## Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке: <http://www.mydisser.com/search.html>

Інститут соціології Національної академії наук України

Майструк Ірина Миколаївна

УДК 316.62 − 053.81

ЕКОНОМІЧНА КУЛЬТУРА МОЛОДІ ЗА УМОВ СТАНОВЛЕННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня

кандидата соціологічних наук

Київ – 2009

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Інституті соціології Національної академії наук України.

Науковий керівник – доктор соціологічних наук, професор Пилипенко Валерій Євгенович, Інститут соціології НАН України, головний науковий співробітник

Офіційні опоненти:

доктор філософських наук, професор Мокляк Микола Миколайович, Національний Авіаційний університет, професор кафедри соціології

кандидат соціологічних наук Галустян Юлія Марсумівна, Інститут економіки та прогнозування НАН України, провідний науковий співробітник відділу соціально-економічних проблем праці

Захист відбудеться „27” березня 2009 року о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.229.01 в Інституті соціології НАН України за адресою: 01021 вул. Шовковична 12, Київ.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Інституту соціології НАН України за адресою: 01021 вул. Шовковична 12, Київ.

Автореферат розіслано „26 ” лютого 2009 р.

Вчений секретар спеціалізованої

вченої ради Стукало С.М.

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми.** Економічна культура - проміжне явище, яке знаходиться на межі економічної і соціальної реальності суспільства. З позиції соціологічного трактування економічна культура розглядається в роботі як соціальна цінність, що вимагає відповідного теоретико-методологічного підходу. Тому автор дисертації поєднує ціннісний і позитивістський способи вивчення цього складного явища. Ціннісне бачення автором дисертації проблеми спирається на виявлення прихованого аксіологічного змісту відповідей молодих респондентів на питання анкети, що відповідала позитивістській традиції формування інструментарію. Кожна відповідь розглядалася з позиції її ціннісного змісту, що фіксувався свідомістю респондента (нерідко сам респондент ціннісного аспекту своєї відповіді не помічав). Позитивістський же підхід передбачає вивчення молодіжної економічної культури як об’єктивного елемента соціальної реальності, до якого застосовані традиційні емпіричні методи дослідження.

Проблеми молоді, її освіти, виховання, соціального, становлення, участі у суспільному, економічному житті перебувають у центрі уваги і на межі різних наук. У зв’язку з цим є потреба в розвитку соціології молоді та її дослідження. Соціально-економічні зміни, розбудова соціально-орієнтованої економіки поставили перед українським суспільством завдання сформувати ринкову економічну культуру молоді, яка б сприяла здійсненню нею ефективної економічної діяльності й уможливлювала б оцінювання даної діяльності з позиції не лише економічної доцільності, але й соціальної спрямованості та моральної цінності.

Перехід України до ринкових відносин розкриває свободу особистості, сприяє реалізації її соціальних, економічних і духовних інтересів, виступає одночасно і в якості основи для зростання національного багатства. У цьому процесі провідна роль належить системі освіти, оскільки в значній мірі рівень культури людини є результатом виховання і навчання.

Особливість становища молодих людей у суспільстві полягає в тому, що, з одного боку, вони входять у той соціальний простір, який було організовано незалежно від них попередніми поколіннями; з іншого боку, молодь може змінити та перебудувати відповідні соціальні структури. Крім того, вихід із кризової ситуації і процес розвитку нашого суспільства безпосередньо пов’язані із становищем молоді та її реальною участю в цьому процесі. Тому дослідження процесу включення молодого покоління у всі сфери суспільного життя, зокрема, економічного, набуває особливого значення.

Сьогодні стає очевидним, що для формування морального імунітету до негативних проявів в економічній діяльності, створення економічної культури особистості як культури ринкових взаємовідносин недостатньою є домінуюча теоретична і вузькоспеціалізована професійна підготовка молоді. Підвищення економічної культури молоді потребує ефективного комплексного підходу. За умов ринкових відносин від закладів освіти вимагається швидке реагування, тому основною вимогою до випускників є здатність швидко адаптуватися до нових ринкових реалій.

Окремі аспекти економічної культури перебували в контексті наукових інтересів соціологів, економістів, педагогів, психологів, представників різних шкіл і течій. Зокрема вони розглядалися у роботах П.Хайне, А.Сміта, П.Печчеї, А.Маслоу, Ф.Хайєка, Д.Мак-Клелланда, Ф.Герцберга, Р.Рюттингера, Т.Петера.

