



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2026.06.027>

УДК 330.16:17.022.1

JEL: A13, O11, Z10, E69

Є.В. ТКАЧ, канд. екон. наук,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
вул. Коцюбинського, 2, 58012, Чернівці, Україна
e-mail: e.tkach@chnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7186-3124>

МОРАЛЬНО-ЦІННІСНІ ОРІЄНТИРИ В СИСТЕМІ ІНСТИТУЦІЙНО-ПОВЕДІНКОВИХ ЧИННИКІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Зазначено, що формування доброзичливої атмосфери в суспільстві й популяризація моральних цінностей є ключовими чинниками інституційно-поведінкових трансформацій і соціально-економічного розвитку. Наголошено, що на сучасному історичному етапі забезпечення сталого соціально-економічного розвитку потребує не лише побудови соціально орієнтованої і екологічної економіки, а й формування морально орієнтованої економіки. Запропоновано комплексний підхід, що передбачає скоординовані зусилля на різних рівнях, спрямовані на популяризацію й утвердження морально-етичних цінностей і формування доброзичливої атмосфери в суспільстві.

Ключові слова: інституції; моральні цінності; доброзичлива атмосфера; економічна політика; соціально-економічний розвиток; поведінкова економіка; спосіб мислення; культура.

У сучасних умовах досягнення сталого, довгострокового і стабільного соціально-економічного розвитку держави потребує не лише вирішення питань національної безпеки, забезпечення економічного зростання, розвитку системи соціального захисту, розв'язання соціальних і екологічних проблем, а й

Ц и т у в а н н я: Ткач, Є. (2026). Морально-ціннісні орієнтири в системі інституційно-поведінкових чинників соціально-економічного розвитку. *Економіка України*. 69. 06(775). 27—42. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2026.06.027>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2026. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

популяризації та утвердження морально-етичних принципів і цінностей, формування на цій основі доброзичливої атмосфери в суспільстві. Власне аналогічна логіка простежується і на мікрорівні — в окремому колективі, для успішного функціонування й розвитку якого визначальне значення мають дотримання морально-етичних принципів і формування сприятливого соціально-психологічного клімату.

У процесі історичної еволюції на певному етапі (для більшості країн — у другій половині XX ст.) стало очевидним, що досягнення економічного розвитку є неможливим без запровадження дієвих соціальних гарантій і підтримки менш захищених верств населення, тобто без становлення соціально орієнтованої моделі економіки. Згодом, наприкінці XX ст. наступним очевидним викликом забезпечення соціально-економічного розвитку стала необхідність розв'язання екологічних проблем, забезпечення захисту навколишнього середовища, раціонального використання природних ресурсів, розвитку екологічної культури й формування екологічної економіки. На сучасному історичному етапі, виходячи із стратегічного бачення розвитку та інституційних трансформацій, дедалі чіткіше актуалізується (викристалізовується) проблема необхідності утвердження морально-етичних принципів і формування доброзичливої суспільної атмосфери, що зумовлює потребу в побудові моральної економіки.

Безумовно, необхідність популяризації моральних цінностей і формування доброзичливої атмосфери в суспільстві має бути врахована при розробці й реалізації економічної політики як важлива умова її дієвості та результативності. Як зазначає Л. Кістерський (2024), політика, що обмежується лише елементами соціального захисту й охорони довкілля, не усуває структурних передумов нестійкого і нестабільного розвитку. І далі: для подолання кризи необхідні не тільки нові економічні механізми, а й нові підходи, які враховуватимуть духовні, моральні та інші людські цінності. Ще у 1905 р. М. Вебер (Weber, 1994) наголошував на тому, що цінності є фундаментом мотивації поведінки людей, основою цілісності соціальної системи. М. Тетчер у своїй книзі «Мистецтво управління державою» вказує, що в епоху демократії управління державою без урахування моральних принципів є практично неможливим (Кістерський, 2018).

На нашу думку, однією з основних причин того, що за більш як 30-річний період незалежності держава не досягла рівня соціально-економічного розвитку і добробуту людей, притаманного передовим західним країнам, є стан сформованої системи моральних цінностей і загалом моральне життя суспільства. Саме брак уваги до системи цінностей значною мірою визначив невдалий досвід реформування економіки і політичної системи України. Це відбувається значною мірою через невідповідність системи цінностей нинішнього українського суспільства вимогам, які в сучасному світі визначають саму можливість успішної модернізації. Відповідно, зміна ціннісної складової — одна з вирішальних умов демократичного розвитку України на шляху до ЄС (Pawlowski, 2022).

Багато вчених у своїх працях розглядали теоретичні основи інституційних змін, трансформацію моделі поведінки та їх вплив на соціально-економічний розвиток. Серед зарубіжних науковців можна назвати таких, як Т. Веблен (Veblen, 1904), Д. Норт (2000) Д. Канеман (2016), Р. Талер (2022), Д. Мокір (Mokyr, 2018), Ф. Агіон і П. Ховітт (Aghion, Howitt, 1992), Д. Акерлоф, М. Спенс і Д. Стігліц (Akerlof et al., 2001), Д. Аджемоглу і Д. Робінсон (2017) й у співавторстві з С. Джонсон (Acemoglu, Johnson, 2023) та інші. Серед вітчизняних учених проблеми зміни і трансформації інституційного середовища досліджували А. Філіпенко (2025), П. Нікіфоров (2025), Л. Кістерський (2024), Ю. Шайгородський (2023), А. Колот і О. Герасименко (2022).

