

<https://doi.org/10.31108/2.2025.4.37.20>
УДК 159.9:331.108:336.7

Наталія Клименко

ГРОШІ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ РЕСУРС ПЕРСОНАЛУ ОРГАНІЗАЦІЙ

Клименко Наталія. Гроші як соціально-психологічний ресурс персоналу організацій.

Вступ. В умовах сучасної економіки гроші набувають значення символічного ресурсу як людини, так і організації. Вони стають складовою частиною соціально-психологічного середовища організації, в якому формується ставлення до праці, мотивація, організаційна культура, система цінностей тощо. У зв'язку з цим актуальним постає питання дослідження грошей як соціально-психологічного ресурсу організацій.

Мета: здійснити теоретичний аналіз основних психологічних підходів до вивчення грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій.

Методи. Методи теоретичного аналізу: аналіз, синтез, узагальнення, систематизація наукових джерел.

Результати. У процесі дослідження розглянуто основні підходи до вивчення грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій. Визначено, що соціально-психологічне значення грошей в організації зумовлене їх роллю у формуванні соціальних відносин, статусу і престижу працівників, покращенні їхньої мотивації, ефективності і психологічного благополуччя. Гроші також можуть виступати ресурсом управління соціально-психологічним кліматом організації.

Висновки. Розглянуті підходи можуть слугувати для подальших емпіричних досліджень ставлення до грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій.

Ключові слова: гроші, ставлення до грошей, ресурс, соціально-психологічний ресурс, організація, мотивація, психологічне благополуччя, персонал організації, війна, монетарна культура організації

Klymenko, Nataliia. Money as a staff's socio-psychological resource.

Introduction. In modern economy, money has acquired the meaning of a symbolic resource for both an individual and an organization. Money has become an integral part of the socio-psychological environment of the organization, in which staff's work attitudes and motivation, as well as organizational culture and values are formed.

Aim: to carry out a theoretical analysis of the main psychological approaches to the study of money as a staff's socio-psychological resource.

Methods. Methods of theoretical analysis: analysis, synthesis, generalization, systematization of scientific sources.

Results. The author analyzed the main approaches to studying money as a staff's socio-psychological resource. The socio-psychological meaning of money in an organization was due to its role in the formation of social relations, raising staff's status and prestige, as well as improving staff's motivation, work efficiency, and psychological well-being. Money also acted as a resource for improving socio-psychological climate of the organization.

Conclusions. The findings can be helpful for further empirical research on staff's attitudes towards money as a socio-psychological resource.

Key words: money, attitude towards money, resource, socio-psychological resource, organization, motivation, psychological well-being, staff, war, monetary culture of organizations

Вступ. В наші дні проблема ресурсів стає однією з найважливіших. Сучасні соціальні умови життя завдають швидкий темп трансформаційних процесів суспільства, організації та особистості. В Україні четвертий рік поспіль триває війна, яка ще більше підсвічує необхідність пошуку ресурсів: соціальних, психологічних, економічних тощо. У зв'язку з повномасштабною війною в Україні Я. Бугерко (2023) підкреслює, що люди

прагнуть знайти як зовнішні, так і внутрішні ресурси своєї особистості, щоб вижити та реалізуватись.

Сучасна психологічна наука допускає, що ресурси є однією з важливих характеристик особистості (Штепа, 2013). На думку S.E. Hobfoll (2001), ресурсами є те, що є цінним для людини та допомагає їй адаптуватися до стресових ситуацій. Автор підкреслює, що психологічна ресурсність передбачає прагнення особистості інвестувати власні зусилля в накопичення ресурсів, їх збереження для особливих випадків, пошук нових, підвищення можливостей їх використання в майбутньому. Він поділяє ресурси на зовнішні – соціальні та внутрішні – «душевні» (психологічні). Втрата зовнішніх та/або внутрішніх ресурсів переживається людиною як суб'єктивне неблагополуччя і стан психологічного стресу (Hobfoll, 2001).

Зазначимо, що під час повномасштабної довготривалої війни українці майже не щодня втрачають як зовнішні, так і внутрішні ресурси, що може переживатись як суб'єктивне неблагополуччя. Н. Клименко (2025) зазначає, що в Україні протягом багатьох років на державному рівні були приховані трагічні подробиці «розкуркулення» (відбирання майна, ділянок та землі), заслання в табори «ворогів народу» та експропріація їхнього майна, голодомор (насильницьке відбирання продуктів харчування). Таким чином людей позбавляли як зовнішніх, так і внутрішніх ресурсів. На нашу думку, такі травматичні події минулого і події теперішньої довготривалої війни в Україні негативно впливають на ставлення українців до грошей та можуть формувати сценарій «жертви» з приводу грошей. Це, безумовно, може впливати як на фінансове благополуччя, яке включає в себе можливість піклуватися про себе та свою родину, можливість повноцінно закривати свої потреби, нормально відпочивати, так і на суб'єктивне психологічне благополуччя українців. Важливо підкреслити, що фінансове благополуччя безпосередньо пов'язане із загальним задоволенням, яке людина відчуває щодо свого фінансового стану (Наyhое et al., 2000; Joо, 2008). Низький рівень фінансового благополуччя або наявність фінансових труднощів негативно впливає на психологічне та фізичне здоров'я, знижує впевненість і продуктивність на робочому місці, збільшує кількість прогулів, запізньов, а також брак концентрації (Godfrey, 2006; Van Praag та ін., 2003).