Проблеми ринкової економічної культури, мислення і свідомості, економічної просвіти знаходять відображення в працях українських соціологів В.Пилипенка, І.Бекешкіної, Є.Головахи, С.Макеєва, В.Лагутіна; сутність економічної культури, її місце в системі загальної культури досліджували В.Приходько., Т.Сур’як; соціологічну теорію економічної культури розглядала Т.Єфременко; соціологічному вивченню економічної поведінки були присвячені праці Є.Суїменка, В.Геєця, А.Чухна; культурний досвід ринкових країн вивчали Г.Ассонов, О.Хуторяненко, Е.Щаблій; виховання культури споживання В.Тарасенко; організацію економічної освіти і виховання досліджували А.Шпак, А.Фіцула, В.Зайчук. Також проблеми економічної культури знайшли своє відображення у працях російських вчених Т.Заславської, Р.Ривкіної, В.Щербини, А.Морозова, В.Попова, Л.Пономарьова, В.Чичканова, Л.Кузьмінова, А.Леонтьєва, В.Макаренка. Але на сьогодні немає системного аналізу й теоретичних узагальнень та практичних розробок щодо стану та динаміки економічної культури української молоді та її ролі в розвитку економіки, які б сформували теоретичні основи та інноваційні методологічні підходи до розробки державної стратегії формування економічної культури молоді як засобу і цілі розвитку економічної сфери та розв’язання соціальних проблем суспільства.

Проблемна ситуація полягає в суперечності між динамічними ринковими умовами та самими явищем економічної культури молоді, яка реагує на зміну обставин своєї життєдіяльності*.*

Недостатня розробка наукової проблеми економічної культури молоді за умов ринкових відносин в Україні зумовила вибір теми дисертації, обґрунтування мети, цілей, завдань, а також логіку викладення матеріалу.

*Наукова проблема* полягає у необхідності теоретичного визначення основних чинників та механізмів трансформації економічної культури молоді в ситуації ринкових відносин, у потребі концептуалізації методологічного підходу щодо динаміки цього процесу.

Зміни, що відбулися в суспільно-економічній і соціально-політичній сферах українського суспільства, дали поштовх і загострили інтерес до вивчення проблеми економічної культури молоді за умов ринкових відносин в Україні.

**Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Робота не пов'язана з науковими планами організації, де вона виконувалася, а також із галузевими та державними програмами.

**Мета і завдання дослідження.** Метою дослідження є обґрунтування методологічних засад вивчення процесу трансформаціїекономічної культури молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні та визначення напрямків її підвищення. У зв’язку з цим були поставлені такі завдання:

* визначити соціальну сутність і розглянути специфіку розвитку економічної культури та її функції в суспільстві;
* проаналізувати інституційний та особистісний аспекти економічної культури;
* розглянути історичну еволюцію економічної культури як соціальну цінність;
* розглянути культурну політику країн з ринковою економікою щодо молоді;
* уточнити методологічні засади вивчення динаміки економічної культури молоді на основі її емпіричних вимірів;
* проаналізувати соціальні детермінанти зміни економічної культури молоді в нових умовах.

*Об’єкт дослідження* – економічна культура молоді.

*Предмет дослідження* – соціальні особливості, закономірності трансформації економічної культури молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні.

*Методи дослідження*. Для дослідження поставленої мети використано такі наукові методи: теоретичний аналіз проблеми; компаративний (для зіставлення особливостей японського і американського досвіду управління в менеджменті); ціннісна інтерпретація (економічної культури та її еволюції); метод експертного опитування Інституту соціології НАН України, аналізу результатів експертного опитування, нормативних та статистичних документів, емпіричних даних соціологічних досліджень: моніторингу „Українське суспільство: Моніторинг соціальних змін” 1994 – 2008 рр; вибірка молоді становить: у 1994 р. (n = 456); 1998 р. (n = 430); 2002 р. (n = 440); 2006 р. (n = 432); 2008 р. (n = 418); дослідження „Економічна культура сучасного українського суспільства” (n = 623), та „Молодь України: червень 2007”, проведеного Інститутом проблем сім’ї і молоді (n = 1800).

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає у концептуальному обґрунтуванні особливостей трансформації економічної культури молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні, а також у виявленні оптимальних регуляторних чинників її поступального розвитку. У дослідженні було отримано такі результати:

* уточнено визначення економічної культури, як соціальної цінності, що характеризується сукупністю засвоєних економічних знань, розвиненістю економічного мислення, професійних вмінь і практичних навичок, законослухняністю, ступенем включення в економічну діяльність, через яку виявляються ділові риси (ініціативність, підприємливість, повага до чужої власності);
* показано суперечність між інституційним та особистісним рівнем економічної культури як соціальної цінності та обґрунтовано шляхи подолання цієї суперечності;
* показано, що в процесі історичного розвитку економічна культура ідеологізувалася як соціальна цінність. Відбувалася ідеологізація подвійного характеру в залежності від класової приналежності молоді;
* зроблено порівняння культурної політики в Японії і США і запропоновано способи адаптації в умовах Україні;
* уточнено методологічні засади ціннісного та позитивістського підходів у вивченні економічної культури молоді. Перший з них ґрунтується на методах виявлення міри усвідомлення та оцінок молоддю таких аспектів економічної культури як значимість її для неї самої, як чинника адаптації молоді до життєвих умов, діяльності різних соціальних інститутів, що впливають на формування, розвиток та трансформацію економічної культури молоді: другий - на методах дослідження економічної культури молоді з точки зору її місця і функції в суспільстві;
* уточнено роль різних детермінантів трансформації економічної культури молоді в змінних ринкових умовах.

