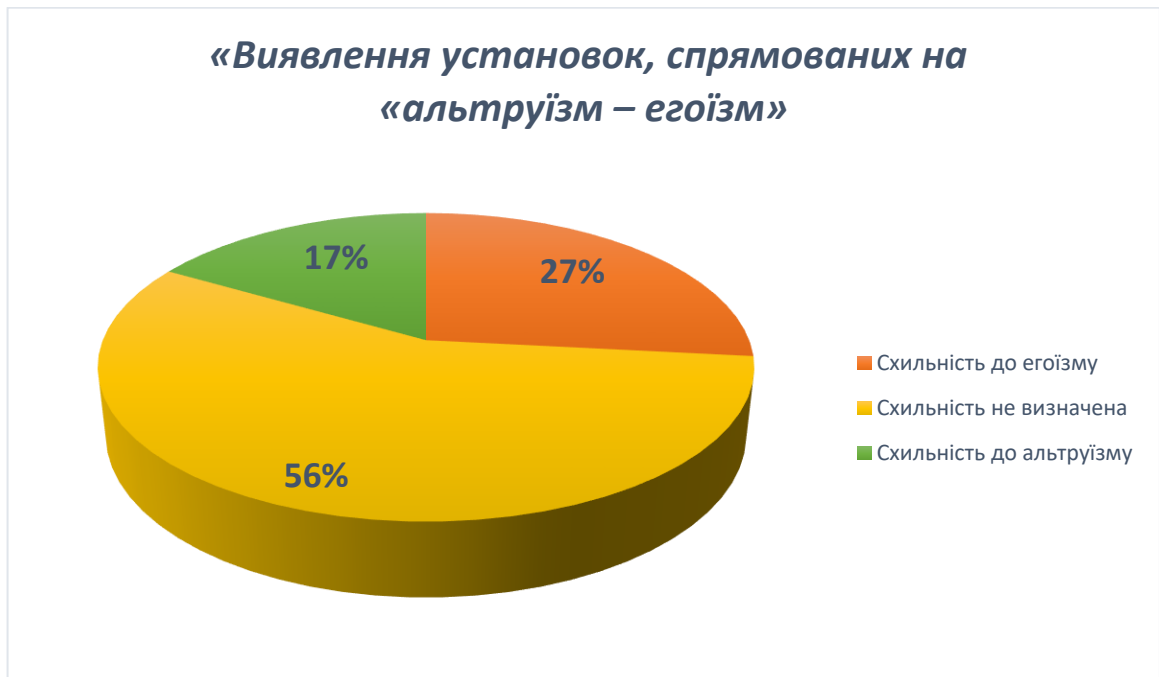


Рис 2.1 Шкала А опитувальника О. Потьомкіної, N=60

Середнє значення у групі – 10,283 відображає загальний рівень соціально-психологічних установок респондентів за шкалою «А» (схильність до альтруїзму та егоїзму). Це число було отримане шляхом підрахунку балів за кожену відповідь респондентів і визначає середню оцінку всієї вибірки з 60 людей.

Оцінка відповідей респондентів: кожна відповідь респондентів на питання шкали «А» мала певний бальний еквівалент залежно від варіанту відповіді. Ці бали розподіляються за ступенем схильності до альтруїзму чи егоїзму. Наприклад:

- **егоїстичні відповіді** отримували вищі бали, бо вони свідчили про спрямованість на власні інтереси;
- **альтруїстичні відповіді**, навпаки, отримували нижчі бали, оскільки вони відображають орієнтованість на інтереси інших;
- **нейтральні або проміжні** варіанти відповідей мали середні значення балів.

Щоб отримати середнє значення, було підраховано всі бали, набрані респондентами, і поділено на кількість респондентів (60 осіб).

Тобто середнє значення **10,283** є результатом середнього рівня відповідей на всі запитання шкали «А».

Середнє значення показує загальну тенденцію серед вибірки щодо схильності до альтруїзму або егоїзму. Якщо це значення було б значно вищим або нижчим, це б вказувало на домінування певної установки (егоїзму чи альтруїзму). У випадку з даним дослідженням значення **10,283** є середнім, що свідчить про те, що вибірка в цілому не має яскраво вираженої схильності до жодного з полюсів. Середній результат вказує на відсутність крайніх соціально-психологічних установок серед більшості учасників, що означає гнучкість у їхніх мотиваційних стратегіях.

Отже, середнє значення **10,283** дає можливість краще зрозуміти загальні мотиваційні установки респондентів, допомагає провести подальшу класифікацію респондентів на групи (егоїсти чи альтруїсти) і служить важливою основою для аналізу соціально-психологічних установок у вибірці.

Однак глибший аналіз за відсотковим розподілом показав, що всередині вибірки існують три основні групи з різною мотиваційною спрямованістю.

1. Егоїзм (26,67% – 16 чоловік)

Чверть респондентів продемонстрували схильність до егоїстичної мотивації, орієнтуючись у своїй поведінці переважно на власні потреби та інтереси. Це означає, що для цих людей пріоритетом є індивідуальні цілі та досягнення, часто з меншою увагою до потреб оточуючих. Егоїстична мотивація не завжди є негативною рисою, оскільки вона може відображати здоровий прагматизм та самодостатність. Люди з такою установкою прагнуть досягати успіху через концентрацію на власних ресурсах, що може сприяти особистісному розвитку, кар'єрним досягненням та підвищенню соціального статусу. В умовах вимушеного переселення це може бути адаптивною стратегією виживання, оскільки такі люди здатні швидше знаходити рішення для власних проблем, фокусуючись на своїх можливостях і потребах.

2. Невиявлена схильність (56,67% 34 людини)

Найбільша група респондентів (56,67%) не виявила чіткої схильності до альтруїстичної або егоїстичної поведінки. Це свідчить про те, що більшість опитаних мають гнучку, збалансовану мотиваційну структуру. Вони не схильні надмірно концентруватися на власних потребах, але й не демонструють абсолютної орієнтації на допомогу іншим. Такий баланс може бути свідченням адаптивної поведінки, коли люди здатні змінювати свої установки залежно від конкретних ситуацій. У контексті вимушеного переселення це означає, що ці люди можуть одночасно піклуватися про власний добробут, але при цьому не відмовляються від соціальної взаємодії та допомоги іншим. Такі установки є важливими для підтримки соціальної рівноваги та гармонії в нових умовах життя, коли кожна особа має діяти відповідно до нових обставин, не втрачаючи при цьому соціальних зв'язків і взаємопідтримки.

3. Альтруїзм (16,67% 10 чоловік)

Менша частина респондентів (16,67%) виявила схильність до альтруїстичної мотивації, що свідчить про їхню готовність діяти в інтересах інших, навіть якщо це передбачає певні втрати чи обмеження для власного добробуту. Альтруїзм часто асоціюється з високим рівнем соціальної відповідальності та орієнтацією на групові або суспільні інтереси. Люди з альтруїстичними установками готові жертвувати власними ресурсами, щоб допомагати іншим, підтримувати громаду та створювати соціальну підтримку. В умовах вимушеного переселення такі установки можуть сприяти створенню взаємодопомоги та кооперації серед постраждалих, що є важливим аспектом для виживання в складних умовах. Однак, такі респонденти можуть бути більш вразливими до емоційного та психологічного виснаження через постійне самопожертвування і потребу підтримувати інших.

Середнє значення по шкалі А склало **10,283**, що свідчить про переважання серед респондентів збалансованих установок між двома полюсами – егоїзмом та альтруїзмом. Однак глибший аналіз за відсотковим

розподілом показав, що всередині вибірки існують три основні групи з різною мотиваційною спрямованістю.

1. Егоїзм (26,67%) Егоїсти – це люди, які орієнтовані переважно на власні інтереси та потреби. Вони ставлять особистий добробут на перше місце, часто діють для отримання власної вигоди, навіть якщо це може суперечити інтересам інших.

Чверть респондентів продемонстрували схильність до егоїстичної мотивації, орієнтуючись у своїй поведінці переважно на власні потреби та інтереси. Це означає, що для цих людей пріоритетом є індивідуальні цілі та досягнення, часто з меншою увагою до потреб оточуючих. Егоїстична мотивація не завжди є негативною рисою, оскільки вона може відображати здоровий прагматизм та самодостатність. Люди з такою установкою прагнуть досягати успіху через концентрацію на власних ресурсах, що може сприяти особистісному розвитку, кар'єрним досягненням та підвищенню соціального статусу. В умовах вимушеного переселення це може бути адаптивною стратегією виживання, оскільки такі люди здатні швидше знаходити рішення для власних проблем, фокусуючись на своїх можливостях і потребах.

2. Невиявлена схильність (56,67%) Люди з невизначеною позицією – це особи, які не мають яскраво вираженої схильності до альтруїзму чи егоїзму. Вони демонструють гнучкість, адаптуючи свою поведінку залежно від ситуації, балансують між власними та соціальними інтересами.

Найбільша група респондентів (56,67%) не виявила чіткої схильності до альтруїстичної або егоїстичної поведінки. Це свідчить про те, що більшість опитаних мають гнучку, збалансовану мотиваційну структуру. Вони не схильні надмірно концентруватися на власних потребах, але й не демонструють абсолютної орієнтації на допомогу іншим. Такий баланс може бути свідченням адаптивної поведінки, коли люди здатні змінювати свої установки залежно від конкретних ситуацій. У контексті вимушеного переселення це означає, що ці люди можуть одночасно піклуватися про власний добробут, але при цьому не відмовляються від соціальної взаємодії та

допомоги іншим. Такі установки є важливими для підтримки соціальної рівноваги та гармонії в нових умовах життя, коли кожна особа має діяти відповідно до нових обставин, не втрачаючи при цьому соціальних зв'язків і взаємопідтримки.

3. Альтруїзм (16,67%) Альтруїсти – це люди, які ставлять на перший план інтереси інших, готові жертвувати власними ресурсами та комфортом заради допомоги іншим. Їхні вчинки мотивовані турботою про добробут оточуючих і суспільства загалом.

Менша частина респондентів (16,67%) виявила схильність до альтруїстичної мотивації, що свідчить про їхню готовність діяти в інтересах інших, навіть якщо це передбачає певні втрати чи обмеження для власного добробуту. Альтруїзм часто асоціюється з високим рівнем соціальної відповідальності та орієнтацією на групові або суспільні інтереси. Люди з альтруїстичними установками готові жертвувати власними ресурсами, щоб допомагати іншим, підтримувати громаду та створювати соціальну підтримку. В умовах вимушеного переселення такі установки можуть сприяти створенню взаємодопомоги та кооперації серед постраждалих, що є важливим аспектом для виживання в складних умовах. Однак, такі респонденти можуть бути більш вразливими до емоційного та психологічного виснаження через постійне самопожертвування і потребу підтримувати інших.

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що результати опитування демонструють, що більшість респондентів (56,67%) мають збалансовані мотиваційні установки, що свідчить про їхню адаптивність до змін у соціальному середовищі. Незважаючи на виклики, з якими стикаються вимушені переселенці, ця група показує гнучкість у своїх соціально-психологічних установках, що дозволяє їм одночасно підтримувати власний добробут та взаємодіяти з оточенням на взаємовигідній основі.

При цьому помітна частина вибірки (26,67%) демонструє егоїстичну спрямованість, що свідчить про прагматичний підхід до власних ресурсів і готовність діяти відповідно до власних інтересів. Така стратегія може сприяти

особистісному розвитку, але одночасно вимагає зваженого підходу до соціальної взаємодії.

Нарешті, 16,67% респондентів виявляють альтруїстичні установки, що підкреслює їхню готовність до соціальної взаємодії та допомоги іншим. Ця група людей є важливим чинником підтримки суспільної єдності та допомоги у кризових ситуаціях.

Таким чином, результати дослідження дозволяють зробити висновок, що соціально-психологічні установки вимушених переселенців характеризуються різноманітністю, але більшість респондентів мають збалансовану мотиваційну структуру. Це свідчить про їхню здатність адаптуватися до нових умов і одночасно підтримувати соціальну взаємодію, що є критично важливим у контексті вимушеного переселення.

Шкала «Б» оцінює мотиваційну спрямованість людини: чи більше цінує респондент сам процес виконання завдання (орієнтація на процес), чи основним мотивом є досягнення конкретного результату (орієнтація на результат) (рис. 2.2). Крім того, шкала дозволяє виявити респондентів, у яких немає чіткої переваги на користь однієї з цих двох установок.

За результатами дослідження видно, що **схильність до процесу (13,33%)** (рис 2.2).

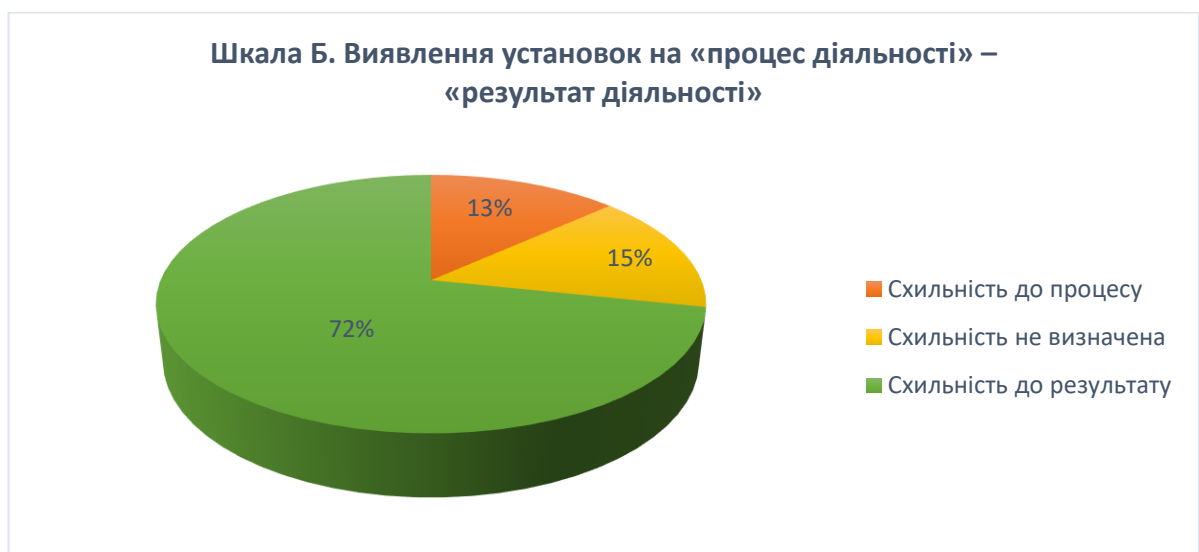


Рис. 2.2 Шкала Б опитувальника О. Потьомкіної N=60

До цієї категорії належить **8 респондентів** (або 13,33% від загальної кількості). У них домінує орієнтація на процес, що означає, що вони отримують задоволення від самої діяльності, незалежно від результату. Для таких людей важливо, щоб процес виконання завдання був цікавим, творчим або викликав відчуття самореалізації. Вони можуть приділяти більше уваги деталям, насолоджуватися кожним етапом роботи, навіть якщо кінцевий результат не є дуже важливим. Середнє значення у цій групі становить 5,033, що свідчить про певну поміркованість у їхній схильності до процесу, без крайніх орієнтацій.

Схильність не визначена (15,00%) 9 респондентів (або 15,00%) не виявили яскраво вираженої схильності ні до процесу, ні до результату. Їх мотивація є гнучкою, тобто вони можуть адаптуватися до різних обставин і отримувати задоволення як від самого процесу, так і від досягнення результатів, залежно від ситуації. Такі люди можуть бути ефективними як у довгостроковій роботі, що потребує багатоетапної реалізації, так і в умовах, де необхідно швидко досягти результату.

Схильність до результату (71,67%) Найбільша група респондентів – **43 людини** або 71,67% – виявили схильність до результату. Для цих людей головною метою є досягнення кінцевого результату, і процес роботи є для них лише засобом досягнення мети. Вони сфокусовані на досягненні конкретних цілей, отриманні винагород, соціального визнання або інших результатів. Ця група демонструє вищу схильність до орієнтації на досягнення, і це підтверджується середнім значенням 7,550, що свідчить про більш виражену цілеспрямованість і прагнення до досягнень порівняно з групою, яка орієнтується на процес.

Аналіз середніх значень:

Середнє значення у групі, яка орієнтована на процес, складає 5,033, що свідчить про помірну схильність до процесу. Це означає, що ці люди надають процесу важливого значення, але не ігнорують результат.

Середнє значення у групі, орієнтованій на результат, становить 7,550, що відображає більш чітку цілеспрямованість і значну мотивацію до досягнення кінцевих цілей. Це значення свідчить про те, що для цієї групи респондентів результат є основним мотиватором у їхній діяльності.

Згідно наведених даних у діаграмі можна зробити підсумок, що:

- **13,33%** респондентів демонструють схильність до процесу, що свідчить про їхню орієнтацію на саму діяльність, незалежно від кінцевого результату.

- **15,00%** респондентів не мають чітко визначеної мотиваційної орієнтації, проявляючи гнучкість і адаптивність.

-**71,67%** респондентів орієнтовані на результат, що вказує на їхню спрямованість на досягнення чітких цілей та отримання конкретних результатів.

Ці результати показують, що більшість респондентів націлені на досягнення результату, демонструючи прагнення до успіху і досягнення конкретних цілей у своїй діяльності, тоді як менша частина надає перевагу процесу виконання завдань.

Отже, дослідження, проведене за методикою О. Потьомкіної, включало дві шкали – **А (альтруїзм – егоїзм)** та **Б (орієнтація на процес – орієнтація на результат)**, які дозволяють оцінити соціально-психологічні установки респондентів у двох важливих сферах: ставлення до власних і чужих потреб та мотиваційну спрямованість діяльності.

Шкала А «Альтруїзм – Егоїзм».

26,67% респондентів виявили схильність до егоїзму, що вказує на орієнтацію на власні інтереси та потреби. Для них характерна цілеспрямованість на особистий добробут і успіх, навіть якщо це суперечить інтересам інших.

56,67% не мають вираженої схильності до альтруїзму чи егоїзму, демонструючи збалансовану мотивацію та здатність адаптувати свою поведінку залежно від ситуації.

16,67% респондентів мають схильність до альтруїзму, орієнтуючись на допомогу іншим і жертвуючи своїми інтересами на користь суспільства.

Шкала Б «Орієнтація на процес – Орієнтація на результат».

13,33% респондентів виявили схильність до процесу, що свідчить про задоволення від самої діяльності, незалежно від результату. Вони отримують задоволення від етапів виконання завдання та творчої складової процесу.

15,00% не мають визначеної схильності ні до процесу, ні до результату, що демонструє їхню гнучкість і можливість адаптувати мотивацію залежно від контексту.

71,67% респондентів орієнтовані на результат. Це вказує на те, що більшість респондентів фокусуються на досягненні конкретних цілей і винагород, вважаючи результат головним мотиватором у своїй діяльності.

Результати дослідження вказують на те, що більшість респондентів мають збалансовану мотиваційну спрямованість між альтруїзмом та егоїзмом, а також прагнуть до досягнення чітких результатів у своїй діяльності.

Шкала А показала, що хоча майже третина респондентів орієнтована на власні інтереси, більшість демонструє гнучкість або схильність до допомоги іншим.

Шкала Б виявила, що переважна більшість респондентів орієнтовані на досягнення результатів, що свідчить про цілеспрямованість і прагнення до успіху.

Це дослідження показує, що більшість респондентів мають прагматичний підхід до діяльності, зосереджуючись на результатах, при цьому демонструючи соціально прийнятні мотиваційні установки, які коливаються між егоїзмом та альтруїзмом, залежно від ситуації.

Дослідження за шкалами А та Б дозволяють виявити індивідуальні мотиваційні стратегії респондентів – наскільки вони орієнтовані на власні інтереси чи на допомогу іншим (егоїзм/альтруїзм), а також їхні пріоритети в діяльності (процес чи результат). Однак для глибшого розуміння цих установок важливо дослідити особистісні цінності, які визначають ці

мотиваційні стратегії. Тут у нагоді стає Ціннісний опитувальник Ш. Шварца, який допомагає краще зрозуміти фундаментальні орієнтири, що формують поведінку і мотивацію людини.

Шварц визначає цінності як базові переконання, що слугують для керування поведінкою людини в різних ситуаціях. Вони відображають те, що людина вважає важливим у житті, і тим самим впливають на її рішення і дії. Таким чином, ціннісні установки, вимірювані за допомогою опитувальника Шварца, можуть поглибити розуміння того, чому респонденти виявляють схильність до альтруїзму або егоїзму, орієнтуються на процес чи результат у своїй діяльності.

У контексті попередніх шкал А і Б, опитувальник Шварца допомагає виявити, які цінності визначають схильність до альтруїзму або егоїзму, а також пріоритетність процесу чи результату у діяльності (рис. 2.3). Наприклад:

- Люди з високими показниками за **альтруїзмом** можуть демонструвати ціннісні пріоритети у сферах **доброти** та **універсалізму**, що відображає їхнє бажання допомагати іншим і піклуватися про суспільство.

- Люди, схильні до **егоїзму**, можуть демонструвати сильніші орієнтації на **владу** чи **досягнення**, що вказує на їхнє прагнення до особистого успіху та контролю.

- Орієнтація на **процес** може бути пов'язана з цінностями, такими як **самостійність** або **стимуляція**, де важливим є сам процес діяльності і можливість отримати задоволення від нього.

- **Орієнтація на результат** може корелювати з цінностями **досягнень** та **влади**, де люди прагнуть досягати конкретних цілей і визнавати свої успіхи.

У таблиці 2.1 наведено результати опитування, проведеного за методикою Ш. Шварца.

У дослідженні брали участь **16 чоловіків** і **44 жінки**, і за шкалою «**Комфортність**» були отримані наступні результати. Ця шкала відображає цінності, пов'язані з прагненням до безпеки, стабільності, спокою та зручності в житті.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Комфортність» склав **18,80**.

Середній нормалізований бал – 37,60.

Ці показники свідчать про те, що в цілому респонденти високо цінують стабільність і комфорт у повсякденному житті. Орієнтація на безпеку і зручність є важливою складовою їхніх життєвих цінностей, що може відображати прагнення до стабільності в умовах соціальних змін або невизначеності.

Таблиця 2.1

Результати опитування за ціннісним опитувальником Ш. Шварца, N=60

Шкали	Комфортність	Традиції	Доброга	Універсализм	Самостійність	Стимуляція	Гедонізм	Досягнення	Влада	Безпека
Бали										
Середній бал	18,80	23,62	22,45	37,95	23,05	14,20	12,95	18,77	18,35	22,18
Середній бал (чоловіки)	19,63	24,38	23,19	39,69	24,38	14,31	13,31	18,94	18,88	23,38
Середній бал (жінки)	18,50	23,34	22,18	37,32	22,57	14,16	12,82	18,70	18,16	21,75
Середній бал Україна	18,93	23,45	22,40	38,30	23,10	14,10	12,90	18,65	18,40	22,25
Середній бал Європа	18,55	23,95	22,55	37,25	22,95	14,40	13,05	19,00	18,25	22,05

Нижче в діаграмі показано відношення до тієї чи іншої шкали чоловіків та жінок.



Рис. 2.3 Порівняння результатів опитування чоловіків та жінок за ціннісним опитувальником Ш. Шварца, N=60

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків склав 19,63, що є дещо вищим за загальний показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – 39,25.

Ці результати вказують на те, що чоловіки у вибірці мають трохи вищу схильність до цінностей, пов'язаних із комфортом і безпекою. Вони демонструють помітний пріоритет у створенні стабільних умов для власного добробуту. Це може свідчити про бажання забезпечити безпечні та передбачувані умови як у соціальному, так і в особистому житті.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок – 18,50, що дещо нижче за чоловічий показник.

Середній нормалізований бал для жінок – 37,00.

Жінки також демонструють високу цінність комфортності у своєму житті, але їхня орієнтація на безпеку й стабільність трохи менш виражена порівняно з чоловіками. Це може означати, що для жінок важливі не тільки

умови стабільності, але й інші аспекти життя, наприклад, соціальні зв'язки чи емоційна підтримка.

Отже, шкала «Комфортність» показує, що як чоловіки, так і жінки цінують стабільність і безпеку, хоча чоловіки демонструють дещо вищу орієнтацію на ці аспекти. Результати можуть відображати соціокультурні фактори, що впливають на пріоритети у виборі життєвих цінностей і на ставлення до стабільності в умовах невизначеності чи змін.

