

ЕКОНОМІЧНА ТЕОРІЯ

УДК 330.16

Кудінова А. В.,
к.е.н., доцент кафедри політичної економії
факультетів управління та управління
персоналом і маркетингу КНЕУ

РЕЛІГІЙНИЙ ФАКТОР В ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ СПОЖИВАННЯ

Kudinova Alevtyna,
Ph. D., Associate Professor, political economy department,
Vadim Getman Kyiv National Economic University

THE RELIGIOUS FACTOR IN THE PROCESS OF CONSUMPTION PATTERNS CREATION.

АНОТАЦІЯ. У статті досліджено проблему впливу на споживчі пріоритети населення релігії як інституту, що тривалий час визначав характер соціально-економічних відносин; визначено основні риси та характеристики основних моделей споживчої поведінки за релігійним фактором.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: модель споживання, релігія, уподобання, потреби, мотивація споживчої діяльності.

ABSTRACT: In the article, the problem of the impact on consumer priorities population of religion as an institution that long defined the character of social and economic relations; the main features and characteristics of the main models of consumer behavior for religious factor.

KEYWORDS: model of consumption, religion, preferences, needs, motivation of consumer.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими завданнями.

Глобалізація, як украй неоднозначне та складне явище, викликала велику кількість суперечностей і протиріч і суспільного розвитку, й економічного відтворення. Зокрема, з одного боку, неможливо знайти історичних аналогій зростаючої культурної, суспільної, духовної взаємозалежності, з іншого, відбувається явне загострення цивілізаційної, соціальної, релігійної та етнічної самосвідомості.

© А. В. Кудінова, 2014

Етнічні, релігійні, етноконфесійні особливості соціуму, існуючі в ньому інтереси, переваги та цінності визначають організацію господарського життя основного її учасника — людини, що яскраво проявляється при дослідженні еволюції суспільного розвитку. «Тектонічні зрушення в економіці призводять до глибокого розколу між тими, хто хоче повернутися до старих чеснот, тими, хто хоче насолоджуватись новими свободами, і тими, хто розуміє, що вчорашні цінності не можуть бути істиною завтрашнього дня. Коли рівновага порушена, ніхто не може знати, яка модель соціальної поведінки забезпечить людям виживання та процвітання. Але оскільки старі моделі, ймовірно, не працюють, необхідно спробувати нові, експериментальні моделі. Моральні цінності, якщо їм дано існувати, мають сприяти успішному виживанню цивілізації. Істинні моральні цінності (завдяки яким людство змогло так довго існувати)... не можуть не змінитися в нових умовах» [1, с. 77].

Релігійна картина світу вкрай різнобарвна і дуже складно провести межу між ситуацією, коли людина сповідує релігію, а коли релігія є просто компонентом культури, який індивід свідомо чи ні підтримує. Дослідження сучасної моделі споживання в контексті економічного розвитку неможливо уявити без вивчення його релігійної та етнонаціональної компоненти, оскільки, наприклад, католицькі країни (від Латинської Америки до Польщі), свідомо імплементують цінності своєї конфесії в економічну діяльність; ісламський фундаменталізм є вже не тільки політичним, але й економічним фактором; країни, в яких розповсюджено конфуціанство, демонструють безпрецедентні темпи зростання, що неможливо пояснити лише економічними чинниками.

Аналіз останніх публікацій і виділення невирішеної частини проблеми.

Споживання, як кінцева мета суспільного виробництва, досліджується вітчизняними та зарубіжними вченими в контексті взаємозв'язку з попитом, інвестиціями, заощадженнями [6; 11; 13], або в процесі моделювання споживчої поведінки в різних ринкових умовах [7; 10; 12; 15]. З іншого боку, неекономічні фактори економічного розвитку, зокрема релігія, вивчаються з точки зору їх впливу модернізацію [4] або економічну поведінку індивіда, підприємця в умовах ринкової економіки [2; 14]. У той же час аналіз впливу релігійного фактору на споживчий вибір, споживчі уподобання, споживчу мотивацію залишається поки поза науковим інтересом.

Постановка завдання. Метою цієї статті є дослідження ролі релігії як фактору формування споживчих пріоритетів.

Викладення основних результатів дослідження.

Абсолютна залежність від сил природи та панування сільського господарства в аграрних суспільствах обумовили їх безмежну віру у волю богів. За умов індустріального антропогенного виробництва, що мінімізує вплив природи на виробничі процеси, потреба у «виробничій» моделі зникла, релігійні ідеї поступово секуляризувались, ставши основою сучасної західної моделі споживання.