Отже, в контексті організаційної та економічної психології, на нашу думку, одним із актуальних є дослідження грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій.

Виходячи з актуальності та недостатньої розробленості зазначеної проблеми, нами сформульовано таку **мету дослідження**: здійснити теоретичний аналіз основних психологічних підходів до вивчення грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій.

Методи та організація дослідження. Для дослідження використано теоретичні методи: аналіз та узагальнення наукової інформації з проблеми грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій, синтез наукових результатів на основі опрацьованих матеріалів, систематизація.

Результати дослідження та їх обговорення.

Дослідження феномену «гроші» здійснено в економічному, соціологічному та психологічному підходах. У контексті психологічного підходу, гроші розглядаються, як особлива економіко-психологічна реальність, яка представлена у свідомості як об'єктивними, так і суб'єктивними аспектами та виражається у ставленні особистості до грошей (Клименко, 2024).

В руслі психологічного підходу дослідження, Л. Карамушка та О. Ходакевич (2017) розглядають ставлення до грошей як компонент цілісної системи ставлень особистості, що відображає її індивідуальний, суб'єктивно-оціночний, вибірковий підхід до грошей як об'єкта дійсності, який являє собою інтеріоризований досвід взаємодії з грошима та взаємодії з іншими людьми з приводу грошей у специфічній соціокультурній ситуації, та виявляється в ряді функціональних структур (потребах, інтересах, ціннісних орієнтаціях,

соціальних уявленнях, соціальних установках, мотивах тощо) (Карамушка & Ходакевич, 2017).

О. Паршак (2021) підкреслює, що ставлення до грошей – це складний, інтегративний психологічний феномен, що утворюється під впливом системи факторів різного рівня, та взаємно детермінує економічну свідомість й економічну поведінку особистості.

Сучасні дослідження психології грошей охоплюють широкий спектр цієї проблематики: психологія бідності (Васютинський, 2016); економічна поведінка та психологія споживача (Бутко, Неживенко & Пепа, 2022; Пачковський & Максименко, 2014; Савченко & Хтей, 2020; Кіптик, 2025); економічна культура, економічна соціалізація та економічне самовизначення особистості (Зубіашвілі & Мельничук, 2023); ставлення до грошей (Карамушка & Ходакевич, 2017; Паршак, 2021; Furnham & Murphy, 2019; Tang & Gilbert, 1995); монетарна спрямованість особистості (Нікітіна, Хомуленко & Іванченко, 2020); гроші в контексті життєвого сценарію особистості (Берн, 2020); гроші в контексті організацій (Креденцер, 2019; Паршак, 2021; Клименко, 2025; Krausz, 1993); гендерні особливості ставлення до грошей (Клименко, 2024; Sesini, Manzi & Lozza, 2023); управління фінансовими ресурсами (Кононець, 2025) та інші.

Л. Карамушка & О. Ходакевич (2017) зазначають, що в сучасному світі знання про те, як гроші впливають на свідомість та поведінку людей, стають найважливішим ресурсом для управління економічною свідомістю мас і конкретних людей. У процесі дослідження особливостей ставлення студентської молоді до грошей, авторки виділяють низку основних психологічних функцій грошей: 1) гроші як інструмент соціального вимірювання; 2) гроші як власність; 3) гроші як запас енергії; 4) гроші як засіб вирішення проблем; 5) гроші як добро і зло; 6) гроші як час; 7) гроші як довіра; 8) гроші як інструмент специфічної комунікації; 9) інтеграційна функція грошей; 10) гроші як інструмент соціалізації (Карамушка & Ходакевич, 2017).

І. Зубіашвілі (2009) наголошує, що соціальна система «крутиться» навколо грошей (і соціалізація, і освіта, і виховання). М. Сімків (2015) підкреслює, що під впливом грошей відбуваються якісні зміни у психіці людини, водночас відбувається формування «економічної людини», що впливає на зміни самого суспільства.

Ж. Hillman (1989) зазначає, що гроші – це те, що заставляє фантазувати. Автор підкреслює: «Щоб знайти душу сучасної людини, починайте пошук у нездоланих збентежуючих комплексах, які пов'язані з грошима» (Hillman, 1989).

