

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-3>

УДК 316.62:330.16:355.01(477.6)

## ДІАГНОСТИКА РАЦІОНАЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЧНІЙ ПОВЕДІНЦІ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ

### DIAGNOSIS OF RATIONALITY IN ECONOMIC BEHAVIOR FUTURE MANAGERS

**Вартанова Олена Вікторівна**

доктор економічних наук, професор,  
Київський національний університет технологій та дизайну  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8706-6437>

**Vartanova Olena**

Kyiv National University of Technologies and Design

Статтю присвячено актуальним питанням, пов'язаним з проблемами оцінки економічної поведінки майбутніх менеджерів, які детерміновані психологічними характеристиками особистості та визначають якість економічних рішень, що ухвалюються протягом життя. Економічна поведінка сприймається як система взаємозалежних процесів і вчинків, що відбиває ставлення людини до умов, змісту, результатам соціально-економічної діяльності, що виявляється у поведінці, спрямованої на задоволення власних потреб. Наголошено, що всупереч класичним економічним теоріям, економічна поведінка економічних суб'єктів не завжди є раціональною, адже вона детермінована суб'єктивними психологічними характеристиками особистості, такими як особистісна раціональність та схильність до ризику. Як методичний інструментарій діагностики раціональності економічної поведінки майбутніх менеджерів обрано психодіагностичну методику «Споживча поведінка студентів» О. Савченко та С. Хтей та методику «Особистісні чинники прийняття рішень» (ЛФР-25) Т. Корнилової. Аспектами економічної поведінки майбутніх менеджерів є: раціональність розподілу коштів, орієнтація на думку інших; гнучкість у придбанні товарів; купівля як отримання бажаного. Результати проведеного кореляційного аналізу дали змогу виявити взаємозв'язки між окремими аспектами економічної поведінки, факторами, що впливають її раціональність. Найбільш цікавими з них є значущі прямі кореляційні зв'язки між рівнем прояву фактору «суб'єктивна раціональність» і раціональністю розподілу коштів, рівнем прояву суб'єктивної раціональності і гнучкістю у придбанні товарів, ступенем рівнем готовності до ризику і аспектом економічної поведінки «купівля як отримання бажаного». За результатами дослідження встановлено, що більшість майбутніх менеджерів має високий рівень (76,9%) прояву суб'єктивної раціональності як основної характеристики процесу прийняття обґрунтованих економічних рішень та середній рівень готовності до ризику (60,0%), що детермінує їх економічну поведінку: 64,8% осіб мають середній рівень раціональності розподілу коштів, 72,3% – високий рівень орієнтації на думку інших; 20,0% – високий рівень гнучкості у виборі товарів (раціональні ознаки); 23,07 – високим рівнем сформованості фактору «купівля як отримання бажаного» (66,15%) (нераціональна ознака економічної поведінки).

**Ключові слова:** діагностика, економічні суб'єкти, економічна поведінка, економічні рішення, майбутні менеджери, методика, оцінка, психологічні чинники, раціональність, ризик.

Статья посвящена актуальным вопросам, связанным с проблемами оценки экономического поведения будущих менеджеров, которые детерминированы психологическими характеристиками личности и определяют качество принимаемых на протяжении жизни экономических решений. Экономическое поведение рассматривается как система взаимосвязанных действий и поступков, отражающая отношение человека к условиям, содержанию, результатам социально-экономической деятельности, что выражается в поведении, направленном на удовлетворение собственных потребностей. Отмечено, что вопреки классическим экономическим теориям, экономическое поведение экономических субъектов не всегда рационально, поскольку детерминировано психологическими характеристиками личности, такими как личностная рациональность и склонность к риску. В качестве методического инструментария оценки рациональности экономического поведения будущих менеджеров избраны психодиагностическая методика «Потребительское поведение студентов» А. Савченко и С. Хтей и методика «Личностные факторы принятия решений» (ЛФР-25) Т. Корниловой. Аспектами экономического поведения будущих менеджеров являются: рациональность распределения средств, ориентация на мнение других; гибкость в приобретении товаров; покупка как получение желаемого. Результаты проведенного корреляционного анализа дали возможность выявить значимые взаимосвязи