Наступні шкали дослідження дозволять глибше зрозуміти, які інші цінності відіграють важливу роль у формуванні установок респондентів.

Шкала «Традиції» відображає цінності, пов'язані з повагою до культурних і соціальних норм, релігійних та сімейних традицій. Люди, які високо цінують традиції, зазвичай прагнуть зберігати звичаї, що передаються з покоління в покоління, та слідувати усталеним нормам поведінки. Розглянемо результати за цією шкалою для всієї вибірки, а також окремо для чоловіків і жінок.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Традиції» склав **23,62**.

Середній нормалізований бал – 37,79.

Ці показники свідчать про те, що респонденти в цілому надають велике значення традиційним цінностям у своєму житті. Збереження культурних норм, релігійних переконань і дотримання соціальних правил є важливими для більшості опитаних. Це може бути пов'язано із бажанням підтримувати усталені звичаї як основи для соціальної стабільності та ідентичності.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Традиції» склав **24,38**, що є дещо вищим за загальний середній показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – 39,00.

Чоловіки, відповідно до результатів, демонструють сильнішу прихильність до традиційних цінностей порівняно із загальною вибіркою. Вони більше схильні дотримуватися соціальних норм і підтримувати звичаї.

Це може вказувати на важливість для них збереження ідентичності через дотримання сімейних та культурних традицій, а також слідування усталеним соціальним ролям.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок – 23,34, що трохи нижче порівняно з чоловіками.

Середній нормалізований бал для жінок – 37,35.

Жінки також демонструють значну схильність до підтримки традиційних цінностей, хоча їхній показник дещо нижчий, ніж у чоловіків. Це свідчить про те, що для жінок традиції мають важливе значення, але можливо, вони більш відкриті до змін або менш схильні дотримуватися суворих соціальних рамок.

Результати по шкалі «Традиції» показують, що як чоловіки, так і жінки високо цінують збереження культурних і релігійних традицій, але чоловіки демонструють трохи вищу схильність до їх підтримки. Це може бути пов'язано з ролями, які традиційно відводяться чоловікам у суспільстві, як зберігачам усталених соціальних норм і порядку. Жінки, в свою чергу, також цінують традиції, але можливо, вони проявляють більшу гнучкість у сучасних соціальних умовах.

Ці результати підкреслюють важливість традиційних цінностей для обох статей, і це може свідчити про те, що респонденти прагнуть підтримувати культурну спадщину та передавати її наступним поколінням.

Шкала «Доброта» оцінює орієнтацію людини на підтримку та допомогу іншим людям, особливо найближчому оточенню, сім'ї та друзям. Вона відображає цінності, пов'язані з турботою, взаємодопомогою та взаємною підтримкою. Люди з високими показниками за цією шкалою прагнуть до створення гармонійних стосунків і готові надавати безкорисливу допомогу іншим.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Доброта» склав 22,45.

Середній нормалізований бал – 35,92.

Ці результати свідчать про те, що загалом респонденти надають великого значення цінностям доброти, взаємодопомоги та турботи про інших. Їхні установки вказують на готовність підтримувати своїх близьких і сприяти благополуччю оточуючих, що є важливою складовою соціальних відносин.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Доброта» склав **23,19**, що трохи вище загального середнього значення.

Середній нормалізований бал для чоловіків – 37,10.

Чоловіки демонструють дещо вищу схильність до доброти, ніж загальна вибірка. Це вказує на те, що вони, можливо, більш орієнтовані на підтримку та захист своїх близьких, проявляючи готовність допомагати і створювати атмосферу взаємодопомоги. Вищий нормалізований показник підкреслює їхню значну прихильність до цінностей, пов'язаних із соціальною турботою.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Доброта» – **22,18**, що трохи нижче, ніж у чоловіків.

Середній нормалізований бал для жінок – 35,49.

Жінки також виявляють високу орієнтацію на доброту, але їхні показники трохи нижчі порівняно з чоловіками. Це може свідчити про те, що хоча жінки також цінують взаємодопомогу і турботу про інших, їхні акценти можуть бути розподілені між іншими цінностями або інтересами. Проте доброта залишається важливою складовою їхньої соціальної поведінки.

Шкала «Доброта» демонструє високу значущість цінностей, пов'язаних із підтримкою близьких і турботою про оточуючих, як серед чоловіків, так і серед жінок. Однак чоловіки виявляють трохи вищу схильність до доброти, що може бути пов'язане з їхньою орієнтацією на захист та підтримку своїх соціальних груп. Жінки також високо оцінюють доброту, але, можливо, більш схильні до розподілу уваги на інші соціальні чи особисті цінності.

Загалом, результати по цій шкалі підкреслюють важливість доброти та взаємодопомоги як універсальної цінності для обох статей, що сприяє зміцненню соціальних зв'язків і гармонійних відносин у суспільстві.

Шкала «Універсалізм» відображає цінності, пов'язані з розумінням, толерантністю, турботою про благополуччя всіх людей та природи. Люди, які високо цінують універсалізм, зазвичай мають глобальне бачення світу, турбуються про довкілля, рівність і права кожної людини незалежно від соціальних, культурних чи етнічних відмінностей.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Універсалізм» склав **37,95**.

Середній нормалізований бал – **37,95**.

Ці результати свідчать про те, що респонденти загалом надають великого значення універсальним цінностям. Вони орієнтовані на глобальне співіснування, толерантність і турботу про спільне благо. Такі люди схильні захищати екологічні та соціальні права, виступати за рівність і взаємну повагу між культурами.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Універсалізм» склав **39,69**, що є вищим за загальний середній показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – **39,69**.

Чоловіки у вибірці демонструють дещо вищу прихильність до універсалізму, що може вказувати на їхнє прагнення до глобальної рівності, справедливості й соціальної відповідальності. Вони більше схильні до захисту прав людини, культурного різноманіття та турботи про довкілля. Цей результат свідчить про сильну орієнтацію на глобальні цінності, що вимагають відповідальності не тільки за себе, але й за інших.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Універсалізм» склав **37,32**, що трохи нижче порівняно з чоловіками.

Середній нормалізований бал для жінок – **37,32**.

Жінки також демонструють високу орієнтацію на універсалізм, але їхні показники дещо нижчі за чоловічі. Це свідчить про те, що жінки цінують глобальні права і рівність, проте можуть більшою мірою фокусуватися на локальних або особистих аспектах взаємодії, зберігаючи турботу про благополуччя інших на значному рівні.

Шкала «Універсалізм» вказує на високу значимість універсальних цінностей, таких як турбота про людство та довкілля, серед обох статей. Однак чоловіки виявляють трохи вищу схильність до універсалізму, що може свідчити про їхню орієнтацію на глобальні питання соціальної справедливості, рівності та екологічної відповідальності. Жінки також високо цінують універсалізм, але, можливо, більше уваги приділяють особистим та локальним аспектам взаємодії.

Ці результати підкреслюють важливість універсальних цінностей для сучасного суспільства та демонструють прагнення респондентів до створення рівних і справедливих умов для всіх людей, незалежно від соціокультурних обставин.

Шкала «Самостійність» відображає цінності, пов'язані з незалежністю, особистою свободою, прагненням до автономії у прийнятті рішень та креативності. Люди, які високо цінують самостійність, зазвичай прагнуть до самовираження, свободи вибору та незалежності від соціальних або зовнішніх обмежень.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Самостійність» склав **23,05**.

Середній нормалізований бал – **36,88**.

Ці результати свідчать про те, що респонденти в цілому цінують незалежність та свободу у прийнятті рішень, що є важливою складовою їхніх життєвих установок. Високий показник за цією шкалою свідчить про прагнення до самореалізації та уникнення зовнішніх впливів у процесі досягнення особистих цілей.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Самостійність» склав **24,38**, що є вищим за загальний середній показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – 39,00.

Чоловіки у вибірці демонструють більш виражену схильність до самостійності. Це означає, що для них важливіша незалежність у діях і рішеннях. Вищий середній бал вказує на те, що чоловіки більше прагнуть до самоконтролю, творчої свободи і здатності самостійно визначати свій життєвий шлях без значного впливу зовнішніх обставин чи суспільних очікувань.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Самостійність» склав **22,57**, що є трохи нижчим порівняно з чоловіками.

Середній нормалізований бал для жінок – 36,11.

Жінки також цінують самостійність, хоча їхні показники трохи нижчі, ніж у чоловіків. Це свідчить про те, що жінки прагнуть до свободи і незалежності, проте можуть приділяти більше уваги соціальним зв'язкам та відповідальності перед іншими. Незважаючи на нижчі показники, самостійність все одно залишається важливою цінністю для жінок у процесі прийняття рішень і самореалізації.

Результати по шкалі «Самостійність» вказують на те, що як чоловіки, так і жінки цінують незалежність та свободу у прийнятті рішень, проте чоловіки демонструють більш виражену схильність до самостійності. Це може свідчити про більшу орієнтацію чоловіків на автономність у діях і меншу схильність до впливу соціальних норм та обмежень. Жінки також високо цінують самостійність, але їхні пріоритети можуть бути більш збалансованими між незалежністю та соціальною відповідальністю.

Ці результати підкреслюють важливість самостійності як універсальної цінності для обох статей, що сприяє особистісному зростанню, самореалізації та творчій свободі.

Шкала «**Стимуляція**» відображає цінності, пов'язані з прагненням до нових вражень, пригод, ризику, та пошуку нових відчуттів. Люди, які високо цінують стимуляцію, часто схильні до ризику, експериментів, нових переживань і пригод. Для них важливі новизна, зміни та унікальні життєві ситуації.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Стимуляція» склав **14,20**.

Середній нормалізований бал – **37,87**.

Ці результати свідчать про помірну схильність респондентів до пошуку нових вражень та прагнення до стимуляції у своєму житті. Показники свідчать, що респонденти цінують новизну і пригоди, але це не є домінуючою мотивацією в їхньому житті. Таке балансування між потребою в нових відчуттях і прагненням до стабільності може відображати їхню готовність до змін, але тільки в певних, більш контрольованих умовах.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Стимуляція» склав **14,31**, що дещо вище за загальний показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – **38,17**.

Чоловіки демонструють трохи вищу схильність до стимуляції порівняно із загальною вибіркою. Це свідчить про те, що чоловіки частіше прагнуть нових вражень, можуть бути більш схильними до ризику та експериментів. Їхня мотивація отримувати нові досвіди є важливим аспектом життя, але вони при цьому не переходять до крайнощів у прагненні до пригод.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Стимуляція» – **14,16**, що дещо нижче за чоловічий показник.

Середній нормалізований бал для жінок – **37,76**.

Жінки також демонструють помірну орієнтацію на стимуляцію, але їхні показники трохи нижчі, ніж у чоловіків. Це свідчить про те, що жінки також цінують нові враження і пригоди, але можуть бути трохи більш обережними в

прагненні до змін або ризикових ситуацій. Незважаючи на це, потреба у новизні та експериментах також важлива для їхньої мотивації.

Результати по шкалі «Стимуляція» вказують на те, що як чоловіки, так і жінки демонструють помірну схильність до пошуку нових вражень, змін та пригод. Чоловіки трохи більше прагнуть до стимуляції, що може свідчити про більшу готовність до ризиків та експериментів у порівнянні з жінками. Однак різниця між чоловіками та жінками є незначною, що вказує на загальне помірне прагнення до нових відчуттів серед усіх респондентів.

Таким чином, стимуляція є важливою, але не домінуючою цінністю для більшості респондентів, що відображає їхню збалансовану потребу у нових враженнях та контролі за життєвими змінами.

Шкала «Гедонізм» відображає цінності, пов'язані з прагненням до задоволення, насолоди та особистого комфорту. Люди, для яких гедонізм є важливою цінністю, намагаються отримувати максимальне задоволення від життя, насолоджуватися моментами та уникати дискомфорту.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Гедонізм» склав **12,95**.

Середній нормалізований бал – **34,53**.

Ці результати вказують на те, що загалом респонденти помірно орієнтовані на цінності, пов'язані з задоволенням та насолодою. Вони цінують комфорт і прагнуть отримувати задоволення від життя, але при цьому не роблять це своєю основною мотивацією. Показники свідчать про те, що респонденти балансують між бажанням задоволення і дотриманням інших цінностей, таких як соціальні норми або відповідальність.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Гедонізм» склав **13,31**, що трохи вище за загальний середній показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – **35,50**.

Чоловіки демонструють дещо вищу схильність до гедонізму, ніж загальна вибірка. Це вказує на те, що чоловіки більш орієнтовані на

задоволення і комфорт, намагаючись отримувати більше насолоди від життя. Проте їхні показники залишаються в межах помірної орієнтації на гедоністичні цінності, що свідчить про баланс між прагненням до комфорту та іншими життєвими пріоритетами.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Гедонізм» склав **12,82**, що трохи нижче за чоловічий показник.

Середній нормалізований бал для жінок – 34,18.

Жінки також демонструють схильність до гедонізму, але в трохи меншій мірі, ніж чоловіки. Це означає, що вони також прагнуть до задоволення і комфорту, але, можливо, більше уваги приділяють іншим аспектам життя, таким як соціальні обов'язки або підтримка близьких. Незважаючи на це, гедонізм залишається важливою складовою їхньої мотивації.

Результати по шкалі «Гедонізм» показують, що як чоловіки, так і жінки цінують задоволення і комфорт у своєму житті, але чоловіки демонструють трохи вищу схильність до цих цінностей. Для чоловіків гедонізм займає більш важливу роль у мотиваційній системі, вказуючи на прагнення отримувати насолоду і комфорт. Жінки також прагнуть до задоволення, але їхні пріоритети можуть бути більше орієнтовані на інші сфери життя.

Загалом, респонденти демонструють помірну орієнтацію на гедоністичні цінності, зберігаючи баланс між прагненням до насолоди та іншими важливими життєвими цінностями.

Шкала «Досягнення» оцінює цінності, пов'язані з прагненням до успіху, визнання і демонстрації власних здібностей. Люди, для яких важливі досягнення, орієнтовані на досягнення високих результатів у своїй діяльності та прагнуть соціального визнання за свої досягнення.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Досягнення» склав **18,77**.

Середній нормалізований бал – 37,53.

Ці результати вказують на те, що респонденти загалом надають значної ваги цінностям, пов'язаним із досягненням цілей та успіху. Вони прагнуть до самореалізації через досягнення особистих і професійних результатів, при цьому важливим аспектом є соціальне визнання їхніх зусиль. Показники свідчать, що досягнення є важливою складовою їхньої життєвої мотивації.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Досягнення» склав **18,94**, що трохи вище за загальний середній показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – 37,88.

Чоловіки демонструють трохи вищу схильність до досягнень, ніж загальна вибірка. Це свідчить про їхню орієнтацію на досягнення високих результатів і бажання бути визнаними за свої зусилля. Вони прагнуть реалізувати свої амбіції через досягнення в різних сферах, включаючи професійну діяльність, спорт чи інші види діяльності.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Досягнення» – **18,70**, що є трохи нижчим за чоловічий показник, але близьким до загального.

Середній нормалізований бал для жінок – 37,41.

Жінки також демонструють значну орієнтацію на досягнення, що свідчить про їхнє прагнення до успіху та самореалізації. Показники вказують на те, що досягнення мають важливе значення для жінок, але можливо, вони приділяють трохи більше уваги іншим життєвим цінностям або соціальним аспектам успіху.

Результати по шкалі «Досягнення» показують, що як чоловіки, так і жінки високо цінують досягнення та прагнуть до успіху і визнання. Чоловіки демонструють дещо більшу орієнтацію на досягнення, що може свідчити про їхню більшу амбіційність і прагнення досягти високих результатів у різних сферах. Жінки також орієнтовані на досягнення, але їхній підхід до успіху може бути більш збалансованим, включаючи інші життєві цінності.

Загалом, респонденти проявляють сильну мотивацію до успіху, що вказує на важливість особистих та професійних досягнень у їхньому житті, а також на прагнення отримати соціальне визнання за свої результати.

Шкала «Влада» відображає цінності, пов'язані з прагненням до контролю, впливу та соціального статусу. Люди, для яких важлива влада, зазвичай прагнуть досягти високого становища в суспільстві, отримати визнання і впливати на інших.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Влада» склав **18,35**.

Середній нормалізований бал – **36,70**.

Ці результати свідчать про те, що респонденти в цілому мають помірну орієнтацію на цінності, пов'язані з владою та впливом. Хоча вони прагнуть досягати певного рівня контролю і визнання, цей аспект не є домінуючим у їхньому житті. Респонденти, ймовірно, прагнуть до соціального статусу та впливу, але зберігають баланс з іншими цінностями.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Влада» склав **18,88**, що є трохи вищим за загальний показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – **37,75**.

Чоловіки у вибірці демонструють більшу орієнтацію на владу і контроль, що може свідчити про їхнє прагнення до впливу, визнання та досягнення високого соціального статусу. Вищі показники свідчать про те, що для чоловіків питання влади та контролю над ресурсами або ситуаціями відіграють важливішу роль порівняно з жінками. Їхнє прагнення до визнання може бути більш вираженим у професійній або соціальній сфері.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Влада» склав **18,16**, що є трохи нижчим за чоловічий показник.

Середній нормалізований бал для жінок – **36,32**.

Жінки також виявляють схильність до цінностей, пов'язаних із владою, але їхня орієнтація на вплив і контроль є трохи менш вираженою порівняно з чоловіками. Це може свідчити про те, що жінки надають важливості владі, але можуть більше зосереджуватися на інших життєвих цінностях або соціальних аспектах, таких як підтримка стосунків або соціальна взаємодія.

Шкала «Влада» демонструє, що як чоловіки, так і жінки прагнуть до контролю та соціального впливу, але чоловіки виявляють трохи сильнішу орієнтацію на ці цінності. Для чоловіків питання влади і соціального статусу є більш важливими, тоді як жінки, хоча і визнають значення влади, приділяють їй менше уваги.

Загалом, респонденти прагнуть досягати впливу та визнання, але ці аспекти їхніх цінностей залишаються в межах помірних пріоритетів, що свідчить про збалансоване ставлення до питання влади в контексті інших життєвих цінностей.

Шкала «**Безпека**» відображає цінності, пов'язані з прагненням до стабільності, захищеності та порядку як у власному житті, так і в соціумі. Люди, які надають великого значення безпеці, прагнуть уникати ризиків, зберігати стабільність у повсякденному житті та забезпечувати фізичну й емоційну захищеність для себе та своїх близьких.

Загальні результати:

Середній бал для всієї вибірки по шкалі «Безпека» склав **22,18**.

Середній нормалізований бал – **35,49**.

Ці результати вказують на те, що загалом респонденти високо цінують безпеку у своєму житті. Вони прагнуть до стабільності, як у повсякденних справах, так і в ширшому соціальному контексті, а також до забезпечення безпеки для своїх близьких. Така орієнтація може бути зумовлена бажанням уникати ризиків і забезпечувати передбачуваність у світі, що швидко змінюється.

Результати серед чоловіків:

Середній бал для чоловіків по шкалі «Безпека» склав **23,38**, що є вищим за загальний середній показник.

Середній нормалізований бал для чоловіків – 37,40.

Чоловіки виявляють більш виражену орієнтацію на безпеку порівняно з загальною вибіркою. Це свідчить про їхнє прагнення до стабільності та захищеності, як особистої, так і соціальної. Для чоловіків важливо зберігати порядок і безпеку, що може бути пов'язано із бажанням забезпечити контроль над власним життям і ситуаціями, що оточують їхні соціальні та професійні обов'язки.

Результати серед жінок:

Середній бал для жінок по шкалі «Безпека» склав **21,75**, що трохи нижче порівняно з чоловіками.

Середній нормалізований бал для жінок – 34,80.

Жінки також демонструють високу цінність безпеки, хоча їхні показники дещо нижчі за чоловічі. Це може свідчити про те, що для жінок важлива стабільність і захищеність, але вони можуть більшою мірою орієнтуватися на інші цінності, такі як соціальні стосунки або емоційна підтримка. Незважаючи на це, безпека все одно залишається значущим аспектом їхньої життєвої мотивації.

Результати по шкалі «Безпека» демонструють, що як чоловіки, так і жінки високо цінують стабільність, захищеність і передбачуваність у своєму житті. Чоловіки виявляють трохи більшу орієнтацію на безпеку, що може вказувати на їхнє прагнення забезпечувати порядок і контроль над зовнішніми обставинами. Жінки, хоча й цінують безпеку, можуть приділяти більше уваги іншим цінностям.

Загалом, орієнтація на безпеку відображає бажання респондентів підтримувати стабільність і захищеність у своєму житті та в суспільстві, що є важливим аспектом у сучасних умовах змін і невизначеності.

Згідно отриманих даних, респонденти розділені на тих, хто вимушено переселений в Україні та тих, хто виїхав до Європи, спостерігаємо наступні показники по групах (рис. 2.4).

Середній бал за шкалою **"Комфортність"** серед вимушених переселенців в Україні становить **18,93**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **18,55**. Результати показують незначну різницю, що свідчить про подібний рівень орієнтації на комфорт у повсякденному житті в обох групах, незалежно від місця перебування.

Середній бал за шкалою **"Традиції"** серед вимушених переселенців в Україні становить **23,45**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **23,95**. Ці показники вказують на трохи вищу орієнтацію на дотримання традицій у переселенців у Європі, що може відображати прагнення зберегти культурну ідентичність у нових умовах.

Середній бал за шкалою **"Доброта"** серед вимушених переселенців в Україні становить **22,40**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **22,55**. Різниця між групами незначна, що вказує на подібний рівень орієнтації на доброзичливість і підтримку інших у респондентів незалежно від місця перебування.



Рис 2.4 Порівняння результатів опитування в Україні та Європі за ціннісним опитувальником Ш. Шварца, N=60

Середній бал за шкалою **"Універсалізм"** серед вимушених переселенців в Україні становить **38,30**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **37,25**. Респонденти в Україні демонструють дещо вищий рівень орієнтації на універсальні цінності, такі як рівність, толерантність і турбота про благополуччя інших, що може свідчити про акцент на збереженні єдності та взаємопідтримки в умовах кризи.

Середній бал за шкалою **"Самостійність"** серед вимушених переселенців в Україні становить **23,10**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **22,95**. Незначна різниця між групами вказує на подібний рівень прагнення до незалежності й автономності серед респондентів незалежно від місця перебування.

Середній бал за шкалою **"Стимуляція"** серед вимушених переселенців в Україні становить **14,10**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **14,40**. Респонденти в Європі мають трохи вищий показник, що може вказувати на більшу орієнтацію на новизну, пригоди та активний спосіб життя в нових умовах.

Середній бал за шкалою **"Гедонізм"** серед вимушених переселенців в Україні становить **12,90**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **13,05**. Легке підвищення показника у респондентів в Європі свідчить про трохи більшу орієнтацію на насолоду та задоволення від життя в нових умовах.

Середній бал за шкалою **"Досягнення"** серед вимушених переселенців в Україні становить **18,65**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **19,00**. Респонденти в Європі демонструють трохи вищу орієнтацію на досягнення особистих цілей і успіху, що може відображати прагнення до самореалізації та адаптації в новому середовищі.

Середній бал за шкалою **"Влада"** серед вимушених переселенців в Україні становить **18,40**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **18,25**. Невелика різниця між групами вказує на подібний рівень орієнтації на вплив і

соціальний статус, що свідчить про однакову значущість цієї цінності незалежно від місця перебування.

Середній бал за шкалою "**Безпека**" серед вимушених переселенців в Україні становить **22,25**, а серед тих, хто виїхав до Європи – **22,05**. Мінімальна різниця між групами свідчить про схожу орієнтацію на безпеку, стабільність і захищеність, що залишається важливим пріоритетом для респондентів, незалежно від їхнього місця перебування.

Дослідження опитувальника Ш. Шварца показало, що респонденти демонструють збалансовані ціннісні орієнтації, з певними відмінностями між чоловіками та жінками та серед респондентів, які залишилися в Україні і виїхали до Європи.

Комфортність і безпека займають важливе місце в житті респондентів. В обох категоріях відзначається висока орієнтація на стабільність і передбачуваність. Вимушені переселенці як в Україні, так і в Європі однаково високо цінують безпеку, проте чоловіки мають дещо вищі показники за цими шкалами, що свідчить про їхню особливу орієнтацію на захищеність.

