

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет права, публічного управління та національної безпеки
Кафедра психології

Кваліфікаційна робота
на правах рукопису

Курганський Сергій Васильович

УДК 159.9:330.342.1:316.77

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

**ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ
ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ**
(тема роботи)

053 «Психологія»

Подається на здобуття освітнього ступеня магістр
кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело
 С. В. Курганський

Керівник роботи
Мосієнко Оксана Вікторівна
кандидат економічних наук

Житомир – 2024

Висновок кафедри психології за результатами попереднього захисту:
Курганського Сергія Васильовича допущено до захисту.

Протокол засідання кафедри економічної теорії, інтелектуальної власності
та публічного управління № _____ від «_____» _____ 2024 р.

Завідувач кафедри психології

к.е.н., доцент _____

(науковий ступінь, вчене звання)

Алла ЛИТВИНЧУК

(підпис)

(власне ім'я та прізвище)

«_____» _____ 2024 р.

Результати захисту кваліфікаційної роботи

Здобувач вищої освіти Курганський Сергій Васильович захистив

(прізвище, ім'я, по батькові)

кваліфікаційну роботу з оцінкою:

сума балів за 100-бальною шкалою _____

за національною шкалою _____

Секретар ЕК

(науковий ступінь, вчене звання)

(підпис)

(власне ім'я та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Курганський С. В. Психологічні особливості формування економічної поведінки молоді – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня «Магістр» за спеціальністю 053 «Психологія» – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

На основі аналізу теоретичних та практичних джерел визначається суть та зміст психологічних механізмів формування економічної поведінки молоді; розкрито сутність поняття “економічна поведінка” в аспекті психології, що являє собою психологічну реакцію людини зумовлену економічними стимулами, і саму діяльність людини, як суб'єкта господарювання в сфері економіки. Економічна поведінка є предметом дослідження економічної психології, в рамках якої відбувається вивчення процесу пізнання молоддю економічної реальності, який складається із сприйняття, уявлення та мислення, і включає взаємопов'язані аспекти вивчення означених понять. В рамках означеного напрямку психології досліджується механізм відображення у свідомості людини різноманітних сторін економічного життя і формування під впливом факторів економічної поведінки.

Проаналізовано принципи, форми та види економічної поведінки, що створило можливість визначення основних проблем та запропонувати шляхи вдосконалення існуючих механізмів формування економічної поведінки молоді.

Ключові слова: поведінка, економіка, економічне середовище, молодь, психологія, механізми, форми, економічний простір, трансформація.

SUMMARY

Kurgansky S. Psychological features of the formation of economic behavior of youth – Qualification work in the form of a manuscript.

Qualification work for the degree of "Master" in the specialty 053 "Psychology" – Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

Based on the analysis of theoretical and practical sources, the essence and content of the psychological mechanisms of formation of economic behavior of youth is determined; the essence of the concept of “economic behavior” in the aspect of psychology is revealed, which is a psychological reaction of a person caused by economic stimuli, and the very activity of a person as a business entity in the sphere of economics. Economic behavior is the subject of research in economic psychology, within the framework of which the process of cognition of economic reality by young people, which consists of perception, representation and thinking, and includes interrelated aspects of the study of the above-mentioned concepts, is studied. Within the framework of the specified direction of psychology, the mechanism of reflection in the human mind of various aspects of economic life and the formation under the influence of factors of economic behavior is investigated.

The principles, forms and types of economic behavior are analyzed, which made it possible to identify the main problems and propose ways to improve the existing mechanisms of formation of economic behavior of youth.

Keywords: behavior, economy, economic environment, youth, psychology, mechanisms, forms, economic space, transformation.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ	
1.1. Економічна поведінка як предмет психологічного дослідження.....	8
1.2. Психологічні аксіоми та мотиваційні компоненти формування економічної поведінки молоді.....	13
Висновки по розділу 1.....	21
РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ	
2.1. Методи та організація емпіричного дослідження економічної поведінки молоді.....	23
2.2. Психодіагностичний аналіз формування економічної поведінки молоді.....	24
Висновки по розділу 2.....	28
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ	29
Висновки по розділу 3.....	34
ВИСНОВКИ.....	35
СПИСКИ ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38

ВСТУП

Актуальність теми. Взаємозв'язок між психологією та економікою, зводиться до розуміння людської природи та її психологічних аспектів для вивчення економічної діяльності. Такий підхід є відображенням сучасних тенденцій, коли економічна система дедалі більше переходить від пріоритету матеріального багатства до соціального та гуманістичного розвитку. Психологія досліджує, як людина приймає економічні рішення, взаємодіє з середовищем і адаптується до змін; досліджує розуміння поведінкових моделей, мотивації та когнітивних процесів є критичним для аналізу сучасної економіки. Особливо важливими означені аспекти психології є при формуванні економічної поведінки молоді.

Мета дослідження: теоретико-експериментальне обґрунтування ролі психології в формуванні економічної поведінки молоді.

Відповідно до мети визначено **завдання дослідження:**

1. Здійснити теоретичний аналіз проблеми формування економічної поведінки молоді: її ролі, механізмів та складових.
2. Провести емпіричне дослідження чинників формування економічної поведінки.
3. Провести психодіагностичний аналіз формування економічної поведінки молоді
4. Розробити структурно-динамічну схему психокорекційної роботи по формуванню економічної поведінки молоді

Об'єктом дослідження є психологічний процес формування економічної поведінки молоді.

Предметом дослідження є економічна поведінка молоді.

Гіпотеза дослідження. Системотворним чинником та умовою ефективного входження молоді в соціально-економічний простір є сформована економічна поведінка, що забезпечує фінансово-економічну грамотність особистості.

Методи дослідження. Кваліфікаційна робота написана на основі праць вітчизняних і зарубіжних фахівців в області психології, соціології, філософії, економіки та управління, системології, а також матеріалів і рекомендацій науково-практичних конференцій і семінарів.

Для вирішення поставлених завдань використовуються методи емпіричного та теоретичного дослідження: спостереження, порівняння, експеримент, аналіз і моделювання. У основі практичних досліджень лежать структурно-логічний підхід та методи психологічного дослідження: ігрове моделювання, тестування та опитування.

Загальний змістовний обсяг роботи складає 37 сторінок. Робота містить 5 таблиць, 10 рисунків та 30 найменування використаних науково-літературних джерел.

РОЗДІЛ 1.

ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

1.1. Економічна поведінка як предмет психологічного дослідження

Економіка — це вчення про буття, але буття людини, що господарює, спрямованої в життя [1]. Економіка - це феномен універсальний, оскільки є виробництвом не лише одних споживчих благ, а виробництвом життя, буття в цілому [8]. Економіка людини справа суспільна, що означає не просто дію окремих людей, їх розвиток, а цілий світ людських рухів і дій, причому переважно непаралельних відносно один одного, а взаємопов'язаних і взаємозумовлених. Інтелектуальна діяльність в економіці неможлива без взаємопов'язаного і взаємообумовленого господарювання індивідів у їх суспільній цілісності [14].

Соціальні проблеми суспільства є головними передумовами виникнення психологічних і суспільно-економічних формацій. Виникнення «людини економічної» пов'язують з політичними революціями, промисловим переворотом, появою громадянського суспільства, урбанізацією життя.

Основними сучасними науковцями, що досліджують поведінку особистості в економічному середовищі є Дж. Соррос, . Друкер П.Ф., Авілов А.В., Беккер Г., Лефевр В.А. та ін. На поч. 80-х років XX ст. провідні дослідники, які досліджували проблеми економічної психології, об'єдналися в Міжнародну асоціацію дослідників економічної психології. Основним завданням цієї організації є надання допомоги дослідникам шляхом організації конференцій, наукових шкіл, заснування та видання журналу «Економічна психологія» [15]. В цей час започатковуються і нові галузі економічної психології, зокрема: психологія управління, психологія споживача, психологія грошової поведінки, психологія реклами, психологія багатства та бідності, психологія азартних ігор.

Економічна психологія розглядалася як наука про психологічні умови ефективного господарювання [12]. Економічна психологія — це комплексна прикладна галузь психологічної науки, що вивчає психологію суб'єкта господарських відносин (якими можуть бути одна людина, нація, організація чи держава) та закономірності взаємодії і взаємовплив економічних факторів та психічних явищ, пов'язаних з відображенням у свідомості людини різноманітних сторін економічного життя і формуванням економічної поведінки [21]. Предметом економічної психології є не лише господарські та виробничі відносини, а й формування та соціалізація молодшої особистості в економічний простір [16]. Економічна психологія досліджує процес пізнання молоддю економічної реальності, який складається із сприйняття, уявлення та мислення, і включає взаємопов'язані аспекти вивчення понять, представлених на рисунку 1.1.