між окремими аспектами економічного поведіння і факторами, впливними на її раціональність. Найбільш цікавими з них є прямі кореляційні зв'язки між факторами «суб'єктивна раціональність» і раціональністю розподілу засобів, «суб'єктивна раціональність» і гнучкістю в придбанні товарів, «готовність до ризику» і фактором «покупка як одержання бажаного». По результатах дослідження встановлено, що більшість майбутніх менеджерів має високий рівень (76,9%) проявлення суб'єктивної раціональності як основної характеристики процесу прийняття обґрунтованих економічних рішень і середній рівень готовності до ризику (60,0%), що детермінує їх економічне поведіння: 64,8% осіб мають середній рівень раціональності розподілу засобів, 72,3% – високий рівень орієнтації на думку інших; 20,0% – високий рівень гнучкості в виборі товарів (раціональні ознаки); 23,07 – високий рівень сформованості фактора «покупка як одержання бажаного» (66,15%) (нерациональний ознак економічного поведіння).

**Ключові слова:** діагностика, економічні суб'єкти, економічне поведіння, економічні рішення, методика, майбутні менеджери, оцінка, психологічні фактори, раціональність, ризик.

The article is discuss the contemporary issues of estimate of economic behavior of future managers, which are determined by the psychological characteristics of the personality and determine the quality of economic decisions taken throughout life. Economic behavior is perceived as a system of interdependent processes and actions that reflects a person's attitude to the conditions, content, results of socio-economic activities, which is manifested in behavior aimed at meeting their own needs. It is noted that, contrary to classical economic theories, the economic behavior of economic agents is not always rational, because it is determined by the psychological characteristics of the individuals, such as personal rationality and the propensity to take risks. The psychodiagnostics methodology «Student consumer behavior» (A. Savchenko and S. Khtey) and the methodology «Personal factors of decision making» (LFR-25) (T. Kornilova) were chosen as a methodological tool for measuring the rationality of the economic behavior of future managers. Aspects of the economic behavior of future managers are: rationality of the allocation of money, focus on the opinion of others; flexibility in purchasing goods; «buying as getting what you want». The results of the correlation analysis identify significant relationships between individual aspects of economic behavior and factors affecting its rationality. The most interesting of them are direct correlations between the factors «subjective rationality» and the rationality of the allocation of money, «subjective rationality» and flexibility in purchasing goods, «willingness to take risks» and the factor «buying as getting what you want». According to the results of our investigation, it was found that the majority of future managers have a high level (76.9%) of subjective rationality as the main characteristic of the process of making sound economic decisions and an average level of risk readiness (60.0%), which determines their economic behavior: 64.8% of persons have an average level of rationality in the allocation of money, 72.3% – a high level of orientation towards the opinion of others; 20.0% – a high level of flexibility in the choice of goods (rational features); 23.07 – a high level of formation of the factor «buying as getting what you want» (66.15%) (an irrational sign of economic behavior).

**Keywords:** diagnostic, economic subjects, economic behavior, economic decisions, methodology, future managers, estimation, psychological factors, rationality, risk.

**Постановка проблеми.** Сучасні тенденції економічного розвитку ґрунтуються на конвергенції економічних, соціальних, психологічних, політичних та інших наук у пошуку інтегральної теорії людської поведінки, врахуванні при аналізі економічних процесів і явищ різноманітних соціокультурних і психологічних чинників. Найбільш наближено до потреб бізнес-організацій економічну поведінку досліджує економічна психологія, розглядаючи її в контексті потреб, мотивів, інтересів, цінностей людини, які визначають широке коло маркерів людської поведінки, якості бізнес-комунікацій та міжособистісних взаємозв'язків і взаємодій, особливості прийняття рішень, що впливають на продуктивність та ефективність діяльності людини. Таким чином, економічна поведінка – це поняття, що агреговано відображає реальне людське буття в економічній сфері та є об'єктом дослідження різних соціальних

наук – економічної теорії, менеджменту, маркетингу, HR-менеджменту, економічної соціології, економічної психології, кожна з яких вивчає цей складний і багатогранний соціально-економічний феномен, виходячи зі свого предмету, специфіки та методологічних підходів. Наразі зрозуміло, що дослідження такого складного феномену, як економічна поведінка, ще не є вичерпними, та потребують свого розвитку із використанням міждисциплінарних підходів і методології.