**Практичне значення одержаних результатів.** Основні результати й висновки роботи можуть слугувати подальшим дослідженням у межах зазначеної проблематики. Матеріали дисертації можуть бути використані в процесі формування ефективної державної політики в молодіжній сфері. Теоретичні положення роботи стануть у нагоді при розробці програм економічного розвитку й моніторингу соціально-економічних проблем сучасної української молоді. Нарешті, дані, отриманні у процесі дослідження, можуть бути використані при розробці нормативних і спеціальних курсів з економічної соціології, соціології молоді, соціології управління, соціальної роботи, соціальної психології тощо.

**Особистий внесок здобувача.** У виконаних у співавторстві роботах авторові належать: у публікації 5 – обґрунтування чинників, що впливають на формування економічної культури різних вікових груп; 6 – аналіз розвитку економічної культури населення України в умовах ринкових перетворень.

**Апробація результатів дисертації.** Основні результати дослідження доповідались на ΧV Міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів та молодих вчених „Ломоносов – 2008” (Москва, 2008), XIV Міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів та молодих вчених „Ломоносов – 2007” (Москва, 2007), VI міжнародній Харківській науковій конференції „Соціологія у (пост)сучасності” (Харків, 2008), V міжнародній Харківській науково-практичній конференції „(Пост)сучасність і наука: соціологія в пошуках себе і суспільства” (Харків, 2007).

**Публікації.** Основні положення дисертації викладено у 5 статтях у провідних наукових фахових виданнях, 3 у збірниках наукових праць, у 4 опублікованих доповідях на конференціях.

**Структура дисертації.** Робота містить вступ, 4 розділи, висновки, список використаних джерел: обсяг основної частини – 183 с.; 13 табл.; 8 рис.; 176 джерел займають 15 с.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

**У вступі** обґрунтовано актуальність теми, показано зв’язок роботи з науковою темою, сформульовано мету і завдання, розкрито новизну і практичне значення одержаних результатів, подано інформацію стосовно особистого внеску здобувача, апробації результатів дослідження та публікацій.

**У першому розділі** „**Економічна культура як об’єкт соціологічного дослідження**” здійснено теоретико-методологічний аналіз економічної культури. У ньому розкрито, соціальну сутність, зміст поняття „економічна культура”. Внаслідок здійсненого аналізу поняття економічної культури виявлені її основні особливості та характеристики. Економічна культура – це якісна характеристика історично зумовлених соціальною системою загальноприйнятих форм економічної взаємодії, регулюючих їх правил і норм, яка відображає суттєві особливості економічних відносин та інтереси соціальних суб’єктів у вигляді сукупності духовних і економічних цінностей моделей поведінки. Вона формується в процесі загальноекономічної практики і приводить до утворення стійких норм і правил економічної взаємодії, які сприяють передачі нагромадженого досвіду. Завдяки цьому економічна культура є механізмом відтворення і розвитку економічних відносин суспільства в цілому і окремої особистості в різноманітних діяльнісних та предметних формах.

Економічна культура розчинена у всій сукупності економічних відносин, які є не лише формою прояву, але й способом існування культури. Тому сутність економічної культури полягає не в рівні економічного розвитку людини чи її діяльності, а в економічних відносинах, які обумовлюють природу самої людини та способи її діяльнісного існування.

Економічна культура молоді як соціальна цінність характеризується сукупністю засвоєних молоддю економічних знань, розвиненістю економічного мислення, професійних вмінь і практичних навичок, законослухняністю; ступенем включення в економічну діяльність, через яку виявляються ділові риси (ініціативність, підприємливість, повага до чужої власності). Соціальна значимість економічної культури для молоді полягає у становленні молоді як соціального суб’єкта, її включення в економічну діяльність, зростання рівня свідомості, професійному самовизначенні. Вона сприяє тому, що молодь перетворюється на суб’єкта економіки.

Показано, що економічна культура виконує такі функції: соціальну, трансляційну, селекційну, інноваційну, ціннісно-орієнтаційну, пізнавальну, адаптаційну, інтеграційну. Основними характеристиками економічної культури є: зв’язок з виробничою діяльністю людей; певні економічні знання, інтерес до певної діяльності, майстерність і професіоналізм; перебування в певному просторі – просторі економічних відносин; тісний зв’язок з правом і моральністю, стійкі стереотипи свідомості, які повторюються не тільки з року в рік, але й з століття в століття.

Економічна культура відображає стан економічної свідомості і поведінки людей, визначає їх адаптивні і творчі можливості в процесі освоєння оточуючого світу. Розвиток людини, її творчих сил і форм спілкування складає головний зміст економічної культури. Тому її вивчення дозволяє виявити як людина оцінює економіку.

У процесі дослідження визначено та проаналізовано наступні сегменти економічної культури: культуру праці, культуру управління, підприємницьку культуру, культуру взаємовідносин, культуру споживання.