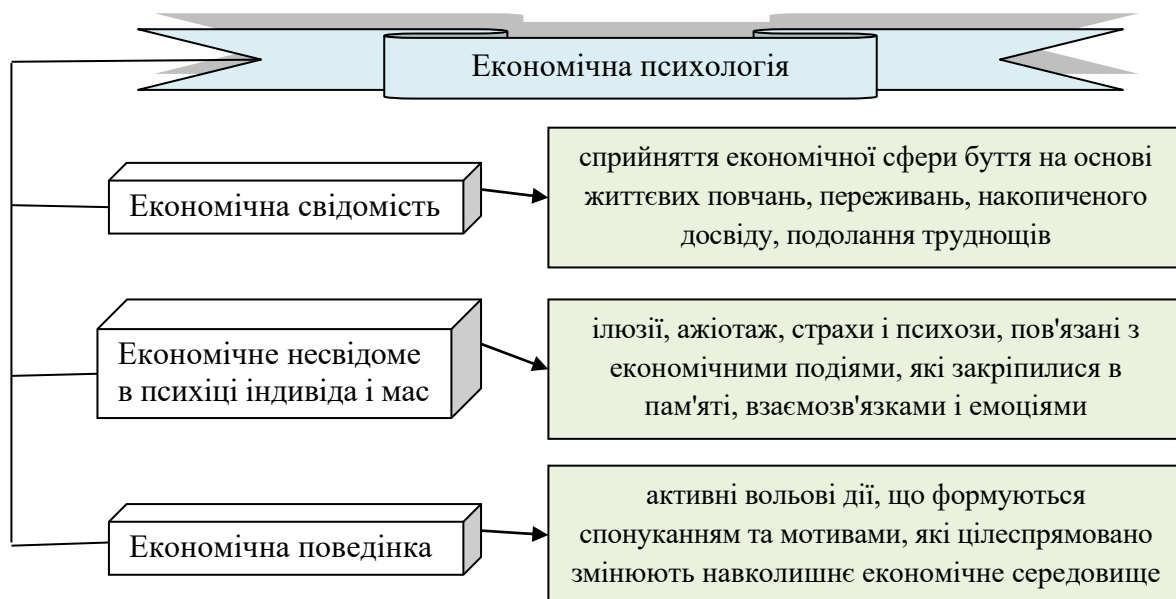


Рис. 1.1. Основні поняття, що вивчає економічна психологія

В психології поведінка визначається як психічне явище емоційно-вольової сфери, яке є проявом волі людини та реалізується через сукупність дії та вчинків індивідуума в суспільстві. Модифікаціями поведінки є

соціальна, трудова, політична, організаційна, функціональна, економічна та інші види поведінки [3].

Економічна поведінка передбачає різноманітні форми активності індивідуального чи групового суб'єкта (колективу, організації), що виявляються зовні стосовно різних економічних об'єктів [36]. Розглядаючи економічну поведінку, вчені виділяють три дуже тісно взаємозв'язані складові (рисунок 1.2).

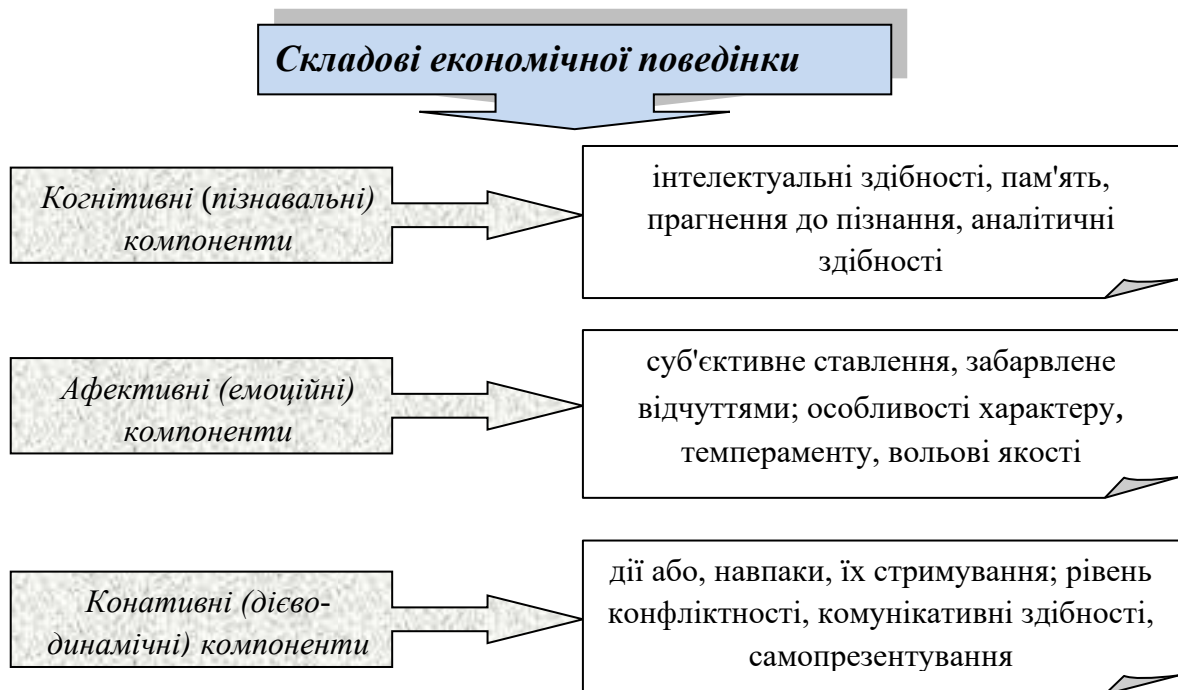


Рисунок 1.2. Складові економічної поведінки

У економічній реальності, як невід'ємній складовій життєвого світу, людина може виокремити те, що є предметом чуттєвого досвіду (феноменальна реальність: виховання, традиції, оточення, освіта), і те, що досягається лише власною свідомістю, тобто реальність ноуменальну (сутнісну реальність: здібності, прагнення, уподобання, темперамент) - розум, що пізнає, завжди, крім теоретичного осмислення, ґрунтується на вільному спогляданні й уявленні, тобто на всьому тому, що не має апіорно заданих меж [11]. Сформована під впливом цих факторів воля людини, яка

реалізується через сукупність дії та вчинків індивідуума в економічному середовищі є поняттям, що визначає економічну поведінку.

Поведінка людини має чітку суб'єктивну детермінацію та формується під впливом факторів оточуючого середовища (соціуму). Можна виділити два види факторів, що впливають на формування економічної поведінки – ендогенні (внутрішні) та екзогенні (зовнішні) (рисунк 1.3)



Рис. 1.3. Фактори що впливають на формування економічної поведінки

1. Ендогенні (внутрішні) – формуються ноуменальною реальністю через пізнавальні, емоційні компоненти та дієво-динамічні компоненти.
2. Екзогенні (зовнішні) - формуються феноменальною реальністю через компоненти соціуму.

На думку дослідників економічної психології А. Ньюелла і Г. Саймона, основними критеріями самовизначення людини в економічному середовищі є цілеспрямована поведінка особистості [7].

Основною ознакою такої поведінки є сформовані мотиви, чітко визначена ціль та етапи її реалізації (підцілі). Інструментом реалізації цілі є засіб. Наприклад, людина має мету придбати автомобіль. Мотив – авто

необхідне для роботи, переїзд на ньому дозволить зберегти час, підвищить мобільність, підвищить статус в очах оточення і друзів.

Підцілями можуть бути такі, як: здобути необхідну суму грошей для купівлі, обрати бажану марку автомобіля, визначитися з процесом купівлі автомобіля, його оформленням. Вибір засобів досягнення цілей залежить від підцілей. Засобом отримання необхідної суми грошей можуть бути власні заощадження, виїзд на заробітки, кредитні кошти, боргові зобов'язання, виграш в лотерею, участь у акціях і т.д..

Засобом, що допоможе обрати марку – реклама, інтернет, поради друзів. Засобом, що забезпечує процес купівлі може бути авто-салон, авто-ринок, купівля за оголошеннями, з рук, у знайомих і т.д. Всі ці критерії формують цілеспрямовану поведінку, що дає самовизначення особистості в економічному середовищі, яка формується саме у молодому віці.

У психології молодість – це частина періоду переходу з дитинства у доросле життя, який зачіпає ранню юність – 13-15 років, зрілу юність - вік 16-20 років та ранню дорослість - 21-30 років до 35 років [29]. Для цього періоду характерними є розвиток внутрішнього світу, соціалізація та самовизначення. В сучасній Україні молодь — це третина економічної активності населення. У цьому віці людина визначає власне місце в соціумі – вона вже знає чи багата в неї родина, чи ні, чи є можливість побудови власного бізнесу, чи потрібно шукати шляхи до ринку, чи може вона користуватися економічними благами, що здобули її батьки, або їй прийдеться здобувати все самостійно. Крім того, в економічному середовищі відбувається інтерактивна взаємодія особистостей – тобто організація економічної взаємодії, через співробітництво, партнерство, або конкуренцію

1.2. Психологічні аксіоми та мотиваційні компоненти формування економічної поведінки молоді

В залежності від пропорційного співвідношення складових елементів економічної поведінки, а саме: пізнавальних компонентів (інтелектуальних здібностей, пам'яті, прагнення до пізнання, аналітичних здібностей), афективних (емоційних) компонентів (особливостей характеру, темпераменту, вольових якостей) та конативних (дієво-динамічних) компонентів (рівня конфліктності, комунікативних здібностей, самопрезентування) формуються аксіоми поведінки молоді в економічному просторі [9]. Авторами аксіом економічної поведінки є економіст Оскар Монгерштейн і математик Джон фон Нейман (рис. 1.4).