**Аналіз останніх публікацій.** Дослідженню сутності та проблем економічної поведінки присвячено роботи багатьох вчених-економістів, соціологів, маркетологів, психологів, спеціалістів поведінкової економіки: Г. Армстронга, А. Міллера, А. Маслоу, В. Вонга, С. Кузьміна, Л. Ковалю, Є. Суїменка, С. Романчука, І. Лилик, О. Марушевської, Т. Скляра, В. Сміта, Р. Талера, А. Тверські, Д. Канемана, які досліджують економічну поведінку в кон-

тексті відкриття основних її феноменів та впливу на прийняття економічних рішень. Раціональність економічної поведінки досліджували класики і неокласики економічної науки: М. Вебер, Ф. Еджуорт, Г. Саймон, А. Сміт, В. Стенлі, В. Парето, Л. фон Мізес. Психологічні чинники економічної поведінки знаходяться в полі наукових досліджень вчених-психологів: О. Савченко, С. Хтей, О. Креденцер, Л. Карамушка та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на значну кількість досліджень цієї предметної галузі, слід зазначити на тому, що дотепер залишається значний дефіцит методологічних підходів та діагностичного інструментарію, які дозволяють виміряти раціональність економічної поведінки саме через ірраціональність індивідуально-психологічних особливостей людини, що зумовлює необхідність подальших досліджень у цій галузі.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою дослідження є визначення впливу психологічних чинників на економічну поведінку майбутніх менеджерів, зокрема, впливу особистісної раціональності та схильності до ризику на прийняття рішень в економічній поведінці.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Економічну поведінку можна визначити як сукупність цілераціональних оптимізувальних або максимізаційних дій людини у процесі суспільного виробництва, пов'язаних із вибором найвигіднішої альтернативи [1]. Згідно з даним визначенням, критеріями економічної поведінки є наявність мети, раціональність, та прагнення до максимізації або оптимізації дії. З точки зору економічної теорії це є цілком зрозумілим: «Економічна теорія – це наука, яка вивчає людську поведінку з точки зору співвідношення між цілями та обмеженими ресурсами, які можуть мати інакше застосування» [2]. Соціологія оперує поняттям «соціально-економічна поведінка», яка розглядається як система взаємозалежних процесів і вчинків, що відбиває ставлення людини до умов, змісту, результатам соціально-економічної діяльності, що виявляється у поведінці, спрямованій на задоволення власних потреб. Отже, в даному визначенні з'являються такі концепти, як «ставлення до умов, змісту та результатів» та «задоволення потреб». На наш погляд, саме вони є стрижневими у концептуалізації економічної поведінки, яка здійснюється суб'єктами з метою задоволення власних потреб, врахо-

вує ставлення суб'єкта до певної ситуації, а отже, не завжди є раціональною.

Ознаками економічної поведінки є:

– раціональність людської діяльності («максимум результату за мінімуму витрат»);

– прагматична мотивація відносин соціально-економічного обміну (соціально-економічні відносини, в які люди вступають для задоволення своїх різноманітних потреб);

– продуктивність, що передбачає не лише активність людини в економічній сфері для задоволення потреб, а й цілеспрямованість такої активності;

– здатність адекватно діяти та приймати обґрунтовані рішення в ситуаціях невизначеності;

– усвідомлення мотивів і потреб економічної поведінки та процесів соціально-економічного обміну.

Одним з основних об'єктів дослідження економічної поведінки поведінкової економіки є межі раціональності економічних агентів. У широкому розумінні раціональність (від лат. «Ratio» – розум) означає розумність, свідомість, протилежність ірраціональності. У більш вузькому значенні – вона полягає у відповідності деяким принципам мислення та ознакам відповідної поведінки. М. Вебер вивчав раціональність як цілком автономний феномен, властивий економічним суб'єктам при капіталізмі. За М. Вебером, раціональність в економічній поведінці поділяється на формальну (здатність здійснювати раціональне обґрунтування економічних рішень) та субстантивну (належить до більш узагальненої системи цінностей і стандартів, які інтегровані в світогляд) [3]. У цьому сенсі, М. Вебер розуміє раціональність і як об'єктивний процес і як властивість суб'єкта, котрий актуалізує своїми діями певні культурні орієнтири в яких існують норми, що обґрунтовують раціональну поведінку [4].