Споживчі традиції кожної конфесії обумовлені, напевно, верствами, життєва поведінка яких на конкретному історичному етапі стала визначальною. Так, конфуціанство було етикою літературно освічених світських раціональних сановників, а той, хто не належав до цієї освіченої верстви, взагалі не брався до уваги. Носіями раннього індуїзму, навпаки, стали літературно освічені представники спадкової касты, які не займали жодних чиновних посад, а діяли в якості ритуальних пастирів для окремих людей/спільнот і непорушного центру орієнтації у кастовому поділі. Буддизм розповсюджувався монахами-мандрівниками, що жебракували, які віддавались спогляданню та відторгали світ. Іслам спочатку був релігією воїнів-завойовників, дисциплінованих борців за віру. На чолі іудаїзму в період Середньовіччя опинились представники бюргерської інтелігенції, які отримали своєрідну літературно-ритуальну освіту. І нарешті, християнство, що на початку було релігією ремісників-мандрівників, перетворилось на специфічну міську, бюргерську релігію [3, с. 542—573].

Протестантська модель економічної поведінки (є домінуючою релігією у США, Великій Британії, Данії, Данії, Норвегії, Фінляндії, Швеції, Новій Зеландії), і споживчої в тому числі, побудована на індивідуалізації та втілює ідею переходу людини від «прикріпленого» з народження соціального статусу до вільно обраного контракту.

Саме протестантський аскетизм, за висловом Маркса, став основою «буржуазної бережливості». Аскетичний протестантизм через професійну діяльність дозволяє людині перетворитися на знаряддя Бога, виконуючи в миру його волю, а оскільки прославляння Бога не знає меж, то і професійна діяльність аскета перетворюється на релігійно-етично обумовлене нескінчене розширене виробництво. Відповідно, чим вищим є дохід і чим швидше оборот капіталу, тим значимішою є релігійна цінність всієї діяльності (особливого значення набуває грошовий, а не речовий вираз комерційного успіху, що дозволяє порівняти результати та оцінити богоугодність різних видів діяльності) [2]. Протестан-

тизм відмежував поняття капіталу як продуктивного багатства та особистого споживання.

Можливо, саме цей аскетичний протестантизм заклав основи сучасної західноєвропейської моделі споживання — раціональної, помірної, недемонстративної тобто найконкуренентоспроможнішої моделі (як зауважував, А. Мюллер-Армак, протестантські країни всі без виключення ідентичні з високорозвиненими в економічному відношенні країнами; нехристиянські, крім Японії — зі слаборозвиненими; католицькі і православні, за винятком комуністичних — із середньорозвинутими).

Протестантська етика була заснована на принципі: «скромне особисте споживання та активна професійна діяльність». Традиційні протестантські чесноти — труд, дисципліна, ощадливість, опора на власні цілі, самоконтроль, були орієнтовані на сім'ю, і в той же час мали світський характер. Тобто, це були стандарти життя, за якими оцінювалась поведінка людини, і якщо ця поведінка не відповідала заявленим стандартам, суспільство засуджувало її як неправильну.

Традиційна протестантська етика споживання за останні десятиліття, звичайно, зазнала певних трансформацій, змінився сам критерій раціональності — із суб'єктивного на об'єктивний, що не могло не відобразитися на споживчих відносинах [8, 15—22].

Католицизм (є домінуючою релігією в Австрії, Бельгії, Ірландії, Іспанії, Італії, Португалії, Франції) на початку був побудований на ідеях некористолюбства та спільності майна. Засновник західного чернецтва Бенедикт Нурсийський заборонив своїм монахам вживати навіть слово «моя», лише «наше». Згідно Ф. Хайлеру, відомому німецькому історичному релігієзнавцю, католицизм є «об'єднанням протилежностей»: особистої свободи та нівелюючої церковності, примітивного ритуалу та витонченого екстазу, гіркого покаяння та мирської розкоші [5, с. 376—377].

Ще одна гілка християнства — *православ'я* (Росія, Україна, Румунія, Греція, Сербія, Білорусь, Болгарія, Грузія, Молдова), загальна система цінностей якого включає і труд, і власність, і багатство, при абсолютній домініанті праці і над власністю, і над багатством [4, с.246].

Усе це визначило і особливості православної споживчої моделі задоволення лише основних базових потреб людини та відмова від поєднання багатством і неприйняття в якості ідеалу концепції споживання зростаючої маси матеріальних благ.

Згідно *ісламу* (Іран, Пакистан, Єгипет, Туреччина, Бангладеш, Індонезія) все багатство належить Богові, який передав його у

тимчасове ефективне користування людині. Коран для ісламської економічної моделі є основним регламентуючим документом, який хоча і не закликає до аскетизму, але ж рекомендує дотримуватися помірності в споживання, оскільки економічне зростання — суттєвий, але не достатній фактор досягнення реального (духовного) добробуту людини.