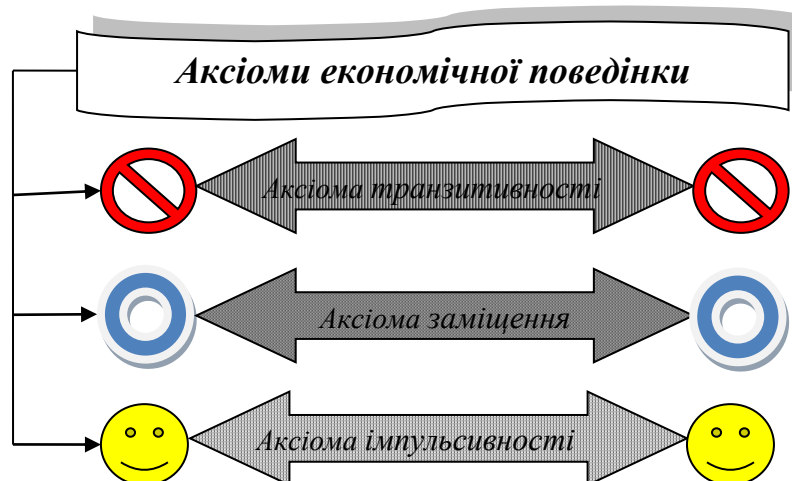


Рис. 1.4. Аксіоми економічної поведінки

1. Аксіома транзитивності, або постійності у економічній поведінці та переконаннях, які формуються перевагами певного вибору з набору альтернатив [9]. Для молоді людини, зазвичай, є характерним непостійність, зміни уподобань, настроїв, бажань та прагнень. Зміни у поглядах і уподобаннях, що формують економічну поведінку молоді відбуваються із різних причин - вплив батьків, оточення, друзів, мода, прагнення до новизни, іноді економія. Тому така аксіома є теоретичною, в практичному ж розумінні

її не існує у чистому вигляді. Наприклад, молода людина з високим інтелектуальним рівнем, аналітичними здібностями, не завжди може вдало пристосуватися до економічних змін, мати підприємницький хист, бути здатною до ризику та вести успішний бізнес. За цією аксиомою, молоді люди мають деякі негативні риси, які психологи виділяють як антиефекти транзитливості [1]:

- антиефект консерватизму (людина постійно обирає однакову тактику поведінки, не здатна її змінювати);
- ефект якоря (коли розглядається лише один варіант розвитку, без урахувань можливих альтернатив);
- ефект краю (недооцінюється можливість імовірних подій і переоцінюється — малоймовірних, що породжує відчуття страху до будь-яких змін).

2. Аксиома заміщення [12]: «якщо Ви віддаєте перевагу певному результату А над певним результатом Б, то повинні віддати перевагу шансові виграти А над шансом виграти Б». Ця аксиома розкривається через мудрий вираз: "Краще синиця в руці краща, ніж журавель у небі". Зазвичай, така аксиома поведінки характерна для молодої людини з вираженими аналітичними здібностями, виваженої та не імпульсивної. Для вступу молодої людини в економічний світ характерними є умови невизначеності - це певні умови розвитку системи з неповною інформацією про неї [8]. Отже, при вході в нову систему - економіку, така молода людина довго вагається, зважує обрані варіанти та власні сили і здібності, прислухається до порад, розраховуючи лише на власні судження, зазвичай не здатна ризикувати, вважає, що потрібно все розрахувати перед прийняттям рішення. В сучасному економічному бутті така поведінка є характерною для керівників, але не для підприємців, або менеджерів. Це також гарні виконавці, організатори. Але означена теорія має антиефекти заміщення:

- антиефект репрезентативності (переоцінюється надійність власного вибору, а тому людина не готова до ризикованих випадків, які потребують

швидких змін в поведінці) [27];

- ефект Ірвіна (переоцінюється ймовірність бажаної події і недооцінюється ймовірність небажаної) [30];
- ефект Монте-Карло (при оцінці ймовірності двох послідовних незалежних подій люди прагнуть встановлювати між ними зв'язок, наприклад, негативні події на роботі можуть спровокувати погіршення стосунків з друзями, або в родині);
- ефект Стоунера (позитивне зрушення ризику в групових рішеннях порівняно з індивідуальними, тобто ризиковані рішення зазвичай приймають тільки при колективному обговоренні, щоб зняти з себе відповідальність за можливі негативні наслідки прийнятого рішення) [27; 28].

3. Аксиома імпульсивності - поведінка молодих людей, що є схильними ухвалювати рішення під впливом імпульсу, інтуїції [8]. Інтуїтивний підхід може бути незамінним при дефіциті часу або економії енергії, що потрібна для прийняття відповідального рішення. Такі особистості зазвичай здатні ризикувати, володіють так званим «підприємницьким чуттям», є комунікабельними, зазвичай є оптимістами, часто приймають інтуїтивні рішення. Інтуїція, на відміну від розумових акцентів, дає швидко, хоча і грубу оцінку ситуації, тобто знову відбувається економія часу й економія енергії [13].

В основі формування економічної поведінки лежать економічні мотиви.

В економічній психології прийнято розрізняти два види мотивів:

- ті, що мають прагматичний характер;
- ті, що не мають практичної спрямованості [18].

У сучасної молоді людини, безумовно, переважає перший вид. Можна виділити, наприклад, мотив безпеки. В менталітеті українців з давніх-давен закладене бажання відкладати так-би мовити «на чорний день». Мотив досягнення. Дійсно більшість у нашому суспільстві вважають, що гроші - це досягнення, влада, і за гроші можна купити майже все [14]. Мотивація

економічної діяльності має нелінійний характер. Економічна мотивація має циклічний характер. Цикл складається зі стадій [26]: прагнення (зростання), задоволення потреби (максимізація вигоди), насиченість (гранична корисність задоволення потреб), компенсація (виникнення нових потреб). Приклад графічного зображення циклічної структури економічної мотивації представлений на рисунку 1.5.

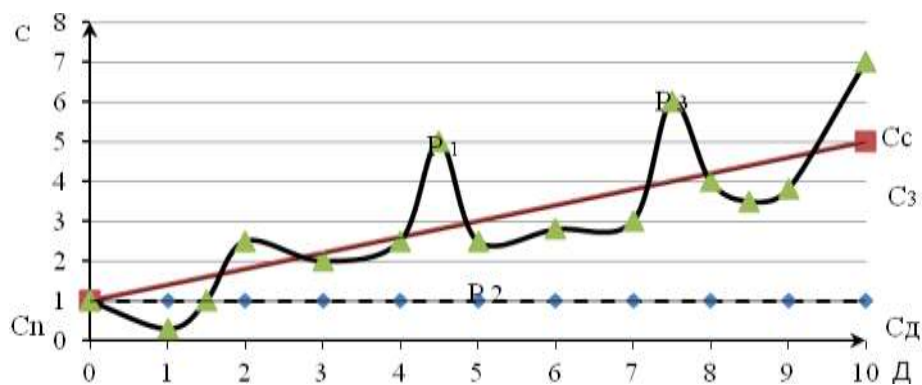


Рис.1.5. Циклічна структура економічної мотивації.

З графіка видно, що економічні потреби завжди є зростаючими (C_c), взагалі потреби людини є постійними, вони безмежні (C_d). Мотиви задоволення цих потреб мають циклічний характер (C_z). Ділянка кривої від 1 до P_1 – стадія прагнення задоволення економічних потреб, або стадія економічного зростання. На цьому етапі відбувається актуалізація економічної потреби, активність економічної поведінки, яка мотивується перед усім бажанням людини мати економічне благо. Друга стадія – P_1 – задоволення потреби (максимізація вигоди). Тут людина досягає своєї мети (наприклад мати певний статок, або економічне благо). Далі іде стадія насиченості – від P_1 до P_2 – на графіку має спадковий нахил, тому, що саме тут починає працювати економічний Закон спадної граничної корисності задоволення потреб (при отриманні кожного додаткового блага, що задовольняє певну потребу, його корисність падає).

Далі стадія P2-P3 – компенсація, або виникнення нових потреб. Задовольнивши певну потребу, людина зазвичай втрачає корисність від наступної одиниці того ж блага, відчуває стан незадоволення та формує нову потребу. Тобто повертається в точку P1.

Цикли можуть бути розподілені за часовою шкалою, тоді стадії будуть мати таку характеристику: від 1 до P1 – стадія прагнення – проживають люди від 16 до 24 років. В цей період людина здобуває освіту, будує фундамент власного життя, занурюється в економічне буття, вчиться, вибудовує прагнення та шлях їх задоволення. Далі, зазвичай P1- задоволення потреби, або максимізація вигоди – 24-35 років. Період накопичення благ, реалізації планів. В цей вік найчастіше люди отримують такі економічні блага, як житло, авто, статус, кар'єру.