Економічна культура суспільства розглянута в інституціональному та особистісному аспектах. Виявлено, що інституціональний аспект – це ті цінності і соціальні норми, які характеризують функціонуючі всередині економіки інститути, а також цінності і норми, які породжені не економічними, а іншими соціальними інститутами суспільства, що знаходяться поза економікою, але безпосередньо взаємодіють з нею (інститут права, політики, релігії, науки, етики, культури і мистецтва). Особистісний аспект – це результат функціонування соціальних груп чи індивідуума, який має прояв у економічних інтересах і потребах, економічній свідомості і мисленні; економічних знаннях і вміннях, економічній діяльності, її якості і специфічних властивостях. Дані аспекти економічної культури взаємопов’язані. Цей взаємозв'язок забезпечує цілісність економічної культури суспільства. Основу цієї цілісності складають культурні особливості економічних інститутів, що формують культурні риси та характеристики населення, а останні впливають на вже сформовану їх інституціональну культуру. Відмітимо, що сьогодні існує низка визначень економічної культури. Це свідчить не стільки про теоретичну недостатність докладених зусиль, скільки про багатогранність досліджуваного феномена.

**У другому розділі „Історична еволюція економічної культури”** розглянуто розвиток економічної культури. Система економічних цінностей суспільства визначається його історією, ідеологією, способом життя людей, рівнем їх економічних стосунків. Кожна культура, тип суспільства створює свій тип особистості. Зміни соціальних умов викликають зміни економічних цінностей суспільства і, відповідно, зміни соціально-економічного типу людини. У них закарбовано риси різних економічних типів людей. Цінності радянської економіки спрямовували особистість на формування колективістських орієнтацій (визнання вищою цінністю державної власності і репресивна боротьба з будь-якою іншою власністю, мотивація побудована на цінностях праці на користь суспільства), тоді як цінності ринкової економіки - на індивідуалістичні (визнання приватної власності як основної цінності і закріплення цього визнання в нормативній культурі суспільства, мотивація до праці, побудована на відносинах купівлі-продажу робочої сили і зацікавленості робітника в підвищенні її вартості).

Показано, що на початковому етапі становлення радянського суспільства була сформована офіційна ідеологія, яка носила міфологічний характер і обумовлювала нормативну економічну культуру та нові моделі господарювання. Це була плановаекономіка, де план визначав не лише господарську, але й соціальну сторону життя.

Не надто сформовані в дореволюційні часи ринкові механізми руйнувалися. Вагомою частиною ідеології стала боротьба з приватною власністю, яка отримала підтримку в масовій свідомості. У радянській Україні сформувалася унікальна комплексна система не лише ідеологічного, але й господарського управління. Це, по суті, була система управління соціалізацією радянської людини, її цінностями і соціальними нормами поведінки. Соціалістична господарська культура витіснила індивідуального господаря та працівника. Це було необхідно для того, щоб зламати ціннісні уявлення про підприємницьку працю, про відповідальність людини за своє життя, про те, що ініціатива і особистісні якості є запорукою успіху і забезпечення життя. В радянській країні стало нормою підпорядкування особистого громадському. Потреби населення визначалися на основі занижених і далеко не завжди науково обґрунтованих нормативів, що затверджувалися “зверху” централізовано і створювали певні рамки обмежень потреб людини. Це пояснюється тим, що в самій ідеології соціалістичного способу господарювання було закладено дефіцит товарів і послуг, що вироблялися. Ідеологічна система успішно втілювала в життя міфологію комуністичної моралі і громадського порядку. У суспільстві сформувалася подвійна мораль.

Економічна культура за радянських часів була сукупністю рис економічної свідомості та поведінки, які випливали з панівної економіки та політики. Такі особливості економічної свідомості населення, як зрівняльна психологія, нетерпимість до багатства і багатих можна пояснити як наслідки панівної в країні ідеології соціальної рівності, міфів про подолання відмінностей між розумовою та фізичною працею, містом та селом тощо. Нові форми економічної культури і відповідні форми організації господарського життя виникли в економіці під впливом правління партійно-радянського апарату.

Молода українська держава дістала у спадок одержавлену економіку, принципи командно-адміністративної культури, які не лише не відповідають сучасним обставинам, але й перешкоджають формуванню нових моделей економічної поведінки. Становлення нової ринкової культури відбувалося у протиборстві з наслідками культури командно-адміністративної системи. Поступово відбувався процес деідеологізації економічної свідомості. Люди перестали сприймати економічне життя крізь призму наукового комунізму. Вони розпочали визначати свої економічні позиції з урахуванням особистих життєвих інтересів, розуміти механізми ринкової економіки; реально виконувати нові економічні ролі; здобувати досвід участі у функціонуванні ринкових структур. Водночас підкреслимо, що майбутнє економічної культури залежить не тільки від зрушень у свідомості та поведінці людей, але й від інституційних умов, зокрема припинення спаду, досягнення стабілізації економіки і умов для подальшого економічного піднесення; впровадження ефективної системи економічної освіти і виховання, економічної просвіти, пошуку нових підходів до її реалізації; підготовки фахівців в залежності від потреб ринку; впровадження інноваційних розробок у галузі економічної науки.

Розвивався процес ознайомлення людей з новими для них ринковими реаліями. Почала формуватися звичка до таких елементів ринку, як вільні ціни, комерційні банки, західні фірми тощо. Нарешті, змінювалися обличчя дореформених класів, які утворювали підґрунтя соціальної структури радянського суспільства. Нинішні селяни та робітники — це зовсім інші люди, котрі починають дедалі більше усвідомлювати, що їм потрібно покладатися, насамперед, на самих себе.