Незважаючи на наявність значної кількості наукових досліджень, присвячених проблематиці сталого соціально-економічного розвитку та інституційних трансформацій, у науковій літературі недостатньо уваги приділено комплексному аналізу впливу формування доброзичливої суспільної атмосфери й популяризації моральних цінностей на поведінку економічних суб'єктів і, відповідно, на інституційно-поведінкові трансформації і соціально-економічний розвиток. Залишається не повністю розкритим питання врахування морально-етичних чинників у процесі формування і реалізації економічної політики, зокрема, з позицій їх ролі як неформальних інституцій, що визначають мотивацію, очікування і моделі поведінки учасників економічних відносин. Це зумовлює необхідність продовження досліджень у даному напрямі. Як зазначає П. Нікіфоров (2025), вивчення моделей поведінки людей у різних ролях є одним з ключових завдань науки, а мораль повинна визначати характер фінансово-економічних взаємодій. Саме морально-ціннісні та духовні аспекти, а також вплив культури в усіх її універсалиях є домінантними чинниками розвитку.

Отже, **мета статті** — дослідити теоретичні й практичні засади впливу формування доброзичливої атмосфери в суспільстві й популяризації моральних цінностей на інституційно-поведінкові трансформації і соціально-економічний розвиток у сучасних умовах.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети використано загальні та спеціальні методи дослідження, зокрема: теоретичного узагальнення і пояснення, аналізу і синтезу, вторинного аналізу соціологічних даних, порівняння, логічного моделювання, інституційний і системний підходи.

Соціально-економічний розвиток доцільно розглядати, насамперед, як процес інституційних трансформацій, що передбачає еволюцію і зміну інституційного середовища, тобто здійснення інституційних змін. На думку одного з основоположників інституційної теорії (школи інституціоналізму) Т. Веблена (Veblen, 1904), інституційні трансформації у першу чергу пов'язані із зміною системи поглядів і патернів поведінки. Самі ж інституції Т. Веблен трактував як поширені способи мислення і дій (тобто способи поведінки), що є результатом історичних процесів, які відбувались у минулому (Дутінець, 2019). Ще задовго до появи інституційної теорії і теорії поведінкової економіки А. Сміт у своїх працях довів, що саме поведінка людини стоїть у

центрі наукового аналізу (Нікіфоров, 2025). За своєю суттю поведінка людини є сукупністю дій і реакцій на впливи зовнішнього середовища (подразники) — як свідомих, так і несвідомих, — що формуються під впливом біологічних, соціокультурних і психологічних чинників.

Наприкінці ХХ ст. лауреат Нобелівської премії з економіки Д. Норт (2000) наголошував, що інституції є ключем для розуміння функціонування економіки, оскільки саме вони формують структуру економічних стимулів. Згідно з його концепцією, важливе значення мають як формальні, так і неформальні інституції, проте особливу увагу доцільно приділяти саме неформальним інституціям, які змінюються повільніше, однак справляють визначальний вплив на економічну поведінку й розвиток. Як стверджує Д. Норт, історія показує, що культура, ідеї, ідеології, міфи, догми й упередження мають велике значення. До неформальних інституцій, на нашу думку, належать звичаї (усталені правила поведінки), традиції (усталений спосіб поведінки і дій), мораль (сукупність цінностей, уявлень, норм і правил, що регулюють поведінку людей), світогляд (система поглядів, яка формує моральні орієнтири і поведінкові настанови), цінності (матеріальні й духовні орієнтири, переконання та уявлення, що лежать у основі мотивації і моделей поведінки), ментальність (сформований спосіб мислення), менталітет (усталені стереотипи мислення), історична пам'ять (сукупність знань і уявлень про минуле, які впливають на систему цінностей, суспільні очікування, моделі поведінки й колективну ідентичність), культура (сукупність матеріальних і духовних цінностей, створених людством у процесі історичного розвитку) тощо.

У цьому контексті логічним є питання щодо чинників, здатних впливати на зміну мислення (як процесу перетворення фактів та інформації про події, явища, процеси та ідеї на знання), емоцій (психологічних реакцій на зовнішні стимули), мотивації (внутрішніх спонукань до дії і активностей), моделей (патернів) поведінки і практичних дій економічних суб'єктів і громадян у цілому, а відтак — сприяти інституційним трансформаціям і соціально-економічному розвитку держави, зокрема, через посилення синергії розвитку культури, освіти, науки, стартап-індустрії, інноваційно активного й соціально відповідального національного бізнесу, фінансово-кредитного сектору, інфраструктури, громадянського суспільства, правової системи тощо.

Вітчизняний учений А. Філіпенко (2025) зазначає, що трансформаційні зміни зумовлюються сукупністю внутрішніх і зовнішніх причин, а соціально-економічна трансформація охоплює поступовий процес зміни інституціоналізованих відносин, норм, цінностей та ієрархій. За твердженням Д. Норта (2000), економічні зміни залежать від, по-перше, кількісних і якісних характеристик населення та його динаміки, по-друге, запасів людських знань і, по-третє, інституційної матриці, що включає традиції, звичаї, законодавство, рівень довіри тощо. На нашу думку, на інституційні (інституційно-поведінкові) трансформації, зокрема, на зміну мислення й патернів поведінки економічних суб'єктів, впливає сукупність різноманітних чинників, проте серед ключових доцільно виокремити формування доброзичливої атмосфери в суспільстві й

популяризацію моральних цінностей. Як зазначає, Ю. Шайгородський (2023а), саме моральні цінності є потенційними мотивами, які можуть бути інтеріоризовані особистістю і стати детермінантами її поведінки.

Аналогічна логіка простежується і на мікроекономічному рівні — на підприємстві, у бізнес-структурі або в окремому колективі. Очевидним є те, що для мотивації, заохочення і стимулювання працівників, впливу на їхнє мислення і поведінку, а також для загального розвитку організації головне значення мають організаційна культура і морально-психологічний клімат (мікроклімат у колективі). Саме тому в сучасній управлінській практиці дедалі активніше застосовуються і вдосконалюються інструменти HR-менеджменту, тимбілдингу, хедхантингу, формування корпоративної культури тощо. Це сприяє узгодженню стратегічного бачення розвитку компанії, налагодженню комунікаційних зв'язків, чіткому розмежуванню ролей і відповідальності, а також підвищенню ефективності командної роботи.