Основною проблемою сучасних споживчих відносин у мусульманських країнах є імплементація західних стандартів споживання як глобальних трендів світового розвитку. Особливість ісламської економіки в тому, що вона закликає змінити споживчі пріоритети, висуваючи на перший план предмети першої необхідності, а вже потім розглядати можливість, а головне, необхідність, предметів розкоші та інших надмірностей. Крім того, іслам не схвалює надмірні претензії на індивідуальність, коли накопичене багатство стає надмірно «моїм», оскільки перебільшена соціальна диференціація знищує моральність суспільних взаємовідносин.

Йудаїзм (Ізраїль), з одного боку, засуджує гонитву за матеріальними благами, з іншого, визнає, що належним чином служити Богу можна лише за наявності певних матеріальних ресурсів: «Де немає борошна, там немає й Тори». Ставлення до багатства обумовлює і споживчі пріоритети. Визнання, по-перше, успіху в бізнесі виявом Божої милості, по-друге, призначенням багатства — забезпечення власнику пристойного життя на цьому світі (оскільки користуватися ним можна лише у земному житті), звели до мінімуму аскетизм у споживанні, поставивши на перше місце «радощі від земного життя та тих благ, що воно може дати» [14, с. 57—58].

Своєрідний індивідуалізм індуїзму — відмова від мирських проблем, бажань, цінностей — обумовив специфіку економічної поведінки споживачів в Індії. Надзвичайна самодостатність індуїстів, особливо індуїстів-відлюдників, мінімізує вплив соціальних, статусних потреб у споживанні. Оскільки спасіння пов'язувалось з пізнанням світу та життя, а не з соціальною взаємодією, то відбулось відокремлення релігійного служіння від інших видів діяльності. Провідним ціннісним орієнтиром у формуванні моделі споживання став принцип «неунікальності» людського життя — постійна зміна життя та смерті в новій «оболонці», що відповідає сумі накопичених заслуг, — стимулює помірність бажань, потреб, вимог у цьому житті заради більш високого рівня розвитку (і можливостей споживання) у майбутньому.

Конфуціанство є поєднанням оптимізму, сімейних цінностей і бюрократичного авторитаризму, який не допускає надмірного споживання, проте зауважує: «...Стережися бути багатим і знатним, коли у самій країні управління невірне і уникай бідності й незнатності, коли країна управляється правильно» [9, с. 66—67]. В етиці конфуціанського споживання домінувала помірність: справжньої чесноти не можна досягти, якщо людина постійно прагне підвищити рівень свого споживання. Раціональна етика, прагматична оцінка господарської ситуації вимагала від конфуціанця дотримання певних споживчих ритуалів. Саме в ритуалі втілюється «моральність», «справедливість», «обов'язок».

Буддизм традиційно своїх adeptів навчав поміркованості в споживанні: «Вирубай ліс своєї жадібності до того, як рубати справжні дерева». Сенс людського життя не в задоволенні матеріальних потреб та їх примноженні, а в очищенні самої людини, що ставить людську творчу діяльність вище за споживання. Для буддизму характерною є простота образу життя та свідоме зниження стандарту споживання. Споживання не є ціллю само по собі, моральна ціль вища за всі інші цілі, а матеріальний добробут — лише допоміжний інструмент її досягнення.

Висновки. Безумовно, релігія відіграла та відграє суттєву роль у формуванні споживчих пріоритетів, проте початок нового тисячоліття переконливо доводить, що незважаючи на суттєві релігійні відмінності, найбільших успіхів у просуванні своїх цінностей досягла західноєвропейська цивілізація, що пояснюється надзвичайною привабливістю для звичайного індивіда суспільства масового споживання (потреби, задоволення від споживання, гедоністичний стиль життя). Подібна імплементація західних традицій, з одного боку, сприяє спрощенню міжкультурного, міжнаціонального, міжцивілізаційного спілкування. З іншого, відбувається «переломлення» західних стандартів через призму кожної культури і залишитися незмінними подібні явища просто не в змозі.

Хоча на глибинному рівні західні уявлення та ідеї фундаментально відрізняються від тих, що притаманні іншим цивілізаціям. В ісламській, конфуціанській, японській, індуїстській, буддистській, православної культурах майже не знаходять підтримки такі західні ідеї, як індивідуалізм, лібералізм, конституціоналізм, права людини, свобода, верховенство закону, демократія, вільний ринок.