Але дослідження свідчать, що економічна поведінка економічних агентів далеко не завжди є раціональною. І перше, що піддається критиці, це ідея, що люди мають необмежену можливість обробки інформації при прийнятті рішень. «Теорія обмеженої раціональності» Герберта Саймона пояснює нераціональність економічної поведінки обмеженими можливості людського мозку та обмеженістю в часі, що унеможливорює оптимальне вирішення складних проблем [5]. Тим не менше, стандартна економічна модель ігнорує ці межі. Поведінкові моделі, які досліджують межі раціональності економічних

агентів, найчастіше поєднують досягнення психології з неокласичною економічною теорією, охоплюючи цілий ряд концепцій, методів і областей дослідження.

Раціональна дія економічних суб'єктів може вимірюватися «певними співвідношеннями між засобами та цілями, ступенем адекватності одних – іншим» [6]. Тобто раціональність суб'єкта, його дії, і раціональність самої економіки є наслідком раціональності всієї системи. Дослідження раціональності або нераціональності в економічній поведінці пов'язано з можливістю оцінити раціональність або нераціональність дії економічного суб'єкта. При цьому слід виокремити критерії такого оцінювання. На нашу думку, такими критеріями можуть бути: цілораціональність (відповідність економічної поведінки поставленим цілям); раціональний розподіл коштів; максимізація споживчої корисності (скоріше – соціальної корисності); задоволення потреб економічного суб'єкта.

Але окрім суто економічних критеріїв, на раціональність економічної поведінки економічних суб'єктів впливають особистісні, психологічні, а також соціальні чинники (коли ми аналізуємо альтернативи за моделлю соціальної корисності). Подібні чинники призводять нас до сфери бажань, потреб і мотивів індивіда і намірів їх задовольнити в процесі економічної поведінки. Звісно, такі бажання, потреби і мотиви за своєю природою можуть не бути раціональними (наприклад, споживач хоче задовольнити власні бажання через коштовну покупку, отримати позитивні емоції, виявити демонстративну поведінку). Як висловився один зі споживачів: «Моя споживча поведінка є ірраціональною, а для мене це – раціонально» [7]. І дійсно, наші індивідуально-психологічні особливості роблять нас дуже різними, і відповідно, можуть полярно впливати на наші економічні рішення.

Для діагностики економічної поведінки було обрано психодіагностичну методику «Споживча поведінка студентів» (О. Савченко, С. Хтей, 2000), яка дає змогу діагностувати чотири аспекти споживчої поведінки [8]:

«*Раціональний розподіл коштів*» відображає схильність людей до раціонального або нераціонального розподілу коштів під час прийняття рішень про покупку, готовність ретельно обдумувати й аналізувати необхідність покупки і приймати обґрунтовані споживчі рішення;

«*Орієнтація на думку іншої людини та рекламу*» дозволяє оцінити рівень самостійності споживачів під час прийняття споживчого

рішення стосовно купівлі товарів та їх незалежності від дій зовнішніх факторів (реклама, думки оточуючих, акції, пропозиції та інші види маркетингових комунікацій, відгуки);

«*Гнучкість у придбанні товарів*» відображає різноманітність споживчої поведінки, яка пов'язана з різними способами купівлі (онлайн або офлайн), розрахунку (готівка, платіжні системи), готовність аналізувати інформацію під час прийняття рішень щодо покупки;

«*Купівля як отримання бажаного*» відображає ставлення молоді до процесу покупки, прагнення отримати задоволення від нього, задоволення власних актуальних потреб. Цей фактор оцінює готовність молоді до отримання бажаного у будь-який спосіб, навіть якщо доведеться користуватися борговими коштами, до прояву наполегливості, детального аналізу інформації під час прийняття рішення, ігнорування реальності (власного доходу, актуальних грошових ресурсів), можливого упередженого ставлення до знижок, ставлення до брендів.

Дослідження проводилось на вибірці досліджуваних, яку склали 65 студентів Черкаського державного технологічного університету та ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» віком від 18 до «49 і більше», різних освітніх рівнів (бакалавр, магістр, здобувач ступеня «Доктор філософії», здобувач другої вищої освіти), які навчаються за спеціальностями «Менеджмент організацій», «Публічне управління та адміністрування», «Бізнес-адміністрування», «Управління інноваційною діяльністю», «Маркетинг».