Звернення до класичних і сучасних теорій мотивацій (зокрема, А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Мак-Клелланда, В. Врума, Дж. Адамса, Л. Портера, Е. Лоулера, Д. Мак-Грегора та інших) свідчить про багатофакторність мотиваційних процесів економічних суб'єктів (Ткач, 2024). Водночас загально-визнаним є твердження, що — поряд із задоволенням базових фізіологічних потреб, потреб у безпеці, суспільному визнанні, досягненні успіху, існуванні можливостей для творчого зростання — вирішальний вплив на мотивацію справляють чинники справедливості, характер міжособистісних стосунків і рівень морально-психологічного та емоційного клімату.

Не менш актуальними ці питання є на макроекономічному рівні, тобто в соціумі в цілому. Досягнення справедливості, популяризація моральних цінностей і формування атмосфери доброзичливих суспільних відносин безпосередньо впливають на очікування економічних суб'єктів і громадян, а відтак — на їх мислення, емоції та моделі поведінки. Загалом погоджуємося з позицією вітчизняних учених А. Колота і О. Герасименко (2022), які наголошують, що культура, мораль і етика мають перебувати в епіцентрі нової економіки і мережевого суспільства, а майбутнє суспільного поступу пов'язують з розбудовою моральної економіки і поверненням культури, достеменних цінностей у сферу економічної діяльності. Як зазначає П. Нікіфоров (2025), саме моральні спроможності (зусилля) людини та її морально-етичні характеристики стають визначальним економічним і фінансовим ресурсом суспільства, який у майбутньому визначатиме розвиток економіки і суспільства.

Слід також зазначити, що, з огляду на потребу в розбудові морально орієнтованої економіки, особливого значення набувають розробка і запровадження методик аналізу й оцінювання рівня суспільної моралі, морально-психологічного клімату і ступеня утвердження моральних цінностей у суспільстві. У міжнародній практиці вже неодноразово здійснювалися спроби вимірювання глобального морального індексу, однак вони, на жаль, не відзначаються достатньою регулярністю, масштабністю і прозорістю методології. Як первинні індикатори в таких дослідженнях використовувались індекс

корупції, індекс Джині (ступінь нерівності в розподілі доходів), кількість безпритульних, рівень вбивств тощо. Так, у 2009 р. було оприлюднено дослідження Global morality index 2009, яке ґрунтувалося на аналізі опитувань громадської думки в 67 країнах з метою виявлення ставлення суспільства до проявів аморальності. Згідно з результатами цього дослідження, Україна посіла 40-ве місце з показником 4,82 балу, що відповідало рівню, вищому за середній, тоді як найвищий рівень моральності було зафіксовано в Данії — 0,14 балу (Сапаєва, 2014). Розробка науково обґрунтованої системи індикаторів морального розвитку суспільства дасть змогу ефективніше оцінювати, наскільки домінуючі цінності та їх трансформації відповідають цілям і перспективам соціально-економічного розвитку, а також концептуальним закладам формування морально орієнтованої економіки.

В Україні також були спроби вимірювання рівня морально-ціннісного та емоційного стану суспільства на основі загальнонаціональних соціологічних опитувань. Зокрема, результати досліджень, проведених у 2020 р. Інститутом соціології НАН України, Київським міжнародним інститутом соціології і Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва, засвідчують, що при оцінюванні майбутнього України у громадян виникають як позитивні, так і негативні емоції. Так, почуття надії є характерним лише для 43,1 % громадян, оптимізму — 31,2 %, упевненості — 7,6 %, інтересу — 9 %, радості — 4,2 %, задоволеності — 1,6 %. Водночас почуття тривоги відзначили 27,7 % громадян, розгубленості — 18,4 %, безвиході — 13,6 %, страху — 8,6 %, песимізму — 8,2 %, байдужості — 4,3 %. Результати досліджень, проведених у 2024 р., тобто вже в умовах повномасштабної війни, свідчать про певні (хоча й помірні) позитивні зрушення в структурі емоційних оцінок майбутнього країни. Зокрема, почуття надії стало характерним для 61 % громадян, оптимізму — 34 %, упевненості — 15 %, інтересу — 15 %, радості — 4 %, задоволеності — 2 %. Водночас рівень тривоги зріс до 40 %, розгубленості — до 20 %, тоді як частка тих, хто відчувають безвихідь, сягнула 12 %, страх — 21 %, песимізм — 7 %, байдужість — 1 % (табл. 1).

Аналіз динаміки зміни ціннісних домінант громадян України свідчить, що державна незалежність має важливе значення для переважної більшості населення — 97,1 %, а демократичний розвиток держави — для 94 % громадян (табл. 2). Результати соціологічних опитувань, проведених у 2024 р. Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова, підтверджують стійкість цих ціннісних орієнтацій. Зокрема, у разі проведення референдуму щодо проголошення незалежності на момент дослідження 85 % громадян висловили б підтримку державній незалежності, тоді як 2 % — проголосували б проти, 5 % — не змогли визначитися, а 8 % — не брали б участі в голосуванні. Водночас слід зазначити, що в післявоєнний період результати подібних досліджень можуть зазнати змін під впливом низки чинників, серед яких ключовими є характер і умови завершення війни для України, що безпосередньо визначатиме суспільні настрої, очікування і трансформацію ціннісних орієнтацій громадян.