Традиції цінуються як чоловіками, так і жінками. Переселенці, що виїхали до Європи, демонструють трохи вищу прихильність до збереження культурних норм, що може свідчити про їхнє прагнення зберегти національну ідентичність у новому середовищі. Загалом, чоловіки більше схильні до підтримання традицій та соціальних норм.

Доброта і універсалізм мають високу цінність для обох статей та груп. В Україні респонденти демонструють дещо вищу орієнтацію на універсальні цінності порівняно з європейськими респондентами. Чоловіки також показали трохи вищі показники за універсалізмом, демонструючи вищу орієнтацію на соціальну справедливість і толерантність, тоді як жінки частіше акцентують увагу на цінностях доброти.

Досягнення і влада є важливими цінностями для респондентів, особливо для чоловіків, які мають вищі показники у цих категоріях. Серед респондентів, що перебувають в Європі, рівень орієнтації на досягнення також вищий, що

може свідчити про їхнє прагнення до адаптації та самореалізації в новому середовищі.

Стимуляція і гедонізм відображають прагнення до нових вражень та задоволення. Респонденти, які виїхали до Європи, мають трохи вищі показники за цими шкалами, що може свідчити про більшу відкритість до нових вражень у новому середовищі. Чоловіки, загалом, також демонструють дещо більшу схильність до цих цінностей, що підкреслює їхню орієнтацію на пошук нових відчуттів.

Загалом, респонденти демонструють прагнення до стабільності, самореалізації, соціальної відповідальності та особистого розвитку. Чоловіки частіше орієнтовані на досягнення, владу та безпеку, тоді як жінки більше цінують доброту та універсализм.

Для глибшого розуміння соціально-психологічних установок особистості важливо дослідити не тільки базові цінності, які формують загальне ставлення до життя та мотивацію, як це було зроблено за допомогою опитувальника Ш. Шварца, але й специфічні аспекти фінансової поведінки та ставлення до грошей. У цьому контексті моя **авторська анкета «Специфіка ставлення до грошей»** (табл. 2.2) дозволяє дослідити, як ціннісні орієнтири впливають на фінансові установки респондентів, особливо в умовах вимушеного переселення. Анкета допомагає з'ясувати, як війна та зміна місця проживання змінили пріоритети та погляди на гроші у вимушених переселенців, а також як ці зміни співвідносяться з основними життєвими цінностями, визначеними за Ш. Шварцем.

Серед 20 запитань, я відібрала найбільш інформативні та поширені в таблицю.

З даної таблиці спостерігаємо ставлення до грошей між респондентами в Україні та Європі.

«Що для вас гроші?» серед респондентів в Україні та європейських країнах:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- Варіант а («засіб виживання»): 7 респондентів (17,5%).

7 респондентів в Україні сприймають гроші передусім як засіб виживання. Це вказує на те, що для цієї групи респондентів гроші виконують базову функцію забезпечення життєво необхідних потреб, особливо в умовах економічної нестабільності та війни.

- Варіант б («засіб задоволення»): 16 респондентів (40%).

Найбільша частина респондентів в Україні (16 осіб) бачить гроші як засіб для задоволення потреб. Це свідчить про те, що, незважаючи на складні обставини, респонденти прагнуть використовувати гроші не лише для виживання, але і для покращення якості життя.

- Варіант в («те, без чого неможливе життя»): 17 респондентів (42,5%).

17 респондентів сприймають гроші як невід'ємну частину життя. Ця група вважає гроші основою життєдіяльності, що може свідчити про високу залежність від фінансових ресурсів для забезпечення як базових, так і розширених потреб.

Таблиця 2.2

Результати анкетування авторської анкети «Специфіка ставлення до грошей», N= 60

Запитання	Україна, %			Європа, %		
	а	б	в	а	б	в
Варіанти відповідей						
Що для вас гроші	17.5	40	42.5	5	50	45
Як часто ви витрачаєте на себе та своє задоволення	52.5	47.5	35	70	30	-
Чи дозволяєте Ви собі розкіш	27.5	32.5	40	55	-	45
Чи змінилося ваше ставлення до грошей під час військових дій на території держави	77.5	20	-	85	15	-
Як змінився ваш світогляд до сфери грошей	32.5	40	27.5	35	50	15

Хто у вашій сім'ї веде бюджет	30	22.5	47.5	45	35	20
На що ви витрачаєте місячний дохід	37.5	40	22.5	10	70	20
Чи маєте Ви заощадження на "чорний день	67.5	30	2.5	70	20	10

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- **Варіант а («засіб виживання»):** 1 респондент (5%).

Серед європейських переселенців тільки 1 респондент розглядає гроші як засіб виживання. Це свідчить про те, що фінансові потреби цієї групи менш сконцентровані на базових потребах у порівнянні з респондентами в Україні.

- **Варіант б («засіб задоволення»):** 10 респондентів (50%).

10 переселенців у Європі сприймають гроші як засіб задоволення, що вказує на їхню орієнтацію на покращення якості життя, включно з можливістю задовольняти власні потреби у нових умовах.

- **Варіант в («те, без чого неможливе життя»):** 9 респондентів (45%).

9 респондентів за кордоном сприймають гроші як основу життя. Це свідчить про значну роль фінансових ресурсів у нових соціально-економічних умовах, до яких вони адаптуються в європейських країнах.

Тобто, в **Україні** значно більше респондентів сприймають гроші як засіб виживання (7 проти 1 серед переселенців у Європі). Це може бути пов'язано з тим, що респонденти в Україні перебувають у складніших економічних умовах через війну.

У **Європі** більше респондентів бачать гроші як засіб задоволення (10 проти 16 в Україні) та життєву необхідність (9 проти 17). Це може свідчити про те, що переселенці вже адаптувалися до нових умов і починають використовувати гроші для покращення якості життя.

Така різниця в сприйнятті грошей між респондентами в Україні та переселенцями в Європі відображає різні економічні реалії, в яких вони знаходяться.

«Як часто ви витрачаєте на себе та своє задоволення?» серед респондентів в Україні та Європі:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- Варіант а («часто»): 21 респондент (52,5%).

Більшість респондентів в Україні (21 особа) відповіли, що часто витрачають гроші на себе та своє задоволення. Це може свідчити про те, що навіть у складних умовах респонденти намагаються знайти можливості для покращення свого добробуту та задоволення особистих потреб.

- Варіант б («не часто»): 19 респондентів (47,5%).

19 респондентів зазначили, що витрачають на себе не часто. Це може свідчити про обережне ставлення до фінансів, можливо, через економічну нестабільність або необхідність економити.

- Варіант в («взагалі не витрачаю на себе кошти»): 14 респондентів (35%).

14 респондентів зазначили, що взагалі не витрачають на себе кошти. Це свідчить про заощадливість та страх перед майбутнім.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- Варіант а («часто»): 14 респондентів (70%).

14 респондентів за кордоном також відповіли, що часто витрачають гроші на себе та своє задоволення. Це може свідчити про те, що переселенці в Європі вже адаптувалися до нових умов і мають можливість більше витратити на себе.

- Варіант б («не часто»): 6 респондентів (30%).

респондентів зазначили, що витрачають на себе не часто. Це може свідчити про обережність у витратах в умовах адаптації до нової країни, де рівень цін та економічні умови відрізняються від звичних.

- Варіант в («взагалі не витрачаю на себе кошти»): немає відповідей.

В Україні більше респондентів витрачають на себе часто (21 респондент), що може свідчити про прагнення до підтримки задоволення та особистого добробуту навіть у складних умовах.

В Європі 14 респондентів відповіли, що часто витрачають на себе, що свідчить про їхню можливість адаптуватися до нових умов і, можливо, наявність фінансових ресурсів для цього. Проте в Європі більше респондентів (6 осіб) обрали варіант "не часто", що може вказувати на економію в нових умовах.

Загалом респонденти як в Україні, так і в Європі демонструють схожі підходи до витрат на себе, але в Європі дещо більше обережності у витратах, що може бути пов'язано з адаптацією до нових економічних реалій.

«Чи дозволяєте Ви собі розкіш?» серед респондентів в Україні та Європі:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- Варіант а («так»): 11 респондентів (27,5%).

Респондентів в Україні відповіли, що дозволяють собі розкіш. Це свідчить про те, що навіть у складних умовах війни та економічної нестабільності деякі люди все ще знаходять можливості витратити гроші на предмети розкоші або комфорт, що можуть бути пов'язані з прагненням до покращення якості життя.

- Варіант б («ні»): 13 респондентів (32,5%).

13 респондентів не дозволяють собі розкіш, що може вказувати на їхню обережність у витратах або нестачу ресурсів для таких витрат, що є очікуваним в умовах економічної нестабільності та війни.

- Варіант в («буває»): 16 респондентів (40%).

Найбільша кількість респондентів (16 осіб) відповіли, що іноді дозволяють собі розкіш. Це свідчить про гнучкість у фінансовій поведінці: вони можуть дозволити собі витрати на розкіш у певних ситуаціях, але роблять це нерегулярно.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- Варіант а («так»): 11 респондентів (55%).

11 переселенців у Європі відповіли, що дозволяють собі розкіш. Це вказує на те, що частина респондентів в умовах нових країн знайшла фінансові

можливості для витрат на комфорт і предмети розкоші, що свідчить про адаптацію до європейських стандартів життя.

- **Варіант б («ні»):** немає респондентів, які обрали цей варіант.

- **Варіант в («буває»):** 9 респондентів (45%).

9 респондентів у Європі відповіли, що іноді дозволяють собі розкіш. Це свідчить про обережність у витратах і прагнення до збереження фінансової стабільності, водночас респонденти готові іноді витратити гроші на себе для покращення якості життя.

В Україні більше респондентів (16) дозволяють собі розкіш лише іноді, що свідчить про обмежені фінансові можливості або про обережність у витратах в умовах економічної нестабільності.

В Європі рівномірний розподіл (11 респондентів) між тими, хто дозволяє собі розкіш, і тими, хто іноді дозволяє собі такі витрати (9 респондентів). Це може вказувати на кращі фінансові можливості переселенців в Європі порівняно з респондентами в Україні, а також на адаптацію до нових економічних умов.

Таким чином, респонденти як в Україні, так і в Європі демонструють різні підходи до витрат на розкіш, що залежить від їхніх фінансових можливостей і умов життя.

«Чи змінилося ваше ставлення до грошей під час військових дій на території держави?»:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- **Варіант а («так, змінилося»):** 31 респондент (77,5%).

Більшість респондентів в Україні (31 особа) зазначили, що їхнє ставлення до грошей змінилося під час військових дій. Це свідчить про серйозний вплив війни на фінансові пріоритети та поведінку. Респонденти, ймовірно, стали обережніше ставитися до витрат, змінили свої цінності щодо заощаджень та використання фінансових ресурсів.

- **Варіант б («ні, не змінилося»):** 8 респондентів (20%).

Менша частина респондентів (8 осіб) відповіла, що їхнє ставлення до грошей не змінилося. Це може свідчити про стабільність їхніх фінансових установок або про те, що їхній фінансовий підхід вже був адаптований до умов, які виникли під час війни.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- **Варіант а («так, змінилося»):** 17 респондентів (85%).

Серед переселенців у Європі також більшість респондентів (17 осіб) зазначили, що їхнє ставлення до грошей змінилося. Це вказує на те, що переїзд до іншої країни та нові обставини життя вплинули на їхні фінансові пріоритети та способи розпорядження ресурсами. Можливо, вони зіткнулися з іншими економічними умовами, що змусило їх переглянути своє ставлення до грошей.

- **Варіант б («ні, не змінилося»):** 3 респонденти (15%).

Лише 3 респонденти в Європі вказали, що їхнє ставлення до грошей не змінилося. Це може свідчити про те, що для цієї групи переселенців фінансові установки залишилися незмінними, можливо, через те, що їхній стиль управління фінансами був добре адаптований до змін ще до переїзду.

В Україні більшість респондентів (31 особа) зазначили зміни в своєму ставленні до грошей під впливом війни. Це вказує на сильний вплив економічної нестабільності та військових дій на їхні фінансові установки.

В Європі теж більшість (17 осіб) відчули зміни в ставленні до грошей, але відсоток респондентів, які не відчули змін, трохи вищий у порівнянні з Україною (3 особи).

Таким чином, війна та вимушений переїзд суттєво вплинули на ставлення до грошей у більшості респондентів, як тих, що залишилися в Україні, так і переселенців у Європі. Однак переселенці частіше можуть демонструвати стабільність у фінансових установках, що може бути пов'язано з кращими економічними умовами в нових країнах.

«Як змінився ваш світогляд до сфери грошей?» серед респондентів в Україні та Європі:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- **Варіант а («став/ла більше поважати гроші»):** 13 респондентів (32,5%).

13 респондентів в Україні зазначили, що стали більше поважати гроші. Це може свідчити про те, що в умовах економічної нестабільності та війни люди почали більше цінувати гроші як ресурс для виживання та забезпечення базових потреб.

- **Варіант б («ставлення не змінилося»):** 16 респондентів (40%).

респондентів в Україні вказали, що їхнє ставлення до грошей не змінилося. Це може свідчити про стабільність їхніх фінансових установок, незважаючи на зовнішні обставини, або про те, що вони вже мали адаптовані фінансові погляди.

- **Варіант в («усвідомив/ла цінність грошей»):** 11 респондентів (27,5%).

11 респондентів зазначили, що вони більше усвідомили цінність грошей. Це може вказувати на те, що в умовах війни респонденти почали більше концентруватися на раціональному використанні коштів і на важливості фінансового планування.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- **Варіант а («став/ла більше поважати гроші»):** 7 респондентів (35%).

7 респондентів у Європі зазначили, що стали більше поважати гроші. Це може бути пов'язано з адаптацією до нових умов життя, де потрібно більше уваги приділяти фінансовій стабільності та відповідальному ставленню до ресурсів.

- **Варіант б («ставлення не змінилося»):** 10 респондент (50%).

респондентів у Європі вказали, що їхнє ставлення до грошей не змінилося. Можливо, ці респонденти вже мали сформовані фінансові установки, які не зазнали змін навіть після переїзду та адаптації до нових економічних умов.

- **Варіант в («усвідомив/ла цінність грошей»):** 3 респонденти (15%).

3 респонденти в Європі зазначили, що більше усвідомили цінність грошей. Це може свідчити про те, що у нових умовах життя вони більше зосереджуються на ефективному використанні коштів.

В Україні більше респондентів зазначають, що ставлення до грошей змінилося, зокрема, 13 респондентів вказали, що почали більше поважати гроші, а 11 – що більше усвідомили їхню цінність.

В Європі також відзначається зміна ставлення до грошей, хоча більша кількість респондентів (10 осіб) не зазнали змін у своєму світогляді щодо грошей.

Таким чином, для респондентів як в Україні, так і в Європі війна та пов'язані з нею обставини змінили їхнє ставлення до грошей, хоча у переселенців у Європі менше респондентів відчули значні зміни. Війна та економічні виклики підштовхнули респондентів до переоцінки грошей як важливого ресурсу.

«Хто у вашій сім'ї веде бюджет?» серед респондентів в Україні та Європі:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- Варіант а («дружина»): 12 респондентів (30%).

12 респондентів в Україні зазначили, що бюджет у їхній сім'ї веде дружина.

Це вказує на те, що у значній частині сімей відповідальність за фінансове управління бере на себе жінка. Така ситуація може бути пов'язана з традиційними розподілами сімейних ролей або з тим, що жінки більше залучені до побутових витрат і планування бюджету.

- Варіант б («чоловік»): 9 респондентів (22,5%).

респондентів зазначили, що бюджет веде чоловік. Це свідчить про те, що в деяких сім'ях чоловіки виконують роль основних фінансових управлінців, що може бути обумовлено їхнім становищем як головних годувальників або тим, що вони контролюють основні джерела доходів сім'ї.

- Варіант в («інше»): 19 респондентів (47,5%).

Більшість респондентів (19 осіб) зазначили варіант «інше», що може свідчити про спільне ведення бюджету обома партнерами або залучення інших членів родини до управління фінансами. Це також може вказувати на більш гнучкий підхід до фінансового управління в сім'ях, де відповідальність розподіляється між кількома людьми.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- **Варіант а («дружина»):** 9 респондентів (45%).

9 респондентів у Європі зазначили, що бюджет веде дружина. Це вказує на те, що жінки також відіграють значну роль у фінансовому управлінні сімейними коштами серед переселенців, подібно до ситуації в Україні.

- **Варіант б («чоловік»):** 7 респондентів (35%).

7 респондентів відповіли, що бюджет веде чоловік. Це свідчить про збереження традиційних ролей у фінансовому управлінні в деяких сім'ях, навіть після переїзду до інших країн.

- **Варіант в («інше»):** 4 респонденти (20%).

Лише 4 респонденти вибрали варіант «інше», що може вказувати на те, що у більшості сімей переселенців у Європі фінансове управління більш чітко розподілене між одним із партнерів (дружиною чи чоловіком), і менш поширене спільне управління або участь інших членів сім'ї у цьому процесі.

В Україні більшість респондентів зазначають, що бюджет ведеться або спільно, або за участю інших членів сім'ї (19 осіб). Це може вказувати на гнучкість у фінансовому управлінні, де обидва партнери або інші члени сім'ї беруть участь у плануванні витрат.

В Європі більшість відповідальності за бюджет частіше бере на себе один із партнерів (дружина або чоловік), що може бути пов'язано з необхідністю більш чіткого управління фінансами в умовах адаптації до нових економічних реалій.

Таким чином, відповідальність за ведення сімейного бюджету розподіляється по-різному залежно від умов, але в Україні більше

респондентів схильні до спільного ведення фінансів, тоді як у Європі ця відповідальність частіше належить одному партнеру.

«На що ви витрачаєте місячний дохід?» серед респондентів в Україні та Європі:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- Варіант а («базові потреби»): 15 респондентів (37,5%).

15 респондентів в Україні зазначили, що основна частина їхнього місячного доходу йде на базові потреби (їжа, житло, комунальні послуги). Це вказує на те, що через економічні труднощі в умовах війни більшість коштів спрямовується на першочергові життєві витрати.

- Варіант б («базові потреби + сфера задоволення»): 16 респондентів (40%).

16 респондентів зазначили, що витрачають свої доходи як на базові потреби, так і на задоволення особистих бажань (відпочинок, хобі тощо). Це вказує на те, що, незважаючи на складні умови, деякі респонденти можуть дозволити собі певний рівень витрат на речі, що приносять задоволення.

- Варіант в («базові потреби + заощадження»): 9 респондентів (22,5%).

Респонденти зазначили, що витрачають дохід на базові потреби та заощадження. Це свідчить про прагнення цієї частини респондентів до фінансової стабільності в майбутньому, навіть в умовах невизначеності.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- Варіант а («базові потреби»): 2 респонденти (10%).

Лише 2 респонденти серед переселенців у Європі зазначили, що витрачають дохід виключно на базові потреби. Це вказує на те, що більшість переселенців у Європі змогли адаптуватися і мають можливість витратити кошти на більше, ніж просто базові потреби.

- Варіант б («базові потреби + сфера задоволення»): 14 респондентів (70%).

Більшість переселенців (14 осіб) витрачають кошти не тільки на базові потреби, але і на сферу задоволень. Це свідчить про те, що переселенці, які

переїхали до європейських країн, в основному мають стабільний дохід і можуть дозволити собі витрати на відпочинок або інші приємні речі.

- **Варіант в («базові потреби + заощадження»):** 4 респонденти (20%).

4 респонденти зазначили, що частину своїх доходів витрачають на заощадження. Це свідчить про те, що деякі переселенці в Європі змогли адаптуватися до нових умов і планують майбутні витрати, створюючи заощадження.

В Україні більшість респондентів витрачають свої доходи на базові потреби (15 осіб), хоча значна частина також може витратити на задоволення. Лише 9 респондентів мають можливість заощаджувати.

В Європі ситуація відрізняється: більшість переселенців (14 осіб) витрачають кошти на базові потреби та задоволення, що свідчить про вищий рівень фінансової стабільності. Лише 2 респонденти в Європі обмежені виключно базовими потребами, і 4 особи змогли створювати заощадження.

Респонденти в Україні значною мірою витрачають свій дохід на базові потреби через економічну нестабільність та військові дії. Водночас респонденти, які переїхали до європейських країн, демонструють більшу фінансову свободу, витрачаючи гроші не тільки на базові потреби, але й на задоволення, що свідчить про адаптацію до нових умов життя.

«Чи маєте Ви заощадження на "чорний день"?» серед респондентів в Україні та Європі:

Респонденти, які залишилися в Україні:

- **Варіант а («так»):** 27 респондентів (67,5%).

27 респондентів в Україні зазначили, що мають заощадження на «чорний день». Це свідчить про те, що навіть в умовах війни та економічної нестабільності значна частина людей продовжує відкладати кошти на випадок непередбачених обставин, що є ознакою обережного підходу до фінансового планування.

- **Варіант б («ні»):** 12 респондентів (30%).

12 респондентів вказали, що не мають заощаджень на «чорний день». Це може свідчити про те, що в умовах війни та економічних труднощів частина населення не має змоги відкласти кошти або не вважає це необхідним.

- Варіант в («не бачу в цьому сенсу»): 1 респондент (2,5%).

Лише 1 респондент зазначив, що не бачить сенсу в заощадженнях на «чорний день». Це може свідчити про індивідуальні фінансові установки або вплив зовнішніх обставин, через які респондент вважає заощадження недоцільними.

Респонденти, які виїхали до європейських країн:

- Варіант а («так»): 14 респондентів (70%).

14 респондентів у Європі зазначили, що мають заощадження на «чорний день». Це свідчить про те, що переважна частина переселенців, які адаптувалися до нових умов у європейських країнах, зуміла забезпечити собі фінансову подушку безпеки на випадок непередбачених ситуацій.

- Варіант б («ні»): 4 респонденти (20%).

4 респонденти відповіли, що не мають заощаджень на «чорний день». Це може бути пов'язано з тим, що у нових умовах переселенці ще не встигли накопичити кошти або не мають такої можливості через фінансові обмеження.

- Варіант в («не бачу в цьому сенсу»): 2 респонденти (10%).

2 респонденти у Європі зазначили, що не бачать сенсу в заощадженнях на «чорний день». Це може свідчити про індивідуальний підхід до фінансів або впевненість у стабільності свого поточного становища.

В Україні більшість респондентів (27 осіб) мають заощадження на «чорний день», що вказує на високу обережність та прагнення до фінансової стабільності у важких умовах війни. Водночас 12 респондентів не мають заощаджень, що може свідчити про труднощі з фінансами або нездатність відкласти кошти в нинішніх умовах.

В Європі також переважає кількість респондентів із заощадженнями (14 осіб), що вказує на успішну адаптацію до нових умов життя. Проте частина респондентів (4 особи) не має можливості створити заощадження, що може

бути пов'язано з економічними викликами, з якими вони зіткнулися під час адаптації в нових країнах. Більшість респондентів, як в Україні, так і в Європі, мають заощадження на «чорний день». Це свідчить про усвідомлену потребу фінансової безпеки у часи невизначеності. Водночас частина респондентів не має можливості заощаджувати через поточні фінансові труднощі або інші обставини.

Опитування виявило важливі відмінності у ставленні до грошей між респондентами, які залишилися в Україні, та тими, хто переїхав до європейських країн.

Ставлення до грошей. Для більшості респондентів як в Україні, так і за кордоном гроші є життєвою необхідністю, але переселенці в Європі більше орієнтовані на задоволення і комфорт.

Фінансова поведінка. Респонденти в Україні витрачають переважно на базові потреби, тоді як переселенці в Європі частіше дозволяють собі витрати на задоволення і мають більше можливостей для заощаджень.

Зміна ставлення до грошей під час війни. Більшість респондентів в Україні та за кордоном зазначили, що їхнє ставлення до грошей змінилося внаслідок війни, що свідчить про зростання обережності та перегляд фінансових пріоритетів.

Ведення сімейного бюджету. Більшість респондентів як в Україні, так і в Європі ведуть бюджет спільно або одна зі сторін бере на себе відповідальність за фінанси.

Загалом, війна та вимушені переселенці значно вплинули на фінансові установки респондентів, змінивши їхнє ставлення до грошей та пріоритетів у витратах.