Ринкова економіка висуває нові вимоги до управління персоналом. Зміни характеру виробництва і робочої сили вимагають інших підходів до управління, іншої економічної культури і філософії менеджменту. Варто використовувати в системі українського менеджменту аспекти моделей як американського, так і японського менеджменту і змінювати їх в залежності від ефективності і доцільності в конкретних умовах і в залежності від конкретних завдань. Необхідно здійснити програми кадрового забезпечення реформ, спираючись на вітчизняний і зарубіжний досвід.

Проблема підготовки і перепідготовки управлінського персоналу повинна бути поставлена на рівні випереджаючого навчання, яке формує стратегічне економічне мислення та управлінську культуру, властиві найрозвинутішим країнам. З метою покращення професійної підготовки молоді, необхідно запровадити систему безперервного навчання, яка б органічно поєднала навчання економічне і професійне, охопила всі ланки керівних кадрів. Така система має містити в собі: загальну освіту; базову фахову підготовку (засвоєння загально-професійних уявлень, поглядів та оцінок у даній галузі); спеціалізовану фахову підготовку (опанування методів та інструментарію здійснення обраного виду діяльності); підвищення кваліфікації і перепідготовки (розширення та поглиблення загальноосвітніх і фахових знань, оволодіння широким діапазоном методів, предметів і засобів виконання професійної діяльності); адаптацію (опанування нових видів, методів і засобів виконання діяльності та соціальних ролей); підготовку до посадового зростання (освоєння специфічних видів, функцій, методів та засобів пропонованої діяльності). Необхідною є також конкуренція між різними формами підготовки кадрів, яка сприятиме активному зростанню їхнього потенціалу.

Основною із фундаментальних культурних засад управління в Україні має стати визнання того факту, що наймані працівники турбуються не лише про отримання високої заробітної плати за свою працю, але й моральне і психологічне задоволення від неї, прагнуть до самореалізації в праці і підвищення свого професійного, інтелектуального і соціального статусу. Доцільним бачиться введення в систему українського менеджменту корпоративної культури, пропагування цінностей, що включають в себе ідею постійного удосконалення, повагу до людей та їхніх можливостей; командну роботу; покірність; людина – перш за все; важливість бачити та сприймати речі із „перших вуст”. Також потрібне запровадження системного менеджменту, раціональних інновацій шляхом створення унікальних бізнес-моделей, які вдало пристосовуються до нових умов бізнесу. Для українського менеджменту обов’язковою повинна стати орієнтація на освічену, динамічну молодь, яка не лише здатна швидко засвоювати економічні знання та продуктивні практики, але й прагне до інноваційної діяльності.

**У третьому розділі „Емпіричні виміри економічної культури сучасної молоді”** аналізується економічна культура молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні. Розвиток економічних перетворень у суспільстві потребує трансформації економічної свідомості суспільства та економічної поведінки людей, приведення їх у відповідність із незвичними умовами ринкової економіки. Трансформація економічної свідомості молоді може здійснюватись більш динамічно, ніж масової економічної свідомості в цілому. Саме в молодіжному середовищі можлива поява людей, здатних не лише розуміти, а й мислити в категоріальній системі ринкової економіки. Це дасть змогу молоді розпочати свою роботу на засадах сучасних уявлень про механізми ринкової економіки, самостійно аналізувати економічну діяльність.

Проблеми молоді зумовлені сучасним етапом швидких та не передбачуваних перетворень у суспільстві в цілому, культурною неоднорідністю українського суспільства, економічною нестабільністю, політичним плюралізмом, кризою влади. У найбільш скрутному становищі опиняється саме молодь, оскільки, вступаючи в життя, вона повинна визначити своє місце і призначення. Розвиток держави безпосередньо залежить від участі молоді в суспільно-економічних процесах. При цьому кризові моменти розвитку виявляються найбільш гостро в економічній стагнації, деформаціях у соціальній сфері, руйнуванні системи морально-духовних цінностей.

Сучасна економічна свідомість молоді формується внаслідок складної і суперечливої взаємодії різноманітних чинників, зокрема, особливості сімейного виховання, традиції оточення, впливу соціального середовища, засобів масової комунікації, життєвого досвіду, рівня освіти. Результати такої взаємодії визначають практичну поведінку молодої людини в економічній сфері і формують економічну культуру. Сьогодні не є можливим сформувати економічну культуру молоді, якщо вона не озброєна важливими економічними знаннями. За умов ринкових відносин у молоді посилюється потреба в отриманні економічних знань необхідних для розуміння структури та механізмів ринкової економіки, досвіду участі у функціонуванні ринкових структур, умінні відігравати певні економічні ролі в системі ринкової економіки. Із постійною послідовно-спадкоємною зміною поколінь у молоді змінюється економічна свідомість, формуються засади ринкової економічної культури, збільшується потреба у навиках роботи в умовах ринку. Як свідчать результати дослідження, економічна культура молоді перебуває в стадії нерівномірного формування. Серед різних складових економічної культури найвище можна оцінити економічну обізнаність і професіоналізм молоді, найнижче – дотримання норм права і законів. Поряд з цим є частка молоді, яка не має досвіду участі в економічній діяльності, і в той же час потребує сучасних економічних знань. Усе це гальмує розвиток економічних якостей, як: підприємливість, ініціативність, креативність, здатність самостійно вирішити проблему, відповідальність. Серед молодих громадян спостерігається найбільший відсоток потенційних підприємців. Загалом, в економічному мисленні та поведінці молоді домінує прагматична мотивація.