Період від P1 до P2 стадія насиченості, зазвичай 35-45 років, людина насичується благами, користується своїми власними здобутками і формує нові прагнення, ідеї. Зазвичай для цього періоду характерні психологічні кризи: працює закон спадної граничної корисності, і людина відчуває певне не задоволення життям, їй здається, що вона вже всього досягла. На цій стадії виникає потреба в нових економічних бажаннях, духовних прагненнях, пізнанні себе і світу навколо себе. Характерним є «економічний альтруїзм» та благодійність.

Поступово, як видно з графіка, людина формує нові бажання і прагнення та переходить в стадію P3, що є тотожною стадії P1.

Економічна мотивація формується під впливом емоцій. Емоції — це психофізіологічний процес, цілісна реакція організму, що відображає ставлення суб'єкта до об'єкта (іншого суб'єкта) в ситуації невизначеності [26]. Основні види економічних емоцій та їх характеристики представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Основні види економічних емоцій

№	Назва емоції	Характеристика стану
1.	<i>Акзизитивні емоції</i>	емоції, що забарвлюють процес придбання, колекціонування, заготівлі. Насичення потреб накопичення дає людині відчуття матеріальної свободи і безпеки
2.	<i>Практичні емоції</i>	виникають, коли є бажання досягти успіху в роботі, коли людина захоплена справою і разом з втомою переживає почуття задоволення результатами праці
3.	<i>Гностичні емоції</i>	пов'язані з бажанням проникнути в суть явища, радістю відкриття істини, прагненням подолати суперечності, розкласти все по поличках.
4.	<i>Глоричні емоції</i>	пов'язані з бажанням самоствердження, визнання і пошани. Вони підштовхують людину до самовдосконалення, саморозвитку
5.	<i>Пугнічні емоції</i>	базуються на потребі в боротьбі, бажанні подолати небезпеку, випробувати азарт, ризик. Їх супроводжує відчуття емоційної і вольової напруги, граничної мобілізації своїх фізичних і розумових здібностей. Якщо ж вони захоплюють людину повністю, вона втрачає голову
6.	<i>Альтруїстичні емоції</i>	це безкорисливе бажання приносити іншим людям радість і щастя, відчуття занепокоєння і турботи про когось, співпереживання, ніжність, відданість. Крайній ступінь небезпечний вигоранням почуттів до бездушності.
7.	<i>Естетичні емоції</i>	обслуговують потребу в прекрасному, насолоді красою, гармонією. Вони забезпечують радість життя, повноцінність буття, але усвідомлюються далеко не всіма
8.	<i>Гедоністичні емоції</i>	виражають потребу в тілесному й душевному комфорті. Їх дає насолода від смачної їжі, сонця, тепла
9.	<i>Комунікативні емоції</i>	бажання спілкуватися, ділитися своїми думками і переживаннями, знаходити їм відгук. Ці емоції часто займають перше місце у жінок, а у чоловіків — третє.
10.	<i>Романтичні емоції</i>	це очікування незвичайного, дива, вабляче відчуття далини, прагнення до незвіданого таємничого

Адаптовано з джерела [10]

В основі економічних мотивацій лежить економічне мислення — це структурний компонент мислення взагалі [30].

Складові частини економічної мотивації представлені на рисунку 1.6.

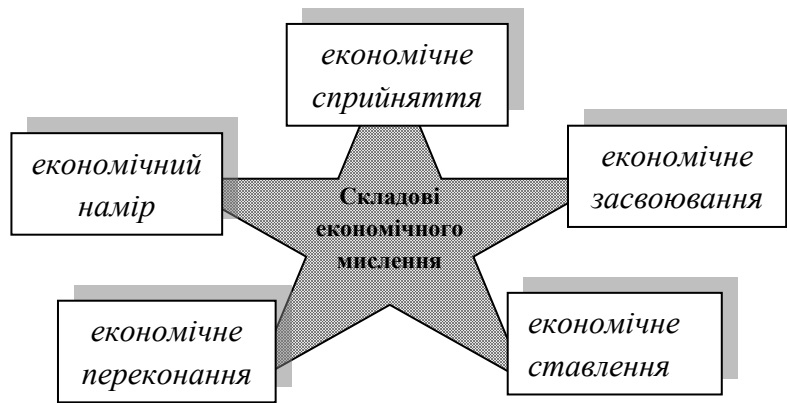


Рис. 1.6. Складові частини економічної мотивації

Економічне сприйняття — це досить складна здатність особистості, яка визначає розуміння людиною певної економічної ситуації і її усвідомлення, що залежить від індивідуального досвіду, особливостей мислення [6]. Економічне сприйняття має такі характерологічні особливості як вибірковість, засвоювання, намір, переконання, ставлення. Формування економічної мотивації — це результат досить складної взаємодії факторів культурного, соціального, особистого й психологічного характеру [30].

Культурні та соціальні фактори формують масову економічну поведінку, яка в свою чергу впливає на становлення психолого-економічного характеру молодшої людини.

У конкретному контексті на формування масової економічної поведінки впливають три групи чинників:

- рівень очікувань людей та оцінка ними своїх можливостей щодо впливу на економічну систему;
- соціально-економічні цінності великих груп людей, які лежать в основі їх економічного вибору (наприклад, це можуть бути такі цінності: стабільність, рівність, загальність, корисність, економічна і соціальна справедливість);
- швидкозмінні думки і настрої, пов'язані з оцінкою економічного стану в країні, регіоні і на окремому підприємстві на даний час [22].

Несформована економічна поведінка формує патологічні економічні мотиви з такими характерними формами прояву (рис. 1.7.)

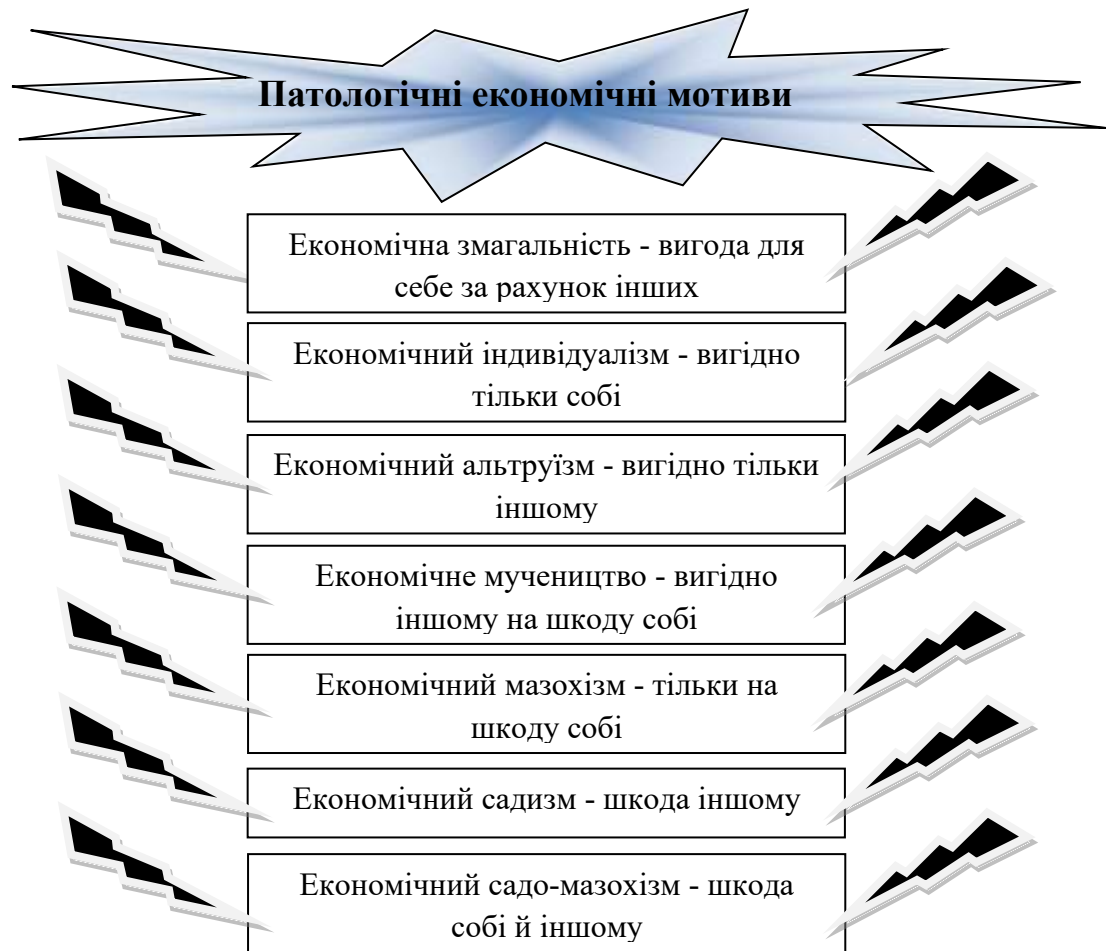


Рис.1.7. Патологічні економічні мотиви

Наслідком економічної мотивації може бути економічний вчинок. Економічний вчинок — це особистісна форма економічної поведінки, яка включає творчий акт вибору цілей і засобів економічної поведінки та економічна діяльність [11]. У свою чергу, економічна діяльність — це активна взаємодія з економічною системою, у ході якої людина виступає в ролі суб'єкта, котрий цілеспрямовано впливає на об'єкт і таким чином задовольняє свої економічні потреби [14].