Після вивчення фінансових установок за допомогою авторської анкети, яка розкриває загальні тенденції та індивідуальні погляди на гроші, наступним кроком є поглиблений аналіз грошових установок через **методику А. Фернема**. Це опитування дозволяє більш точно оцінити, як саме респонденти, що залишилися в Україні та виїхали до Європи, сприймають гроші як

соціальний та психологічний ресурс. Застосування методики Фернема допоможе зрозуміти, які аспекти фінансової поведінки стають пріоритетними в умовах нових життєвих викликів та як змінюється роль грошей у повсякденному житті цих двох груп.

Для подальшого аналізу фінансових установок респондентів було застосовано методику М. Сімків, що дозволила виділити чотири основні групи ставлення до грошей. Ця класифікація розкриває різні аспекти фінансової поведінки та мотивації:

Грошова одержимість – респонденти цієї групи виявляють надмірну прив'язаність до грошей, розглядаючи їх як основний життєвий пріоритет. Вони часто мають нав'язливе бажання збільшувати свої статки та зосереджені на фінансовому добробуті.

Влада – до цієї групи належать респонденти, які сприймають гроші як засіб впливу та контролю. Для них фінансові ресурси є інструментом досягнення соціальної значущості та підтвердження свого статусу.

Економність – ця група характеризується розумним ставленням до витрат і плануванням бюджету. Респонденти з високою економністю обережно ставляться до витрат, надають перевагу заощадженням та часто виявляють дисципліновану фінансову поведінку.

Неадекватна поведінка з грошима – респонденти цієї групи мають труднощі з контролем витрат та проявляють неорганізованість у фінансовій сфері. Вони можуть витратити надміру або непослідовно, що призводить до фінансової нестабільності.

Застосування методики М. Сімків допомогло визначити основні типи грошових установок серед респондентів та провести детальнішу класифікацію їхніх фінансових стратегій.

У методиці М. Сімків **сірі бали** і **стени** використовуються для інтерпретації результатів опитування.

Сірі бали – це сума балів, які респондент отримав за свої відповіді на запитання, що відображають певну установку (наприклад, грошову

одержимість, владу тощо). Вони є початковими показниками, що безпосередньо відображають ступінь вираженості певної грошової установки.

Стени – це стандартизована шкала, яка дозволяє порівняти сирі бали респондента з результатами інших учасників. Стени перетворюють сирі бали на шкалу від 1 до 10, де:

- Низькі значення (1–3 стени) означають слабку вираженість установки.
- Середні значення (4–7 стени) вказують на помірну вираженість.
- Високі значення (8–10 стени) свідчать про сильну вираженість установки.

Ця шкала допомагає чіткіше оцінити та порівняти грошові установки між різними респондентами, як в Україні, так і за кордоном. (Рис.2.5)

Сирі бали по кожній шкалі були переведені в стандартизовані Т – бали (стени) згідно наданої формули.

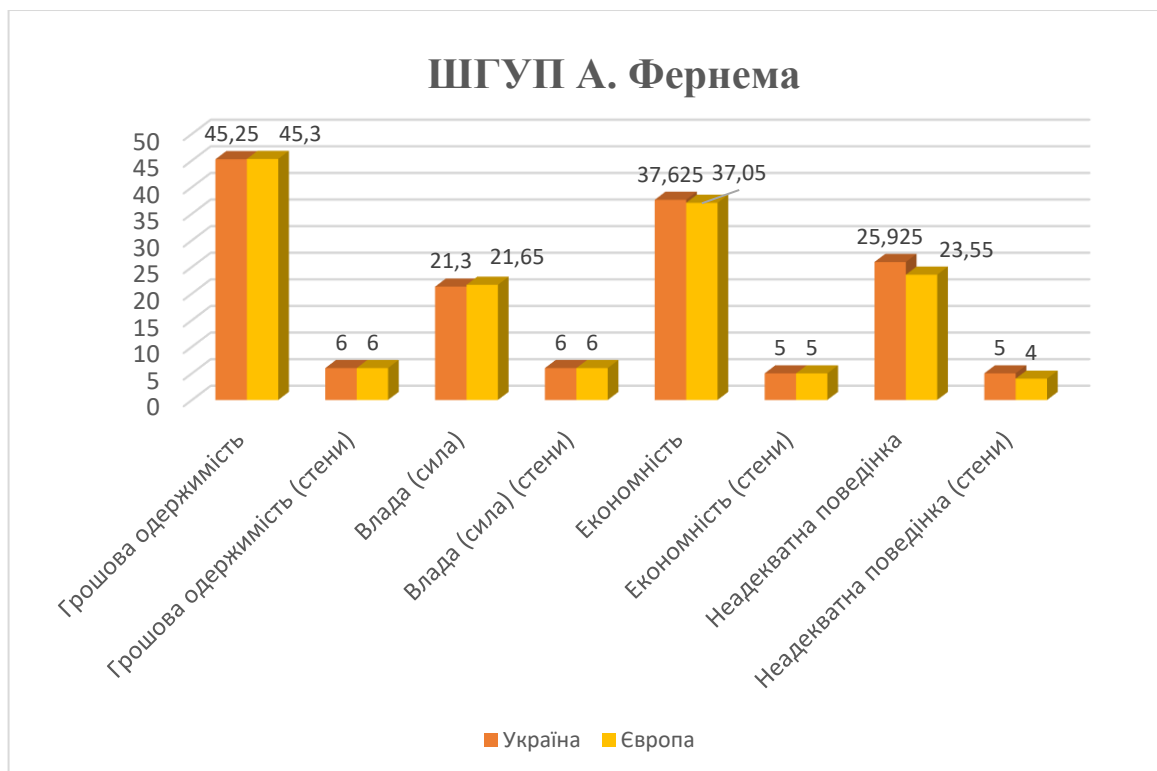


Рис. 2.5 Порівняння результатів опитування в Україні та Європі за Шкалою грошових уявлень та поведінки, N=60

Грошова одержимість.

Середнє значення для всієї вибірки становить **45,27**, що свідчить про помірну орієнтацію респондентів на гроші як основний життєвий пріоритет. Результати майже не відрізняються між респондентами в Україні (**45,25**) та Європі (**45,30**), що вказує на стабільність цієї установки незалежно від місця проживання.

Кожна група, згідно шкали має по **6 стенів**, такий рівень на шкалі стенів вказує на середню вираженість установки грошової одержимості, що означає помірний рівень прив'язаності до фінансового добробуту серед респондентів.

Влада.

Середнє значення для всієї вибірки за шкалою "Влада" становить **21,42**, що свідчить про помірний рівень орієнтації на гроші як засіб впливу та контролю. Респонденти з Європи показали трохи вищі значення (**21,65**) порівняно з респондентами з України (**21,30**), що може свідчити про більшу схильність до сприйняття грошей як ресурсу влади у європейських умовах.

Стени: 6 – це середній рівень вираженості цієї установки, що вказує на те, що більшість респондентів мають помірну орієнтацію на гроші як інструмент впливу та статусу.

Економність.

Середнє значення для всієї вибірки за шкалою "Економність" становить **37,43**, що свідчить про середню схильність до планування витрат та обережного використання грошей. Респонденти в Україні показали трохи вищий рівень економності (**37,63**) порівняно з респондентами в Європі (**37,05**), що може відображати більшу обачність у витратах в умовах невизначеності.

Стени: 5 – вказує на середню вираженість економності, що свідчить про помірний рівень контролю над фінансами серед респондентів.

Неадекватна поведінка з грошима.

Середнє значення для всієї вибірки за шкалою "Неадекватна поведінка з грошима" становить **25,13**, що свідчить про помірний рівень схильності до неорганізованої фінансової поведінки. Респонденти в Україні показали дещо вищий рівень неадекватної поведінки з грошима (**25,93**) порівняно з

переселенцями в Європі (23,55), що може вказувати на більші труднощі з контролем витрат в умовах економічної нестабільності.

Стени: 5 у респондентів в Україні та 4 у переселенців до Європи. Це свідчить про помірний рівень неадекватної поведінки з грошима серед респондентів в Україні та нижчу її вираженість серед тих, хто переїхав до Європи, де нові умови сприяють більшій обачності у фінансових рішеннях. Отже, дослідження за методикою А. Фернема дозволило виокремити чотири основні фінансові установки серед респондентів, що залишилися в Україні, та тих, хто переїхав до Європи:

Грошова одержимість. Середній рівень вираженості грошової одержимості свідчить про те, що для респондентів гроші є важливим життєвим аспектом, але не домінують над іншими цінностями. Різниця між респондентами з України та Європи майже немає, що вказує на стабільність цього показника.

Влада. Помірна орієнтація на гроші як засіб досягнення влади та статусу спостерігається серед обох груп, хоча респонденти в Європі дещо більше бачать гроші як інструмент впливу, ймовірно, через нові соціальні умови.

Економність. Обидві групи демонструють середній рівень економності, однак респонденти в Україні мають трохи вищий показник, що може свідчити про більшу обачність у витратах в умовах економічної невизначеності.

Неадекватна поведінка з грошима. Респонденти в Україні мають трохи вищий рівень неадекватної поведінки з грошима, ніж ті, хто переїхав до Європи. Це може бути результатом економічного стресу в Україні, тоді як респонденти в Європі демонструють більше фінансової обачності.

Загалом, фінансові установки респондентів показують помірне ставлення до грошей, зі значущими відмінностями лише у сфері економності та неадекватної поведінки з грошима, що відображає вплив нових життєвих умов.

Після аналізу фінансових установок за методикою А. Фернема, яка показала загальні тенденції у ставленні до грошей, наступним кроком стало

дослідження за опитувальником **Т.Танга**. Цей опитувальник допомагає глибше зрозуміти психологічне сприйняття грошей як важливого життєвого ресурсу. Розділивши респондентів на групи – тих, хто вимушено переселився в Україні, та переселенців у Європі, – ми можемо побачити, як змінюються їхні фінансові установки в різних соціально-економічних умовах та виявити нові аспекти їхнього ставлення до грошей. (Рис.2.6)

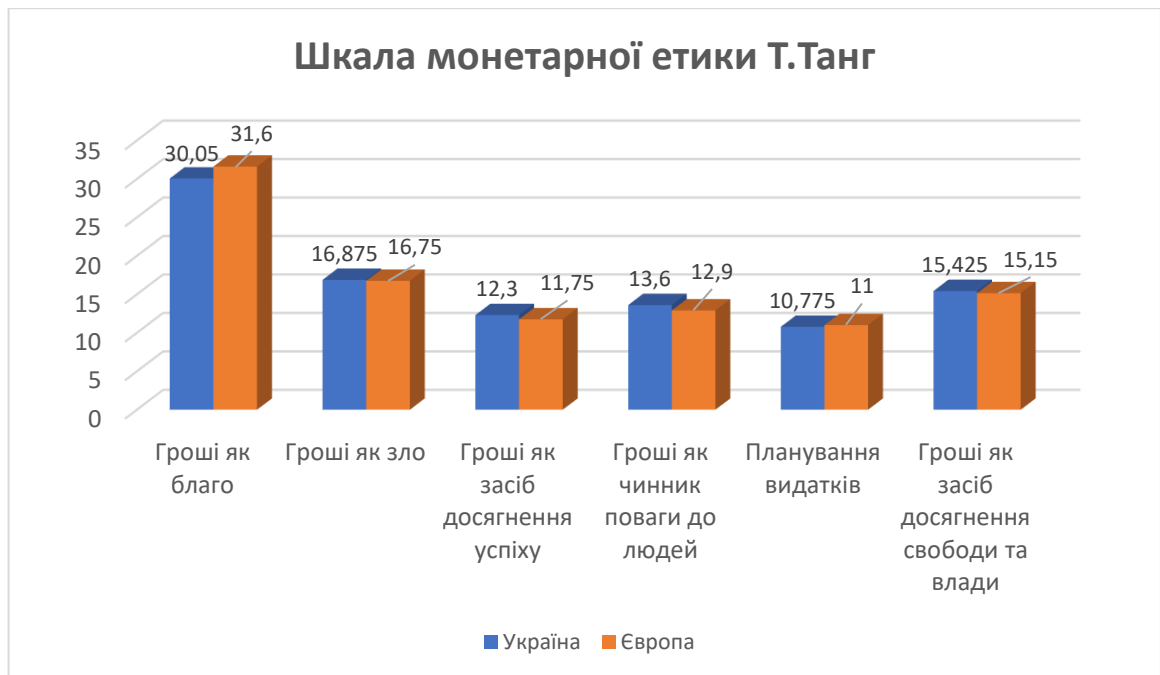


Рис 2.6 Порівняння результатів опитування за Шкалою монетарної етики, N=60

Гроші як благо.

Середній бал для всієї вибірки за шкалою "Гроші як благо" становить **30,57**, що вказує на помірно позитивне ставлення респондентів до грошей як до джерела життєвих можливостей та комфорту. Респонденти, які виїхали до Європи, показали трохи вищий середній бал (**31,60**), ніж ті, хто залишився в Україні (**30,05**). Це може свідчити про те, що респонденти в європейських умовах більше розглядають гроші як ресурс для покращення якості життя, ймовірно, завдяки стабільнішій економічній ситуації та більшій доступності можливостей.

Гроші як зло.

Середній бал для всієї вибірки за шкалою "Гроші як зло" становить **16,83**, що свідчить про помірно негативне ставлення респондентів до грошей як джерела можливих проблем чи негативних наслідків. Показники серед респондентів в Україні (**16,88**) та Європі (**16,75**) майже однакові, що вказує на схожу позицію обох груп щодо можливого "зла" грошей. Це може свідчити про те, що незалежно від місця проживання респонденти сприймають гроші з певною обережністю, визнаючи їх як потенційне джерело напруження або моральних викликів.

Гроші як засіб досягнення успіху.

Середній бал для всієї вибірки за шкалою "Гроші як засіб досягнення успіху" становить **12,12**, що вказує на помірну орієнтацію респондентів на гроші як інструмент досягнення особистого успіху. Респонденти в Україні показали трохи вищий середній бал (**12,30**) порівняно з тими, хто виїхав до Європи (**11,75**), що може свідчити про сильнішу орієнтацію на гроші як символ успіху в українських умовах. Це, ймовірно, пов'язано з бажанням фінансової стабільності та самореалізації в умовах нестабільної економічної ситуації.

Гроші як чинник поваги до людей.

Середній бал для всієї вибірки за шкалою "Гроші як чинник поваги до людей" становить **13,37**, що свідчить про помірне сприйняття грошей як фактора, що впливає на повагу та соціальне визнання. У респондентів, які залишилися в Україні, середній бал трохи вищий (**13,60**), ніж у тих, хто виїхав до Європи (**12,90**). Це може означати, що в українському контексті гроші частіше асоціюються з соціальним статусом і впливом, тоді як переселенці в Європі менш схильні розглядати гроші як основу для поваги або соціального визнання.

Планування витратків.

Середній бал для всієї вибірки за шкалою "Планування витратків" становить **10,85**, що вказує на помірний рівень схильності респондентів до ретельного планування своїх витрат та контролю бюджету. Респонденти, які

переїхали до Європи, мають дещо вищий середній бал (**11**), ніж ті, хто залишився в Україні (**10,78**). Це може свідчити про те, що переселенці в Європі більше зосереджені на бюджетуванні та контролі своїх фінансів, що, ймовірно, пов'язано з адаптацією до нових економічних умов та необхідністю більш раціонального використання коштів.

Гроші як засіб досягнення свободи та влади.

Середній бал для всієї вибірки за шкалою "Гроші як засіб досягнення свободи та влади" становить **15,33**, що свідчить про помірне сприйняття грошей як інструменту для здобуття свободи та впливу. Респонденти, які залишилися в Україні, мають трохи вищий середній бал (**15,43**) порівняно з тими, хто переїхав до Європи (**15,15**). Це може вказувати на те, що респонденти в Україні частіше асоціюють гроші з можливістю впливу та незалежності, що, ймовірно, відображає потребу у фінансовій стабільності та контролі в умовах нестабільного соціально-економічного середовища.

Результати опитувальника Т.Танга виявили кілька важливих тенденцій у фінансових установках респондентів, що вимушено переселені в Україні та тих, хто виїхав до Європи:

Гроші як благо. Усі респонденти демонструють позитивне ставлення до грошей як до ресурсу, що покращує якість життя, з трохи вищим показником у переселенців в Європі.

Гроші як зло. Обидві групи мають подібне помірне сприйняття грошей як потенційного джерела негативних наслідків, що свідчить про обережне ставлення до матеріальних цінностей.

Гроші як засіб досягнення успіху. Респонденти в Україні більше орієнтовані на гроші як інструмент успіху, що відображає прагнення до фінансової стабільності в умовах нестабільної економіки.

Гроші як чинник поваги. В Україні гроші частіше сприймаються як основа для поваги, тоді як у європейських умовах цей фактор менш виражений.

Планування видатків. Респонденти, які переїхали до Європи, дещо більше схильні до ретельного планування фінансів, що вказує на необхідність адаптації до нових економічних реалій.

Гроші як засіб свободи та влади. В Україні гроші більше асоціюються з можливістю впливу та незалежності, що може відображати потребу у фінансовій стійкості.

Загалом, опитувальник показав, що респонденти в обох умовах сприймають гроші як важливий ресурс, але акценти змінюються залежно від життєвих умов, потреб та соціально-економічного середовища.

З метою дослідження взаємозв'язків між результатами різних методик, розглянемо кореляційний аналіз за методом Пірсона.

Зокрема, нас цікавить, як співвідносяться показники за методикою Фернема з результатами опитувальника Шварца. Використання рангового кореляційного аналізу дозволяє встановити наявність статистично значущих зв'язків між досліджуваними змінними, навіть якщо вони не мають лінійної залежності, що є актуальним у випадку психологічних вимірів, де часто зустрічаються нелінійні взаємозв'язки.

Далі ми розглянемо отримані коефіцієнти кореляції Пірсона та визначимо, наскільки тісно пов'язані результати, отримані за методиками Фернема та Шварца. (Таблиця 2.3)

В таблиці представлено кореляційні коефіцієнти між показниками за методиками Ш. Шварца та А. Фернема.

Таблиця 2.3

Результати кореляційного аналізу показників ціннісного опитувальника

Ш. Шварца та ШГУП А. Фернема

Ціннісний опитувальник Ш.Шварца	ШГУП А. Фернема			
	Грошова одержимість	Влада	Економність	Неадекватна поведінка з грошима
Комфортність	r= -0,01	r= 0,88	r= -0,04	r= -0,02
Традиції	r= -0,05	r= -0,05	r= -0,11	r= -0,20

Доброта	r= 0,04	r= 0,01	r= -0,01	r= -0,13
Універсалізм	r= -0,14	r= -0,13	r= -0,16	r= -0,18
Самостійність	r= -0,002	r= 0,04	r= -0,08	r= -0,11
Стимуляція	r= 0,03	r= 0,18	r= 0,06	r= -0,03
Гедонізм	r= -0,09	r= -0,01	r= -0,19	r= -0,07
Досягнення	r= -0,01	r= -0,09	r= -0,10	r= -0,23
Влада	r= 0,85	r= 0,05	r= -0,08	r= -0,03
Безпека	r= 0,06	r= 0,75	r= -0,06	r= -0,10

Оскільки використано метод Пірсона, варто звернути увагу на значення коефіцієнтів, які дозволяють оцінити як напрямок, так і силу зв'язків. Зв'язки вважаються статистично значущими, якщо кореляційні коефіцієнти є достатньо великими.

У цій таблиці мало коефіцієнтів кореляції перевищують порогове значення (для вибірки обсягом більше 30 значущим вважається $r > 0,88$; $0,75$, $0,85$ на рівні $p < 0,05$). Це означає, що тільки три показники є статистично значущим.

Сильні статистично значущі кореляційні зв'язки виявлено:

Шкала "Грошова одержимість" і "Влада" мають високий позитивний кореляційний зв'язок ($r = 0,85$), що є статистично значущим. Цей високий коефіцієнт кореляції вказує на тісний взаємозв'язок між прагненням до фінансових ресурсів та орієнтацією на соціальну домінантність. Гроші в сучасному суспільстві є потужним символом і засобом для досягнення влади. Особи, які одержимі грошима, часто розглядають їх як інструмент, що дозволяє контролювати інших, встановлювати ієрархічні зв'язки та закріплювати свій вплив.

Цей зв'язок базується на спільній меті – досягненні контролю. Гроші забезпечують матеріальну основу для реалізації влади, у той час як влада дає доступ до ще більших фінансових можливостей. Психологічно ці два аспекти об'єднує мотивація до досягнення статусу, самоствердження та реалізації особистих амбіцій.

Обидві змінні пов'язані з потребами контролю та самореалізації. Люди,

які прагнуть грошей, зазвичай відчують, що через фінансову силу вони можуть впливати на інших і посилювати свою соціальну позицію. З іншого боку, володіння владою часто передбачає доступ до значних фінансових ресурсів, що створює взаємозалежний цикл.

Шкала "Безпека" і "Влада" мають також помірно високий позитивний зв'язок ($r = 0,75$), вказуючи на зв'язок між цінністю влади і важливістю безпеки для респондентів. Прагнення до влади часто супроводжується потребою в стабільності та передбачуваності. Люди, які намагаються утвердити свою владу, зазвичай шукають гарантії, що їхня позиція не буде поставлена під загрозу. Психологічно це може бути пов'язано з базовими потребами безпеки, як описано в піраміді Маслоу.

Зв'язок між владою та безпекою ґрунтується на необхідності створення стабільного середовища для збереження досягнутого статусу. Люди, які мають владу, прагнуть захищати себе від непередбачуваних загроз або викликів, які можуть похитнути їхню позицію. Звідси прагнення до безпеки стає невід'ємною складовою реалізації влади.

Ці два аспекти об'єднує орієнтація на довгострокову стабільність. Влада є способом контролювати зовнішні фактори, а безпека забезпечує впевненість у тому, що цей контроль не буде втрачений. Таким чином, безпека служить фундаментом, на якому влада може ефективно функціонувати.

Шкала "Комфортність" і "Влада" з коефіцієнтом ($r=0.85$), що вказує на сильний зв'язок між комфортом і цінністю влади. Високий коефіцієнт кореляції між комфортністю та владою свідчить про тісний зв'язок між бажанням створити для себе комфортне, стабільне середовище і прагненням контролювати ресурси, які це забезпечують. Влада дозволяє людині впливати на своє оточення, мінімізуючи дискомфорт або стрес. У цьому контексті комфортність може сприйматися як психологічна або фізична винагорода, яку людина отримує за утримання владної позиції.

Цей зв'язок базується на прагненні до гармонії між внутрішніми потребами та зовнішнім середовищем. Влада забезпечує людині інструменти

для створення умов, які відповідають її особистим і матеріальним потребам. Люди, які орієнтовані на комфорт, можуть використовувати владу для уникнення ситуацій, що викликають невизначеність або загрозу їхньому благополуччю. Таким чином, влада стає способом підтримання стану комфорту, а комфортність – метою, що мотивує до здобуття влади.

Ці дві категорії об'єднує прагнення до стабільності та самодостатності. Влада дає людині змогу встановлювати правила і контролювати фактори, які впливають на її оточення, зокрема зменшувати зовнішній тиск або конфлікти. Комфортність, у свою чергу, є результатом такого впливу. Люди, для яких обидва ці аспекти є значущими, часто створюють життя, де комфорт є не лише метою, але й способом утримання влади.

Таким чином, на основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що показники ціннісних орієнтацій за Ш. Шварцем та фінансових орієнтацій за А.Фернема мають сильні кореляційні зв'язки між грошовою одержимістю, комфортністю, владою та безпекою вказують на спільну основу цих цінностей – прагнення до контролю, стабільності та самореалізації. Влада виступає ключовим механізмом для досягнення як матеріального благополуччя (грошова одержимість), так і емоційної гармонії (комфортність). Водночас безпека забезпечує основу для утримання та розвитку цих досягнень, формуючи середовище, яке сприяє реалізації особистісних амбіцій і зменшенню впливу стресових факторів.