З давніх давен українці наділяли гроші певною владою і розглядали їх як ресурс. Про це говорять українські народні прислів'я та приказки: «Без грошей, як без рук», «Грошима воюють, грішми торгують, а без грошей – горюють», «Грошенята дорогу прокладають», «Де гроші говорять, там правда мовчить», «З грошима й у пеклі не пропадеш», «Гроші сила: одних підкуплять, других напоять, а третім лиха накоять» та інші (Кандиба, 2017).

Досліджуючи ставлення персоналу комерційних організацій до грошей, О. Паршак (2021) наголошує, що важливою складовою аналізу ставлення персоналу комерційних організацій до грошей є організаційно-психологічні умови формування ставлення до грошей (монетарна політика організації; психологічна підготовка персоналу). Дослідник виділяє такі структурні компоненти ставлення до грошей персоналу комерційних організацій: загальне ставлення персоналу до грошей; оцінка персоналом ролі грошей у його життєдіяльності; оцінка персоналом способів отримання грошей.

Аналізуючи концепцію «життєвого сценарію» Е. Берна (2020) в методі транзакційного аналізу, Р. Krausz (1993) запропонувала концепцію сценаріїв організацій. Дослідниця зазначає, що сценарій будь-якої організації можна розглянути через чотири наскрізні теми (ідеології), які зосереджуються навколо центральних проблем організації: робота, час, люди та гроші. Отже, гроші – це одна з центральних ідеологій організації. У своєму дослідженні Р. Krausz (1993) показує, як впливає сценарій (культура) організацій на індивідуальну та колективну поведінку персоналу організації, а також наголошує, що використання теорії сценаріїв для аналізу організаційної культури може допомогти розширити розуміння дисфункціональних аспектів функціонування організації та

прояснити несвідомі аспекти організаційної культури й поведінки, які вводяться засновниками та іншими батьківськими фігурами, та є взірцем для індивідуальної й колективної поведінки в організаційному середовищі. Дослідниця пропонує бути уважними до того, як організації ставляться до цих чотирьох основних тем (ідеологій) у повсякденному житті організацій (робота, час, люди та гроші), та підкреслює, що ці чотири ідеології зазвичай зосереджуються на центральних проблемах організації, саме тому аналіз організації за цими чотирма ідеологіями може допомогти пролити світло на сценарій організації (організаційну культуру). Кожна з цих тем має власний набір сценарних переконань, пов'язаних з тим, як функціонує світ організацій.

W. F. Cornell, A. De Graaf, Newton & M. Thunnissen (2016) вважають, що головні теми (ідеології) організацій пов'язані з концепцією «життєвих позицій» Е. Берна (2020).

Отже, згідно теорії «сценаріїв організацій», ставлення в організації до грошей багато в чому визначає її стратегічну позицію. Можна виявити чотири типи переконань про гроші в організаціях:

1) гроші – це засіб для досягнення мети, а не самоціль; організаційний сценарій «Переможець» (життєва позиція «Я Ок – Ви Ок»); організація характеризується продуктивністю, гарною якістю продукції й послуг та позитивним іміджем;

2) гроші – це самоціль, а не засіб для досягнення мети; організаційний сценарій «Той, що не програв» (життєва позиція «Я Ок – Ви не Ок»); організація характеризується низькими заробітними платнями, низькою якістю продукції та послуг, неповагою до споживачів;

3) гроші іноді є засобом досягнення мети, а іноді і самоціллю; організаційний сценарій «Не переможець» (життєва позиція «Я не Ок – Ви Ок»); гроші так само легко заробляються, як і втрачаються;

4) гроші не є ні засобом, ні метою; організаційний сценарій «Той, що програв» (життєва позиція «Я не Ок – Ви не Ок»); характеризується зволіканнями та проблемними ситуаціями, присутня деморалізація, ніщо не має значення, на карту поставлено виживання організації (Клименко, 2024).

О. Паршак (2021), досліджуючи ставлення до грошей персоналу комерційних організацій, зазначає, що важливою організаційно-психологічною умовою забезпечення адекватного ставлення персоналу комерційних організацій до грошей є реалізація комерційними організаціями спеціальної монетарної політики, яка передбачає: чітке визначення основних положень монетарної політики та критеріїв її ефективності; обґрунтування активної ролі та спеціальних функцій організації й персоналу у реалізації такої політики; впровадження гнучкої системи оплати праці та стимулювання персоналу; розробка та реалізація системи соціальної захищеності персоналу; формування у персоналу відповідальності за реалізацію монетарної політики; залучення комерційних організацій до фінансування соціальних проєктів та формування у персоналу соціально значущих установок та ін. (Паршак, 2021).

Далі проаналізуємо підходи до вивчення соціально-психологічних ресурсів особистості.

На думку Я. Бугерко (2023), загальноприйнятим підходом є поділ ресурсів на дві групи: індивідуальні (поділяються на когнітивні та особистісні) та середовищні ресурси. О. Штепа (2013) зазначає, що «внутрішні» ресурси людини складаються з ресурсів стресостійкості, соціальних ресурсів, особистісних ресурсів (копінг-стратегії), екзистенціальних та психологічних ресурсів.