Висновки по розділу I

1. Синтез психології та економіки є необхідним для глибшого розуміння сучасних соціально-економічних процесів. Це не тільки сприяє ефективному вирішенню нагальних проблем, але й створює основу для формування більш гармонійного, гуманістичного суспільства. Такий підхід відповідає викликам епохи інновацій, де головними ресурсами є знання, креативність та соціальна інтеграція. Поєднання зусиль обох галузей дає можливість повніше відобразити економічне життя особистості та суспільства.

2. Економічна поведінка, як предмет вивчення психології, це воля людини, яка реалізується через сукупність дії та вчинків індивідуума в економічному середовищі. Це поведінка зумовлена економічними стимулами, яка розкриває діяльність людини, як суб'єкта господарювання в сфері економіки.

3. Економічну поведінку формують такі складові компоненти: когнітивні (пізнавальні) компоненти - інтелектуальні здібності, пам'ять, прагнення до пізнання, аналітичні здібності; афективні (емоційні) компоненти - суб'єктивне ставлення, тобто – особливості характеру, темпераменту, вольові якості; та конативні (дієво-динамічні) компоненти - дії або, навпаки, їх стримування - рівень конфліктності, комунікативні здібності, самопрезентування.

4. На формування економічної поведінки впливають два види факторів: ендогенні (внутрішні) – формуються ноуменальною реальністю (внутрішнім світом людини) через пізнавальні, емоційні компоненти та дієво-динамічні компоненти та екзогенні (зовнішні) - формуються феноменальною реальністю через компоненти соціуму – це виховання, освіта, соціально-ієрархічний стан родини, оточення, друзі, середовище і традиції держави, культура.

5. В залежності від пропорційного співвідношення складових елементів економічної поведінки формуються аксіоми поведінки молоді в економічному бутті: аксіома транзитивності (постійність у економічній поведінці); аксіома заміщення (вагання, зваження, вибір); аксіома імпульсивності (імпульс, інтуїція, ризик).

6. В основі формування економічної поведінки лежать економічні мотиви: прагматичні (мотив безпеки, контролю, престижу) та ті, що не мають практичної спрямованості - заощадження як самоціль. Економічна мотивація формується під впливом таких чинників, як: економічні емоції, мислення, вольові економічні компоненти (норми та інтереси). Наслідком економічної мотивації є економічний вчинок та економічна діяльність. Несформована економічна поведінка формує патологічні економічні мотиви з такими характерними формами прояву: економічна змагальність, індивідуалізм, альтруїзм, мучеництво, мазохізм, садизм, садо-мазохізм.

РОЗДІЛ 2.

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНИХ АСПЕКТІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ

2.1. Методи та організація емпіричного дослідження економічної поведінки молоді

Теорія раціональної «економічної людини» розвинута в працях А. Сміта, А. Маршалла. Дж. Кейнса формує образ «Економічної людини», яка є егоїстичною, тобто вона прагне до максимізації своєї вигоди. Але, можливий і інший особливий досвід — досвід надчуттєвого, який розкривав у своїх працях Дж. Катона [6]. Економічне середовище є поштовхом до самозміни, самоствердження в постійному контакті з реальними умовами буття, на які впливає і сама людина. Так, людина готова ділитися благами, віддавати їх, жертвувати, тому в дослідженні нами було поставлено мету перевірити гіпотезу існування економічного егоїзму, або альтруїзму серед молодих осіб.

Для практичного дослідження економічної поведінки молоді нами використовуються такі методи:

1. Теоретичний аналіз (загальнонауковий метод дослідження, який забезпечує розчленування явища, що вивчається, на елементи, розкриття його структури і специфіки);
2. Психологічний експеримент за допомогою методу ігрового моделювання (методика дослідження рівня “економічного егоїзму/альтруїзму” за допомогою гри Дж. Хіршлейфера “горішки”);
4. Тестування (методика “Ризик” для визначення здатності до ризику у різних умовах);
5. Методи математичної статистики (формування вибірок, первинна обробка даних, підготовка статистичних висновків);
6. Графічний метод (побудова таблиць, рисунків, діаграм на основі аналізу матеріалу) .

Нами було проведено психологічний експеримент, за допомогою психологічної гри «Горішки», автором якої є американський економіст Дж. Хіршлейфер визначався рівень “економічного егоїзму”, або “альтруїзму” у молоді. Експеримент проводився за участю групи з девяти студентів, віком 19-20 років. Група розбивалась на підгрупи по три чоловіка у кожній. Студенти сиділи по три чоловіки за столом. Кожній підгрупі на столі були розсипані горішки – по 30 штук. Було поставлене завдання — набрати кожному учаснику особисто максимальну кількість горішків, за командою тренера (I фаза гри). При цьому формулюється додаткова умова — наступні 10 секунд кількість горішків, що залишаються на столі, подвоюється (II фаза гри), що створює спільний капітал. Експеримент було проведено з трьома групами, всього в експерименті приймало участь 27 осіб. Для уточнення аналітичної інформації про економічну поведінку молоді нами було застосовано „метод діагностичного інтерв’ю”, у формі коротких бесід з респондентами, який дозволяє отримати якісну інформацію про досліджуване соціальне явище.

2.2. Психодіагностичний аналіз формування економічної поведінки молоді

Щоб перевірити гіпотезу існування економічного егоїзму, або альтруїзму серед молодих осіб, нами було проведено психологічний експеримент, за допомогою ігрового моделювання. Для експерименту ми використовували психологічну гру «Горішки», автором якої є американський економіст Дж. Хіршлейфер. За методикою гри, вона поділяється на дві фази. На першому етапі студентам в підгрупі пропонується набрати кожному учаснику особисто максимальну кількість горішків, з 30 розміщених на столі. Отримана кількість була їх умовним заробітком. На другій фазі тренером зазначались коригуючі умови, щочез 10 секунд після початку першої

фази кількість горішків, що залишаються на столі, подвоюється. Таким чином ті горішки що залишилися мають створити фонд спільного капіталу. Далі, за умовою, якщо такий фонд створений гра продовжувалась за умовами другої фази [16].

Характеристика результатів експерименту представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Результати психологічної гри «Горішки» за методикою Дж. Хіршлейфера

Код учасників	І група			ІІ група			ІІІ група		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
І фаза гри (шт.. горішків)	15	10	5	10	12	8	11	10	9
ІІ фаза гри (шт.. горішків)	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Проведений експеримент довів, що 100 % учасників не дійшли навіть до першої «добавки» горішків (ІІ фази гри) - учасники експерименту розібрали всі горішки на першому етапі, лічили їх та визначали у кого більше. Хоча у разі узгоджених дій можна набрати горішків набагато більше. Загальна кількість горішків на столі - 30 штук, якби учасники експерименту домовились і взяли, наприклад, по п'ять горішків, на столі залишилось би 15, за умовою експерименту ця кількість мала б подвоїтись і учасники отримали б горішків набагато більше.

Проведений експеримент довів, що:

- по-перше в певних економічних ситуаціях психологічна координація (комунікація, співробітництво, кооперація, тобто «економічний альтруїзм» у відносинах) виявляється продуктивнішою, ніж поведінка максимізації;
- по-друге – сучасна молодь не готова до «економічного альтруїзму» та має яскраво виражений «економічний егоїзм».

«Економічний егоїзм» молодих осіб був сформований під впливом соціально-економічної спрямованості нашого суспільства, в подальшому житті така проблема формує нездорову конкуренцію на ринку, формування

монополій, цінове маніпулювання та олігополістичні змови [24]. В проведеному експерименті механізм атрибуції ґрунтувався на сприйнятті один одного учасниками групи як конкурентів, а не компаньйонів.

У психологічному портреті сучасної молодшої «економізованої» людини спостерігаються такі риси як: активність, вміння та здатність ризикувати, лідерські якості, комунікативні здібності, впевненість у собі, уміння усвідомити свої особисті цілі, наполегливість, правильний розподіл свого часу, прогнозування і аналіз майбутньої професійної спрямованості [13].

Попередній експеримент показав спрямованість молоді до короткочасної, миттєвої вигоди. Часто молоді люди не хочуть довго працювати щоб отримати блага, хочуть “легких” та “швидких” грошей, а інша частина іноді навіть інфантильна, зазвичай «пливе за течією». Причиною такої економічної поведінки може бути гіпер опіка батьків (родичів). Адже батьки завжди хочуть щоб діти жили краще, тому дитина, а потім і молода люди отримує все необхідне без зусиль.

Для вдалого бізнесу та ефективної власної справи, за сучасних економічних умов, молода людина повинна вміти ризикувати [7]. Саме ця якість формує економічну поведінку справжнього бізнесмена. В роботі нами було проведено дослідження схильності осіб зрілого юнацького віку до ризику, за допомогою методики тестування. Учасниками експерименту стали 18 студентів, віком 19-20 років. Тест має назву «Ризик».