Після аналізу кореляційного зв'язку за методом Пірсона між показниками методик А. Фернема та Ш. Шварца, який показав три статистично значущі сильні зв'язки, переходимо до аналізу опитувальника соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій та потреб за методикою О. Потьомкіної. Для цього використовується t-критерій Стюдента, що дозволяє оцінити значущість кожного з показників та визначити, які установки мають статистично значущі відмінності. (Таблиця 2.4)

Аналіз проведено за методикою О. Потьомкіна для діагностики

соціально-психологічних установок особистості в контексті мотивацій і потреб. Значущі значення t-критерію Стьюдента дозволяють визначити статистично значущі відмінності між групами чи показниками, оцінюючи їхню силу та природу.

Таблиця 2.4

Аналіз t-критерію Стьюдента «Діагностика соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб» О. Потьомкіна

Соціально-психологічні установки особистості	Схильність до процесу	Схильність не визначена	Схильність до результату
Схильність до егоїзму	$t_{\text{емп.}} = 3.48$	$t_{\text{емп.}} = 0.83$	$t_{\text{емп.}} = 0.58$
Схильність не визначена	$t_{\text{емп.}} = 11.71$	$t_{\text{емп.}} = 6.41$	$t_{\text{емп.}} = 2.87$
Схильність до альтруїзму	$t_{\text{емп.}} = 16.53$	$t_{\text{емп.}} = 13.81$	$t_{\text{емп.}} = 12.66$

Схильність до альтруїзму та схильність до процесу ($t_{\text{емп.}} = 16.53$).

Це означає, що схильність до процесу є помітною характеристикою серед досліджуваних і має достатню відмінність, щоб вважатися вагомим фактором у мотиваційній сфері.

Високе значення t-критерію (16.53) демонструє статистично значущу перевагу схильності до альтруїзму порівняно з іншими установками. Це свідчить про те, що альтруїстична поведінка значно відрізняється за своєю природою та інтенсивністю, імовірно, домінуючи у вибірці.

Альтруїзм передбачає орієнтацію на потреби інших людей. Це означає, що люди, які мають високу схильність до альтруїзму, також більше орієнтовані на сам процес діяльності, ніж на кінцевий результат. Вони

отримують задоволення від самого факту допомоги іншим та взаємодії, а не лише від досягнення конкретної мети.

Схильність до альтруїзму та схильність не визначена (темп. = 13.81).

Високе значення t-критерію вказує на виражений взаємозв'язок між альтруїзмом і певною невизначеною схильністю, яка не підпадає під чітко окреслені категорії (наприклад, орієнтацію на процес чи результат). Це може означати, що альтруїзм взаємопов'язаний із гнучкістю поведінкових стратегій людини, її здатністю адаптуватися до різних ситуацій або мотивацією, яка змінюється залежно від обставин.

Тобто, особи з високим рівнем альтруїзму можуть проявляти допомогу в різних формах, не маючи стабільної прив'язаності до процесу чи результату. Їхні вчинки можуть бути ситуативними або залежати від емоційного стану, соціального контексту чи потреб оточення. Це свідчить про варіативність альтруїстичних проявів і широку амплітуду їхніх мотиваційних основ.

Схильність до альтруїзму та схильність до результату (темп. = 12.66).

Значення t-критерію (12.66) показує сильний зв'язок між прагненням допомагати іншим і орієнтацією на кінцевий результат. Це означає, що люди, які схильні до альтруїзму, часто не лише діють із благодійними намірами, а й прагнуть бачити конкретний ефект від своїх дій. Їхня допомога іншим є не просто процесом, а діяльністю, спрямованою на досягнення певного позитивного результату.

Аналіз показав суттєві відмінності між ключовими соціально-психологічними установками особистості, такими як егоїзм, альтруїзм, схильність до процесу, результату та невизначеності.

Егоїзм орієнтує людину на задоволення власних потреб і досягнення особистої вигоди, тоді як альтруїзм фокусується на допомозі іншим і турботі про їхні потреби. Висока статистична значущість між цими показниками (темп. = 12.66) свідчить про їхню фундаментальну психологічну протилежність.

Обидві установки формують основу для соціальної взаємодії, але домінування однієї з них може впливати на спосіб, у який людина реалізує свої

потреби та будує стосунки.

Схильність до процесу орієнтує людину на отримання задоволення від самого виконання дії, тоді як орієнтація на результат акцентує увагу на досягненні кінцевої мети. Значущі відмінності між цими установками вказують на різні підходи до мотивації в діяльності. Люди, які орієнтовані на процес, більше зосереджені на навчанні, самореалізації та творчості, тоді як ті, хто орієнтований на результат, прагнуть досягнення конкретних, вимірюваних цілей.

Невизначеність у мотиваціях вказує на відсутність чіткої спрямованості. Це може свідчити про конфлікт між різними установками, такими як егоїзм і альтруїзм, або про тимчасовий етап пошуку особистих пріоритетів.

Ця схильність може бути наслідком зовнішніх впливів, таких як соціальний тиск або невизначеність у ціннісних орієнтаціях.

Отже, схильності до егоїзму, альтруїзму, процесу та результату відображають різні аспекти мотиваційної структури особистості, які часто формують її соціальну поведінку та стиль діяльності. Баланс між цими установками визначає, наскільки гармонійно людина поєднує свої особисті інтереси із соціальною відповідальністю, а також чи орієнтована вона на процес самореалізації чи досягнення конкретних цілей.

Висновки до розділу 2

Проблематика грошей традиційно розглядається через призму економічних аспектів. З погляду економістів, гроші виступають як особливий товар, чия особлива споживча вартість робить його загальним еквівалентом товарів та перетворює на капітал. Окрім економічних функцій, таких як міра вартості, засіб обігу, платежу, нагромадження, а також світова функція грошей, вони впливають на формування психології людини у плані виживання, існування, самозадоволення та досягнення певного статусу в суспільстві.

У своєму емпіричному дослідженні я використала такі методики:

- Методика О. Потьомкіної «Діагностика соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб»;
- Ціннісний опитувальник Ш. Шварца для виявлення базових людських цінностей;
- Анкета «Специфіка ставлення до грошей» для дослідження ставлення до грошей у різних життєвих ситуаціях;
- Шкала грошових уявлень та поведінки А. Фернема;
- Модифікована методика М. Сімків для аналізу фінансових установок;
- Шкала грошової етики Т. Танга, адаптована М. Сімків.

Таким чином, у розділі 2.1 було детально описано всі методики, які використовувалися у дослідженні.

За результатами опитувальників та кореляцій можна зробити висновки:

Методика О. Потьомкіної виявила, що за шкалою альтруїзм – егоїзм середнє значення склало 10,283. Серед респондентів 26,67% схильні до егоїзму, 56,67% демонструють гнучку мотиваційну структуру, а 16,67% – до альтруїзму. За шкалою орієнтації на процес або результат 13,33% орієнтовані на процес, а 71,67% – на результат. За шкалою «негативізм – позитивізм» середнє значення становить 11,467, при цьому 13,33% респондентів мають схильність до негативізму, 60,00% – до позитивізму. За шкалою «колективізм – індивідуалізм» середнє значення було 12,167, де 66,67% респондентів проявляють гнучку мотиваційну структуру, а 13,33% орієнтовані на індивідуалізм.

Ціннісний опитувальник Ш. Шварца показав, що найвищі значення мають «Комфортність» (18,80), «Традиції» (23,62) та «Безпека» (24,04). Також високі середні значення спостерігаються у категоріях «Доброта» (22,57) та «Універсалізм» (22,57), що підкреслює значущість цих цінностей для респондентів.

Анкета «Специфіка ставлення до грошей» виявила, що 63% респондентів вважають гроші необхідним засобом для забезпечення основних життєвих потреб, а 52% зазначили, що війна та вимушене переселення суттєво

вплинули на їхнє фінансове становище. Приблизно 40% респондентів вказують, що змінили свої фінансові пріоритети, акцентуючи увагу на заощадженні.

Методика А. Фернема виділила чотири основні типи грошових установок серед респондентів: «Економність» із середнім значенням 15,67, «Неадекватна поведінка з грішми» – 13,94, «Влада» – 16,2 та «Грошова одержимість» – 14,3. При цьому результати за методикою свідчать про відмінності між респондентами, які залишилися в Україні, та тими, хто виїхав до Європи. Для тих, хто залишився в Україні, показники економності були вищі (середнє 17,1), а для тих, хто переїхав до Європи, було більше проявів грошової одержимості (середнє 16,4), що підкреслює різні підходи до використання фінансів в залежності від умов життя.

Шкала грошової етики Т. Танга, адаптована М. Сімків, дозволила виділити три компоненти грошових установок: афективний із середнім значенням 23,8, когнітивний – 20,4 та поведінковий – 18,6. Аналіз показав, що ті, хто залишився в Україні, мали вищі показники за афективним компонентом (середнє 25,1), що свідчить про більшу емоційну значущість грошей. Респонденти, що виїхали до Європи, проявляли виразнішу когнітивну орієнтацію (середнє 22,1), акцентуючи увагу на плануванні та практичному застосуванні грошей.

Кореляційний аналіз за методом Пірсона продемонстрував, що серед респондентів існують лише три статистично значущі кореляційні зв'язки на рівні $p < 0.05$: між "Грошова одержимість" і "Владою" ($r=0,88$), свідчить про тісний зв'язок між фінансовою мотивацією та прагненням до соціальної домінантності. "Безпекою" і "Владою" ($r=0,75$), демонструє взаємозалежність між владою як засобом контролю і безпекою як фундаментальною потребою особистості а також "Комфортність" і "Влада" ($r=0,85$), підтверджує, що прагнення до влади часто пов'язане із забезпеченням умов для комфортного життя.

Отримані результати вказують на те, що влада є ключовим фактором,

який пов'язує економічну поведінку, безпеку та комфортність у системі цінностей респондентів. Її значущість підкреслює взаємозв'язок між особистісними установками та прагненням до контролю і стабільності в життєвих умовах. Слабкі зв'язки інших показників підтверджують, що вони не відіграють вирішальної ролі в описаних процесах.

Аналіз значущості установок за t-критерієм Стьюдента за методикою О. Потьомкіна виявив статистично значущі відмінності між соціально-психологічними установками особистості, зокрема між егоїзмом, альтруїзмом, орієнтацією на процес і результат. Найвищі показники відзначено в схильності до альтруїзму (темп. = 16.53) у порівнянні з іншими установками, що вказує на її домінуючу роль серед досліджуваних респондентів. Високі значення також отримані у порівняннях з альтруїзмом і орієнтацією на процес, що свідчить про фундаментальні відмінності між внутрішньо- та зовнішньо-орієнтованими мотивами. Загалом результати підкреслюють значущість альтруїзму як провідної цінності, тоді як інші установки відображають менш виражені відмінності.

Аналіз показав, що більшість респондентів мають збалансовані соціальні та фінансові орієнтації, зокрема схильність до гнучкості у мотиваційних стратегіях, що поєднують увагу до власних інтересів із цінністю соціальної взаємодії. Результати підкреслюють важливість цінностей безпеки, доброти, та орієнтацію на результат, які відображають адаптивність і прагнення до гармонії між особистими та соціальними потребами, особливо в умовах вимушених змін.

Загалом дослідження показує, що вимушені переселенці адаптують свої фінансові установки і ціннісні орієнтації для досягнення стабільності в нових умовах. Установки характеризуються ощадливістю та обачністю в грошових питаннях, а також прагненням до соціальної стабільності. Це підкреслює потребу у фінансовій підтримці та адаптаційних заходах для переселенців у новому середовищі.

РОЗДІЛ 3

ПРОГРАМА ФОРМУВАННЯ СТАВЛЕННЯ ДО ГРОШЕЙ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ

3.1. Рекомендації покращення ставлення до грошей вимушених переселенців

2022 р. порушив нові проблеми і сформував нові виклики для українського сьогодення. У зв'язку з анексією Криму 2014 року та воєнними діями, які продовжилися у 2022 році, у державі з'явилася абсолютно нова категорія громадян – вимушено переміщені особи.

Проблеми внутрішньо переміщених осіб, та осіб, які виїхали за кордон є новими викликами для українського суспільства. А саме тому реакція на ці проблеми є неоднозначною, та й громадська активність у допомозі переселенцям до останнього часу у суспільстві була незначною.

Ставлення до грошей українців в умовах війни є надзвичайно актуальною темою, яка привертає увагу науковців з різних дисциплін, включаючи економіку, соціологію, психологію та політологію. У контексті війни в Україні відбуваються значні зміни в економічній поведінці населення, що впливають на їхні фінансові рішення та пріоритети. Звертаю вашу увагу на наступні пункти:

1. Економічна нестабільність і збереження коштів [78; 82].

Війна призводить до економічної нестабільності, що, в свою чергу, змушує українців змінювати своє ставлення до заощаджень і витрат. Зокрема, спостерігається зростання схильності до заощадження грошей на "чорний день" через побоювання щодо інфляції, безробіття та можливих втрат майна.

Науковці вказують на збільшення попиту на іноземну валюту та золото, оскільки населення прагне зберегти свої заощадження в стабільніших активах. Дослідження також показують зменшення витрат на непершочергові товари та послуги, а також зростання частки витрат на товари першої необхідності та безпеки [107;109;108].

2. Психологічні аспекти фінансової поведінки.

Війна викликає значний психологічний стрес, який впливає на фінансові рішення українців. Невизначеність майбутнього та страх втрати джерел доходу призводять до більш обережного ставлення до грошей.

Дослідження вказують на те, що війна змінює фінансові пріоритети українців, посилюючи акцент на короткострокових цілях і зменшуючи увагу до довгострокового планування. Наприклад, відбувається зниження інтересу до довгострокових інвестицій, таких як купівля нерухомості чи інвестування в бізнес.

3. Вплив на малий та середній бізнес.

Війна значно впливає на малий та середній бізнес в Україні, що, в свою чергу, змінює ставлення підприємців до фінансових ризиків і інвестицій. Наукові дослідження показують, що підприємці стають більш обережними у виборі нових проектів та інвестицій, уникаючи надмірних фінансових ризиків.

Значна частина бізнесів орієнтується на виживання, ніж на розвиток, фокусуючись на зменшенні витрат і збереженні ліквідності. Деякі підприємці шукають нові ринки збуту за межами України або розглядають можливості переміщення бізнесу в безпечніші регіони.

Згідно з офіційними даними Міністерства економіки України, уряд запровадив ряд програм підтримки малого та середнього бізнесу в умовах війни. Однією з таких програм є «Доступні кредити 5-7-9%», яка дозволила багатьом підприємствам отримати пільгове фінансування.

4. Соціальна підтримка та солідарність.

Одним з важливих аспектів є зростання рівня солідарності та взаємодопомоги серед населення. Незважаючи на фінансові труднощі, багато українців активно підтримують армію, волонтерські організації та постраждалих від війни.

Науковці відзначають, що такі форми соціальної підтримки можуть компенсувати частину економічних втрат, створюючи альтернативні форми економічної активності та взаємодії. Це також сприяє формуванню

позитивного ставлення до благодійності та добровільної участі в суспільному житті.

За даними соціологічного опитування, проведеного Центром Разумкова, понад 70% українців активно беруть участь у волонтерських ініціативах та підтримують благодійні фонди. Це свідчить про високий рівень соціальної зростання локальної економіки, оскільки люди частіше обирають солідарності та підтримки в умовах війни.

5. Інституційні зміни.

Війна впливає на фінансову інфраструктуру та регуляторні політики в Україні. Дослідження показують, що уряд змушений адаптувати економічну політику до нових умов, зокрема, впроваджуючи заходи для підтримки банківської системи, стабілізації валюти та забезпечення соціального захисту населення.

Ці зміни можуть змінювати ставлення населення до державних інституцій, впливаючи на рівень довіри до банківської системи та державної валюти.

6. Зміни у споживчих звичках.

В умовах війни споживчі звички українців зазнають значних змін. Наукові дослідження показують, що війна стимулює підтримку місцевих виробників і постачальників. Це пов'язано як із патріотичними мотивами, так і з прагненням зменшити залежність від імпорту, який може стати недоступним через порушення логістичних ланцюгів [92; 93; 97].

Українці також стають більш раціональними у своїх покупках, приділяючи більшу увагу товарам тривалого вжитку, які можуть забезпечити стабільність і комфорт у майбутньому.

За даними Державної служби статистики України, у 2022 році спостерігалось зменшення споживчих витрат на 10% у порівнянні з попереднім роком. Це свідчить про те, що населення намагається зменшити витрати на непершочергові товари та послуги.

7. Вплив на банківську та кредитну системи.

Банківська система України також зазнала значного тиску через війну. З одного боку, відзначається збільшення попиту на кредити, оскільки населення намагається зберегти свої фінансові ресурси. З іншого боку, банки підвищують вимоги до позичальників, щоб зменшити ризики неповернення кредитів.

Деякі наукові дослідження вказують на зростання інтересу до цифрових банківських рішень, що пов'язано із необхідністю забезпечити фінансові операції навіть у нестабільних умовах.

Згідно з даними НБУ, війна суттєво вплинула на рівень інфляції в Україні. У 2022 році інфляція досягла 26,6%, що значно перевищує попередні показники. Це змушує населення зберігати свої заощадження в стабільніших валютах, таких як долар США та євро [96; 113; 118].

Згідно з даними Державної служби статистики України, спостерігається зниження купівельної спроможності населення, що вплинуло на структуру витрат українців. Наприклад, частка витрат на продовольчі товари зросла до 54% від загального обсягу споживчих витрат у 2022 році.

Національний банк України повідомляє, що з початку війни обсяг депозитів фізичних осіб у гривні знизився на 7%, а в іноземній валюті – на 4%. Проте у 2023 році відзначається поступове відновлення довіри до банківської системи завдяки стабілізаційним заходам, які впровадив НБУ.

8. Довгострокові наслідки для економічної поведінки.

Війна може мати довгострокові наслідки для економічної поведінки українців. Досвід виживання в умовах конфлікту може змінити ставлення до фінансової безпеки, формуючи стійкі навички планування та економії.

Дослідники також припускають, що після закінчення конфлікту можливе зростання інтересу до інвестицій у відновлення інфраструктури та бізнесу, що може стимулювати економічне зростання і зміну пріоритетів у бік розвитку та інновацій.

9. Роль держави та міжнародної спільноти.

Важливим аспектом є роль держави у стабілізації економічної ситуації та підтримці населення. Наукові праці аналізують ефективність державних програм, спрямованих на підтримку переселенців, захист внутрішнього ринку та стабілізацію фінансової системи.

Міжнародна допомога також відіграє критично важливу роль у підтримці української економіки. Дослідники вказують на те, що безповоротна фінансова допомога, кредити на вигідних умовах та інвестиції можуть значно сприяти стабілізації економічної ситуації в Україні.

Згідно з даними Міністерства фінансів України, міжнародні партнери, такі як Європейський Союз, США та Міжнародний валютний фонд, надали Україні фінансову допомогу на суму понад 25 мільярдів доларів у 2022 році. Ця допомога включає як безповоротні гранти, так і кредити на вигідних умовах, що допомагають стабілізувати економічну ситуацію в країні.

10. Соціальні та культурні зміни.

Війна також спричиняє соціальні та культурні зміни, які впливають на економічну поведінку. Зокрема, посилюється почуття єдності та співпраці, що може позитивно впливати на колективні зусилля з відновлення економіки.

Наукові дослідження можуть досліджувати, як формування нової національної ідентичності впливає на економічну активність, зокрема, через підвищення рівня довіри між громадянами та сприяння створенню нових соціальних інститутів [10; 25].

Офіційні дані свідчать про те, що війна значно вплинула на економічну поведінку українців, змусивши їх переглянути свої фінансові пріоритети та адаптуватися до нових умов. Національний банк України та уряд впроваджують різні заходи для стабілізації фінансової системи, а міжнародна спільнота продовжує надавати значну підтримку. Ці фактори, разом із високим рівнем соціальної солідарності, допомагають українцям справлятися з викликами, спричиненими війною.

Війна в Україні значно впливає на ставлення до грошей та економічну поведінку населення. Ці зміни можуть мати як короткострокові, так і

довгострокові наслідки для української економіки, соціальної сфери та культури. Продовження досліджень у цій галузі допоможе краще зрозуміти виклики та можливості, які виникають у таких складних умовах.

Ставлення до грошей українців, які перебувають за кордоном, є складним і багатогранним питанням. Воно охоплює різні аспекти фінансової поведінки, адаптації до нових умов, а також соціально-економічні виклики, з якими стикаються українські мігранти. Давайте розглянемо ці аспекти детальніше, спираючись на наукові дослідження та аналітичні матеріали [91; 95; 107].

1. Грошові перекази та їх значення:

Грошові перекази від трудових мігрантів є важливим чинником економічної підтримки України. Згідно з дослідженням Світового банку, грошові перекази становлять суттєву частку ВВП України і забезпечують стабільний приплив валюти в країну. У дослідженнях підкреслюється, що такі перекази не тільки підтримують фінансову стабільність багатьох домогосподарств, але й можуть використовуватися для інвестування в освіту, медичні послуги та розвиток малого бізнесу.

2. Адаптація та інтеграція українців за кордоном:

Наукові дослідження, проведені Інститутом демографії та соціальних досліджень НАН України, показують, що українці, які виїжджають за кордон, часто стикаються з викликами інтеграції в нові суспільства. Це включає адаптацію до нових економічних систем, вивчення мов, пошук роботи та облаштування побуту.

Соціально-економічна інтеграція. Дослідження вказують, що українці, які швидше інтегруються в місцеві спільноти, краще освоюють нові ринки праці і частіше знаходять роботу за спеціальністю. Це сприяє підвищенню їхньої фінансової стабільності та можливості надсилати більше грошей на батьківщину.

3. Інвестиційні можливості та інтереси:

Багато українців за кордоном цікавляться можливостями інвестування в Україні. Дослідження Українського інституту майбутнього показують, що значна частина мігрантів розглядає можливість повернення на батьківщину після стабілізації ситуації [69; 70].

Інвестиції в нерухомість: Одна з популярних форм інвестування – це придбання нерухомості в Україні. Це не лише забезпечує стабільність активів, а й створює потенційні джерела доходу, якщо об'єкт здавати в оренду.

4. Соціальні мережі та підтримка:

Українці за кордоном активно підтримують один одного через мережі діаспори та волонтерські організації. Дослідження показують, що такі мережі є важливим ресурсом для новоприбулих, допомагаючи з пошуком роботи, житла та адаптацією в новому середовищі.

Волонтерська діяльність: В умовах війни багато українців за кордоном активно займаються волонтерством, організовують збори коштів та матеріальної допомоги для підтримки України. Це підкреслює високий рівень соціальної солідарності та зберігає тісний зв'язок із батьківщиною.

5. Виклики та можливості:

Згідно з науковими публікаціями, українці за кордоном стикаються з низкою викликів, таких як:

Економічна невизначеність: Зміни в економічній ситуації країн перебування можуть впливати на фінансову стабільність мігрантів.

Юридичні бар'єри: Складнощі з легалізацією перебування та отриманням робочих дозволів можуть обмежувати можливості працевлаштування.

Мовний бар'єр: Недостатнє володіння мовою країни перебування може стати перешкодою для працевлаштування та соціальної інтеграції.

Водночас, для українців відкриваються і нові можливості, такі як доступ до міжнародної освіти, нових ринків праці та розширення професійного досвіду.

Наукові дослідження підкреслюють, що фінансове ставлення українців за кордоном є важливим аспектом, який впливає на їхню адаптацію та підтримку України. Грошові перекази залишаються ключовим елементом економічної підтримки, а соціальні мережі діаспори сприяють зміцненню зв'язків між українцями за кордоном та їхньою батьківщиною. Це підтверджує важливість досліджень цієї теми для розуміння економічних і соціальних процесів, пов'язаних з міграцією та війною [74; 78; 82].

3.2. Програма тренінгу з формування ставлення до грошей вимушених переселенців

Програма тренінгу з формування ставлення до грошей та як прийти в стан достатку або життя без кредитів та боргів. Тренінг містить лекції, техніки та елементи арт-терапії, гештальт терапії, технік спрямованої візуалізації, коучингові техніки та медитаційні практики.

Тренінг на тему «Гроші. Я успішна та заможна особистість».

Мета та завдання тренінгу:

- виявити та опрацювати обмежуючі переконання щодо грошей;
- вибудувати гармонійні “відносини” з грошима;
- навчитися грамотно розподіляти свої фінансові ресурси;
- поставити цілі у досягненні фінансової незалежності.