На нашу думку, попри те, що для громадян України державна незалежність і демократичний розвиток мають надзвичайно важливе значення, відносно невисокий рівень оптимізму, впевненості, радості, задоволеності свідчить про несприятливий морально-емоційний клімат у суспільстві. Такий стан негативно впливає на спосіб мислення і мотивацію громадян, а відтак —

Таблиця 1. Які почуття / емоції виникають у громадян, коли вони думають про майбутнє України, %

Почуття / емоції	2010	2015	2020	2024
Надія	58,8	39,0	43,1	61,0
Оптимізм	28,3	19,0	31,2	34,0
Упевненість	14,7	5,0	7,6	15,0
Інтерес	20,2	5,0	9,0	15,0
Радість	5,1	1,0	4,2	4,0
Задоволеність	5,4	1,0	1,6	2,0
Тривога	26,4	39,0	27,7	40,0
Розгубленість	12,1	18,0	18,4	20,0
Безвихідь	6,2	17,0	13,6	12,0
Страх	12,9	15,0	8,6	21,0
Песимізм	4,0	9,0	8,2	7,0
Байдужість	2,0	3,0	4,3	1,0

Джерело: складено автором за: Рекордна кількість українців вважає, що країна рухається у правильному напрямку. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. 2019. 22 сер. URL: <https://dif.org.ua/article/rekordna-kilkist-ukraintsiv-vvazhae-shcho-kraina-rukhaetsya-u-pravilnomu-napryamku> (дата звернення: 15.12.2025); Загальнонаціональне опитування проведено Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова з 8 по 15 серпня 2024 року. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. 2024. 22 сер. URL: <https://dif.org.ua/article/den-nezalezhnosti-ukraini-tsinnist-derzhavi-zgurtovanist-ta-volonterstvo-pidchas-viyni> (дата звернення: 15.12.2025).

Таблиця 2. Динаміка змін ціннісних домінант громадян України, %

Оцінка ступеня важливості	Сума відповідей «Дуже важливо» і «Скоріше важливо»		
	2016	2020	2022
Державна незалежність України	82,3	80,6	97,1
Демократичний розвиток держави	75,3	70,4	94,0

Джерело: складено автором за: Головаха, Макеев, 2022; Шайгородський, 2023b; Загальнонаціональне опитування проведено Фондом «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва спільно з соціологічною службою Центру Разумкова з 8 по 15 серпня 2024 року. Фонд Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва. 2024. 22 сер. URL: <https://dif.org.ua/article/den-nezalezhnosti-ukraini-tsinnist-derzhavi-zgurtovanist-ta-volonterstvo-pidchas-viyni> (дата звернення: 10.12.2025).

на моделі поведінки та дії економічних суб'єктів, що загалом стримує соціально-економічний розвиток. Як переконливо засвідчують результати досліджень лауреата Нобелівської премії з економіки, американського психолога Д. Канемана (2016), психологічні настанови, прогнози й очікування, а також рівень довіри населення до економічних інститутів і органів влади впливають на стан економіки не меншою мірою, ніж її «об'єктивні» детермінанти.

У цьому зв'язку для держави і суспільства надзвичайно актуальним і важливим є пошук відповіді на запитання, яким чином ефективно сприяти популяризації і утвердженню моральних цінностей, формуванню доброзичливої атмосфери в суспільстві, а також як і якою мірою зазначені чинники мають бути враховані в процесі формування та реалізації державної політики? У цьому контексті А. Мазаракі та Ю. Уманців (Mazaraki, Umantsiv, 2025) наголошують, що у країнах світу відбувається перегляд парадигмальних засад ролі держави в господарських процесах у напрямі посилення її впливу на економіку. На нашу думку, насамперед потрібен комплексний підхід, який включатиме скоординовані зусилля на різних рівнях.

По-перше, важливого значення набувають промоція і реалізація публічних соціальних та іміджевих кампаній (зокрема, із застосуванням інструментів соціального маркетингу і реклами з релевантним ціннісним контентом), спрямованих на поширення інформації про моральні орієнтири й цінності, формування позитивних суспільних настанов і популяризацію історій успіху, заснованих на взаємоповазі, соціальній відповідальності й підтримці ініціатив, що сприяють розвитку моральних якостей особистості. Представники теорії поведінкової економіки, серед яких лауреати Нобелівської премії з економіки Д. Канеман (2016) і Р. Талер (2022), доводять, що поведінка людей значною мірою залежить від способу подання інформації, на основі чого формується судження, які впливають на процес мислення й ухвалення рішень.

По-друге, особливої ваги набувають реалізація освітніх програм, запровадження спеціальних курсів і освітніх компонентів, спрямованих на засвоєння моральних норм і цінностей, а також розвиток ціннісно орієнтованої освіти, що сприятиме підвищенню управлінської, правової, екологічної, підприємницької та фінансової культури. Як доводять А. Лазарева і Ю. Юшкевич (2016), основним шляхом реалізації морально-етичних цінностей на індивідуальному і суспільному рівнях є саме система освіти. У цьому контексті в закладах освіти за участю науковців, фахівців-практиків і педагогічних працівників доцільно запровадити навчальні курси «Моральні цінності та культура», «Створення власного бізнесу (стартапу)» та «Історія та культурна спадщина рідного села (міста)». Певний практичний досвід реалізації освітніх компонентів, спрямованих на формування системи цінностей і морально-етичних норм, уже напрацьовано в окремих ВНЗ України: Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, Донецькому національному університеті імені Василя Стуса, Чернівецькому національному університеті імені Юрія Федьковича (курс «Синергія фінансів, бізнесу, політики і культури») тощо.