Метою дослідження є визначити рівня потреби у гострих відчуттях різного роду та здатності до ризику. Необхідний матеріал: текст опитувальника, папір, ручка. Хід експерименту: досліджуваним пропонується ряд тверджень, які об'єднані у пари. З кожної пари необхідно обрати одне, яке найбільш характерне для поведінки учасника експерименту. Обробка результатів: за кожен обраний варіант твердження, що співпадає з ключем нараховується 1 бал [13].

Характеристика результатів тестування представлена у таблиці 2.2

Відсоткове співвідношення результатів тестування – таблиця 2.3

Таблиця 2.2

Результати відповідей за тестом «Ризик»

Код учасника	Кількість балів	Рівень здатності до ризику
1	15	В
2	6	С
3	10	С
4	11	С
5	8	С
6	11	С
7	11	С
8	6	С
9	6	С
10	7	С
11	9	С
12	10	С
13	8	С
14	16	В
15	10	С
16	6	С
17	10	С
18	8	С

Де, С- середній рівень, В – високий рівень

У результаті проведеного тестування було отримано наступні данні: 2 студенти мали високий рівень здатності до ризику (від 11 до 16 балів), решта 16 мали середній рівень здатності до ризикованості. Жоден з учасників тестування не мав низького рівня здатності до ризикованості.

Таблиця 2.3

Рівень здатності до ризику	Кількість Учасників	Відсоткове співвідношення
Високий	2	11%
Середній	16	89%
Низький	0	0%
Всього учасників	18	100%

Відсоткове співвідношення результатів тестування «Ризик»

Отже, проведене дослідження показало основну проблему молоді: у більшості випадків, молоді люди мають незначні знання про економічне середовище, низьку готовність до самостійної економічної реалізації, бажання швидко і багато заробляти, при тому вкладаючи мінімум власної праці і ресурсів.

Висновок по розділу 2

1. Теорія раціональної «економічної людини» розвинута в працях А. Сміта, А. Маршалла. Дж. Кейнса стверджує, що зазвичай «економічна людина» є егоїстичною, тобто вона прагне лише до отримання власної вигоди. Однак, на противагу їй існує інша теорія Дж. Катона, яка стверджує, що економічна поведінка людини формується її чуттєвими якостями і «економічна людина» може бути не егоїстичною, а альтруїстичною.

2. Практична частина дослідження проводилась із завданням перевірки гіпотези існування економічного егоїзму та альтруїзму серед молодих осіб. Психологічний експеримент проходив за допомогою ігрової методики Дж. Хіршлейфера - психологічна гра «Горішки». Проведений експеримент довів, що сучасна молодь не готова до «економічного альтруїзму» та має яскраво виражений «економічний егоїзм», у молоді присутнє небажання домовлятися та яскраво виражене бажання швидкого заробітку. Проведені експерименти дали змогу стверджувати, що частина сучасного суспільства молодого віку має характерні ознаки «економізованої людини» за теорією А. Сміта, А. Маршалла. Дж. Кейнса.

3. Другий етап практичного дослідження мав завдання визначити здатність молоді до ризику, адже економічне середовище постійно змінюється і людина що має ригідне ставлення до цих змін зазвичай має недале входження в самостійний економічний простір. Дослідження схильності молоді до ризику, було проведено за тестовою методикою «Ризик» та показало, що більшість досліджуваних мали середній рівень ризикованості, зазвичай молоді люди оминають ризиковані економічні ситуації, бажаючи реальних вигод.

4. Психодіагностичний аналіз формування економічної поведінки молоді, що проведений за допомогою ігрових методик та тестування, доводить, що динамічна економічна поведінка є винятком, а молодь зазвичай не готова приймати реалії економічного буття та шукає «легких» шляхів заробітку.

РОЗДІЛ 3.

ПРОБЛЕМИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ МОЛОДІ

Дослідження ролі грошей у психологічному розвитку молодшої особистості можливо розкрити з позиції сприйняття грошей як ресурсу власного розвитку, або як грошей як самоцілі. Сприйняття грошей суб'єктивне, і воно впливає на вміння їх заробляти та використовувати. Наприклад, у одних людей гроші асоціюються з накопиченням, у інших — із споживанням.

Суб'єктивність грошей реалізується через поєднання понять що формують економічну поведінку (рис. 3.1.)

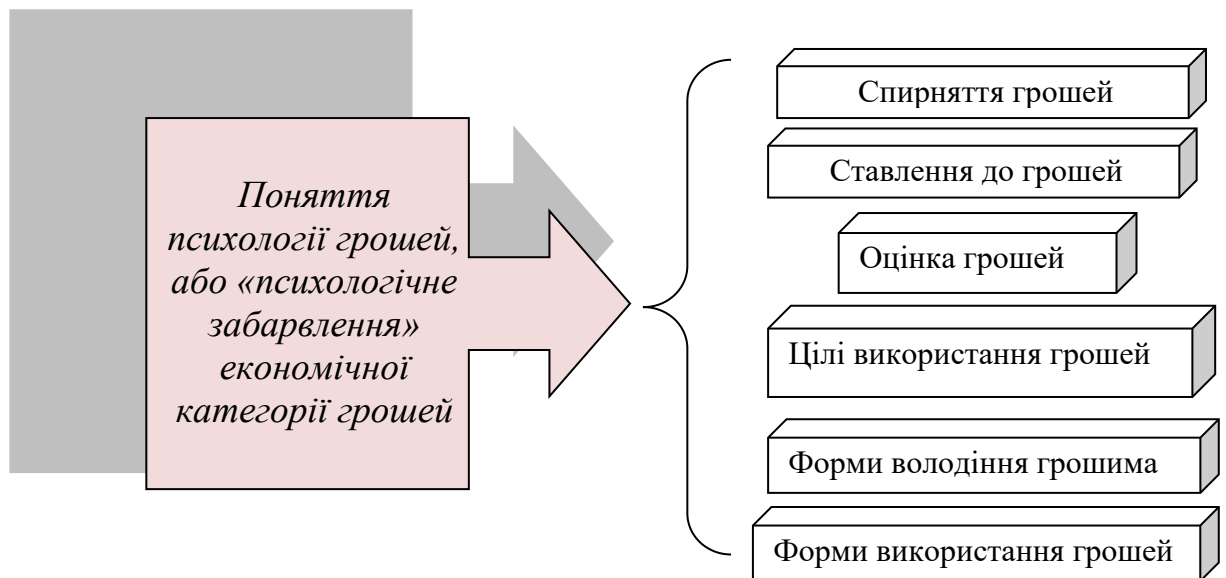


Рис. 3.1. Основні психологічні поняття суб'єктивності грошей

Психологічне «забарвлення» грошей пов'язане із джерелом їх походження [21]. Наприклад, студенти можуть досить дбайливо ставитись до отриманої стипендії, сприймаючи її як власний заробіток, а от несподіваний дохід (батьки дали) витрачають легше і швидше. Ставлення молодшої

особистості до витрачання грошей може бути різним залежно від того, які це гроші за формою володіння ними: гроші в одноосібному володінні або володіння грошима, розділене з іншими людьми [12]. Також, ставлення визначається метою трат грошей. Зазвичай молодь витрачає гроші переважно на відпочинок, модний одяг та розваги, оплата за навчання, харчування, проживання, у більшості випадків залишається пріоритетними тратами батьків [11].

Основними проблемами економічної поведінки, або грошовими патологіями, є соціальні упередження щодо сприйняття “багатства” і “бідності”. У народній творчості багач завжди злодій, а от бідний - розумний і чесний герой. При цьому герой-бідняк винагороджується за тими ж мірками — він обсипаний золотом [1]. Такі упередження доводяться дітям з казками, повчальними розповідями, що достатньо негативно впливає на майбутню економічну поведінку молоді [3].

У сучасній економічній теорії поняття добробуту і чесноти ніяк не взаємопов'язані: такого висновку дійшли і економісти, і психологи. Існують різні теоретичні підходи до бідності, які формують групи причин бідності (рис. 3.2).