А. Горденко (2016) зазначає, що у сучасній психології найбільш поширеним є підхід до розуміння особистісних ресурсів через категорії «властивості», «якості» і «фактори», що використовуються в різних галузях психології:

- *психологія праці* – потенційно доступні суб'єкту властивості, стани і умови, в тому числі – властивості середовища й інших людей, які суб'єкт може використовувати для досягнення успішності у професійній діяльності;

- *психологія розвитку* – фактори, які знижують ризик дезадаптації, порушень розвитку, що пом'якшують вплив стресогенної події;
- *теорія стресу* – це внутрішні і зовнішні фактори, які мінімізують або зовсім виключають вплив стресора, допомагають справлятися із загрозливими обставинами, полегшують адаптацію і підвищують стресостійкість людини;
- *психологія поведінки* – це сукупність особистісних і середовищних засобів, цінностей, можливостей, які є в наявності в потенційному стані і які людина може усвідомлено використовувати при необхідності впоратись з важкою життєвою ситуацією;
- *позитивна психологія* – це неспецифічна система стійких (але таких, що можуть бути цілеспрямовано розвинуті та змінені) індивідуально- психологічних характеристик, що пов'язана з успішністю діяльності в ситуаціях невизначеності, досягнення та тиску, і релевантна завданням вибору та здійснення діяльності в умовах, що змінюються (Горденко, 2016).

A.S. Masten & M.G. Reed (2002) виділяють три групи ресурсів: громадські або суспільні (макрорівень) – добре налагоджена охорона здоров'я, безпека, культурний рівень розвитку тощо; соціальні (мезорівень), куди відносяться сімейні фактори (психологічний клімат сім'ї, прихильність до батьків, емоційний клімат навчальної групи, взаємини з ровесниками тощо), та індивідуальні ресурси (мікрорівень) – комплекс здібностей індивіда, реалізація яких дозволяє зберігати баланс адаптаційно-компенсаторних механізмів (Masten & Reed, 2002).

А. Горденко (2016) зазначає, що у сучасній психології розрізняють два класи ресурсів: особистісні та середовищні (інакше – психологічні та соціальні). Особистісні ресурси (психологічні, професійні, фізичні) являють собою навички та здібності людини, середовищні ресурси відображають доступність особистості допомоги (інструментальної, моральної, емоційної) в соціальному середовищі (з боку членів сім'ї, друзів, товаришів по службі) і матеріальне забезпечення життєдіяльності людей, які пережили стрес або перебувають у стресогенних умовах (Горденко, 2016).

О. Штепа (2013) характеризує психологічні ресурси як важливий досвід минулого, стан впевненості у собі, теперішньому, стратегію саморозвитку, спрямовану у майбутнє, та описує зміст соціальних ресурсів як ресурсні, тобто здорові взаємини, за яких людина не втрачає сили, а навпаки – отримує підтримку й мотивацію. Авторка підкреслює, що характеристиками ресурсних взаємин є теплота, насиченість, стабільність. Теплота виявляється як у ніжності почуттів, так і в умінні людей вербалізувати власні емоції та проявляти їх невербально. Виявом насиченості є наповненість спільно проведеного часу. Достатня міра постійності теплих взаємин, відданість осіб стосункам, впевненість у партнері та спільні плани на майбутнє визначають стабільність соціальних зв'язків, які можна зачислити до ресурсних (Штепа, 2013).

Далі розглянемо проблему соціально-психологічного значення грошей в організації. Ця проблема набуває особливого значення в контексті дослідження мотивації персоналу, задоволеності працею та ідентифікації з організаційними цінностями, відчуття справедливості винагороди тощо. Важливо підкреслити, що гроші в організації виступають як інструменти матеріальної компенсації та організаційної взаємодії. Гроші впливають на соціальну динаміку, довіру, згуртованість колективу та організаційну культуру.

А. Furnham (2014), досліджуючи психологію грошей в організації, зазначає, що грошові винагороди є більш ефективним способом підвищення продуктивності праці, ніж, наприклад, постановка цілей або стратегія підвищення різноманітності завдань. Дослідник наголошує, що «майже всі за свою роботу отримують винагороду у вигляді грошей. Однак залежність грошової винагороди від результатів роботи в різних організаціях може бути різною» (Furnham, 2014).

У контексті організацій, гроші набувають значення соціально-психологічного ресурсу, який поєднує два виміри діяльності організації: матеріальний і символічний.

М. Сімків (2013) дослідила значущі відмінності між молодими людьми, які працюють в комерційних та державних установах. Дослідниця встановила, що працівники комерційних організацій демонструють вищі показники за факторами: «гроші як благо» і «гроші як засіб для досягнення і демонстрації успіху», в той час як люди, які працюють в державних організаціях, мають більш високий показник по шкалі «планування витрат». Отже, молоді люди, котрі працюють в комерційних організаціях, як правило, надають грошам високу вартість. Люди, які працюють в державних установах, є більш педантичні, проєктуючи всі доходи і витрати, для них гроші є емоційно більш негативно забарвлені, символізують більше зло, ніж добро (Сімків, 2013).