По-третє, необхідним є підвищення рівня транспарентності й відкритості суспільних відносин шляхом розвитку інформаційних технологій, цифровізації і зменшення інформаційної асиметрії. Лауреати Нобелівської премії з економіки Д. Акерлоф, М. Спенс і Д. Стігліц (Akerlof et al., 2001) виникнення кризових явищ пов'язують з недостатньою прозорістю, асиметричними інформаційними потоками і неефективністю інститутів, покликаних долати інформаційну асиметрію, зокрема, у сфері протидії маніпуляціям, розвитку критичного мислення й захисту інформаційних інтересів держави і громадян.

По-четверте, важливою є активна залученість громадян до публічних обговорень і процесів ухвалення рішень, розвиток громадянського суспільства і громадської активності. Лауреати Нобелівської премії з економіки 2024 р. Д. Аджемоглу, Д. Робінсон і С. Джонсон (Аджемоглу, Робінсон, 2017; Acemoglu, Johnson, 2023) доводять, що саме інституції є ключовим поясненням відмінностей у розвитку країн. Розвиток інклюзивних інституцій, що забезпечують участь громадян у соціально-економічному і політичному житті, на противагу екстрактивним інституціям, є необхідною умовою сталого розвитку держави. У цьому контексті на особливу увагу заслуговують розвиток культури діалогу і полілогу, цілеспрямоване створення публічних платформ (дискусійних майданчиків) для обговорення суспільно значущих питань, а також організація заходів, присвячених аналізу моральних дилем і розвитку емпатії.

По-п'яте, необхідними є цілеспрямовані дії з формування, позиціонування і просування бренда «держава» як унікальної системи цінностей, що відображає її позитивний образ і відповідний імідж у очах громадськості. Бренд «держава» виступає важливим інструментом взаємодії з громадянами і формування в них лояльного ставлення і довіри до інститутів влади. У свідомості суспільства має бути закріплене уявлення про цей бренд як про результат спільної успішної діяльності громадян і держави в цілому. Оскільки громадяни з брендом «держава» (національним брендом) часто асоціюють власний спосіб і стиль життя, мислення, поведінку та дії, важливо, щоб сукупність усіх пов'язаних з ним почуттів, думок, асоціацій, уявлень, спогадів і емоцій базувалася на орієнтації на успіх, дотриманні моральних норм і формуванні доброзичливої атмосфери в суспільстві (зокрема, через створення образу добропорядного й успішного підприємця, усвідомлення славетної історії держави тощо). Як зазначає С. Анхольт (Anholt, 2007), один з перших дослідників національного брендингу, країни дедалі більше усвідомлюють цінність власного бренда як ключового нематеріального активу, а сприйняття країни у світі може відігравати вирішальну роль у досягненні успіху в державній діяльності. У цьому контексті бренд як художньо-образна інтерпретація виступає вагомим механізмом впливу на суспільну свідомість.

По-шосте, важливим є стимулювання розвитку сфери культурних і креативних індустрій, зокрема культурно-мистецьких, освітніх і наукових просторів, екосистеми стартапів (створення бізнес-центрів, коворкінгів, бізнес-інкубаторів, бізнес-акселераторів, бізнес-кластерів, стартап-шкіл, бізнес-ла-

бораторій, підприємницьких хабів тощо), а також соціально відповідального та інноваційно активного бізнесу. Лауреати Нобелівської премії з економіки 2025 р. Д. Мокір (Mokyr, 2018), Ф. Агіон (Aghion, 1992) і П. Ховітт (Howitt, 2002) акцентують увагу на ролі інновацій, творчого руйнування (ідеї, раніше запропонованої Й. Шумпетером) і креативного мислення як ключових факторів економічного зростання й розвитку. В цілому культура, мистецтво і творчість здатні сформувати позитивні емоції, транслювати цінності, стимулювати суспільну активність, розвивати креативне мислення і сприяти самореалізації особистості. Всесвітньо відомий учений-соціолог М. Вебер (Weber, 1994) наголошував, що саме культура відіграє визначальну роль у житті суспільства, забезпечує його цілісність і розвиток, впливає на всі сфери суспільного життя, передусім на економіку.

По-сьоме, суттєве значення має реалізація програм, спрямованих на формування ефективної системи соціального захисту, впровадження дієвих антикорупційних заходів і зменшення соціально-економічної нерівності. Як зазначають вітчизняні вчені А. Мазаракі та Ю. Уманців (Mazaraki, Umantsiv, 2025), для нашої країни важливим напрямом розвитку мають стати підвищення якості державного управління, зміцнення верховенства права, реальна і дієва боротьба з корупцією. Закономірним є те, що сталий розвиток можливий за умови соціальної захищеності громадян і зростання рівня їхніх доходів, що позитивно впливає на платоспроможний попит, заощадження, інвестиції, бюджетні надходження і, зрештою, на добробут населення та його моральний стан.

По-восьме, актуальними є збереження і популяризація традиційних (консервативних) цінностей, до яких належать сімейні цінності, патріотизм, релігійні переконання, гідність, справедливість, повага до історії і культури, історичної та культурної спадщини, формування національних історичних наративів, забезпечення гармонії з довкіллям і національної безпеки.

Реалізація запропонованого комплексного підходу, на нашу думку, сприятиме утвердженню моральних цінностей і формуванню доброзичливої суспільної атмосфери, що позитивно вплине на мислення, емоції, очікування, мотивацію і поведінку громадян і господарюючих суб'єктів, а відтак — на інституційні трансформації. Зазначене обумовлює необхідність урахування окреслених підходів у процесі формування і реалізації державної політики та її стратегування, а також підвищення рівня узгодженості й координації економічної політики з соціальною, гуманітарною, інформаційною політикою, державною політикою у сфері національного брендингу тощо.