**У четвертому розділі** **„Способи формування економічної культури молоді в соціально**му **середовищі”** визначено чинники зростанняекономічної культури молоді. Показано, що економіко-правові (прискорення темпів економічного зростання, в основі якого лежать радикальні, технологічні, інституціональні та організаційно-управлінські зміни), духовно-психологічні (родинне виховання, виховання учнівської, студентської молоді, відповідна спрямованість уроків, лекцій, семінарських занятьосновних предметів, базових підручників та посібників, вони повинні бути насиченіреаліями української дійсності в контексті освоєння тих чи інших теоретичних таприкладних знань), освітньо-наукові (впровадження ефективної системи економічноїосвіти і виховання, економічної просвіти, пошуку нових підходів до її реалізації глибокі розробки у галузі економічної науки, обґрунтування закономірностейфункціонування ринкового механізму та належної соціальної економічної підготовки відповідних працівників з проблем мікро і макроекономіки, основ ринкового господарства) чинники сприятимуть підвищенню економічноїкультури суспільства і молоді, зокрема.

Важливим завданням демократичного будівництва на всіх його етапах є формування нової людини. Однією із значимих складових цього багатогранного процесу виступає цілеспрямоване формування у всіх членів демократичного суспільства високої економічної культури. Це здійснюється за допомогою освіти і виховання. Освіта і виховання – дві нероздільні системи впливу суспільства на молодь з метою формування у неї економічних якостей, які відповідають цілям і принципам ринкового господарювання. На сьогодні у нашій державі вельми актуальна необхідність у створенні системи економічної освіти і виховання громадян, усвідомлення того, що психологічна підготовка молодого покоління – необхідна умова для проведення радикальних економічних змін. Однією із суперечностей економічної освіти є те, що вузи свою мету бачать, щоб дати студенту „широку” освіту – тоді він зможе працювати в будь-якій сфері. Водночас, ця відірваність проявляється по – різному: в нездатності використовувати отримані знання у ВНЗ для вирішення практичних завдань, у невмінні спілкуватися із сучасним обладнанням, в економічній, психологічній непідготовленості до реалій бізнесу, в незнанні бізнес-етики. Створення в країні системи економічної освіти сприяє розвитку у молоді таких якостей, як турбота про інтереси суспільства, настанова на примноження його національного багатства, економічної міцності, почуття господаря, ділової ініціативності, організованості, дисциплінованості, вміння працювати ефективно і високопродуктивно у відповідності з принципами ринкової економіки. Однією із умов підвищення економічної культури є залучення молоді до економічної діяльності. Зокрема, значну увагу варто приділяти молодіжному підприємництву.

Становлення молодого підприємця безпосередньо пов’язане з його уявленням про суспільну роль підприємництва, а також з його соціокультурним оточенням. Розвиток молодіжного підприємництва сприятиме розвитку економічної культури та підвищенню її рівня, варто лише надати молодим громадянам можливість реалізувати свободу економічного вибору, яка притаманна ринковій економіці. Молодіжне підприємництво сьогодні потребує не захисту від несприятливих факторів соціально-економічного середовища, а підтримки в спробі самостійно та успішно розвиватися. Необхідно створити сприятливі умови для розвитку молодіжного підприємництва, зростання рівня економічної культури молоді з метою її залучення до підприємницької діяльності.

Державна політика повинна бути спрямована на розвиток підприємницького сектора як невід’ємної частини економіки, адаптації молоді до умов ринкової економіки; створення можливостей для активізації молодіжного підприємництва; сприяння створенню нових робочих місць для молоді; запровадження ефективних механізмів співробітництва органів державної влади і громадських об’єднань молодих підприємців для розв’язання соціально-економічних проблем. Пріоритетними напрямами роботи мають стати: співробітництво органів державної влади і громадських організацій молодих підприємців у вирішенні питання молодіжного підприємництва; інституційна та інформаційна підтримка молодіжного підприємництва; освітня та соціально-психологічна підтримка молоді; фінансово-кредитна та інвестиційна підтримка молодіжного підприємництва, які дають можливість молодим людям взяти участь у процесі розвитку економіки. Також слід створити систему фінансування молодих підприємців-початківців, включаючи молодіжні фонди підтримки підприємництва. Державі необхідно вдосконалити соціальну політику (зайнятість, соціальне страхування).