Результати обстеження респондентів за методикою «Споживча поведінка студентів» подано у табл. 1.

Інтерпретація представлених результатів полягає у такому.

Аспект економічної поведінки «Раціональний розподіл коштів». У досліджуваній вибірці переважають респонденти середнім рівнем раціональності розподілу коштів (**64,7%**) порівняно з низьким та високим проявом цього фактору ( $\varphi^*=5,36$ ;  $\alpha \geq 0,99$ ). Це означає, що більшість досліджуваних мають схильність раціонально розподіляти кошти під час щоденних покупок, ретельно їх обдумують та аналізують.

Аспект «Орієнтація на думку інших». За результатами дослідження, особи з високим рівнем орієнтації на думку інших (**72,3%**) переважають над кількістю осіб з середнім рівнем ( $\varphi^*=6,3$ ;  $\alpha \geq 0,99$ ). Такі люди не є самостійними в економічній поведінці, потребують соціаль-

Таблиця 1

**Результати обстеження респондентів за показниками методики  
«Споживча поведінка студентів» (О. Савченко, С. Хтей)**

Рівень вираженості ознаки	Ознаки							
	Раціональний розподіл коштів		Орієнтація на думку інших		Гнучкість у виборі товарів		Купівля як отримання бажаного	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Низький рівень	10	15,4	5	7,70	9	13,85	7	10,78
Середній рівень	42	64,6	13	20,0	43	66,15	43	66,15
Високий рівень	13	20,0	47	72,3	13	20,0	15	23,07

*Джерело: власні дослідження*

ного доказу у прийнятті економічних рішень (реклама, відгуки інших, поради, думки експертів), є чутливими до впливу та маркетингових комунікацій. Меншість респондентів (7,7%) є самостійними у прийнятті економічних рішень. Вони приймають рішення, орієнтуючись на власну думку і власні критерії, а реклама, маркетинг, думки інших та інші зовнішні фактори мають для них незначний вплив.

Аспект «Гнучкість у виборі товарів». Більшість досліджуваних (66,15%) демонструють середній рівень гнучкості у виборі товарів порівняно з низьким рівнем гнучкості ( $\varphi^*=6,5$ ;  $\alpha \geq 0,99$ ). Такі люди залежно від ситуації можуть як ретельно зважувати переваги та недоліки економічних альтернатив, так і демонструвати ірраціональність в економічній поведінці. 20,0% респондентів демонструють високий рівень гнучкості у виборі товарів. Саме вони в найбільшій мірі виявляють гнучкість в різних аспектах: застосування різних способів розрахунку за товар (готівка, різні платіжні картки), різних форм купівлі (офлайн та онлайн), орієнтація на думки інших та їхні відгуки, здатність і готовність приймати рішення на основі ретельного аналізу інформації. Респонденти, які мають низький рівень гнучкості (13,85%), є більш традиційними та консервативними в економічній поведінці, з недовірою ставляться до нового, не схильні до ризику, здатні до імпульсивної економічної поведінки.

«Купівля як отримання бажаного» відображає не раціональне, утилітарне ставлення до економічної поведінки, а бажання отримати задоволення від процесу споживання. Більшість респондентів (66,15%) мають середній рівень прояву цього фактору, і переважають над респондентами з високим рівнем (23,07%) ( $\varphi^*=5,11$ ;  $\alpha \geq 0,99$ ). Це означає, що попри

бажання зробити процес прийняття рішень приємним, більшість опитаних роблять його ще й розумним (обмежують споживання, не користуються кредитними коштами, обмежують імпульсивні покупки, адекватно і свідомо реагують на знижки та інші рекламні акції). 23,07% респондентів мають високий рівень прояву даного фактору, що свідчить про домінують задоволення в процесі споживання, «емоційне споживання», бажання купити більше, ніж можуть собі дозволити, користуватися кредитними коштами або позиками, схильність до брендів, недовіру до знижок. Меншість (10,78%) респондентів демонструють низький рівень прояву фактору «купівлі як задоволення», що свідчить про раціональну домінують їх споживання, врахування власних можливостей та детальний аналіз альтернатив в процесі споживання товарів і послуг.