Стратегічне значення для забезпечення подальшого сталого соціально-економічного розвитку держави мають утвердження і популяризація моральних цінностей як засади формування в суспільстві доброзичливої атмосфери — ключового чинника інституційно-поведінкових трансформацій і, відповідно, розвитку підприємницького сектору, екосистеми стартапів, культурно-креативних індустрій, освіти, науки, громадянського суспільства, системи соціального захисту, системи національної безпеки, збереження

довкілля, покращення добробуту громадян. У цьому контексті майбутнє соціально-економічного розвитку доцільно пов'язувати з формуванням соціально орієнтованої, інноваційної, інтелектуальної, інформаційно-цифрової, екологічної і водночас моральної економіки.

ВИСНОВКИ

Морально-ціннісні орієнтири і рівень сформованої доброзичливої суспільної атмосфери виступають ключовими неформальними інституціями, які визначають характер інституційно-поведінкових трансформацій і безпосередньо впливають на соціально-економічний розвиток держави. У цьому контексті поряд з традиційними складовими сталого розвитку — економічною, соціальною, екологічною — на сучасному етапі дедалі більшої ваги набуває формування морально орієнтованої економіки. Моральні цінності, культура, рівень довіри, емоційний стан суспільства і домінуючі поведінкові настанови формують мотивацію економічних суб'єктів, їх очікування й моделі поведінки, а відтак — впливають на ефективність функціонування економічної системи.

Результати аналізу соціологічних досліджень засвідчують наявність дисбалансу між високою значущістю базових державницьких цінностей (незалежність, демократія) і відносно низьким рівнем позитивних емоцій (оптимізму, впевненості, задоволеності), що свідчить про недостатньо сприятливий морально-емоційний клімат у суспільстві та його стримувальний вплив на розвиткові процеси. Ефективна економічна політика повинна враховувати морально-етичні чинники як важливу складову інституційного середовища. Їх ігнорування знижує результативність реформ, тоді як їх інтеграція сприяє підвищенню довіри до інститутів, зростанню економічної активності й формуванню позитивних очікувань. У цьому контексті важливим завданням є розробка системи індикаторів оцінювання рівня морального розвитку суспільства, морально-психологічного клімату і ступеня утвердження цінностей, що дозволить підвищити якість аналітичного забезпечення державної політики, посилити її орієнтації на досягнення довгострокових цілей розвитку.

Запропонований комплексний підхід до формування морально орієнтованого інституційного середовища передбачає скоординовані дії на різних рівнях, зокрема: реалізацію соціальних та іміджевих кампаній; розвиток ціннісно орієнтованої освіти; підвищення прозорості й зниження інформаційної асиметрії; активізацію громадянської участі; формування і просування національного бренда; стимулювання розвитку культурно-креативних індустрій та інноваційного підприємництва; зміцнення системи соціального захисту і верховенства права; збереження і популяризацію базових суспільних цінностей.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що формування доброзичливої атмосфери в суспільстві й утвердження моральних цінностей є не лише гуманістичною, а й економічною необхідністю, оскільки саме вони створюють передумови для якісних інституційних змін, підвищення ефективності еконо-

мічної політики і забезпечення сталого соціально-економічного розвитку держави. З огляду на це, перспективи подальших досліджень доцільно пов'язувати з розробкою методичних підходів до кількісного вимірювання морально-ціннісних характеристик суспільства, а також з поглибленим аналізом механізмів інтеграції морально-етичних чинників у систему державного регулювання й економічної політики.

Фінансування. Статтю підготовлено на самоініціативній безоплатній основі, без залучення як бюджетних, так і грантових джерел фінансування.

Конфлікт інтересів. Будь-який конфлікт фінансових або особистих інтересів, який би міг вплинути на написання даної статті, відсутній.

Залучення III. При підготовці статті штучний інтелект жодним чином не залучався для створення наукового змісту і аналізу даних.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

- Кістерський, Л. (2024). Ціннісний підхід у повоєнній відбудові України. *Міжнародна економічна політика*. № 2(41). С. 35—51. <https://doi.org/10.33111/ier.eng.2024.41.03>
- Вебер, М. (1994). Протестантська етика і дух капіталізму. Київ, Основи. 261 с.
- Кістерський, Л. (2018). Передумови розвитку соціальної та солідарної економіки в Україні. *Економіка України*. 61. 5(678). 85—88. URL: <https://nasu-periodicals.org.ua/index.php/economyukr/article/view/2018-05-7>
- Pawlowski, K. (2022). The way of Ukraine to Europe: overcoming obstacles. *Economy of Ukraine*. 65. 6(727). 84—90. URL: <https://nasu-periodicals.org.ua/index.php/economyukr/article/view/2022-06-6>
- Veblen, T. (1904) *The Theory of Business Enterprise*. New York, Charles Scribner's Sons. 417 p. URL: <https://iomaire.com/wp-content/uploads/2012/03/Veblen-Thorstein-The-Theory-of-Business-Enterprise.pdf>
- Норт, Д. (2000). Інституції, інституційна зміна та функціонування економіки. Київ, Основи. 198 с.
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. Vol. 47. No. 2. P. 263—291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Талер, Р. (2022). Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду. 3-тє вид. Пер. з англ. С. Крикунової. Київ, Наш формат. 2022. 464 с.
- Mokyr, J. (2018). *A culture of growth: The origins of the modern economy*. Princeton University Press. 424 p. <https://doi.org/10.1515/9781400882915>
- Aghion, P., Howitt, P. (1992). A model of growth through creative destruction. *Econometrica*. No. 60 (2). P. 323—351. <https://doi.org/10.2307/2951599>
- Akerlof, G., Spence, M., Stiglitz, J. (2001). L'asymétrie d'information au coeur de la nouvelle microéconomie. *Problèmes économiques*. no 2734. P. 19—24. URL: <https://signal.sciencespo-lyon.fr/article/225975/G-Akerlof-M-Spence-Stiglitz-J-l-asymetrie-d-information-au-coeur-de-la-nouvelle-microeconomie>
- Аджемоглу, Д., Робінсон, Дж. (2017). Чому нації занепадають? Походження влади, багатства і бідності. Пер. з англ. О. Дем'янчук. Київ, Наш формат. 440 с.
- Acemoglu, D., Johnson, S. (2023). *Power and progress: our thousand-year struggle over technology and prosperity*. New York, John Murray Press. 560 p.