Сьогодні варто усвідомити, що важливість підтримки у суспільстві прозорості, чіткості і моральних норм бізнесу є запорукою зростання рівня економічної культури. Такий підхід ґрунтується на базових моральних цінностях та соціальних стандартах, змісті практичної логіки. Якщо моральні принципи будуть відкинуті, діловий клімат характеризуватиметься відходом від нормальної ринкової поведінки і нечесністю. Суспільству за це необхідно буде платити високу ціну. Досвід, який можна здобути і примножити у процесі економічної діяльності, дозволить формувати всі вищезгадані елементи економічної культури, які загалом підвищать її рівень, що є запорукою вагомого внесу молоді у подальшу трансформацію української економіки.

**ВИСНОВКИ**

У висновках роботипідсумовуються результати дослідження економічної культури молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні. Уточнено визначення економічної культури як соціальної цінності, що характеризується сукупністю засвоєних економічних знань, розвиненістю економічного мислення, професійних вмінь і практичних навичок, законослухняністю, ступенем включення в економічну діяльність, через яку виявляються ділові риси (ініціативність, підприємливість, повага до чужої власності). Уточнено методологічні засади, з’ясовано особливості трансформації, динаміку економічної культури молоді. Політика держави має враховувати специфіку перехідної економіки та потреби молоді, а саме має бути створена система цінностей, що возвеличує найманого працівника. Низка результатів – висновків стосується також проблеми створення ефективної системи менеджменту та економічної освіти, проведення заходів з метою формування економічної культури молоді в соціальному середовищі.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

1. Майструк І.М. Економічна культура за умов ринкових реалій в Україні // Український соціум – 2007. – №3 (20). – С. 77 – 90.
2. Майструк І. Радянська економічна культура в період 1918 – 1930 – х років // Соціальні виміри суспільства. Випуск 10. – К.: Ін-т соціології НАН України, 2007. – С. 242 – 251.
3. Майструк І.М. Управлінська культура в Японії і Сполучених Штатах Америки // Український соціум – 2007. – №1 (18). – С.69 – 80.
4. Майструк І.М. Економічна освіта і виховання як чинники формування економічної культури молоді // Мультиверсум. Філософський альманах: Зб. наук. праць. Вип. 64. – К.: Академічний центр „Аналітика”, 2007. – С. 102 – 107.
5. Пилипенко В. Майструк І. Економічна культура в оцінках масової свідомості // Українське суспільство 1994 – 2005. Динаміка соціальних змін / За ред.. д.ек.н. В. Ворони, д.соц.н. М. Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2005. – С. 223 –.232.
6. Пилипенко В.Є., Майструк І.М. Економічна культура населення за умов ринкових перетворень // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спецвипуск. Проблеми економіки праці, соціально-трудових відносин та соціального захисту населення. – К.: КНЕУ, ДУ НДІ СТВ, 2007. – С. 219 – 227.
7. Майструк И.Н. Молодежное предпринимательство в Украине: перспективы развития // Актуальные проблемы экономической социологии: Сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей / [Под общ. ред. Н.Р. Исправниковой, М. С. Халикова]. – М.: Университетская книга, 2008 – Выпуск. №9. – С. 130 – 135.
8. Майструк И.Н. Особенности развития экономической культуры на Украине // Актуальные проблемы экономической социологии: Сборник научных трудов студентов, аспирантов и преподавателей / [Под общ. ред. Н.Р. Исправниковой, М.С. Халикова]. – М.: Университетская книга, 2007. – №8. – С.111 – 121.
9. Майструк И.Н. Основные тенденции развития экономической культуры в Украине. – Материалы ΧIV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых „Ломоносов” / Отв. ред. И.А. Альшевский, А.И. Андреев. Том III. – М.: Изд-во МГУ, ИТК „Дашков и К” 2007. – С. 327.
10. Майструк И.Н. Развитие молодежного предпринимательства в Украине. – Материалы докладов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых "Ломоносов" / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. [Электронный ресурс] М.: Издательство МГУ; СП МЫСЛЬ, 2008.− С. 37 – 39. 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); [Адрес ресурса в сети интернет: <http://www.lomonosov-msu.ru/2008/>.] ISBN 978-5-91579-003-1
11. Майструк І.М. Економічна активність української молоді.– Соціологія у (пост)сучасності / Збірник наукових тез учасників VI Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів. –Х: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2008. – С. 192.
12. Майструк І. Економічна культура молоді в сучасному українському суспільстві. // (Пост)сучасність і наука: соціологія в пошуках себе та суспільства” / Збірник тез доповідей учасників V Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 2007. – С. 138 – 139.

Майструк І.М. Економічна культура молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. – Інститут соціології Національної академії наук України, Київ, 2009.

Дисертацію присвячено соціологічному аналізу економічної культури молоді за умов становлення ринкових відносин в Україні. У роботі розглянуто трансформацію економічної культури молоді. Досліджено історичну еволюцію економічної культури. Проаналізовано емпіричні виміри економічної культури молоді. Обґрунтовані чинники зростання економічної культури молоді та запропоновані способи формування й вдосконалення економічної культури молоді. Основні результати дослідження мають теоретичне значення, практичне впровадження на загальнодержавному рівні при формуванні науково-обгрунтованої державної політики в молодіжній сфері; розробці програм економічного розвитку, підготовці навчальних посібників, викладанні базових курсів з економічної соціології.

