

**Особенности экономических ценностей человека
в XXI в.**

Каждый человек, развивающийся в рамках общества, обладает набором ценностей – критерием важности и значимости в той или иной сфере общественной жизни: экономической, политической, культурной и т. д. Ценности определяют поведение людей и их жизненный выбор [1, с. 96].

Жизненные ориентации современного человека изменили свое направление развития, уйдя от социальной направленности к индивидуальной. Главным стремлением каждого человека стало личное материальное благосостояние. Ценность оплаты труда стала играть более важную роль, чем обладание большей свободой или же ценностью интересной работы [2]. Нынешнее поколение с каждым годом все больше стремится к финансовой независимости и благосостоянию. Важной ценностью в экономическом поведении человека можно отметить стремление удовлетворять свои растущие потребности [3].

Во власти своих потребностей человек ставит главной ценностью материальное благополучие, экономическую стабильность и высокий доход. Отсюда проистекает внимание граждан к таким общественным проблемам, как рост цен, инфляция, коррупция, социальное разделение общества [1, с. 199]. Стоит отметить, что также под экономической ценностью для современного человека следует понимать в первую очередь полезность товара, которая удовлетворяет социальные и базовые потребности [4]. Экономическая ценность товара может быть связана с ограниченностью его количества, в таком случае спрос возрастает, а покупка нужного товара или услуги приобретает особую важность для человека. В современном обществе экономическую ценность для многих представляют товары, которые подчеркивают социальный статус, чаще всего это последние но-

винки в сфере моды и электроники. Особенно характерен этот феномен для молодого поколения, которое стремится покупать все самое новое, усовершенствованное и популярное. А если на удовлетворение новой потребности у современного поколения не хватает средств, оно прибегает к кредитам, займам у знакомых или родителей. На мой взгляд, в таких случаях не проявляется рациональность и экономическая грамотность нового поколения XXI в. Стремление быть похожим на своих сверстников, обладая всеми последними новинками, – именно эта особенность больше всего выделяется в экономическом поведении подростков и даже многих состоявшихся взрослых. Все эти ценности тщательно изучаются маркетологами крупных производств.

Ценности современного человека определяют вектор развития экономики, производства новых полезных и модных товаров, а также усовершенствования старых. Если раньше экономическое поведение и ценности людей были связаны с рациональным потреблением и приобретением только самого необходимого, то сейчас, в эпоху глобализации рынка, человек хочет приобрести все и сразу [3, с. 58]. Возрастает интерес к различным новшествам на рынках товаров и услуг. Его подогревают современные рекламные кампании и маркетинговые стратегии, которые рождают в человеке желание купить вещь незамедлительно, чтобы не отставать от трендов современного мира.

Библиографические ссылки

1. Булатов А. С. Экономика. М., 2002. 896 с.
2. Гайгер К., Линвуд Т. Макроэкономическая теория и переходная экономика. М., 1996. 189 с.
3. Балабанова Е. С. Особенности российской экономической ментальности // Мир России. 2001. № 3. С. 67–77.
4. Вебер М. Избранное : Протестантская этика и дух капитализма. 2-е изд., доп. и испр. М., 2006. 648 с.