Щодо соціально-психологічних функцій грошей в контексті організацій, то тут можна виокремити такі:

- *Мотиваційна функція* (гроші виступають інструментом стимулювання досягнень, орієнтації на результат, розвитку компетентностей).
- *Регуляторна функція* (через систему оплати праці відбувається регулювання поведінки, дисципліни та продуктивності працівників).
- *Комунікативна функція* (гроші виконують роль символу соціального статусу, престижу, успіху, відображаючи соціальну ієрархію організації).
- *Ідентифікаційна функція* (ставлення до грошей відображає ступінь ідентифікації працівників з цінностями організації, зокрема орієнтацію на розвиток, чесність і спільне благо).
- *Ціннісна функція* (гроші формують ієрархію особистісних і корпоративних цінностей, сприяють усвідомленню зв'язку між зусиллями та результатом праці).

Отже, гроші в організації виконують як економічну, так і соціально-психологічну роль, виступаючи ресурсом мотивації, довіри, згуртованості та розвитку персоналу тощо.

Е. Deci & R. Ryan (2000) підкреслюють, що у структурі організаційного життя гроші є важливим механізмом регуляції трудової активності. Вони формують систему винагороди, впливають на емоційний клімат і визначають характер взаємодії між працівниками та керівництвом. Проте грошова винагорода не завжди виконує суто стимулюючу функцію: надмірна орієнтація на фінансові стимули може знижувати внутрішню мотивацію, формуючи інструментальне ставлення до праці (Deci & Ryan, 2000).

Слід зазначити, що значення грошей виходить за межі матеріальної винагороди, охоплюючи символічний і культурний виміри організаційного життя. Саме тому формування зрілої монетарної культури організації сприяє підвищенню організаційної ефективності, гармонізації відносин між керівництвом і працівниками та розвитку відповідальної економічної поведінки. Висока монетарна культура передбачає: прозорість винагороди; відповідальність за використання ресурсів; баланс між матеріальними та нематеріальними стимулами; повагу до праці та досягнень співробітників.

У межах концепції ресурсного підходу (Hobfoll, 1989), ресурси визначаються як цінності або засоби, що допомагають індивідам долати стрес і підтримувати ефективність діяльності. Гроші, як ресурс універсального характеру, забезпечують не лише матеріальну стабільність, але й психологічне відчуття контролю, безпеки та можливостей.

В організаційному середовищі гроші можна визначити як **соціально-психологічний ресурс**, що: регулює соціальні відносини між працівниками та керівництвом; впливає на почуття справедливості й довіри; визначає рівень залученості та лояльності персоналу; підтримує ідентифікацію з цінностями організації.

Отже, гроші інтегрують економічний і психологічний виміри організаційного життя, виступаючи засобом підтримання соціальної рівноваги та внутрішньої мотивації. Організація може використовувати гроші не тільки для оплати праці, а й як соціально-психологічний ресурс, наприклад, для: підтримки командного духу (командні бонуси); підтримки автономії працівників (фінансова свобода вибору); підтримки психологічної стабільності та мотивації.

Отже, розглядаючи гроші як соціально-психологічний ресурс персоналу організацій, можемо дійти висновку, що вони функціонують у **трьох вимірах**: 1) психологічному (вплив на мотивацію, самооцінку, безпеку); 2) соціальному (статус, взаємодія, визнання); 3) організаційному (регуляція поведінки, підтримка культури, управління).

Висновки.

1. У контексті організацій гроші набувають значення соціально-психологічного ресурсу, який поєднує два виміри діяльності організації: матеріальний і символічний.

2. Соціально-психологічне значення грошей в організації включає в себе: формування соціальних відносин; відображення статусу і престижу працівників; сприяння мотивації та ефективності персоналу; вплив на психологічне благополуччя персоналу організації; можуть виступати ресурсом управління соціально-психологічним кліматом організації.

3. Формування зрілої монетарної культури організації сприяє підвищенню організаційної ефективності, гармонізації відносин між керівництвом і працівниками та розвитку відповідальної економічної поведінки.

4. В організації гроші функціонують у **трьох вимірах**: психологічному, соціальному та організаційному.

Перспективи подальших досліджень полягають в емпіричному дослідженні ставлення до грошей як соціально-психологічного ресурсу персоналу організацій та розробці методичних рекомендацій щодо означеної теми.