- Філіпенко, А. (2025). Системні принципи соціально-економічних трансформацій. *Економічна теорія*. № 4. С. 27—42. <https://doi.org/10.15407/etet2025.04.027>
- Нікіфоров, П. (2025). Зрушення у структурі сучасного фінансово-економічного знання як рух до нової парадигми науки. У: *Фінансові інструменти сталого економічного розвитку: антропоцентричні виміри*. Моногр. За заг. ред. П. Нікіфорова. Чернівці, Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. 744 с. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12613>
- Шайгородський, Ю. (2023а). Суспільна мобілізація як зміна ціннісних пріоритетів. *Політичне життя*. С. 88—97. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2023.3.11>
- Колот, А., Герасименко, О. (2022). До філософії моральної економіки: концептологія людиноцентричності (І частина). *Демографія та соціальна економіка*. № 3. С. 65—88. <https://doi.org/10.15407/dse2022.03.065>
- Дугінець, Г. (2019). Інформаційна асиметрія в світовій економіці. *Економічний prospect*. № 150. С. 25—29. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-4>
- Ткач, Є. (2024). Вплив неформальних інституцій на морально-психологічний і емоційний стан суспільства (необхідність його урахування при реалізації економічної політики). *Ефективна економіка*. № 4. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.4.49>
- Сапаєва, Л. (2014). Проблеми побудови індексу моралі і його застосування у порівняльних дослідженнях. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи*. Вип. 1101. С. 65—69. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/13569>
- Головаха, Є., Макеев, С. (Ред.) (2022). Українське суспільство в умовах війни. 2022. Кол. моногр. Київ, Інститут соціології НАН України. 410 с. URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf>
- Шайгородський, Ю. (2023b). Політична участь як чинник формування громадської думки та поведінкових моделей громадян. У: *Політична система України: конституційна модель та політичні практики*. Моногр. Г.І. Зеленько (наук. ред.). 536 с. С. 400—455. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2023/10/Politychna_systema_Ukrainy_.pdf
- Mazaraki, A, Umantsiv, Y. (2025). Economic policy in the context of global instability. *Scientia Fructuosa*. No. 1. P. 4—26. [https://doi.org/10.31617/1.2025\(159\)01](https://doi.org/10.31617/1.2025(159)01)
- Лазарева, А., Юшкевич, Ю. (2016). Освіта як основний напрямок реалізації морально-етичних цінностей в соціокультурному просторі громадянського суспільства. У: *Морально-етичні цінності громадянського суспільства*. Моногр. Одеса, ВМВ. 260 с. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Yushkevich/0043127.pdf>
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York, Palgrave Macmillan. URL: <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230627727>
- Howitt, P. (2002). R&D, implementation and stagnation: A Schumpeterian theory of convergence clubs. *NBER Working Paper Series*. No. 9104. <https://doi.org/10.3386/w9104>

Надійшла 16.02.2026

Прорецензована 05.03.2026

Доопрацьована 01.04.2026

Підписана до друку 08.04.2026

Оприлюднена 18.06.2026

REFERENCES

- Kistersky, L. (2024). Value-Based Approach in the Post-War Recovery of Ukraine. *International Economic Policy*. No. 2(41). P. 35—51. <https://doi.org/10.33111/iep.eng.2024.41.03> [in Ukrainian].
- Weber, M. (1994). The protestant ethic and the spirit of capitalism. Kyiv, Osnovy. 261 p. [in Ukrainian].
- Kistersky, L. (2018). Prerequisites of social and solidarity economy development in Ukraine. *Economy of Ukraine*. 61. 5(678). 85—88. URL: <https://nasu-periodicals.org.ua/index.php/economyukr/article/view/2018-05-7> [in Ukrainian].
- Pawlowski, K. (2022). The way of Ukraine to Europe: overcoming obstacles. *Economy of Ukraine*. 65. 6(727). 84—90. URL: <https://nasu-periodicals.org.ua/index.php/economyukr/article/view/2022-06-6>
- Veblen, T. (1904). The Theory of Business Enterprise. New York, Charles Scribner's Sons. 417 p. URL: <https://iomaire.com/wp-content/uploads/2012/03/Veblen-Thorstein-The-Theory-of-Business-Enterprise.pdf>
- North, D. (2000). Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Kyiv, Osnovy. 198 p. [in Ukrainian].
- Kahneman, D., Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. Vol. 47. No. 2. P. 263—291. <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Thaler, R. (2022). Misbehaving: The Making of Behavioral Economics. Kyiv. 464 p. [in Ukrainian].
- Mokyr, J. (2018). A culture of growth: The origins of the modern economy. Princeton University Press. 424 p. <https://doi.org/10.1515/9781400882915>
- Aghion, P., Howitt, P. (1992). A model of growth through creative destruction. *Econometrica*. No. 60 (2). P. 323—351. <https://doi.org/10.2307/2951599>
- Akerlof, G., Spence, M., Stiglitz, J. (2001). L'asymétrie d'information au coeur de la nouvelle microéconomie. *Problèmes économiques*. No. 2734. P. 19—24. URL: <https://signal.sciencespo-lyon.fr/article/225975/G-Akerlof-M-Spence-Stiglitz-J-l-asymetrie-d-information-au-coeur-de-la-nouvelle-microeconomie>
- Acemoglu, D., Robinson, J. (2017). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Kyiv. 440 p. [in Ukrainian].
- Acemoglu, D., Johnson, S. (2023). Power and progress: our thousand-year struggle over technology and prosperity. New York, John Murray Press. 560 p.
- Filipenko, A. (2025). Systemic dimensions of socio-economic transformations. *Economic Theory*. No. 4. P. 27—42. <https://doi.org/10.15407/etet2025.04.027> [in Ukrainian].
- Nikiforov, P. (2025). Shifts in the structure of modern financial and economic knowledge as a movement towards a new paradigm of science. In: Financial instruments for sustainable economic development: anthropocentric dimensions. P. Nikiforov (Ed.). Chernivtsi. 744 p. URL: <https://archer.chnu.edu.ua/xmlui/handle/123456789/12613> [in Ukrainian].
- Shaihorodskyi, Yu. (2023a). Social mobilisation as a change in value priorities. *Political Life*. No. 3. P. 88—97. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2023.3.11> [in Ukrainian].
- Kolot, A., Herasymenko, O. (2022). To the philosophy of moral economy: conceptology of anthropocentrism (Part I). *Demography and Social Economy*. No. 3. P. 65—88. <https://doi.org/10.15407/dse2022.03.065> [in Ukrainian].
- Duginets, G. (2019). Information asymmetry in the world economy. *Economic Scope*. No. 150. P. 25—29. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/150-4> [in Ukrainian].
- Tkach, Ye. (2024). The influence of informal institutions on the moral, psychological and emotional state of society (the need to take it into account when implementing economic