Зрозуміти причини постійної недостачі грошей, чому вони важко даються, куди і на, що ми їх витрачаємо та пропрацювати виявлені негативні установки і вийти в ресурсний стан, де гроші – це легко, я знаю як заробляти гроші та примножувати достатки. Я сам творець своєї реальності.

Тривалість заняття: від години до двох. Тренінг розрахований на 5 днів, де перша половина практикуму теорія, а друга половина- практика.

Вік учасників: від 18 років і старше.

Форми роботи: групова (до 15 учасників).

Актуальність тренінгу: фінансова грамотність є критично важливою для всіх людей, оскільки вона надає необхідні навички для ефективного

управління грошима в майбутньому. Це допомагає їм розуміти цінність грошей, вчитись планувати витрати, заощаджувати та інвестувати.

Цей тренінг розрахований на людей, які часто перебувають в стані заборгованостей банкам, кредитним установам або друзям знайомим чи рідним. Для тих, хто живе від зарплати до зарплати. Для тих, хто відчуває потребу в грошах на виживання та для тих у кого гроші «Втікають, ніби крізь пальці вода».

Хід тренінгу.

- 1) Усвідомите свої установки, пов'язані з грошима та змініте їх на більш успішні;
- 2) Пропрацюєте свої страхи та тривоги щодо грошей;
- 3) Познайомитеся зі своїм фінансовим резервом – “Скільки грошей я готовий прийняти зараз;
- 4) Визначите взаємовідносини з грошима, освідомите та трансформуйте свої сценарії та стратегії поведінки щодо фінансового розвитку;
- 5) Дослідите, як ваші цінності впливають на грошовий потік;
- 6) Виявите свої сильні сторони – Що я вмію робити найкраще, і як це може збільшити мій дохід;
- 7) Пошукаєте свої приховані грошові ресурси;
- 8) Визначите фінансові цілі. Складете план ефективних для вас кроків до багатства;
- 9) Визначите свої перші кроки на шляху до грошей. (Додаток Д)

Висновки до розділу 3

Під час війни в Україні ставлення до грошей зазнало значних змін, що вимагає розгляду різних аспектів цього питання, включаючи поведінку українців як в країні, так і за кордоном.

Війна призвела до економічної нестабільності, що змусило українців змінювати свої фінансові звички та пріоритети. В тренінгу ми показали один із напрямків, як можна працювати над своїм ставленням до грошей, щоб

змінити своє фінансове благополуччя. Запропонований тренінг з формування ставлення до грошей для вимушених переселенців розроблено з урахуванням потреб у фінансовій грамотності та психологічній підтримці цієї категорії людей. Тренінг триває 5 днів, кожне заняття розраховане на 1-2 години та включає як теоретичні, так і практичні елементи, що дозволяє учасникам не лише засвоїти нові знання, але й відразу закріпити їх на практиці.

Тренінг спрямований на виявлення та трансформацію обмежуючих переконань щодо грошей, розвиток навичок ефективного управління фінансовими ресурсами, а також формування здорового ставлення до матеріального достатку. Використані методи, зокрема арт-терапія, гештальт-терапія, техніки візуалізації та коучингові практики, сприяють глибшому розумінню учасниками своїх фінансових установок та шляхів досягнення фінансової незалежності.

Практичні рекомендації, запропоновані під час тренінгу, включають вправи для усвідомлення власних ресурсів, постановки фінансових цілей, формування позитивних переконань про гроші та використання медитаційних технік для зміцнення фінансової впевненості. Завдяки цій програмі учасники мають змогу не лише зрозуміти й змінити своє ставлення до грошей, але й розробити конкретний план дій для досягнення матеріального достатку.

Підсумовуючи, можна припустити, що основні тенденції фінансових звичок українців включають:

- Збільшення заощаджень: через інфляцію та економічну невизначеність українці прагнуть зберігати гроші в стабільних активах, таких як іноземна валюта і золото.

- Зміни у витратах: люди зосереджені на купівлі товарів першої необхідності, скорочуючи витрати на непершочергові товари та послуги.

- Підтримка соціальної солідарності: незважаючи на фінансові труднощі, українці активно підтримують армію та волонтерські організації, що свідчить про високий рівень суспільної згуртованості.

- Вплив на малий і середній бізнес: війна змусила підприємців зосередитися на виживанні, ніж на розвитку, зменшуючи інвестиції та уникання надмірних ризиків.

Ставлення до грошей українців за кордоном формується під впливом нових економічних умов: вони активно надсилають гроші на батьківщину, стикаються з викликами інтеграції, розглядають інвестиційні можливості в Україні та знаходять підтримку в українських громадах. Довгостроково, війна змінює фінансову поведінку, сприяючи формуванню нових навичок ощадливості, змушує адаптувати економічну політику країни та посилює солідарність, що може призвести до появи нових форм соціальної та економічної підтримки.

Отже, війна в Україні суттєво вплинула на ставлення до грошей як в країні, так і серед українців за кордоном. Економічна поведінка зазнала змін через необхідність адаптації до нових реалій, викликаних конфліктом. Водночас зберігається високий рівень соціальної підтримки та згуртованості, що допомагає українцям справлятися з викликами і підтримувати економіку. Дослідження цієї теми є важливим для розуміння як поточних тенденцій, так і довгострокових наслідків для українського суспільства та економіки.

Програма формування ставлення до грошей для вимушених переселенців є важливим інструментом їхньої адаптації та фінансової стабільності. Основні напрями включають: фінансову грамотність (навчальні курси, інтерактивні семінари), психологічну підтримку (консультації та адаптаційні програми), кар'єрний розвиток (навчальні курси, стажування), підтримку підприємництва (менторство, мікrokредитування), інформаційну підтримку (ресурсні центри, онлайн-платформи), створення спільнот та мереж (громадські ініціативи), а також співпрацю з місцевою владою та організаціями.

Для досягнення максимальної ефективності програма повинна мати гнучку структуру, щоб легко адаптуватися до змінних потреб переселенців. Важливо постійно оцінювати її результативність через регулярний моніторинг

та збір відгуків від учасників, щоб розуміти, які елементи працюють найкраще і де потрібні зміни. Також програма має враховувати культурні особливості та різноманітний досвід переселенців, щоб створити для них комфортне середовище для адаптації та розвитку. Такий підхід сприятиме успішній інтеграції переселенців у нові умови життя та їх фінансовій стійкості.

ВИСНОВКИ

Сьогодні світ вступив у епоху повороту до нових життєвих цінностей, епоху зміни типу цивілізації, що особливо гостро ставить проблему вписування людини в нові реалії існування соціуму. Відбувається перехід не лише до нової стадії економічних відносин, нових підходів до пошуку людиною свого місця в світі, а й розвитку мислення, культури, нових підходів здобуття професійної освіти.

1. Визначено, що серед економічних ставлень особистості можна виділити: ставлення до грошей, ставлення до власності, цінних паперів та до праці. Формування ставлення до грошей особистості залежить від різноманітних факторів, серед яких можна виділити особистісні риси, систему цінностей, соціально-демографічні характеристики, соціально-економічний контекст, економічні умови, культурно-соціальні впливи, а також взаємини з іншими людьми та сприйняття матеріальних цінностей. Крім того, важливими факторами є індивідуальне ставлення до часу та грошей, групова економічна свідомість тощо.

Ставлення особистості до цінних паперів визначається різними факторами, включаючи психологічні, економічні та соціокультурні. Розглядаючи ці фактори, можна зрозуміти, що це ставлення є дуже індивідуалізованим і складається з раціональних та емоційних аспектів. Психологічні аспекти власності та інвестування впливають на фінансову поведінку людей і важливо розуміти їх, щоб приймати обдумані рішення у фінансовій сфері.

Крім того, важливо розглянути ставлення до праці. Результати праці людини залежать не тільки від її професійних навичок і фізичних можливостей, а й від того, як вона сприймає свою роботу. Це ставлення відображає прагнення людини використовувати свої знання і досвід для досягнення певних результатів. Розрізняються когнітивний, емоційний та мотиваційний аспекти ставлення особистості до праці.

2. Описано структуру ставлення до грошей. Структура сприйняття особистістю грошей складається з ряду ключових елементів: загальне ставлення до грошей, уявлення про них як інструмент для задоволення базових потреб, погляд на різні способи їхнього отримання та використання, а також оцінка видів діяльності, які допомагають заробляти гроші.

Дослідження структури ставлення до грошей розкриває комплексний підхід до цієї теми, що включає когнітивний, афективний та конативний компоненти. Когнітивний аспект відображає розуміння та переконання стосовно ролі грошей у житті, їх важливості та впливу на різні аспекти життя. Афективний компонент описує емоційні реакції та почуття, пов'язані з грошима, такі як задоволення від заробітку, стрес від фінансових проблем або радість від витрат. Конативний аспект відображає схильність до певних дій або рішень, пов'язаних з грошима, таких як збереження, інвестування чи витрати. Розуміння цих компонентів структури ставлення до грошей допомагає краще зрозуміти мотивації та поведінку людей у фінансовій сфері.

Враховуючи ці аспекти, можна розробляти ефективніші програми фінансової грамотності та політику, спрямовану на задоволення різних потреб суспільства.

Проаналізовано чинники ставлення до грошей. На поточному етапі розвитку психологічної науки відбувається формування складної системи чинників, які впливають на ставлення людей до грошей. Ці чинники можна розділити на дві основні категорії: індивідуальні (такі як вік та стать) і соціально-психологічні (які включають стадії економічної соціалізації, соціально-економічні та соціокультурні аспекти).

Аналізуючи чинник віку, можна визначити, що уявлення дітей про гроші відповідає їхнім віковим особливостям та можливостям усвідомлення економічних цінностей. У дитячих уявленнях про гроші відображено різні аспекти суспільного життя, включаючи соціально-економічні статуси, моральні аспекти та інші. Різниця в ставленні до грошей між підлітками і

молодшими школярами визначається їхніми потребами і переходом до нового сприйняття економічної реальності.

Ставлення до грошей молодих людей, а також гендерні відмінності у цьому питанні, відображають значущі аспекти психології економіки та соціальної психології. Виявлені різні підходи до грошей залежно від соціалізації, освіти та економічного статусу. Дослідження показують, що студенти з маскулінною гендерною ідентичністю частіше сприймають гроші як засіб досягнення успіху, тоді як студенти з фемінною ідентичністю можуть розглядати їх як благо чи зло. Однак зв'язок між фемінністю та ставленням до грошей є складним.

На формування ставлення до грошей впливають різні чинники, включаючи особистісні риси, ціннісні орієнтації, соціально-демографічні та соціально-економічні фактори. Також важливо враховувати гендерні відмінності та рівень соціальної підтримки.

Чинники, які впливають на ставлення людей до грошей розділено на три рівні: макрорівень, мезорівень та мікрорівень.

Соціокультурний чинник визначає не лише індивідуальне ставлення до грошей, але й колективні практики та звичаї, пов'язані з фінансовою поведінкою. Це робить його важливим аспектом у розумінні фінансових ринків та економічного розвитку в цілому. Крім того, історичний та економічний контекст також може впливати на сприйняття грошей у різних культурах. Наприклад, у країнах з високим рівнем економічного розвитку та життя може бути більше наголосу на особистій матеріальній успішності та незалежності, тоді як у країнах з низьким рівнем економічного розвитку може бути більше уваги приділено колективному благополуччю та взаємній підтримці.

3. Проаналізовано методики дослідження ставлення до грошей. В роботі висвітлено різноманітні методи, включаючи метод теоретичного аналізу і узагальнення наукових джерел, що стосуються обраної теми та методи психолого-діагностичного дослідження: методика «Діагностика соціально-

психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб» О.Потьомкіна; ціннісний опитувальник Ш.Шварца; шкала грошових уявлень та поведінки А.Фернема; авторська анкета Специфіка ставлення до грошей та шкала монетарної етики Т.Танга.

Загальний висновок за результатами дослідження підкреслює основні аспекти соціально-психологічних і фінансових установок респондентів, оцінених за допомогою методик О. Потьомкіної, Ш. Шварца, А. Фернема, Т. Танга та авторської анкети. Дослідження дало змогу виявити, що більшість респондентів демонструють збалансовані мотиваційні установки, поєднуючи особисті інтереси з соціальними цінностями.

Методика О. Потьомкіної виявила, що 56,67% респондентів не мають чіткої схильності до альтруїзму чи егоїзму, тоді як 26,67% орієнтовані на егоїзм, і 16,67% – на альтруїзм. За шкалою "Процес – Результат" 71,67% респондентів орієнтовані на результат, лише 13,33% – на процес, і 15% не виявляють чіткої мотивації.

Ціннісний опитувальник Ш. Шварца вказує на значущість таких цінностей, як безпека (середній бал 22,18), доброта (22,45), універсалізм (37,95) та досягнення (18,77). Це підкреслює орієнтацію респондентів на стабільність, соціальну підтримку та гармонійні соціальні зв'язки.

Методика А. Фернема щодо фінансових установок показала, що середній рівень "грошової одержимості" становить лише 12,95, що свідчить про нейтральне ставлення до грошей як основної цінності.

Опитувальник Т. Танга також підтвердив середній рівень "грошової одержимості", де гроші не є домінуючим аспектом цінностей респондентів. Середній показник – 14,20 – демонструє помірну орієнтацію на гроші.

Авторська анкета виявила, що більшість респондентів зазначили зміни в ставленні до грошей через воєнні дії (77,5% в Україні та 85% в Європі), що свідчить про вплив кризових умов на фінансові установки.

Кореляційний аналіз за методом Пірсона виявив три статистично значущі зв'язки: між "Грошова одержимість" і "Владою" ($r=0,88$), "Безпекою"

і "Владою" ($r=0,75$), а також "Комфорт" і "Влада" ($r=0,85$), що підкреслює важливість влади в ціннісних орієнтаціях респондентів. Помірні зв'язки між "Безпека" та "Грошова одержимість" ($r=0,61$) і "Стимуляція" та "Владою" ($r=0,18$) також мають місце. Інші зв'язки є слабкими або незначущими, що свідчить про їхню обмежену взаємозалежність у структурі цінностей.

Детальний аналіз t-критерію Стьюдента показав, що серед досліджуваних статистично значущими характеристиками є схильність до процесу (темп=11.71), повторна схильність не визначена (темп=6.41). Схильність до альтруїзму продемонструвала найвищі значення за всіма показниками, що підкреслює її домінування серед досліджуваних установок (темп. = 16.53, 13.81, 12.66). Альтруїсти орієнтовані на допомогу іншим, що відрізняє їх від егоїстів, для яких пріоритетом є власні інтереси, а статистично значущі розбіжності між цими групами підтверджують різницю у мотиваційній спрямованості. Загалом результати акцентують на важливості альтруїзму як провідної установки, тоді як егоїзм займає менш виражену позицію.

Отримані результати свідчать, що більшість респондентів має гнучку і збалансовану мотиваційну структуру, де власні інтереси поєднуються з соціально прийнятними цінностями. Перевага орієнтації на результат та високі показники безпеки і доброти вказують на адаптивність до кризових умов і прагнення до гармонійних соціальних зв'язків, що є особливо важливим в умовах вимушеного переселення.

4. Дослідження показало, що обережне ставлення до фінансів доповнюється змінами в психологічному налаштуванні: респонденти схильні до короткострокових рішень, зменшуючи інтерес до довгострокових інвестицій. Виявилось, що війна також впливає на малий і середній бізнес, який переважно фокусується на збереженні ліквідності та виживанні. Люди стали уникати надмірних ризиків, що підтверджує загальну тенденцію обережності.

В умовах війни та економічних потрясінь фінансове ставлення вимушених переселенців та українців за кордоном набуває нових аспектів, зокрема через зміну пріоритетів та адаптацію до нових умов. Основними рекомендаціями для покращення ставлення до грошей є підвищення рівня фінансової грамотності через навчальні програми та інтерактивні заходи, спрямовані на раціональне використання ресурсів. Важливо забезпечити психологічну підтримку, спрямовану на подолання стресу і фінансової нестабільності, а також сприяти інтеграції переселенців у місцеві громади та ринки праці. Для українців за кордоном ключовими факторами залишаються грошові перекази, соціальна підтримка в діаспорі та інвестиційний інтерес до України. Ці заходи дозволять не лише стабілізувати фінансове становище, але й забезпечити довгострокову соціально-економічну інтеграцію переселенців та мігрантів у нових умовах.

5. Проведений тренінг підтвердив, що нестабільні соціально-економічні обставини, спричинені війною, суттєво впливають на фінансові та психологічні установки громадян. За результатами аналізу, респонденти стали більш обережними у витратах і зберіганні коштів, переорієнтовуючи пріоритети на безпеку та товари першої необхідності. Підтвердилось, що перевага надається стабільнішим активам, таким як іноземна валюта та золото, для захисту від інфляційних ризиків.

Підводячи підсумок наведених вище досліджень та методик, можна сказати, що використання грошей піддавалося впливу психосоціальних норм і соціальних цінностей. Наприклад, коли мова йде про подарунок у грошовій формі, очікування можуть змінюватися, оскільки гроші можуть ущемити значення самого подарунка. Якщо подарувати гроші, вони можуть оцінюватися удвічі вище, ніж цінність планованого подарунка.

Психосоціальні норми, що пов'язані з використанням грошей, зазнають змін з часом. Наприклад, певні практики, такі як шлюбні контракти, страхування життя або здача крові за гроші, які раніше вважалися

неприйнятними, на сьогоднішній день можуть бути прийняті, тоді як позика грошей знайомим під відсотки може сприйматися як неприпустима.

Ця тема потребує подальшого дослідження, адже вона відкриває нові й цікаві аспекти, пов'язані з впливом психосоціальних норм, економічного становища та культурних особливостей на ставлення до грошей. Особливо актуальним є вивчення грошових установок вимушених переселенців, оскільки їхні фінансові рішення формуються під впливом стресових обставин, змін соціального оточення та необхідності адаптації до нових умов. Аналіз таких специфічних аспектів може допомогти зрозуміти, як економічна поведінка поєднується із ціннісними орієнтирами та емоційними реакціями у кризових ситуаціях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Авер'янова Г. В. Москаленко Особливості економічної соціалізації молоді в умовах трансформації українського суспільства. Соціально-психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. К.: Укр. центр політичного менеджменту, 2003. С. 296 – 318.
2. Авер'янова Г. М. Кишенькові гроші як фактор економічної соціалізації підлітків. Психологія : зб. наук. праць. К.: НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2002. Вип.18. С. 87–96.
3. Антонова З. О. Соціально-психологічні особливості економічної соціалізації підлітків. Автореф. Дис. канд. психол. наук -19.00.05. Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Київ, 2011. 19 с.
4. Безпрозванна Т.А. Особливості генезису грошової культури сучасності. Культурологія. 2020. Випуск 42 (55). С 153-159.
5. Болотова В.О., Байдак Т.М Ціннісні орієнтації трьох поколінь (досвід соціологічного дослідження). 2017. с.4.
6. Бондаренко О., Співак І. Вплив українських мігрантів на економіку країн-рецепієнтів.2022.:https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Migration_impact_2022-12-15.pdf?v=4[in Ukrainian]-публік.
7. Бочелюк В. Й. Психологічні аспекти прогнозування поведінки особистості. Вісник Одеського Національного університету імені І. І. Мечникова. Т.16. Вип. 12 : Психологія. Одеса, 2011. С. 21–26.
8. Бочелюк В. Й. Особистісне зростання персоналу як проблема психології управління. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Т. 2 : Психологічні науки, 2011. Вип. 4. С. 263- 272.
9. Бутко М.П., Неживенко А.П., Пепа Т.В. Економічна психологія: навчальний посібник. Київ, 2016. 232 с.
10. Васильєв, В. М. Міграційна політика та економічна інтеграція українців за кордоном. Харків: Фоліо.2021.
11. Васильєв, В. М. Аналіз міграційної політики та економічної інтеграції українських переселенців, з акцентом на фінансові аспекти. Монографія 2021.

12. Власова-Чмерук О., Юдко А. Зв'язок задоволеності життям зі ставленням до грошей у осіб юнацького віку. Психологія особистості. 2019. №1 (10). С. 123-128.
13. Вінницька О., Чвертко Л. Інструменти забезпечення соціальної та економічної інклюзії вимушених переселенців в умовах російської агресії проти України., 2023 9 (публік).
14. Габбард Р. Глен Р. Гроші, фінансова система та економіка : підручник ; пер. з англ. наук. ред. пер. М. Савлук, Д. Олесневич. К. : КНЕУ, 2004. С. 50–54.
15. Гаркуша І.В. Основні типи ставлення особистості до грошей. Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Педагогічні науки. Серія «Педагогіка і психологія». 2018. №2 (16). С. 40-45.
16. Головка, О. В. Економічна поведінка українських мігрантів: проблеми та перспективи. Економічний огляд, 2019.30(3), С 34-50.
17. Головка, О. В. Вивчення проблем і перспектив економічної поведінки українських мігрантів. Монографія. 2019.
18. Горенко О. Боротьба з бідністю як орієнтир про європейської політики. Політичний менеджмент. 2003. № 2, С. 107 — 121.
19. Гусєв, С. І. Економічні стратегії українських мігрантів та їхній вплив на економіку України. Одеса: Астропринт. Наукова публікація. 2019.
20. Гусєва О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С., Хлевицька Т.Б. Психологія підприємництва та бізнесу: навчальний посібник. Київ, 2019. 257 с.
21. Данильченко Т. В. Суб'єктивне соціальне благополуччя як психологічний феномен. Психологічні перспективи. 2016. Вип. 28. С. 93-107.
22. Данчева О. В. Швалб Ю. М. Практична психологія в економіці та бізнесі. К. : Лібра, 1998. 270 с
23. Дейнека О. С. Символізація грошей: досвід емпіричного дослідження. Проблеми економічної психології. Т. 1 ред. Журавльов О. Л., Купрійченко Б. Б. М. : Інститут психології РАН, 2004. С. 207–241.
24. Державна служба статистики України. 2023. «Статистичні звіти та дані»,

ukrstat.gov.ua.

25. Дяченко, О. Ю. *Економічний вплив грошових переказів українських мігрантів на економіку країни*. Наукові записки Київського університету, 2021.34 (2), С 112-125.
26. Зубіашвілі І.К. Економічна соціалізація старшокласників: гендерний аспект. Вісник Київського нац. університету ім.Тараса Шевченка: сер.: Психологія. Педагогіка. Соціальна робота . 2012 . Вип. 4 . С. 13-17.
27. Зубіашвілі І.К. Соціально-психологічна сутність грошей. Соціальна психологія. 2008. № 1 (27). С. 128–141.
28. Зубіашвілі І.К. Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації. Соціальна психологія. 2008. №5. С. 109-122.
29. Зубіашвілі І. К., Дембицька Н.М., Лавренко О.В., Москаленко В.В. Ставлення до грошей як чинник економічної культури старшокласників. Соціально-психологічні закономірності становлення економічної культури молоді: монографія. Київ, 2015. С. 302-308.
30. Зубіашвілі І.К. Соціально-психологічні особливості грошей ХХІ століття: Альтернативні моделі розвитку суспільства. Третя світова теорія : зб. наук. праць за матеріалами VI Міжнар. наук.-теор. конф. (Київ, 8–9 черв. 2007 р.). К. : Фенікс, 2007. С. 232–237.
31. Зубіашвілі І. К. Проблема монетарних відносин особистісно зрілих людей у сучасній психології. Наукові записки Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / за ред. С. Д. Максименка. К., 2007. Вип. 32. С. 116–123.
32. 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. К., 2009. 16 с.
33. Ілляхова М.В. Залежність цінності грошей від часосприйняття. Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей: Матеріали IV Міжнародних філософсько-економічних читань (18-20 травня 2011 року, Львів). Львів, 2011. С. 417-423.
34. Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України (2022). *«Наукові*

публікації про соціальні та економічні зміни.» demograph.com.ua.