Для оцінювання раціональності економічної поведінки обрано методику «Особистісні чинники прийняття рішень (ЛФР-25)» Т. Корнилової [9], яку спрямовано на виявлення двох особистісних властивостей – готовності до ризику і раціональності – як психологічних змінних, що відображають особливості економічної поведінки. Опитувальник Т. Корнилової ґрунтується на припущенні щодо того, що економічну поведінку визначає природня схильність людини до ризику і раціональність або ірраціональність поведінки.

*Готовність до ризику* за Т. Корниловою – це здатність людини адекватно діяти та приймати обґрунтовані рішення в ситуаціях невизначеності, що, власне, і є однією з основних ознак раціональної економічної поведінки.

*Суб'єктивна раціональність* – це здатність зважено підходити до процесу прийняття рішень, раціонально діяти в ситуації невизначеності [9].

Таблиця 2

**Результати обстеження респондентів за методикою  
«Особистісні чинники прийняття рішень (ЛФР-25)» (Т. Корнилова)**

Рівень прояву	Суб'єктивна раціональність		Особистісна готовність до ризику	
	(N)	(%)	(N)	%
Низький	0	0,0	0	0,0
Середній	15	23,1	49	60,0
Високий	50	76,9	26	40,0

*Джерело: власні дослідження*

Результати обстеження респондентів за методикою «Особистісні чинники прийняття рішень (ЛФР-25)» Т. Корнилової подано у табл. 2.

Шкала «Суб'єктивна раціональність». Отримані результати свідчать про те, що жоден з опитуваних не отримав низьких значень за факторами суб'єктивної раціональності або особистісної готовності до ризику. За результатами дослідження, переважна кількість респондентів має високий рівень раціональності (76,9 %), що означає, що вони обґрунтовано підходять до процесу прийняття економічних рішень: намагаються аналізувати доступну інформацію, оцінюють можливі альтернативи, приймають остаточне рішення, лише якщо впевнені у його правильності, обережні, ретельні і точні в економічній поведінці.

Шкала «Готовність до ризику». За рівнем готовності до ризику переважна кількість респондентів має середній рівень (60,0%). Студентам з середнім рівнем готовності до ризику в цілому характерна готовність до ризику, ситуативна здатність приймати рішення в умовах невизначеності, враховуючи свій минулий досвід, результативність своїх дій, схильність розраховувати лише на себе.

Опитані з високим рівнем готовності до ризику (40%) охоче і сміливо йдуть на великий ризик, не схильні до конформізму, вільні в комунікації, схильні приймати самостійні рішення, невтомні у спробах досягти успіху. Це може свідчити про те, що сучасні студенти мають більш розвинуті компетенції щодо прийняття рішень в умовах невизначеності та в цілому є більш впевненими у собі. Серед опитуваних не було студентів, які мають низький рівень готовності до ризику, що свідчить про зростання адаптаційних здібностей студентів в умовах невизначеного та хаотичного зовнішнього середовища.

За результатами проведення кореляційного аналізу було визначено значущі зв'язки між різними аспектами економічної поведінки і факторами раціональності і ризику

при прийнятті рішень. Так, було виявлено значущий кореляційний зв'язок між рівнем прояву суб'єктивної раціональності за методикою «Особистісні чинники прийняття рішень (ЛФР-25)» (Т. Корнилова) і раціональністю розподілу коштів, що діагностувався за методикою «Споживча поведінка студентів» (О. Савченко, С. Хтей) ( $r=-0,44$ ;  $p=0,001$ ). Цей зв'язок означає, що чим більше у людини прояв суб'єктивної раціональності, тим більш раціональною є її економічна поведінка, тим більш раціональною є вона у розподілі коштів. Особи, які мають високі прояви суб'єктивної раціональності прагнуть отримати найбільш повну інформацію при прийнятті рішень, ретельно обмірковувати рішення. Вони також проявляють ознаки раціонального підходу в економічній поведінці, ретельно аналізують усі альтернативи та приймають рішення лише після того, як будуть впевнені в його обґрунтованості і доцільності.

Зворотнє твердження можна сформулювати таким чином: чим менше прояв суб'єктивної раціональності, тим менш раціональною є людина у розподілі коштів та економічній поведінці. Відповідно, якщо людина не схильна шукати усю доступну інформацію, ретельно аналізувати доступні альтернативи, є імпульсивною в своїх діях, то вона більш схильна використовувати автоматизми в економічній поведінці, піддається когнітивним спотворенням і менш раціонально розподіляє кошти.