- policy). *Efficient Economy*. No. 4. <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.4.49> [in Ukrainian].
- Sapaeva, L. (2014). The Problem of Constructing an Index of Morality and its Application in Comparative Studies. *Visnyk of V.N. Karazin Kharkiv National University. Series "Sociological studies of contemporary society: methodology, theory, methods"*. Vol. 1101. P. 65—69. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/13569> [in Ukrainian].
- Golovakha, Ye., Makeiev, S. (Eds.) (2022). Ukrainian society in wartime. 2022: Collective monograph. Kyiv, Institute of Sociology of the NAS of Ukraine. 410 p. URL: <https://i-soc.com.ua/assets/files/monitoring/maket-vijna...2022dlya-tipografiivse.pdf> [in Ukrainian].
- Shaihorodskiy, Yu. (2023b). Political participation as a factor in the formation of public opinion and behavioural patterns of the citizens. *In: Political system of Ukraine: constitutional model and political practices*. Monograph. G.I. Zelenko (scientific editor). 536 p. P. 400—445. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2023/10/Politychna_systema_Ukrainy_.pdf [in Ukrainian].
- Mazaraki, A., Umantsiv, Y. (2025). Economic policy in the context of global instability. *Scientia Fructuosa*. No. 1. P. 4—26. [https://doi.org/10.31617/1.2025\(159\)01](https://doi.org/10.31617/1.2025(159)01)
- Lazareva, A., Yushkevych, Yu. (2016). Education as the main direction of implementing moral and ethical values in the socio-cultural space of civil society. *In: Moral and ethical values of civil society*. Odesa. 260 p. URL: <http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Yushkevich/0043127.pdf> [in Ukrainian].
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. New York, Palgrave Macmillan. URL: <https://link.springer.com/book/10.1057/9780230627727>
- Howitt, P. (2002). R&D, implementation and stagnation: A Schumpeterian theory of convergence clubs. *NBER Working Paper Series*. No. 9104. <https://doi.org/10.3386/w9104>

Received on February 16, 2026

Reviewed on March 5, 2026

Revised on April 1, 2026

Signed for printing on April 8, 2026

Published on June 18, 2026

Yevhen Tkach, PhD (Econ.),
Associate Professor of the Department of Finance and Credit
Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University
2, Kotsyubynskoho St., Chernivtsi, 58012, Ukraine

MORAL-VALUE GUIDEPOSTS IN THE SYSTEM
OF INSTITUTIONAL AND BEHAVIORAL FACTORS
OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT

The theoretical and practical principles of the influence of the formation of friendly atmosphere in society and the popularization of moral values on institutional and behavioral transformations and socio-economic development are studied. It is emphasized that at the present historical stage, ensuring sustainable socio-economic development requires not only solving social and environmental problems, building a socially oriented and green economy, but also forming a morally oriented economy.

The paper substantiates the advisability of considering socio-economic development primarily as a process of institutional and behavioral transformations, which involves change in formal and informal institutions, in particular the way of thinking, emotions, expectations, motivation and behavior patterns (models) of economic entities and citizens, and therefore the development of the entrepreneurial sector, startup ecosystem, cultural and creative industries, education, science, civil society, etc. It is proven that the popularization and establishment of moral values, the formation of friendly atmosphere in society are key factors of institutional and behavioral transformations, acting as the foundation of motivation and determinants of economic behavior.

The study proposes a comprehensive approach, which involves coordinated efforts at different levels in the field of economic, social, humanitarian, information policy, as well as state policy on nation branding, etc. It encompasses, in particular, the development of value-oriented education, inclusive institutions, cultural and creative industries and creative thinking; increasing the level of transparency; running public social and image campaigns aimed at disseminating information on moral values; implementing targeted measures to position and promote the national brand; forming an effective social protection system and introducing efficacious anti-corruption mechanisms; popularizing traditional values, historical and cultural heritage, etc.

It is emphasized that the future of socio-economic development should be associated with the formation of a socially oriented, innovative, information-digital, green and simultaneously moral economy.

Keywords: *institutions; moral values; friendly atmosphere; economic policy; socio-economic development; behavioral economics; way of thinking; culture.*