Література

1. *Thurow L.C.* The Future of Capitalism. How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World. L., Nicolas Brealey Publishing, 1996.
2. *Вебер М.* Протестантская этика и дух капитализма. // Антология культурологической мысли / авт.-сост. С. П. Мамонтов [и др.]. — М. : РОУ, 1996.
3. *Вебер М.* Хозяйственная этика мировых религий / Цит. по: Религиоведение. Хрестоматия / Пер. с англ., нем., фр. Сост и общ. ред. А.Н. Красникова. — М.: Книжный дом «Университет», 2000.
4. *Зарубина Н. Н.* Социокультурные факторы хозяйственного развития : М. Вебер и современные теории модернизации. — СПб. : РХГИ, 1998.
5. *Католичество* / Автор-сост. А.А. Грицанов. — Мн.: Книжный дом, 2006.
6. *Кейнс Дж. М.* Общая теория занятости, процента и денег. Избранное / Дж. М. Кейнс ; под науч. ред. П. Н. Клюкина. — М. : ЭКСМО, 2009.
7. *Кириленко Л. М.* Структура потреб та її вплив на систему і форми особистого споживання / Л. М. Кириленко // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; [відп. ред. А. В. Шегда]. — К. : ВПЦ «Київський ун-т». — Вип. 22. — 2010. (10).
8. *Козловски П.* Этика капитализма (с комментариями Дж. Бьюкена); Эволюция и общество: критика социобиологии. — СПб.: Экономическая школа, 1996.
9. *Конфуций* / Сост. В.В. Юрчук / 2-е изд. — Мн.: Современ. слово, 2005.
10. *Коротченко А. Л.* Капитал: Теоретические основы капитала : монография / А. Л. Коротченко. — К. : НТУУ КПИ, 2008.
11. *Маршалл А.* Основы экономической науки / А. Маршалл ; предисл. Дж. М. Кейнса ; под науч. ред. П. Н. Клюкина. — М. : ЭКСМО, 2008.
12. *Мельник Т.М.* Оцінювання впливу імпорту на проміжне і кінцеве споживання // Актуальні проблеми економіки. — 2013. — № 11. — С. 62—70.
13. *Самуэльсон П.* Экономика / Пол Э. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус; пер. с англ. О. Л. Пелявского ; под ред. А. А. Старостиной, В. А. Кравченко. — 18-е изд. — М. ; СПб.; К. : Вильямс, 2008.
14. *Тимчик О.А.* Економіка та релігія: теорія і практика взаємовпливу: монографія : — К. : КНТ, 2014.
15. *Шафалюк О. К.* Гуманістична концепція споживача в маркетингу : монографія / О. К. Шафалюк. — К. : КНЕУ, 2008.

Reference

1. *Thurow L.C.* The Future of Capitalism. How Today's Economic Forces Shape Tomorrow's World. L., Nicolas Brealey Publishing, 1996.
2. *Veber M.* The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism // Anthology culturological thoughts. — compiled by Mamontov SP — Moscow : ROU, 1996 [in Russian].
3. *Veber M.* The economic ethics of world religions. // On Religion. Reader / Trans. from English., It., fr. Compiled and Society. Ed. A.N.Krasnikova. — M. : Book House «University», 2000 [in Russian].
4. *Zarubina N.N.* Socio-cultural factors of economic development: M.Veber and modern theories of modernization. — SPb. : RGGI, 1998 [in Russian].
5. Catholicism / compiled by A.A.Gritsanov. — Mn.: Book House, 2006.
6. *Keynes J.* General Theory of Employment, Rate and Money. Favorites; under scientific. Ed. P.N. Klyukina. — M.: EKSMO 2009 [in Russian].
7. *Kirilenko L.M.* Needs structure and its impact on the system and forms of personal consumption // Theoretical and Applied Economics question:. — Kyiv: University of Kyiv. — Vol. 22. — 2010. (10) [in Ukraine].
8. *Kozlowski P.* Ethics of Capitalism (with comment Buchanan); Evolution and Society: criticism of sociobiology. — SPb.: The School of Economics, 1996 [in Russian].
9. *Confucius.* / Comp. V.V. Yurchuk. — 2-nd ed. — Minsk: Word, 2005 [in Russian].
10. *Korochenko A.L.* Capital: Theoretical Foundations of capital: monograph. — K.: NTU KPI, 2008 [in Russian]
11. *Marshall A.* Foundations of Economic Sciences / A. Marshall; foreword. J. M. Keynes; under scientific. Ed. PN Klyukina. — Moscow : EKSMO, 2008 [in Russian]
12. *Melnyk T.M.* Assessing the impact of imports on intermediate and final consumption // Actual problems of economy. — 2013. — №11. — p. 62—70.
13. *Samuelson P.,* Economics / 18 th ed. — Moscow; St. Petersburg ; Kiev : Williams, 2008 [in Russian].
14. *Tymchyk O.A.* Economics and religion: theory and practice mutual. Monograph: — Kiev : KNT, 2014 [in Ukraine].
15. *Shafalyuk O.K.* Humanistic concept of consumer marketing: monograph. — Kiev : KNEU, 2008 [in Ukraine].