За даними кореляційного аналізу була виявлена позитивна кореляція між рівнем прояву суб'єктивної раціональності (Т. Корнилова) і аспектом економічної поведінки «гнучкість у придбанні товарів» (О. Савченко, С. Хтей) ( $r=0,30$ ;  $p=0,005$ ). Цей зв'язок означає, що чим більше у людини прояв суб'єктивної раціональності, тим більш гнучкою вона є у розподілі коштів. Можна стверджувати, що люди, які мають високі прояви суб'єктивної раціональності, в цілому є більш гнучкими в економічній поведінці та використовують усі

можливості для її оптимізації (використовують різні способи купівлі товарів, види розрахунку, є більш гнучким до ціни товарів та існуючих знижок, акцій, дисконтних програм, програм споживчої лояльності).

Зворотне твердження можна сформулювати таким чином: чим менше у людини прояв суб'єктивної раціональності, тим менш гнучкою вона є у розподілі коштів. Це пов'язано з тим, що для менш раціонального (ірраціонального) споживача орієнтиром у споживчій поведінці є власні враження, емоції або потреби, а мотивом – постійне отримання позитивних вражень від процесу споживання. Відповідно, поведінка таких людей може визначатися не стільки раціональними міркуваннями (способи розрахунків, необхідність аналізу альтернатив), скільки бажанням отримати приємне враження (наприклад, прив'язуються не до товарів або брендів, а до місця продажу, якісного обслуговування, або здійснюють демонстративні покупки), що в цілому робить їх менш гнучкими у придбанні товарів.

За результатами кореляційного аналізу було виявлено значущий кореляційний зв'язок між рівнем готовності до ризику (Т. Корнилова) і фактором «купівля як отримання бажаного» (О. Савченко, С. Хтей) ( $r=0,34$ ;  $p=0,01$ ), що означає, що чим більше людина є готовою до ризику, тим більше вона схильна здійснювати покупки задля отримання бажаного. Дійсно, людина з високими проявами готовності до ризику з готовністю сприймає ризик, не схильна до значної рефлексії і надмірного обмірковування альтернатив, з легкістю витрачає гроші, легко поводить у комунікації, висловлює власну думку, не схильна до конформізму, вільно почуває себе в ситуації невизначеності. Відповідно, такі люди є більш вільними і сміливими у прийнятті економічних рішень, чітко розуміють власні бажання, не жаліють грошей на їх задоволення, не шкодують за втраченими альтернативами в результаті вибору, та в цілому схильні орієнтуватися на задоволення особистісних потреб в процесі споживання товарів і послуг.

Чим менше людина є готовою до ризику, тим менше вона схильна здійснювати покупки задля отримання бажаного. Люди з низькою готовністю до ризику більш обережно поведуться в економічній поведінці, ретельно аналізують альтернативи, втрачену вигоду, більш обережно укладають угоди і менше схильні йти на поводу у власних бажань в процесі прийняття рішень або купівлі. Їх мотивом, скоріше, є «раціональність» прийнятого рішення.

**Висновки і пропозиції.** За результатами проведеного дослідження можна зробити наступні висновки.

1. В статті встановлено, що всупереч традиційним економічним теоріям, економічна поведінка економічних агентів не завжди є раціональною, а її метою є задоволення потреб. Тому запропоновано розглядати раціональність економічної поведінки як співвідношеннями між засобами та цілями, ступенем адекватності одних – іншим. Обрано методичний інструментарій оцінювання факторів раціональності в економічній поведінці: психодіагностичну методику «Споживча поведінка студентів» (О. Савченко, С. Хтей, 2000) та методику «Особистісні чинники прийняття рішень» (ЛФР-25) Т. Корнилової. Обидві методики дають змогу діагностувати ступінь прояву особистісної раціональності та ризику в економічній поведінці.