35. Карамушка Л., Креденцер О., Паршак О. Основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2020. №4 (21). С. 49-59.
36. Карамушка Л.М., Ходакевич О.Г. Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей: монографія . Київ: КНЕУ, 2017. 200 с. ISBN 978-966-926-183-3
37. Карамушка Л.М., Толков О.С. Формування психологічної готовності персоналу вищої школи до діяльності в умовах соціально-економічних змін : монографія. Кам'янець-Подільський : Медобори-2006, 2013. 260 с.
38. Карпенко Г. В. Психологія праці та вибір професії : навч.-метод. посіб. Суми : Унів. кн., 2008. 167 с.
39. Кейнс Дж. М. Трактат про грошову реформу. Загальна теорія зайнятості, процента та грошей / Дж. М. Кейнс. К. : АУБ, 1999.
40. Кожевнікова І.І. Психологічний аналіз відношення до грошей економічно успішних людей. Теоретичні і прикладні проблеми психології. 2006. №3 (14). С. 120-124.
41. Комарова О.О., Братченко Л.Є. Гроші як чинник соціально-психологічного впливу на людей у сучасному суспільстві. Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. 2019. Випуск 83. С. 125-133.
42. 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. К., 2005. Т. VII. Вип. 3. С. 164– 170.
43. Кубай, І. В. Огляд економічної адаптації мігрантів, зокрема українців, в умовах глобалізації та криз, включаючи аспекти фінансової поведінки. Київ, 2017.
44. Курилишин М., Гупаловська В.А. Монетарні установки жінок із різними кар'єрними орієнтаціями. Психологічні проблеми сучасності: Тези XII науково-практичної конференції студентів та молодих вчених. Львів, 2015. С. 30-33.

45. Кушнерчук М.О. Ставлення студентської молоді до грошей. Психосоціальний вимір буття особистості в сучасному суспільстві. Збірник тез конференції. Львів, 2016. С. 47-50.
46. Лавренко О. В. Економічні настановлення як чинник становлення суб'єкта економічної соціалізації. Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць Інституту 156 психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. Т. 13, част. 3. К., 2011. С. 211–219.
47. Левицька Н. С. Дослідження економічної соціалізації особистості в зарубіжній та вітчизняній літературі. Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. Т. 13, част. 3. К., 2011. С. 226–233.
48. Литвиненко, М. В. Фінансові поведінкові аспекти українських переселенців в умовах війни. Журнал економічної теорії, 2020 25(4), С 78-92.
49. Литвиненко, М. В. Дослідження фінансових поведінкових аспектів та економічної адаптації українських переселенців в умовах війни. Монографія. 2020.
50. Ложкін Г.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія: навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. Київ, 2014. 412с.
51. Ложкін Г. В., Спасенніков. В.В. Економічна психологія : навч. посіб. К. : Професіонал, 2007. 397 с.
52. Максименко С. Д. Особистість у вимірі економіки. Соціальна психологія. 2004. № 4(6), С. 184-186.
53. Максименко С. Д., Карамушка Л.М., О. В. Креденцер О.В. Актуальні проблеми розвитку економічної психології в Україні. Актуальні проблеми психології. Том 1 : Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія :зб. наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. К. : А.С.К., 2010. Ч. 27. С. 31.
54. Малиновська О.А., «Міграційна політика: теоретичні підходи та напрями наукового аналізу» ISSN 2072-9480. Демографія та соціальна економіка, 2018, № 2 (33) С .29-30.

55. Міжнародна організація з міграції. «*Migration and Economic Behaviour Reports*», (2023) iom.int.
56. Мельник О. М. Міграція та економічна інтеграція українців в умовах глобальних криз. Запоріжжя: Логос. 2022.
57. Мельник О. М. Аналіз впливу глобальних криз на економічну інтеграцію українців за кордоном, зокрема їх фінансові звички та заощадження. Наук.публ. 2022.
58. Москаленко В.В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна Модель. Соціальна психологія, 2006. №3 (17). С. 3-17.
59. Москаленко В.В. Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект. К. : Український центр політичного менеджменту, 2008. 336 с.
60. Москаленко В.В. Соціалізація особистості: монографія. К.: Фенікс, 2013. С. 540.
61. Москаленко В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології. Соціальна психологія. 2004. №3. С. 3-21.
62. Моляко В. О. Творчий потенціал людини як психологічна проблема. Обдарована дитина. 2005. № 6. С. 2–9.
63. Мяленко В.В. Соціально-психологічні механізми фінансової поведінки молоді: Автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.05. Інститут соціальної та політичної психології АПН України. Київ, 2008. 20 с.
64. Нестеренко, І. П. Міграція та фінансові стратегії: український контекст. Соціальні науки і гуманітаристика, 2022.41(1), С. 45-59.
65. Нестеренко, І. П. *Аналіз фінансових стратегій українців у процесі міграції та адаптації в нових умовах*. Монографія. 2022.
66. Нікітіна О. П. Дослідження взаємозв'язку мотивів навчальної діяльності студентів та психологічних особливостей ставлення до грошей. Вісник ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. Психологія. Харків : ХНПУ, 2011. Вип. 40. С. 168–175.
67. Нікітіна О. П. Дослідження психологічних компонентів ставлення до грошей в юнацькому віці. Вісник ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. Психологія. Харків : ХНПУ, 2010. Вип. 33. С. 175–183.
68. Нікітіна О. П. Психологічний аналіз взаємозв'язку ставлення до грошей та

- спрямованості особистості як системо-утворюючої характеристики юнака. Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка. Т. XIII. Част. I. К. : ГНОЗІС, 2011. С. 294-301.
69. Нікітіна О.П. Психологічні особливості простору значень грошей у свідомості іноземних студентів. Психологічні науки: збірник наукових праць. 2013. Том 2. Випуск 10 (91). С. 222-227.
70. Нікітіна О.П., Хомуленко Т.Б., Іванченко А.Д. Психологія монетарної спрямованості особистості. Монографія. Харків. 2020.
71. Никоненко О. *Психологічні особливості монетарної соціалізації студентської молоді*: автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.05; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. - Київ, 2018. 20 с
72. Никоненко О. Шевченко А. *Практичні аспекти зміцнення психологічного благополуччя підприємців в умовах війни* Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 3(71). С. 159-168.
73. Никоненко О.В. *Психологічні особливості монетарної поведінки в різні вікові періоди. Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку*. Тези доповідей IV Міжнародної конференції (7 грудня 2022р., м. Київ). Київ: Університет «КРОК», 2022.
74. Паршак О.І. Вплив соціально-демографічних та організаційно-професійних характеристик персоналу комерційних організацій на його оцінку способів отримання грошей. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2019, №1 (16). С. 64-73.
75. Паршак О.І. *Психологічні особливості ставлення до грошей персоналу комерційних організацій*: дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата психологічних наук за спеціальністю 19.00.10 організаційна психологія; економічна психологія. Київ, 2021. 300 с.
76. Паршак О. І. *До питання про психологію грошей. Психологія у XXI столітті: перспективи розвитку* : м-ли VI Костюківських читань (28–29 січня 2003 року). Т. 2. К. : Міленіум 2003. 404 с.

77. Петровська Т. В. Соціально-психологічні фактори економічної поведінки. Соціальна психологія. 2004. № 4. С. 23-27.
78. Радченко, Н. А. Специфічні дослідження фінансової поведінки українських мігрантів під час війни. Наук.публікація. 2022.
79. Рибалка В. В. Психологія праці особистості : навч.-метод. посіб. К. : Київ. міськ. пед. ун-т ім. Б. Д. Грінченка, 2006. 59 с.
80. Савлук М.І., Мороз А.М., Лазепко І.М. Гроші та кредит : підручник ; за наук. ред. Савлука М.І. 6-те вид., перероб. і доп.. К. :КНЕУ, 2011 .589, [3] с.
81. Савченко, В. М. Соціально-економічні аспекти життя українських трудових мігрантів. Львів: Видавництво Львівської політехніки. 2020.
82. Савченко, В. М. Дослідження соціально-економічних умов українських мігрантів, включаючи їх фінансові стратегії та ставлення до грошей. 2020.
83. Сімків М.В. *Гроші як соціально-психологічний феномен*. Молодий вчений. 2015. № 10 (25). Частина 2. С. 191-194.
84. Сімків М.В. *Модифікований варіант методики А. Фернема «Шкала грошових уявлень та поведінки» (ШГУП)*. Освіта регіону. 2012. №2.
85. Сімків М.В. Соціально-психологічні аспекти ставлення до грошей. Соціогуманітарні проблеми людини. 2010. №5. С. 209-217.
86. 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.
87. Сімків М. В. Тип ставлення до оточуючих як чинник монетарних установок. Проблеми сучасної психології : зб. наук. праць Кам'янець-Подільського національний університет імені Івана Огієнка ; Інституту психології імені Г. С. Костюка АПН України ; за ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої. Вип. 10. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2010. С. 720–731.
88. Сміт А. Дослідження про природу і причини багатства народів. Кн. Перша: Вип. 89, 1998. 256 с.
89. Скринник З. Е. *У грошей своя філософія*. Вісник Національного банку України.

2005, №10. С.44 – 47.

90. Скринник З. Е. *Гроші у вимірах комунікативних практик : соціокультурний аспект* : монографія. Львів; ЛБІ НБУ, 2006. 335 с.
91. Смовженко Т.С., Соколинський В.М., Скринник З.С. *Соціальні функції грошей у контекстах філософсько-економічного дослідження. Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей*: Матеріали IV Міжнародних філософсько-економічних читань (18–20 травня 2011 року, Львів). Львів, 2011. С. 6-15.
92. Туган-Барановський М. І. Паперові гроші та метал. К. : КНЕУ, 2004. С. 200.
93. Український інститут майбутнього *«Інвестиційні тренди та аналіз»*, (2023) uifuture.org.
94. Харіна О.Є. Ставлення до грошей сучасного студентства. Роль особистості у формуванні соціальних відносин у сучасному суспільстві: збірник наукових праць / За загальною ред. Ківенко Н.В. Ірпінь, 2014. С. 170-176.
95. Ходакевич О. Г. Психологія грошей: проблеми і перспективи сучасних досліджень. Психологія і соціологія в бізнесі: актуальні проблеми сучасності: м - ли Другого міжнародного конгресу (20–21 квітня 2007 року, БГПУ). Мн. : Бестпрінт, 2007. С. 70-72.
96. Ходакевич О. Г., Карамушки Л. М., Максименка С. Д. Психологія грошей: теоретико-методологічні основи дослідження. Актуальні проблеми психології. Том 1: Соціальна психологія. Організаційна психологія. Економічна психологія. К., 2005. Вип. 16. С. 99-103.
97. Ходакевич О. Г. Аналіз чинників впливу на роль грошей у життєдіяльності студентів. Психологія організаційного розвитку сучасних організацій у сфері освіти, промисловості та бізнесу : тези VIII Міжнародної конференції з організаційної та економічної психології (4–6 жовтня 2012 р., м. Алчевськ) / за наук. ред. Максименка С.Д., Карамушки Л.М. К. Алчевськ : ДонДТУ ; Центр планування кар'єри, 2012. С. 112- 114
98. Ходакевич О. Г. *Молодь, гроші, інноваційна діяльність: проблеми взаємозв'язку. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні* : м-ли V Міжнародного бізнесфоруму (Київ, 22 березня 2012 р.) / [відп. ред. А. А.

- Мазаракі]. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. С. 259-260.
99. Ходакевич О. Г. Актуальні питання психології грошей. Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць / за ред. С. Д. Максименка. Т. VII, вип. 4. К., 2015. С. 279-285.
100. Ходакевич О. Г. Оцінка студентами функціональної ролі грошей: вплив соціально-демографічних, соціально-професійних та соціально-економічних чинників. Теоретичні і прикладні проблеми психології : зб. наук праць Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля. Луганськ, 2013. № 1 (30). С. 406- 412.
101. Ходакевич О. Г., Карамушка Л.М. Ставлення до грошей: вітчизняний та зарубіжний досвід досліджень. Актуальні проблеми психології. Том 1 : Соціальна психологія. Організаційна психологія. Економічна психологія : зб. наукових праць / за ред. Максименка С. Д., Карамушки Л. М. К., 2006. Вип. 17. С. 81-85.
102. Ходакевич О. Г. *Ставлення особистості до грошей в умовах соціально-економічних змін : тези// Психологічні основи ефективної діяльності організацій в умовах соціально-економічних змін: тези IV наук.-практ. конф. з організаційної та економічної психології (23–24 листопада 2006 р., м. Київ) / за наук. ред. Карамушки Л.М. К. : Наук. світ, 2006. С. 15-16.*
103. Ходакевич О. Г. Чинники використання студентами різних видів діяльності для заробляння грошей. Актуальні проблеми психології : зб. наук. праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. К. : А.С.К., 2012. Т. 1 : Організаційна психологія. Соціальна психологія. Економічна психологія / за ред. Максименка С.Д., Карамушки Л.М. 2012. Вип. 36. С. 296- 301.
104. Центр Разумкова. *«Соціологічні дослідження та опитування»*. 2023р. razumkov.org.ua.
105. Шамне А.В. Ставлення до грошей, монетарні установки і цінності сучасної молоді України. Проблеми сучасної психології. 2018. №1. С. 189-195.
106. Шевченко, Л. В. Адаптація та фінансова поведінка українських мігрантів у Європейському Союзі. Київ: Ліра-К.2021.

107. Шкребець М. С. Специфіка грошової культури української молоді. *Молодь в умовах нової соціальної перспективи*. Матеріали VIII Міжнародної науково–практичної конференції. (Житомир, 17–18 травня 2006 р.). Част. 1. Житомир, 2006. С. 50- 52.
108. Шеремет К.А., Сингаївська І.В. *Психокорекція монетарних установок особистості. Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку: тези доповідей III Міжнародної конференції* (Київ, 02 грудня 2021 р.). К.: Університет "КРОК", 2021.
109. Юрій С.І., Кізима Т.О. Фінансова грамотність населення в діалектиці сучасних освітніх тенденцій. *Фінанси України*. 2012. №2. С. 16-25.
110. Яновська С.Г., Туренко Р.Л., Фоломеєва Г.В. *Емоційне ставлення до грошей студентів, які суб'єктивно готові до фінансового самозабезпечення*. Вісник Харківського національного університету. Серія «Психологія». 2011. №959. С. 212-215.
111. Arnaud G. Money as Signifier. A Lacanian Insight into the Monetary Order / Gilles Arnaud. *Free Associations*.—2003. Volume 10. Part 1. No. 53. P. 25- 43.
112. Burgess S. M., Battersby N, Gebhardt L., Steven S. Money Attitudes and Innovative Consumer Behavior: Hedge Funds in South Africa. *Advances in Consumer Research*. 2005. Volume 32. P. 315- 321.
113. Durvasula S., Unnithan, A.B., Purani K., Lysonski S. Money Attitudes, Materialism, and Achievement Vanity: An Investigation of Young Chinese Consumers' Perceptions. *Proceedings of the Marketing and Society Conference (8–10 April 2007)*. Part VI. Consumer markets & Marketing. Calicut: Indian Institute of Management, 2007. P. 497- 499.
114. Farid M. The relevance of transition to free market, attitude towards money, locus of control, and attitude towards risk to entrepreneurs: a cross–cultural empirical comparison. *International Journal of Entrepreneurship*. 2007. Volume 11. P. 75- 90
115. Jhang, F.H. The Five Dimensions of Money Attitudes and Their Link to Changes in Life Satisfaction Among Taiwanese Adolescents in Poverty. *Applied Research*

- Quality Life. 2018. № 13. P. 399- 418. <https://doi.org/10.1007/s11482-017-9531-x>.
116. Furnham, A., Okamura R. Your Money or Your Life: Behavioral and Emotional Predictors of Money Pathology. *Human Relations*. 1999, Vol. 52.No.9. P. 1157-1177.
117. Furnham, A. (1983). Inflation and the estimated sizes of notes. *Journal of Economic Psychology*, 4, 349-52.
118. Furnham, A. *The New Psychology of Money*. Routledge, London and New York. 2014.
119. Furnham, A., & Milner, R. Parent's Beliefs and Behaviours about the Economic Socialisation, through Allowances. Pocket Money, of Their Children. *Psychology*. 2017. № 8, P. 1216-1228. <https://doi.org/10.4236/psych.2017.88078>
120. Lea S. E. G., Stephen E. G. Lea, P. Webley Money as tool, money as drug: The biological psychology of a strong incentive. *Behavioral and Brain Sciences*. 2006. V.29. P. 161- 209.
121. Leder, J., Pastukhov, A. & Schütz, A. Sharing with a stranger: people are more generous with time than money, *Comprehensive Results in Social Psychology*. 2020. DOI: 10.1080/23743603.2020.1831377
122. Moscovici S. The phenomenon of social representations. *Soc. Representations* Eds. R.M. Farr, S. Moscovici. Cambridge: Cambridge University Press,1984. P. 3-69.
123. Norvilitis Jill M.,Michael G. MacLean The role of parents in college students' financial behaviors and attitudes. *Journal of Economic Psychology*. Volume 31. Issue 1, February 2010. P. 55- 63
124. Pekdemir, I., Donmez-Turan, A. The Relationships Among Love of Money, Machiavellianism and Unethical Behavior. *Canadian Social Science*. 2015. № 11. P. 48-59.
125. Simmel, G. *The Philosophy of Money*; ed. by D. Frisby ; translated by T. Bottomore and D. Frisby. [3rd enlarged edition]. London : Routledge, 2004. 543 p.
126. Thomas Li-Ping Tang, Roberto Luna- Arocas, Toto Sutarso, David Shin-Hsiung Tang Does the love of money moderate and mediate the income-pay satisfaction relationship? *Journal of Managerial Psychology*. 2004. Volume 19. Issue 2. P.111-

- 135.
127. Tang T. The meaning of money revisited J. of Organizational Behavior, 1992. № 13. P. 197- 202.
128. Tang, T. The meaning of money: extension and exploration of the money ethic scale. Journal of Organizational Behavior. 1993. Vol. 14. P. 93- 109.
129. Tatzel M., Miriam Tatzel «Money worlds» and well-being: An integration of money dispositions, materialism and price-related behavior. Journal of Economic Psychology. 2002. Vol. 23. P. 103- 126.
130. Vohs, K. Money priming can change people’s thoughts, feelings, motivations, and behaviors: An update on 10 years of experiments. Journal of Experimental Psychology:General. 2015. № 144(4). P. 86-93. <https://doi.org/10.1037/xge0000091>
131. Vogler, C., J. Pahl Money, power, and inequality within marriage . Sociol. Review. 1994. Vol. 42. P. 263- 88.
132. Yamauchi K.T. The development of a money attitude scale. Journal of Personality Assessment. 1982. Vol. 46, № 5. P. 522- 528.

Всього джерел – 132

Джерел за останні десять років – 56

Джерел зарубіжних авторів за останні десять років -6 (115, 118, 119, 121, 124, 130).

Джерел українських авторів за останні десять років – 50 (4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20, 21,24, 25, 29, 34,35, 37, 41, 43, 44, 45, 48, 49, 50, 54, 55, 56, 57, 64, 65, 70, 71, 72, 73, 74, 75,78, 81, 82, 83, 93, 94, 99, 104, 105, 106, 108).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК А

Методика А. Фернема: «Шкала грошових уявлень та поведінки»

Після проведення дослідження підраховують суму сирих балів, які набрав досліджуваний за кожний тип ставлення до грошей (шкалу). Кількість балів відповідає обраному варіанту відповіді (від 1 до 5). Після чого сирі бали переводять у стандартизовані Т – бали (стени).

1. Я часто купую непотрібні мені речі або ті, які не хочу купувати, тільки тому, що їх стало менше у продажу або на них є знижка.

2. Інколи я купую речі, яких не потребую або які не хочу купувати, тільки тому, що вони модні і щоб справити враження на інших.

3. Навіть якщо у мене достатньо грошей, я відчуваю провину, коли витрачаю гроші на необхідні речі, наприклад, одяг.

4. Щоразу, коли я роблю покупку, я знаю, що люди використовують мене.

5. Я часто витрачаю гроші на інших, навіть безглуздо (бездумно), проте дуже неохоче на себе.

6. Я часто кажу: «Не можу собі цього дозволити», незалежно від того, чи так це є насправді.

7. Я завжди знаю, скільки грошей у моєму гаманці чи кишені з точністю до копійки.

8. Я часто маю труднощі, коли приймаю рішення щодо грошових витрат, незалежно від суми.

9. Я відчуваю необхідність сперечатись або торгуватись стосовно ціни майже всього, що я купую.

10. Якщо б я мав вибір, я б надав перевагу щотижневій, а не щомісячній оплаті праці.

11. Я завжди знаю, скільки грошей лежить на моєму рахунку в банку.

12. Якщо в кінці місяця (тижня) у мене залишаються гроші, я почуваю себе некомфортно, доки все не витрачу.

13. Я інколи «купую» дружбу: я дуже щедрий/ щедра з тими, кому хочу сподобатись.

14. Я часто почуваю себе «нижче» тих людей, у кого більше грошей, навіть якщо я знаю, що вони нічого не зробили для того, щоб їх отримати.

15. Я часто використовую гроші в якості зброї, щоб керувати або залякати тих, хто мені заважає.

16. Інколи я відчуваю свою перевагу над тими людьми, у кого менше грошей, незалежно від їхніх здібностей та досягнень.

17. Я твердо переконаний, що гроші можуть вирішити всі мої проблеми.

18. Коли мене запитують про моє фінансове становище, я зазвичай відчуваю тривогу і займаю захисну позицію.

19. Коли я щось купую, я в першу чергу думаю про ціну.

20. Я вважаю, що запитувати людину про її зарплату не культурно.

21. Я почуваю себе невдахою (дурнем), коли заплатив за будь – що більше, ніж сусід.

22. Я вважаю за краще накопичувати гроші, оскільки у будь – який момент може щось трапитись, і мені потрібна буде готівка.

23. Скільки би я не зекономив, завжди буде мало.

24. Я вважаю, що гроші – це єдине, на що можна розраховувати.

25. Що стосується того, що можна купити за гроші, я вважаю: купити можна рівно стільки, за скільки заплачено.

26. Я вважаю, що гроші дають людині велику владу.

27. Я завжди вчасно оплачую рахунки (за телефон, воду, електроенергію та ін.).

28. На мою думку, час, який не використаний на «заробляння грошей», є змарнованим.

29. Я інколи оплачую рахунок у ресторані чи магазині, навіть якщо мені здається, що мене обрахували, оскільки я боюся викликати гнів офіціанта або продавця.

30. Якщо мені заборгували гроші, я боюсь нагадувати про це.

31. Я не люблю позичати гроші в інших (за винятком банку) і беру в борг лише в ситуації абсолютної необхідності.

32. Я вважаю, що краще не давати грошей у борг.

33. Мої фінансові справи є кращими, ніж думає більшість моїх друзів.

34. Я готовий практично на все в рамках закону, тільки б було достатньо грошей.

35. Я вважаю, що краще тратити гроші на речі довготривалого використання, а не на товари, які швидко псуються (продукти харчування, квіти).

36. Я горджусь своїми фінансовими успіхами – зарплатою, багатством, інвестиціями та ін., нехай мої друзі про це знають.

37. Мої фінансові справи гірші, ніж думає про це більшість моїх друзів.

38. У більшості моїх друзів грошей менше, ніж у мене.

39. Я вважаю, що приховувати подробиці мого фінансового становища від друзів та родичів – це розсудливо.

40. Гроші часто стають причиною суперечок з моїм партнером (чоловіком/дружиною, коханим/коханою).

41. Я вважаю, що мій теперішній дохід набагато нижчий від того, який я заслуговую на цій роботі.

42. Я вважаю, що я погано контролюю своє фінансове становище і не можу його змінити.

43. Я думаю про гроші набагато частіше, ніж більшість знайомих мені людей.

44. Я постійно хвилююсь за своє фінансове становище.

45. Я часто фантазую про гроші і про те, що з ними можна зробити.

46. Я горджусь своїм умінням економити гроші.

47. В Україні людей порівнюють за кількістю грошей.

Анкета «Специфіка ставлення до грошей»

1. Що для Вас гроші?
 - а) засіб виживання;
 - б) засіб задоволення;
 - в) те без чого не можливе життя.
2. Як часто ви витрачаєте на себе та своє задоволення?
 - а) часто;
 - б) не часто;
 - в) взагалі не трачу на себе кошти.
3. Максимальна сума грошей, яку Ви можете потратити на себе в день?
 - а) 1000грн +;
 - б) 10000 +;
 - в) інше.
4. Чи отримуєте Ви задоволення, коли витрачаєте на себе?
 - а) так;
 - б) ні;
 - в) відчуваєте сумління совісті.
5. Чи дозволяєте Ви собі розкіш?
 - а) так;
 - б) ні;
 - в) буває.
6. Коли Ви перебуваєте у подорожі, як Ви ставитеся до власних коштів?
 - а) заощаджую;
 - б) стримано;
 - в) не економлю, адже це враження, та новий досвід.
7. Чи змінилося ваше ставлення до грошей під час військових дій на території держави?
 - а) так;
 - б) ні.