Література

1. Берн, Е. (2020). *Що ти скажеш після привітання? Психологія людської долі*. Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля».
2. Бутко, М. П., Неживенко, А. П., & Пепа, Т. В. (2020). *Економічна психологія*. «Видавництво «Центр учбової літератури».
3. Бугерко, Я. М. (2023). Ресурсний підхід в сучасній психології. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*, 3, 79-84. <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.3.12>
4. Васютинський, В. О. (Ред.) (2016). *Соціальна психологія бідності*. Міленіум.
5. Зубіашвілі, І. К. (2009). *Ставлення до грошей як фактор економічної соціалізації старшокласників*. [Дис. канд. психол. наук, Інститут психології ім. Г. С. Костюка НАПН України].
6. Зубіашвілі, І. К., Мельничук, Т. І. (2023). Психологічні аспекти економічного самовизначення особистості. *Журнал сучасної психології*, 1(28), 69-77. Видавничий дім «Гельветика».
7. Горденко, А. (2016). Особистісна ресурсність у контексті професійної діяльності правоохоронців. *Науковий вісник МНУ імені В.О. Сухомлинського. Психологічні науки*, 1(16).
8. Кандиба, О. С. (Ред.) (2017). *Українські прислів'я та приказки*. Віват.
9. Карамушка, Л. М., & Ходакевич, О. Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей*. КНЕУ.
10. Кіптік, К. (2025). Модель соціально-психологічних особливостей економічної поведінки майбутніх фахівців технічного профілю. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 36(3), 140-150. <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.14>
11. Клименко, Н. Г. (2024). *Особистісно-професійні стилі поведінки як чинник ставлення жінок до грошей*. [Дис. д-ра філософ., Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України].
12. Клименко, Н. (2025). Ставлення до грошей в контексті благополуччя персоналу організацій: теоретичний аналіз проблеми. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 35(2), 96-106. <https://doi.org/10.31108/2.2025.2.35.8>
13. Креденцер, О. В. (2019). *Психологія розвитку підприємницької активності персоналу освітніх організацій*. Логос.
14. Кононець, М. (2025). Проактивність як чинник ефективного управління фінансовими ресурсами: теоретичний аналіз та практичні рекомендації. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 36(3), 151-159. <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.15>
15. Нікітіна, О. П., Хомуленко, Т. Б., & Іванченко, А. Д. (2020). *Психологія монетарної спрямованості особистості*. ХНПУ імені Г. С. Сковороди.
16. Паршак, О. І. (2021). *Психологічні особливості ставлення до грошей персоналу комерційних організацій*. [Дис. канд. психол. наук, Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України].
17. Пачковський, Ю. Ф., & Максименко, А. О. (2014). *Споживча поведінка українських домогосподарств*. ЛНУ імені Івана Франка.

18. Савченко, О., & Хтей, С. (2020). Методика діагностики аспектів споживацької поведінки студентів. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 4(21), 96-109.
19. Сімків, М. В. (2015). Гроші як соціально-психологічний феномен. *Молодий вчений*, 10(25), 191-194.
20. Штепа, О. С. (2013). *Особливості зв'язку психологічної та персональної ресурсності особистості*. Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України. *Проблеми сучасної психології*. (21), 782-790.
21. Штифурак, В. Є. (2019). Субкультурне сприймання студентською молоддю психологічного феномену грошей. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія»*, 1(9), 245-249. [https://doi.org/10.31339/2413-3329-2019-1\(9\)-245-249](https://doi.org/10.31339/2413-3329-2019-1(9)-245-249)
22. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
23. Furnham, A. (2014). *The new psychology of money*. Routledge.
24. Furnham, A., & Murphy, T. (2019). Money types, money beliefs, and financial worries: An Australian study. *Australian Journal of Psychology*, 71(2), 193-199.
25. Godfrey, N. (2006). Making our students smart about money. *Education Digest*, 71(7), 21-26.
26. Halvorsen, K. (2016). Economic, Financial, and Political Crisis and Well-Being in the PIGS-Countries. *SAGE Open*, 6(4), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2158244016675198>
27. Hayhoe, C., Leach, I., Turner, P., Bruin, M., & Lawrence, F. (2000). Difference in spending Habits and credit card use of college students. *Journal of Consumer Affairs*, (34), 113-133. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2000.tb00087.x>.
28. Hillman, J. (1989). *A Blue Fire*. Harper & Row.
29. Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
30. Joo, S. (2008). Personal financial wellness. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of consumer research* (pp. 21-33). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_2.
31. Krausz, R. R. (1993). Organizational Scripts. *Transactional Analysis Journal*, 23(2), 76-86.
32. Masten, A. S., & Reed, M. J. (2002). Resilience in Development. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp. 74-88). Oxford University Press, 74-88. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195135336.003.0006>
33. Van Praag, B. M. S., Frijters, P., & Ferrer-i-Carbonel, A. (2003). The anatomy of subjective well-being. *Journal of Economic Behavior and Organisation*, (51), 29-49. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(02\)00140-3](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(02)00140-3).
34. Sesini, G., Manzi, C., & Lozza, E. (2023). Is psychology of money a gendered affair? A scoping review and research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, (47), 2701-2723.
35. Simkiv, M. (2013). Money attitude of Ukrainian young people: sociodemographic aspect. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2, 36-45.
36. Tang, T. L.-P., & Gilbert, P. R. (1995). Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 327-332.