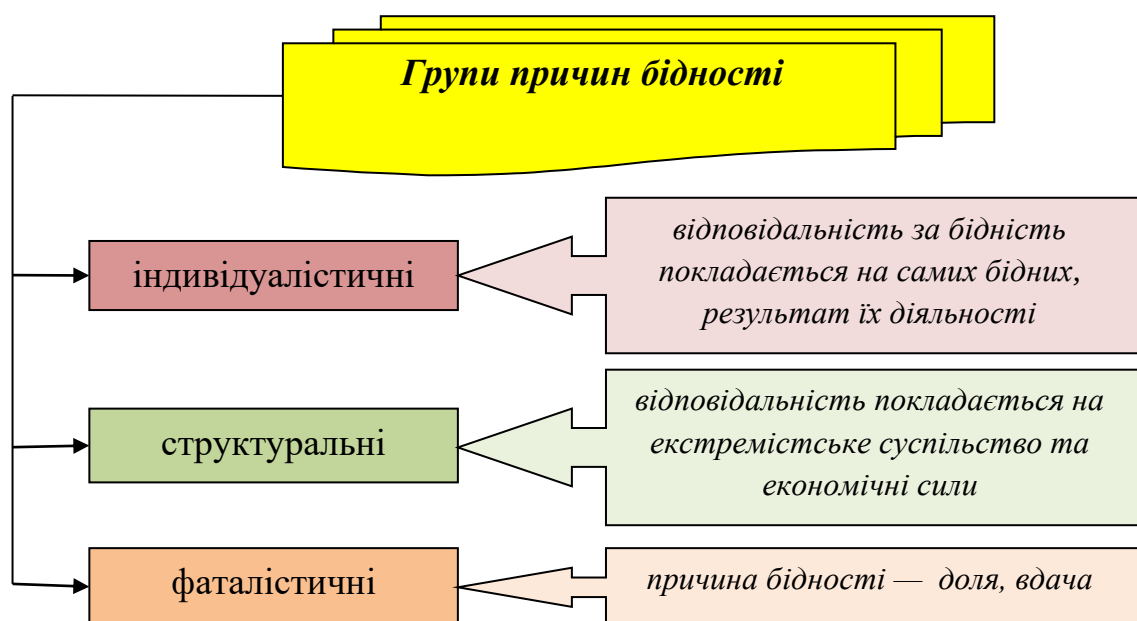


Рис. 3.2 Групи причин бідності

Різняться і зміст уявлень про багату і бідну людину (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

Уявлення про багату людину з боку різних соціально-професійних груп

№	Соціально-професійна група	Зміст уявлення
1.	Працівники державних підприємств	Багатство в основному пов'язують з можливістю не думати про завтрашній день, наявністю високооплачуваної роботи і можливістю допомагати близьким матеріально
2.	Працівників недержавних організацій	Багатство означає перш за все наявність прибуткової справи, можливість не думати про завтрашній день і надавати близьким значну матеріальну допомогу
3.	Працівників комерційних організацій	фінансові критерії багатства - наявність прибуткової справи, крупні пакети цінних паперів надійних банків, значні вклади в іноземному банку

Адаптовано з джерела [13]

Послугуючись вищезазначеними параметрами, ми провели опитування серед працівників та студентів Поліського національного університету. В опитуванні прийняли участь 50 осіб: 25 працівників університету, представлені викладачами та 25 студентів віком 19-20 років. В опитуванні пропонувалось зазначити категорії людей, з відповідними якостями, яким легше досягти фінансового успіху вжитті:

1. працелюбним;
2. діловим;
3. заповзятим до роботи;
4. хто має впливових родичів, або знайомих;
5. висококваліфікованим професіоналам;
6. геніальним, здібним, талановитим;
7. тим хто має підприємницькі здібності;
8. тим хто має вищу освіту;
9. фізично здоровим;
10. тим хто має багатих батьків;

11. жорстким та безпринципним.

Результати дослідження представлено на рисунку 3.3

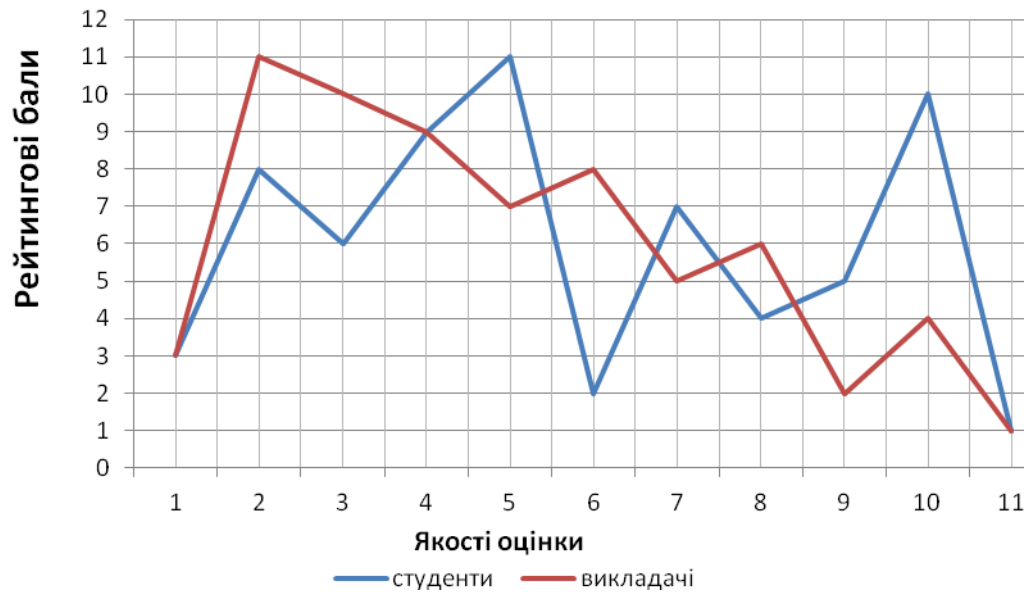


Рис. 3.3. Графік аналізу категорії людей, з відповідними якостями, яким легше досягти фінансового успіху вжитті

Опитування показало, що на думку працівників університету, найлегше досягти успіху в житті людям з такими характеристикам: діловитий, заповзятливий, має зв'язки і знайомства. Найнижчі ранги було присвоєно таким характеристикам, як хитрий і безпринципний, фізично здоровий та працелюбний. Студенти на перше місце серед причин успіху в житті висувають високий професіоналізм, а на друге— наявність іменитих батьків, на третє- наявність зв'язків. Найменший рейтинг, здобули якості - хитрий і безпринципний, заповзятний до роботи та талановитий.

Дослідження показало, що саме на розвиток ділових якостей, таких як комунікабельність, цілеспрямованість, вміння ризикувати, аналізувати, діяти, повинна бути направлена робота психологів і педагогів зі студентством.

Результати дослідження дали змогу сформулювати власні пропозиції щодо механізмів формування економічної поведінки молоді.

Потрібно проводити психокорекційну роботу зі студентами за допомогою ігрового моделювання, яке дає можливість молодим людям сформувати економіко-психологічні орієнтації, адже попрацювавши в імітаційно економічному середовищі, студенти усвідомлюють важливість таких якостей, як професіоналізм та освіченість, ділова хватка та підприємливість, вміння працювати в команді, в економічних ситуаціях не можна покладатися на знайомства та батьків, а покладатися лише на свої власні якості, вміння та знання.

Велику увагу слід приділяти розумінню поведінкових моделей, мотивації та когнітивних процесів молоді, які є критичним для аналізу сучасної економіки. У сучасному суспільстві знання та інформація є основними рушійними силами економічного прогресу. Творча активність і здатність до інновацій стають стратегічними інструментами розвитку.

Важливим є зміщення акценту молоді з матеріального до соціального, пояснюючи молоді, що економічна діяльність поступово орієнтується на створення соціального блага, підвищення якості життя та гармонізацію стосунків у суспільстві. Вже зараз відбувається орієнтація економіки на соціальну справедливість, екологічність та стійкий розвиток.

При підготовці спеціалістів будь якої галузі необхідно вивчати психологію, адже всі сфери життя наповнює саме соціум (люди). Психологія допомагає пояснити, як люди приймають економічні рішення, реагують на стимули, керують ресурсами. Економіка, своєю чергою, надає платформу для аналізу поведінкових і соціальних аспектів у масштабних системах.

Вивчення впливу емоцій, упереджень та когнітивних викривлень на економічні рішення, розробка ефективних стратегій управління власним часом, прагненнями, бажаннями, спонукають до формування у молоді навичок адаптації до сучасних економічних викликів, сприяють розвитку їх творчої активності, критичного мислення та інноваційного підходу.

Висновок по розділу 3.

1. Основними питанням психології в теорії грошових економічних відносинах є: сприйняття грошей, ставлення до грошей, психологічна сутність грошей, яка передбачає їх поділ за цілями використання, за формами володіння, за сутнісними формами грошей.

2. Основною проблемою формування економічної поведінки молоді є соціальне упередження грошової поведінки, адже категорія грошей завжди має емоційне забарвлення, тобто породжує певні емоційні стани особистості. Для психологічного сприйняття понять “багатства” і “бідності” властиві як суб'єктивні (власні) фактори, так і часові змінні, соціальні, вікові, морально-етичні.

3. Важливою категорією психології є психокорекції на робота. В дослідженні нами було запропоновано проведення імітаційної ділової гри, як метода психокорекційної роботи. Проведена гра формує зміни у соціально-економічному сприйнятті молоддю простору сучасного економічного середовища, а як наслідок змінює основні орієнтири формування економічної поведінки у бік самостійності, розвитку особистісних якостей та вмінь.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Простір сучасного українського суспільства формує нові вимоги до соціально-економічного буття, забарвивши його психологічними категоріями, які дозволять будувати гуманістичне суспільство майбутнього, яке приходить на зміну споживацькому. У наш час жодна сфера людського буття — ні економіка, ні політика, ні право, ні культура, ні інформаційна діяльність — не можуть обійтися без психологічних знань. Науковою основою поєднання сфер економіки та психології стає *економічна психологія*. Ринкові умови вимагають від молоді, що вступає у доросле життя, сформованої економічної поведінки, яка виражається у активній позиції у системі економічних відносин, творчій взаємодії з іншими їх суб'єктами. Основним завданням молоді людини в економічному просторі є не лише “пристосовуватися” до нього, а й активно його створювати, за рахунок власних якостей які формують ефективну економічну поведінку.