8. Якщо ставлення до грошей змінилося, то як?

- а) більше заощаджую;
- б) більше трачу;
- в) всі кошти йдуть на само-утримання.

9. Чи збільшився ваш місячний дохід?

- а) так;
- б) ні;
- в) навпаки, зменшився.

10. Як змінився ваш світогляд до сфери грошей?

- а) став/ла більше поважати гроші;
- б) ставлення не змінилося;
- в) усвідомив/ла цінність грошей.

11. Хто у вашій сім'ї веде бюджет?

- а) дружина;
- б) чоловік;
- в) інше.

12. На що ви витрачаєте місячний дохід?

- а) базові потреби;
- б) базові потреби + сфера задоволення;
- в) базові потреби+ заощадження.

13. Чи дозволяєте ви собі подорожі у військовий час?

- а) так, відпочивати потрібно;
- б) недоречно;
- в) інколи.

14. Чи змінилося ваше ставлення до грошей, якщо Ви змінили місце/країну проживання у військовий час?

- а) так;
- б) ні.

15. Якщо змінилося, то яким чином?

- а) більше заробляю, більше можливостей;

б) менше заробляю, більше ціную те, що маю;

16. Як часто Ви відчуваєте жагу до збагачення?

а) живу цим;

б) взагалі не відчуваю;

в) чим менше грошей, тим спокійніше спиться.

17. Як ви ставитеся до багатих людей?

а) позитивно, беру в приклад для себе;

б) негативно, бо вважаю, що вони всі злодії та збагатилися незаконним шляхом.

в) мені однаково.

18. Як Ви ставитеся до людей з низьким доходом (бідних)

а) позитивно, бути бідним не соромно.

б) негативно, вони мені не рівня.

в) до всіх ставлюся однаково позитивно.

19. Чи маєте Ви заощадження на «чорний день»?

а) так;

б) ні;

в) не бачу в цьому сенсу.

20. Ви любите гроші?

а) так;

б) ні;

в) спокійно ставлюся до грошей.

Таблиця Б.1

Результати опитування «Специфіка ставлення до грошей»

Запитання	Україна			Європа		
	а	б	в	а	б	в
Що для вас гроші	7	16	17	1	10	9

Як часто ви витрачаєте на себе та своє задоволення	21	19	14	14	6	—
Чи дозволяєте Ви собі розкіш	11	13	16	11	—	9
Чи змінилося ваше ставлення до грошей під час військових дій на території держави	31	8	—	17	3	—
Як змінився ваш світогляд до сфери грошей	13	16	11	7	10	3
Хто у вашій сім'ї веде бюджет	12	9	19	9	7	4
На що ви витрачаєте місячний дохід	115	16	9	2	14	4
Чи маєте Ви заощадження на "чорний день"	27	12	1	14	4	2

ДОДАТОК В

Методика «Діагностика соціально- психологічних установок особистості у сфері мотивацій і потреб» О. Ф. Потьомкіна.

Шкала А :Виявлення установок, спрямованих на альтруїзм – егоїзм

Інструкція: уважно прочитайте питання і відповідайте на них «так» або «ні», залежно від тенденцій вашої поведінки у певній ситуації.

Текст опитувальника

1. Вам часто говорять, що ви більше думаєте про інших, ніж про себе?
2. Вам легше просити за інших, ніж за себе?
3. Вам важко відмовити людям, коли вони вас про щось просять?
4. Ви часто намагаєтеся зробити людям послугу, якщо в них сталося лихо або неприємності?
5. Для себе ви робите що-небудь із більшим задоволенням, ніж для інших?
6. Ви прагнете зробити якнайбільше для інших людей?
7. Ви переконані, що найбільша цінність у житті – жити для інших людей?
8. Вам важко змусити себе зробити щось для інших?
9. Ваша характерна риса – безкорисливість?
10. Ви переконані, що турбота про інших часто шкодить собі?
11. Ви засуджуєте людей, які не вміють подбати про себе?
12. Ви часто просите людей зробити що-небудь через корисливі міркування?
13. Ваша характерна риса – прагнення допомогти іншим людям?
14. Ви вважаєте, що спочатку людина повинна думати про себе, а потім вже про інших?
15. Ви звичайно витрачаєте на себе багато часу?
16. Ви переконані, що не потрібно для інших сильно напружуватися?
17. Для себе у вас зазвичай не вистачає ні сили, ні часу?
18. Вільний час ви використовуєте тільки для своїх захоплень?

19. Ви можете назвати себе егоїстом?

20. Ви здатні зробити максимальне зусилля лише за гарну винагороду?

Обробка результатів

Ключ до опитувальника: виставляти 1 бал за відповіді «так» на питання 1–4, 6, 7, 9, 13, 17 і відповіді «ні» на питання 5, 8, 10–12, 14–16, 18–20. Потім підраховуємо загальну суму балів.

Висновки

Чим більше набрана сума балів перевищує 10, тим більше в суб'єкта виражений альтруїзм, бажання допомогти людям, і навпаки, чим менша сума балів від 10, тим більше у суб'єкта виражена егоїстична тенденція.

Шкала Б: З'ясування установок на «процес діяльності» – «результат діяльності»

Інструкція

Уважно прочитайте питання і відповідайте на них «так» або «ні», залежно від тенденції у вашій поведінці в певній ситуації.

Текст опитувальника

1. Сам процес виконуваної роботи захоплює вас більше, ніж її завершення?

2. Для досягнення мети ви звичайно не шкодуєте сили?

3. Ви зазвичай довго не зважуєтеся почати робити те, що вам нецікаво, навіть якщо це необхідно?

4. Ви впевнені, що у вас вистачить наполегливості, щоб завершити будь-яку справу?

5. Закінчуючи цікаву справу, ви часто шкодуєте про те, що вона вже зроблена?

6. Вам більше подобаються люди, здатні досягати результату, ніж просто добрі та чуйні?

7. Ви зазнаєте насолоди від гри, у якій не важливий результат?

8. Ви вважаєте, що успіхів у вашому житті більше, ніж невдач?

9. Ви більше поважаєте людей, здатних захопитися справою по-справжньому?

10. Ви часто завершуєте роботу всупереч несприятливій обстановці, нестачі часу, перешкодам?

11. Ви часто починаєте одночасно багато справ і не встигаєте цілком закінчити їх?

12. Ви вважаєте, що маєте достатньо сили, щоб сподіватись на успіх у житті?

13. Чи можете ви захоплюватися справою настільки, що забуваєте про час і про себе?

14. Вам часто вдається закінчувати розпочату справу?

15. Чи буває, що, захоплюючись деталями, ви не можете закінчити розпочату справу?

16. Ви уникаєте зустрічей із людьми, які не мають ділових якостей?

17. Ви часто завантажуєте свої вихідні дні або відпустку роботою через те, що потрібно щось зробити?

18. Ви вважаєте, що головне в будь-якій справі – результат?

19. Погоджуючись на яку-небудь справу, ви думаєте про те, наскільки вона для вас цікава?

20. Прагнення до результату в будь-якій справі – ваша характерна риса.

Обробка результатів і висновки

За кожен позитивну відповідь на питання опитуваний одержує 1 бал. Сума балів за позитивні відповіді на непарні питання (1, 3, 5, 7 і т. д.) відображатиме орієнтацію суб'єкта на процес діяльності, а на парні питання – орієнтацію суб'єкта на результат.

Ціннісний опитувальник Ш. Шварца.

Кожне твердження оцінюється респондентом на шкалі від 1 до 6, де 1 - "зовсім не схоже на мене" і 6 - "дуже схоже на мене".

1. Незалежність (самотійність, самодостатність);
2. Свобода (можливість вибирати власні цілі);
3. Креативність (бажання нових ідей, інновацій);
4. Прагнення до знань (розширення розуміння, пізнання);
5. Успіх (досягнення цілей, особистий успіх);
6. Влада (вплив на інших людей, лідерство);
7. Престиж (суспільне визнання, авторитет);
8. Соціальна визнаність (увага з боку інших);
9. Безпека (стабільність, захищеність);
10. Взаєморозуміння (гармонійні відносини з іншими);
11. Вірність (відданість своїм групам і принципам);
12. Традиції (дотримання звичаїв і обрядів);
13. Соціальна справедливість (рівність і справедливість для всіх);
14. Благополуччя (добробут, відсутність стресу);
15. Здоров'я (фізичне і психічне здоров'я);
16. Радість життя (насолада життям);
17. Насолода (приємні відчуття, задоволення);
18. Свобода вибору (власні рішення, незалежність від впливу);
19. Самоконтроль (дисципліна, стриманість);
20. Спокій (внутрішній мир, рівновага);
21. Гармонія з природою (єднання з природою, екологічність);
22. Соціальна гармонія (мирне співіснування, уникнення конфліктів);
23. Гуманізм (повага до людей, милосердя);
24. Рівність (справедливість, рівні права);
25. Відповідальність (турбота про інших, доброта);
26. Доброзичливість (співчуття, увага до інших);

27. Сім'я (сімейні цінності, відданість сім'ї);
28. Традиційність (дотримання традицій, звичаїв);
29. Соціальний порядок (стабільність, дотримання правил);
30. Національна безпека (захист держави, патріотизм);
31. Соціальна підтримка (підтримка з боку інших);
32. Дружба (особисті відносини, соціальні зв'язки);
33. Відкритість до змін (готовність до змін, адаптивність);
34. Особистий розвиток (самоудосконалення, зростання);
35. Мудрість (глибоке розуміння, розсудливість);
36. Впевненість у собі (самоповага, впевненість у своїх силах);
37. Модерація (уникання крайнощів, поміркованість);
38. Творчість (виявлення нових ідей, інноваційність);
39. Життєрадісність (оптимізм, позитивний настрій);
40. Особиста цілісність (чесність, відданість своїм принципам);
41. Незалежність від думки інших (автономність, самостійність);
42. Моральність (дотримання моральних принципів);
43. Вплив на суспільство (внесок у суспільне життя);
44. Екологічна відповідальність (турбота про навколишнє середовище);
45. Ризик (готовність до ризику, сміливість);
46. Співпраця (робота в команді, взаємодопомога);
47. Захист традиційних цінностей (збереження культурної спадщини);
48. Повага до старших (шанування старших, авторитетів);
49. Економічний успіх (фінансова стабільність, добробут);
50. Спільність (належність до групи, колективізм);
51. Інтелектуальний розвиток (розширення знань, навчання);
52. Розуміння інших (емпатія, взаєморозуміння);
53. Соціальна відповідальність (відповідальність перед суспільством);
54. Вільний час (баланс роботи і відпочинку);
55. Позитивні емоції (щастя, радість);

56. Фізичний розвиток (фізична активність, спорт);
57. Духовний розвиток (релігійні чи філософські пошуки, самовдосконалення)

Тренінг

День 1. Розглядаємо тему сімейної ієрархії і яким чином вона впливає на сферу грошей.

Закони природи, такі як закон гравітації чи електричного поля, не викликають у нас сумнівів, і їхню дію можна легко перевірити, хоча ці поля не є видимими для людського ока.

Нещодавно були відкриті закони родинного поля. Виявилось, що кожна людина пов'язана з цим полем через свою батьківську сім'ю та весь рід. Взаємини між людьми не є індивідуальними; ми всі вплетені у спільне родинне поле, де за кожною людиною стоїть їхня родина, предки та їхні долі. Якщо порушуються закони цього родинного поля, сім'я або пара не можуть функціонувати гармонійно.

Ці закони завжди були відомі людству через заповіді різних релігій світу: повагу до батьків, уникнення шкоди, каяття та прощення. Сьогодні вони підтверджуються та розширюються новим методом системної психотерапії «Родинна ієрархія».

Основою «Родинної ієрархії» є поняття порядку як закону, на якому все побудовано. Терапевт Франке-Грікш описує це так: «Порядок – це посудина. Любов – це вода. Якщо розбити Порядок, Любов витече».

Правильний порядок визначається такими принципами:

- а) Молода сім'я має пріоритет перед батьківськими сім'ями чоловіка і дружини;
- б) У парі повинен зберігатися баланс між "брати" і "давати";
- в) Батьки мають пріоритет перед дітьми, а перша дитина – перед другою. Батьки «дають» (передусім життя), а діти «приймають» його і передають далі;
- г) Кожен має своє місце в системі через сам факт життя (сюди належать також абортвані та мертвонароджені діти). Базовий образ порядку в сім'ї – це півколо, де за годинниковою стрілкою розташовані батько, мати та діти в порядку народження;

д) Нікого не можна виключати з системи. Якщо хтось був виключений (забутий чи зневажений) з родинної системи, доля новонародженого може бути пов'язана з виключеною особою.

Коли порушується порядок любові, порушується і потік енергії. Наприклад, закон ієрархії в системі: ті, хто прийшов раніше, мають перевагу. Тому наші бабусі й дідусі мають перевагу перед батьками, а батьки – перед нами. Старші мають перевагу перед молодшими, і ми повинні їх шанувати. Батьки дають дітям, а діти приймають потоки енергії від батьків. Якщо ж діти починають почуватися батьками своїх батьків – це також є порушенням порядку любові.

Отже, давайте на практиці (емоційний компонент) поглянемо на ієрархію кожного учасника.

Візьміть листочок і ручку і позначте колом фігуру1, далі позначте на листку фігуру2, розмістіть на аркуші фігуру 3, фігура 4, фігура 5 та фігура шість. Тепер уважно погляньте на аркуш і підпишіть кожен фігуру, де фігура 1- це ви самі, фігура 2- ваш батько, фігура 3 – ваша мама, фігура 4 – чоловік\дружина, фігура 4 – ваші діти(ті, у кого дітей немає закресліть 5 фігуру).

Пояснення: правильна ієрархія, це коли мама та папа стоять позаду, чоловік справа, діти спереду або зліва.

У разі, коли батьки спереду- вони стоять в позиції батьків, тобто -ви віддаєте їм, замість того, щоб брати у них любов та ресурс.

Якщо обоє стоять справа від вас- це також вірно.

Чоловік, якщо стоїть спереду- позиція дитини, ви обслуговуєте його реальність, як мама. Якщо стоїть зліва від вас- позиція, коли головою сім'ї є ви і в такій позиції чоловік ніколи не буде успішним, його заробітки будуть меншими за ваші або мінімальними. Позиція, коли чоловік стоїть позаду- він замінює вам ваших батьків і місце чоловіка біля вас вільне, ви не будете в такій позиції почуватися щасливою жінкою. За часту, впадаєте в стан жертви.

Діти, якщо стоять в позиції позаду, то ви від них вимагаєте не свідомо, як від батьків. Вони заміщають вам ваших батьків у вигляді надмірної уваги чи піклування. Такі діти не можуть бути щасливими в житті, бо фокус уваги їх спрямований на вас, а не на своє життя. Їм ніколи займатися власним життям та успіхом, тому що вони принесли себе в жертву вам, щоб підтримувати базову функцію «близькості» з вами.

З виявлених деструкцій кожен робить висновки, де потрібно пропрацювати особисту історію з членами родини, для того, щоб наладити гармонію в сім'ї та рухатися далі до своїх успіхів та досягнень.

Домашнє завдання: намалюйте родове дерево і таким чином розмістите членів родини в правильну ієрархію. Підходьте до цього завдання максимально відповідально і пропишіть мінімум до 5 покоління.

День 2. Виходячи з висновків попереднього дня сьогодні поговоримо про почуття провини та сорому. Це ті почуття, які завжди будуть впливати на ваше життя, прийняття рішень та ваш успіх. В почутті провини ми завжди фокусуємо свою увагу там, де є вина чи сором і ці дві програми слугують умовним «тормозом», щоб йти вперед. Тобто, вириваючись вперед, до успіху, ви завжди будете повертатися назад, до тих перед ким завинили, тим самим, ніби шукаєте підтвердження чи дозволу у них. Тобто- позиція дитини, де почуттям провини легше маніпулювати.

Важливо усвідомити почуття сорому. Насправді, сором – це інструмент маніпуляції, а не емоція. За допомогою сорому людьми легше маніпулювати.

Практика: перед вами є аркуш на якому виписуєте за які вчинки, ситуації мені соромно до сьогодні чи за що я відчуваю провину.

Наприклад: я відчуваю провину за те, що я не можу допомогти своїм батькам;

- Я відчуваю провину за те, що не змогла купити своїй дитині те, що вона просила;

- Я відчуваю провину за те, що часто дратувалася на свої дітей та оточуючих;

- Я відчуваю провину за те, що мало приділяла уваги своїм дітям;
- Я відчуваю провину за те, що витрачаю кошти не на себе;
- Я відчуваю провину за те, що проживаю своє життя краще ніж мої батьки;
- Мені соромно за те, що я не вивчила домашнє завдання і т.д.

Важливо максимально уважно попрацювати над цією темою і, тим самим, витягнути всі заповані почуття провини та сорому.

Дивлячись на ті пункти, які ви прописали, пройдіться по кожному і повторіть:» На той час я не знала\ не знав, як вчинити по іншому, тому взяла почуття провини\сорому в своє життя. Але зараз я усвідомлюю, що то було не свідоме рішення і я його відмінюю, звільняючи себе від почуття провини\сорому».

День 3. Сьогодні ми працюємо над почуттям « Боржника», який нам привитий в різних життєвих ситуаціях. Наприклад, бабуся завжди казала: » Ти повинна\повинен гарно навчатися, бути відмінником», мама казала:» Ти повинна\повинен мені допомагати», в садочку казали» Ви повинні прибирати свій стілець\ліжко», в школі казали » Діти ви повинні сидіти тихо» і т.ін. Таким чином в дитинстві закладалися пластами програми «Ти повинен», що і формує в майбутньому «Боржника». Така людина завжди буде щось винна іншим людям чи установам, тому що закладена програма, яка потребує, щоб її обслуговували, наділяли увагою. Це буде спонукати людину до дій, де вона завжди буде винна іншим. Таким чином ще формується почуття рятівника, який завжди перебуває в почуттях провини, яке також закладається в дитинстві.

Практика. Закрийте очі, сконцентруйтеся на внутрішньому стані і максимально розслабтеся. Відчуйте себе в тій ситуації, де ви вперше відчули себе «Винним чи боржником». Відчуйте себе в тілі- ви дорослий\доросла чи дитина? Якщо дитина, то скільки вам років? Погляньте навкруги, що за ситуація і хто з батьків біля вас? Що ви відчуваєте зараз? Як ви транслюєте свої почуття? Відчуйте, що відбувається зараз у вашому внутрішньому світі?

Що ви зараз робите чи хочете зробити? Це безпечний для вас простір? Зробіть там зараз те, що ви хочете зробити? Відреагуйте, як дитина на цю ситуацію. Наприклад, якщо вас вдарили по руках- дайте здачу. Проявіть свої істинні емоції- вам можна це зробити. Якщо ви щось намалювали, так як вам захотілося, а батьки кажуть, що має бути по-іншому. Не відреагували, не оцінили, скажіть, що для вас саме так правильно, для вас цей малюнок ідеальний. Якщо у вас в щоденнику не відмінно, а добре і ви відчуваєте, що зобов'язані бути відмінником, то скажіть, що насправді вам потрібна підтримка. Попросіть їх сказати вам, що ви насправді хочете почути:» Мама\папа, мені дуже потрібна ваша любов. Скажи мені, що я цінна і любима для тебе, що ти ніколи не відмовишся від мене, щоб я не зробила.» І доповніть цю фразу тим, що би ви хотіли почути від ваших батьків, що для вас дуже важливо. Я дам вам 30 секунд допрацювати.

Важливо спостерігати, що відбувається в вашому тілі і в емоціях. Подивіться на цю дитину очима батьків і скажіть цій дитині з позиції мами\папи: « Я люблю тебе, моя рідна\рідний, я не знала, як показати тобі мою любов, саме так як ти чекала\чекав, я не вважала, що для тебе це так важливо. Так, ти можеш бути любим\любою, ти моє продовження і я люблю тебе. Якби мені знову випала можливість вибрати дитину, то я би не замислюючись, вибрала тебе знову. Ти нічого нікому не винен, ти прийшов\прийшла в це життя, щоб бути щасливим».

Якщо хочете щось додати ще своїй дитині- додайте. Я даю час.

Зробіть вдих і видих і подивіться в очі батьків, відчуйте, що вам можна бути собою. Що ви нікому і нічого не заборгували. Вас приймають таким, який ви є. І тепер відчуйте, що вам можна робити те, що вам хочеться, про що мріяли. Наприклад, покататися на качелях, посидіти на ручках, помалювати разом з батьками, зробіть те, що хочете і спостерігайте, що батьки із задоволенням роблять це з вами. Домалюйте цю картину і можете відкривати очі.

День 4. Сьогодні працюємо над темою «Гроші».

Ця тема актуальна для всіх людей.

Гроші – слово, яке у всіх в голові, у всіх на устах, хочемо ми цього чи ні. Сьогодні гроші – це те, що дозволяє нам обміняти наші вміння, таланти, працю на якісь блага, продукти чи послуги, які нам необхідні. Яку роль сьогодні вони відіграють у нашому житті?

Гроші – це платіжний засіб, особливий товар, що є загальною еквівалентною формою вартості інших товарів та послуг. Гроші є мірилом вартості та засобом обігу. Справедливий розподіл грошей в сім'ї та в суспільстві забезпечує всім рівні можливості. Фінансова грамотність є критично важливою для людей, оскільки вона надає їм необхідні навички для ефективного управління грошима в майбутньому. Це допомагає їм розуміти цінність грошей, вчитись планувати витрати, заощаджувати та інвестувати.

Сьогодні ми будемо виявляти у вас негативні твердження до грошей, які сформувалися у вас в ранньому дитинстві, батьками, дідусями і бабусями чи соціумом.

Перше завдання на 10 хвилин: випишіть всі ваші негативні твердження, які вам прививали ваші близькі люди чи кажуть зараз. Наприклад: гроші- це зло; люди, які мають багато грошей- не сплять ночами; я не можу знайти гроші на потреби; у мене немає грошей; ціна багатства дуже висока; потрібно тяжко трудитися, щоб заробити гроші; я не можу утримати кошти; у мене не вистачає компетентності, щоб заробити великі гроші; не в грошах щастя; я можу заробляти гарні гроші, але не можу їх утримати в руках; багато грошей проносять неприємності та біль; я міцно тримаю кошти в руках і боюсь їх випустити з рук; на всіх грошей не вистачить; із-за грошей всі сваряться; та хто я такий, щоб мати мільйони і.т.д.

Тепер прочитайте свої установки і зробіть висновки, чи можете ви, маючи такі твердження в сфері грошей, бути заможними та мати великі доходи?

Друге завдання: переверніть свої негативні твердження з негативних у позитивні. Наприклад: гроші – це добре; люди, які мають багато грошей –

щасливі; у мене завжди вистачає на все грошей; щоб мати гроші, не потрібно важко працювати; щастя- в грошах; грошей вистачить на всіх.

Перечитайте нові твердження і, тим самим, перезапишіть свої установки ставлення до грошей. Вдома можете записати ваші нові твердження про гроші на медитативну музику і слухати це, як медитацію у вільний час.

День 5. День підсумків тренінгу та особистої роботи зі мною у вибіркового порядку. Всі хто не працює особисто зі мною, запропоновано пройти арт-терапію чи арт-медитація, де ви виберете собі техніки чи медитації із запропонованих:

- Розфарбуй мандалу (вибір теми індивідуальний);
- Створи свій образ Багатства і Процвітання;
- Блискуча трансформація;
- Мій грошовий шлях;
- Звільняюся від перешкод, як від сміття та позбуваюся його;
- Медитація «Мій фінансовий портрет»;
- Медитація «Гроші»;
- Медитація «Залучення грошей для реалізації всіх бажань»;
- Медитація «Грошова енергія»

На прощання ділимося емоціями та новими усвідомленнями в сфері грошей. Ділимося власним досвідом поводження з грошима та прописуємо плани на майбутнє « Моє послання грошам у майбутнє» і вказуємо чіткий період часу, коли ваше бажання має бути виконаним.