References

1. Bern, E. (2020). *Shcho ty skazhesh pislya pryvitannya? Psykhologia lyudskoyi doli [What will you say after the greeting? Psychology of human destiny]*. Knyzhkovy klub «Klub simeinogo dozvillya». [In Ukrainian]
2. Butko, M. P., Nezhyvenko, A. P., & Pepa, T. V. (2020). *Ekonomichna psykhologia [Economic psychology]*. «Vydavnytstvo «Tsentr uchbovoyi literatury». [In Ukrainian]
3. Bugerko, Ya. M. (2023). Resursny pidkhid v suchasni psykhologii [Resource approach in modern psychology]. *Dniprovskyi naukovy chasopys publichnogo upravlinnya, psykhologii, prava*. 3, 79-84. <https://doi.org/10.51547/ppp.dp.ua/2023.3.12> [In Ukrainian]
4. Vasyutynsky, V. O. (Red.) (2016). *Sotsialna psykhologia bidnosti [Social psychology of poverty]*. Milenium. [In Ukrainian]
5. Zubiashvili, I. K. (2009). *Stavlennya do groshei yak faktor ekonomichnoyi sotsializatsii starshoklasnykiv [Attitude towards money as a factor in economic socialization of high school students]*. [Dys. kand. psykholog. nauk, Instytut psykhologii im. G. S. Kostyuka NAPN Ukrainy]. [In Ukrainian]
6. Zubiashvili, I. K., Melnychuk, T. I. (2023). *Psykhologichni aspekty ekonomichnogo samovyznachennya osobystosti [Psychological aspects of economic self-determination of an individual]*. *Zhurnal suchasnoyi psykhologii*, 1(28), 69-77. Vydavnychy dim «Gelvetyka». [In Ukrainian]
7. Gordenko, A. (2016). *Osobystisna resursnist u konteksti profesiinoyi dialnosti pravookhorontsiv [Personal resourcefulness in the context of professional activities of law enforcement officers]*. *Naukovy visnyk MNU imeni V.O. Sukhomlynskogo. Psykhologichni nauky*, 1(16). [In Ukrainian]
8. Kandyba, O. S. (Red.) (2017). *Ukrainski pryslyvya ta prykazky [Ukrainian proverbs and sayings]*. Vivat.
9. Karamushka, L. M., & Khodakevych, O. G. (2017). *Psykhologichni osoblyvosti stavlennya studentskoyi molodi do groshei [Psychological characteristics of students attitude towards money]*. KNEU. [In Ukrainian]
10. Kipytyk, K. (2025). *Model sotsialno-psykhologichnykh osoblyvostei ekonomichnoyi povedinky maibutnikh fakhivtsiv tekhnichnogo profilu [Model of socio-psychological features of economic behavior of technical students]*.