2. Економічною поведінкою називають активну вольову дію, зумовлену економічними стимулами, і саму діяльність суб'єкта господарювання в сфері економіки. Вона передбачає різноманітні форми активності індивідуального чи групового суб'єкта, що виявляються зовні стосовно різних економічних об'єктів. Детермінація процесу формування економічної поведінки опосередковується внутрішніми психологічними особливостями молоді людини і зовнішніми чинниками (освіта, виховання, родина), які тісно взаємопов'язані між собою. До чинників формування економічної поведінки відносяться: рівень активності суб'єкта (темперамент, характер); соціально-економічні уявлення, сформовані внаслідок навчання; умови життя; індивідуальні потреби, прагнення, мрії; обставини соціального характеру (сімя, школа, трудовий колектив).

3. Сучасне економічне середовище є швидкозмінним, тому молодій людині потрібно розвиватися в ньому динамічно, щоб здобути позитивний результат (гарні заробітки, високий рівень життя, робота зі інтересами,

стабільний дохід та розвиток). Для дослідження рівня формування економічної поведінки (активного входження в економічне середовище) молоді, нами було проведено психологічний експеримент.

4. Психодіагностичний експеримент проходив у формі ігрового моделювання. Респонденти об'єднувались у 3 групи, яким було дано завдання економічного спрямування за методикою Дж. Хіршлейфера - психологічна гра «Горішки». Проведений експеримент довів, що сучасна молодь має яскраво виражений «економічний егоїзм», для якого характерним є яскраво виражене бажання швидкого заробітку. Динамічна економічна поведінка є винятком, на тлі того, що молодь любить «гроші», вона не готова самостійно їх заробляти і часто шукає “легких великих грошей”, або розраховує на батьків.

Другий етап практичного дослідження мав завдання визначити здатність молоді до ризику, адже економічне середовище постійно змінюється і людина що має ригідне ставлення до цих змін зазвичай має недале входження в самостійний економічний простір. Дослідження схильності молоді до ризику, було проведено за тестовою методикою «Ризик». Результати тестування показали, що більшість досліджуваних мали середній рівень ризикованості, який говорить про те, що молоді люди зазвичай оминають ризиковані ситуації, не бажаючи витратити власну енергію, але разом з тим мають бажання заробляти великі гроші і жити у достатку.

5. Гроші — є важливим і необхідним атрибутом в сучасному світі. Основними питанням психології в теорії грошових економічних відносин є : сприйняття грошей, ставлення до грошей , психологічна сутність грошей, яка передбачає їх поділ за цілями використання, за формами володіння, за сутнісними формами грошей. Категорія грошей, з психологічної точки зору, завжди має емоційне забарвлення, тобто породжує певні емоційні стани та формує грошові патології особистості (економічний мазохизм, альтруїзм).

Сприяння “грошей” формує у молоді сприйняття категорій “багатства” і “бідності”. Це сприйняття носить суб'єктивний характер та формується соціально-економічними, віковими, морально-етичними та освітніми детермінантами. Тому важливою є психокорекційна робота сприйняття економічного середовища, яку можна проводити в освітніх закладах. Нами запропоновано проведення імітаційної ділової гри, як метода психокорекційної роботи зі студентами. Запропонована психокорекційна гра формує зміни у соціально-економічному сприйнятті молоддю простору сучасного економічного середовища, а як наслідок змінює основні орієнтири формування економічної поведінки у бік самостійності, розвитку особистісних якостей та вмінь.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грушевський М. Хто такі українці і чого вони хочуть. – К.: Т-во Знання, 1991. – 240 с
2. Дослідження рівня довіри громадян України до демократичних інституцій, органів влади / Національний інститут стратегічних досліджень // www.niss.gov.ua.
3. Дудар Н., Шангіна Л. Релігія і віра в житті українців // Національна безпека і оборона.– 2000.– №10. – С. 83–98.
4. Білоконь І.В. Економічні цінності як фактор становлення суб'єкта економічної соціалізації//Зб. Наук. Праць Ін-ту ім. Г. С. Костюка АПН України /За ред. Максименко. Т. Х, част. 1.-К., 2008. - С. 15-20
5. Вірна Ж.П. Мотиваційно-сміслова регуляція у професіоналізації психолога. - Луцьк: РВВ “Вежа”, 2003. - 320 с.
6. Винославська О.В, Карамушка Л.М., Вітинський В.Ю. Економічна психологія як спеціалізація у підготовці фахівців // Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. Серія Психологічні науки: Зб. Наукових праць. – К.: НПУ імені М.П.Драгоманова, 2005. – № 8(32). – С. 117-118.
7. Зверева І.Д., Козубовська І.В., Керецман В.Ю., Пічкарь О.П. Соціальна робота з дітьми і молоддю (теоретико-методологічні аспекти), ч. І. - Ужгород: УжНУ, 2000. - 192 с.
8. Каличева Н. Є., Чорнобровка І.В. Вплив ощадливого виробництва на економічну поведінку підприємств в сучасних умовах господарювання. Вісник економіки транспорту і промисловості № 74, 2021. URL: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/9450/1/Kalicheva.pdf>
9. Козлова І.М. Визначення сутності поняття «економічна поведінка» суб'єктів господарювання. Сучасні проблеми управління підприємством: теорія та практика. Міжнародна науково-практична конференція (24-25 березня 2016 р.). Харків. Видавництво «НТМТ», 2016. С. 54 - 57.

10. Ложкін Г.В., Спасенніков В.В., Комаровська В.Л. Економічна психологія: Навч. посіб. – К.: ВД «Професіонал», 2004. – 304 с.
11. Ложкін Г. Спасенніков В. Комаровська В. Особливості та структура економічної свідомості суб'єктів соціального простору // Соціальна психологія. - 2004. - №1. - С. 8-16.
12. Литовченко Л., Хлопотіна-Гнатенко О., Михайленко В. Фактори впливу на формування економічної поведінки підприємств з виробництва та переробки продукції олійних культур // MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS, (2), - 2023 . С. 13–18.
13. Максименко С.Д., Карамушка Л.М., Креденцер О.В. Економічна психологія: Навч. Програма та комплекс діагностичних методик для підготовки економістів, менеджерів та практичних психологів. – К.: Міленіум, 2004. – 36 с.
14. Мід Дж. Г. Дух, самість і суспільство. З точки зору соціального біхевіориста. - К.: Укр. Центр духовної культури, 2000. - С. 416.
15. Міненко О. О. Особистісне змінювання в процесі професійної підготовки студентів психологів. - Автореф. дис... д-ра психол. наук.. - К., 2004. - 20 с.
16. Москаленко В. В. Соціальна психологія. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 624 с.
17. Москаленко В. В. Сучасні напрямки досліджень в економічній психології// Соціальна психологія. - 2004. - №2. - С. 3-18.
18. Москаленко В. В. Проблема виховання у контексті соціалізації особистості / Соціальна психологія. - 2005. - №2. - С. 3-17.
19. Москаленко В. В. Економічна соціалізація особистості: концептуальна модель// Соціальна психологія. - 2006. - №3. - С. 3-16.
20. Москаленко В. В. Особливості суб'єктивного підходу в аналізі економічної соціалізації особистості//Зб. Наук. Праць Ін-туім. Г. С. Костюка АПН України /За ред. Максименко. Т. Х, част. 1.-К., 2008. - С 300-306.

21. Москвін Б. Ю. Визначення сутності поняття “поведінка підприємств” на ринку корпоративного контролю України. Вісник Хмельницького національного університету. 2014. № 2. Т. 2. С. 178 – 182.
22. Прутська О. О. Інституціоналізм і проблеми економічної поведінки в перехідній економіці. К., 2003
23. Полторацька О.В. Формування економічної поведінки як частина стратегічного управління промисловими підприємствами // Ефективна економіка № 2. - 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5442>
24. Проценко В.М. Формування економічної поведінки підприємств під впливом внутрішнього та зовнішнього ризикового середовища. Економічний вісник, 2019, №3. С. 181-186.
25. Соціологія: короткий енциклопедичний словник // Під заг. ред. Воловича В. І. - К.: Укр. центр духовної культури, 1998. - 736 с.
26. Соціологія: словник термінів і понять // за ред. Біленького Є.А. і Козлова М.А. - К.: Кондор, 2006. - 372
27. Соціологія: короткий енциклопедичний словник. Уклад.: В.І.Волович, В.І.Тарасенко. М.В.Зихарченко та ін.; Пізаг. ред. В. І.Воловича К.: Укр. Центр духовн. культури, 1998. - 786 с.
28. Садеков А. А., Заїка Ю. А. Процес формування економічної поведінки підприємств. URL: http://journals-lute.lviv.ua/journal/13_2011/4.pdf
29. Удачина К.О., Бандоріна Л.Н. Технологія використання моделі економічної поведінки суб'єкта господарювання. Економіка і суспільство. Випуск № 7. 2016. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/7_ukr/171.pdf
30. Цапенко В. Ю. Економічна поведінка підприємств як основа для прийняття управлінських рішень. Бізнес Інформ. 2014. №11. С. 313–317.