Ключові слова: економічна культура молоді, економічна освіта, економічне виховання, економічна свідомість, економічна діяльність, економічна поведінка.

Майструк И.Н. Экономическая культура молодежи в условиях становления рыночных отношений в Украине. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.04 – специальные и отраслевые социологии. – Институт социологии НАН Украины, Киев, 2009.

Диссертационная работа посвящена социологическому анализу экономической культуры молодежи в условиях рыночных отношений в Украине. В работе рассматривается трансформация экономической культуры молодежи. В диссертации дана характеристика понятия экономической культуры. Показано, что экономическая культура проявляется в экономическом взаимодействии людей и наполняет его существенным содержанием. Именно в ней фиксируются наиболее стойкие и повторяющиеся элементы этих отношений, которые содействуют возобновлению их как институциональных и личностных форм. В культуре заложены необходимые формы экономического взаимодействия, которое определяется всеми правилами и нормами, способами формирования сознания и поведения. Она является совокупностью определенных стереотипных экономических представлений и действий, которые лежат в основе реального поведения людей и функционирования социальных институтов. Экономическая культура активно воздействует на формирование экономической позиции и способы участия, поскольку определяет систему базовых ценностей и норм экономического поведения.

В работе проанализированы сегменты экономической культуры. Выяснено, что экономическая культура - это сложное и многоэлементное образование, что дало возможность структурировать экономическую культуру по сферам деятельности. Был произведен анализ таких сегментов экономической культуры как культура труда, культура управления, предпринимательская культура, культура взаимоотношений, культура потребления. В процессе исследования рассмотрено историческую эволюцию экономической культуры. Показано, что основными ценностями советской нормативной экономической культуры (общенародная собственность на средства производства, централизованное планирование, иерархическая система государственного контроля как основа управления, труд, как первая жизненная потребность) определялись идеалы коммунистической идеологии, представляющей личность, как нечто подчиненное обществу и в первую очередь государству, которое знало правильные рецепты развития. Отсюда вытекали социалистические ценности – равенство, братство, признание безусловного авторитета партийных органов. Все это негативно влияло на формирование социальных и трудовых ценностей молодежи. Становление рыночной экономики происходило в борьбе с административной системой. Происходил процесс деидеологизации населения. Также показано, что процесс формирования в Украине рыночного общества нуждается в поиске и отборе личностей с управленческими навыками, сознание и поведение которых соответствуют системе рыночного типа экономики. Одним из условий повышения экономической культуры должно стать усовершенствование системы украинского образования, менеджмента, создание сети бизнес-центров для подготовки нового поколения управленцев.

Рассматривая эмпирические измерения экономической культуры молодежи, мы пришли к выводу, что экономическая культура молодежи находится в стадии неравномерного формирования. Среди основных составляющих экономической культуры наиболие важними оценены экономическая осведомленность и профессионализм молодежи, наимение важными − соблюдения норм права и законов. Наряду с этим есть часть молодежи, которая не имеет опыта участия в экономической деятельности, в тоже время она имеет потребность в приобретении современных экономических знаний. Это все негативно воздействует на сознание молодежи: знания, практический опит, умения. Припятствует развитию таких экономических качеств как: предприимчевость, деловитость, инициативность, креативность, умение самостоятельно решить проблему, находчивость, ответственность. Среди молодых граждан наблюдается наибольший процент потенциальных предпринимателей. Вообщем, в экономическом мышлении и поведении молодежи доминирует прагматическая мотивация. Также было обосновано выделение факторов возрастания экономической культуры, предложено способы формирования и совершенствования экономической культуры в условиях рыночных отношений в Украине.

Основные результаты исследования имеют теоретическое значение и практическое внедрение и могут быть использованы на государственном уровне при формировании научно обоснованной политики в молодежной сфере; при разработке программ экономического развития, подготовке научных пособий, преподавании базовых курсов по экономической социологии.

Ключевые слова: экономическая культура молодежи, экономическое образование, экономическое воспитание, экономическое сознание, экономическая деятельность, экономическое поведение.

Maystruk I.M. Economic culture of youth under conditions of becoming of market relations in Ukraine. – Manuscript.

A thesis for a candidate degree in the field of sociology by specialty 22.00.04 – special and branch sociologies. – Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv, 2009.

The thesis deals with the sociological analysis of youth's economic culture under conditions of becoming of market relations in Ukraine. The dissertation considers the transformation of youth's economic culture, researches the historical evolution of economic culture, analyses the empirical survey of youth's economic culture. The factors of growth are substantiated and the ways of formation and improvement of youth's economic culture are suggested. The main findings of the research have theoretical and practical application at national level for the scientifically-based public policy in the sphere of youth; for the elaboration of economic development programs, preparation of training appliances, teaching main courses on economic sociology.

Keywords: economic culture of youth, economic education, economic training, economic consciousness, economic activity, economic behavior.

***Для заказа доставки данной работы воспользуйтесь поиском на сайте по ссылке:*** [***http://www.mydisser.com/search.html***](http://www.mydisser.com/search.html)