- Organizatsiina psykholgia. Ekonomichna psykholgia*, 36(3), 140-150. <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.14> [In Ukrainian]
11. Klymenko, N. G. (2024). *Osobystisno-profesiini styli povedinky yak chynnyk stavlennya zhynok do groshei* [Personal and professional behavioral styles as a factor in womens attitude towards money]. [Dys. d-ra filosof., Instytut psykholgii imeni G. S. Kostyuka NAPN Ukrainy]. [In Ukrainian]
12. Klymenko, N. (2025). Stavlennya do groshei v konteksti blagopoluchya personalu organizatsii: teoretychny analiz problemy [Attitudes towards money in the context of staffs well-being: a theoretical analysis of the problem]. *Organizatsiina psykholgia. Ekonomichna psykholgia*, 35(2), 96-106. <https://doi.org/10.31108/2.2025.2.35.8> [In Ukrainian]
13. Kredentser, O. V. (2019). *Psykholgia rozvytku pidpryyemnytskoyi aktyvnosti personalu osvitynikh organizatsii* [Psychology of development of entrepreneurial activity of the staff of educational organizations]. Logos. [In Ukrainian]
14. Kononets, M. (2025). Proaktyvnist yak chynnyk efektyvnogo upravlinnya finansovymy resursamy: teoretychny analiz ta praktychni rekomendatsii [Proactivity as a factor in effective management of financial resources: theoretical analysis and practical recommendations]. *Organizatsiina psykholgia. Ekonomichna psykholgia*, 36(3), 151-159. <https://doi.org/10.31108/2.2025.3.36.15> [In Ukrainian]
15. Nikitina, O. P., Khomulenko, T. B., & Ivanchenko, A. D. (2020). *Psykholgia monetarnoyi spryamovanosti osobystosti* [Psychology of personal monetary orientation]. KhNPU imeni G. S. Skovorody. [In Ukrainian]
16. Parshak, O. I. (2021). *Psykhologichni osoblyvosti stavlennya do groshei personalu komertsiiynykh organizatsii* [Psychological characteristics of attitudes towards money of the staff of commercial organizations] [Dys. kand. psykhol. nauk, Instytut psykholgii imeni G. S. Kostyuka NAPN Ukrainy]. [In Ukrainian]
17. Pachkovsky, Yu. F., & Maksymenko, A. O. (2014). *Spozhyvcha povedinka ukrainskykh domogospodarstv* [Consumer behavior of Ukrainian households]. LNU imeni Ivana Franka. [In Ukrainian]
18. Savchenko, O., & Khtei, S. (2020). Metodyka diagnostyky aspektiv spozhyvatskoyi povedinky studentiv [Methodology for diagnosing student consumer behavior aspects]. *Organizatsiina psykholgia. Ekonomichna psykholgia*, 4(21), 96-109. [In Ukrainian]
19. Simkiv, M. V. (2015). Groshi yak sotsialno-psykhologichny fenomen [Money as a socio-psychological phenomenon]. *Molody vcheny*, 10(25), 191-194. [In Ukrainian]
20. Shtepa, O. S. (2013). *Osoblyvosti zvyazku psykhologichnoyi ta personalnoyi resursnosti osobystosti* [Features of relationship between psychological and personal resourcefulness of an individual]. Zbirnyk naukovykh prats K-PNU imeni Ivana Ogiyenka, Instytut psykholgii imeni G.S.Kostyuka NAPN Ukrainy. Problemy suchasnoyi psykholgii. (21), 782-790. [In Ukrainian]
21. Shtyfurak, V. Ye. (2019). Subkulturene sprymannya studentskoyu moloddyu psykhologichnogo fenomenu groshei [Subcultural student perception of the psychological phenomenon of money]. *Naukovy visnyk Mukachivskogo derzhavnogo universytetu. Seria «Pedagogika ta psykholgia»*, 1(9), 245-249. [https://doi.org/10.31339/2413-3329-2019-1\(9\)-245-249](https://doi.org/10.31339/2413-3329-2019-1(9)-245-249) [In Ukrainian]
22. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
23. Furnham, A. (2014). *The new psychology of money*. Routledge.
24. Furnham, A., & Murphy, T. (2019). Money types, money beliefs, and financial worries: An Australian study. *Australian Journal of Psychology*, 71(2), 193-199.
25. Godfrey, N. (2006). Making our students smart about money. *Education Digest*, 71(7), 21-26.
26. Halvorsen, K. (2016). Economic, Financial, and Political Crisis and Well-Being in the PIGS-Countries. *SAGE Open*, 6(4), 1-13. <https://doi.org/10.1177/2158244016675198>
27. Hayhoe, C., Leach, I., Turner, P., Bruin, M., & Lawrence, F. (2000). Difference in spending Habits and credit card ruse of college students. *Journal of Consumer Affairs*, (34), 113-133. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2000.tb00087.x>.
28. Hillman, J. (1989). *A Blue Fire*. Harper & Row.
29. Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. *American Psychologist*, 44(3), 513–524. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
30. Joo, S. (2008). Personal financial wellness. In J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of consumer research* (pp. 21-33). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_2.
31. Krausz, R. R. (1993). Organizational Scripts. *Transactional Analysis Journal*, 23(2), 76-86.
32. Masten, A. S., & Reed, M. J. (2002). Resilience in Development. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Handbook of Positive Psychology* (pp. 74-88). Oxford University Press, 74-88. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195135336.003.0006>
33. Van Praag, B. M. S., Frijters, P., & Ferrer-i-Carbonel, A. (2003). The anatomy of subjective well-being. *Journal of Economic Behavior and Organisation*, (51), 29-49. [https://doi.org/10.1016/S0167-2681\(02\)00140-3](https://doi.org/10.1016/S0167-2681(02)00140-3).
34. Sesini, G., Manzi, C., & Lozza, E. (2023). Is psychology of money a gendered affair? A scoping review and research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, (47), 2701-2723.
35. Simkiv, M. (2013). Money attitude of Ukrainian young people: sociodemographic aspect. *The Journal of Education, Culture, and Society*, 2, 36-45.

36. Tang, T. L.-P., & Gilbert, P. R. (1995). Attitudes toward money as related to intrinsic and extrinsic job satisfaction, stress and work-related attitudes. *Personality and Individual Differences*, 19(3), 327-332.

Відомості про авторів

Клименко Наталія Геннадіївна, докторка філософії в галузі психології, Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, м. Київ, Україна.

Klymenko, Nataliia, PhD, senior researcher of the Laboratory of organizational and social psychology, G.S. Kostiuk Institute of psychology of the NAES of Ukraine, Kyiv, Ukraine.

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1897-3201>

E-mail: nk.psychol@gmail.com

Отримано 15 жовтня 2025 р.
Рецензовано 29 жовтня 2025 р.
Прийнято 3 листопада 2025 р.