2. Як найважливіші аспекти економічної поведінки за методикою «Споживча поведінка студентів» О. Савченко, С. Хтей (2000 р.) обрано такі аспекти як: раціональність розподілу коштів, орієнтація на думку інших; гнучкість у придбанні товарів; задоволення потреб за допомогою купівлі. За результатами дослідження встановлено, що у вибірці переважають особи з середнім рівнем раціональності розподілу коштів (64,7%), високим рівнем орієнтації на думку інших (72,3%), середнім рівнем гнучкості у виборі товарів (66,15%) та середнім рівнем сформованості фактору «купівля як отримання бажаного» (66,15%), що свідчить про те, що досліджені особи в цілому раціонально розподіляють кошти, є гнучкими у споживанні товарів і послуг, отримують задоволення від покупок та піддаються впливу реклами, думки інших та маркетингових комунікацій.

3. Встановлено, що більшість респондентів має високий рівень (76,9%) прояву суб'єктивної раціональності як основної характеристики процесу прийняття обґрунтованих економічних рішень та середній рівень готовності до ризику (60,0%). Ці дані корелюють з таким аспектом економічної поведінки, як «раціональність розподілу коштів» та дозволяє в цілому зробити висновок, що більшість майбутніх менеджерів прагнуть до раціональності розподілу коштів та прийняття раціональних рішень. Ця стратегія видається їм більш адекватною і зрілою, враховуючи також і той факт, що переважна більшість опитаних здобувають освіту за спеціальністю «Менеджмент», які вже обізнані з процесом споживання та факторами, що його детермінують.

4. Результати проведеного кореляційного аналізу дали змогу отримати дані щодо взаємозв'язків між окремими аспектами економічної поведінки і факторами, що її визначають. Найбільш цікавими з них є значущі прямі кореляційні зв'язки між рівнем прояву

фактору «суб'єктивна раціональність» і раціональністю розподілу коштів, рівнем прояву суб'єктивної раціональності і гнучкістю у придбанні товарів, ступенем рівнем готовності до ризику і аспектом економічної поведінки «купівля як отримання бажаного».

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Суименко Е.И. Экономическое поведение: экспликация понятия и типологическая характеристика. *Социология: теория, методы, маркетинг*. 2002. № 4. С. 168–188.
2. Михеева С. Рациональность и экономическое поведение: междисциплинарный подход. URL: [http://neweconomist.ru/articles/politekonomiya/svetlana\\_miheeva\\_ratsionalnost\\_i\\_ekonomicheskoe\\_povedenie\\_megdis\\_tsiplinaryy\\_podhod/](http://neweconomist.ru/articles/politekonomiya/svetlana_miheeva_ratsionalnost_i_ekonomicheskoe_povedenie_megdis_tsiplinaryy_podhod/)
3. Вебер М. Свобода і примус у правових спільнотах. *Соціологія. Політика. Загальноісторичні аналізи*. Київ: Основи, 1998. С. 84–87.
4. Weber, Max. *Political Writings*. University of Cambridge Press, 1994. P. 1–28.
5. Саймон Г. Рациональность как процесс и продукт мышления. *THESIS*. Вып. 3. 1993. URL: [http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3\\_1\\_2simon.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3_1_2simon.pdf)
6. Мамардашвили М. Классический и неклассический идеалы рациональности. 2010. Москва: ООО «Издательская Группа «Азбука-Аттикус». 288 с.
7. О Savchenko. Consciousness and reflection in the basis of psychological theorizing. *Psychology & society*. 2018. № 3–4. P. 67–89.
8. Савченко О.В., Хтей С. Методика діагностики аспектів споживацької поведінки студентів. *Організаційна психологія. Економічна психологія*. 2020. № 4(21). С. 96–109.
9. Корнилова Т.В. Личностные факторы принятия решений (ЛФР-25). URL: <https://sites.google.com/site/test300m/lfr>
10. Чернявский А.Д. Рациональность и иррациональность в экономической науке. *НАУКОВЕДЕНИЕ. Интернет-журнал*. 2014. № 4(23). С. 1–17.

#### REFERENCES:

1. Suimenko E.I. (2002) *Jekonomicheskoe povedenie: jeksplikacija ponjatija i tipologicheskaja harakteristika* [Economic behavior: explication of the concept and typological characteristics]. *Sociologija: teorija, metody, marketing*, no. 4, pp. 168–188. (in Russian)
2. Miheeva S. *Racional'nost' i jekonomicheskoe povedenie: mezhdisciplinarnyj podhod*. [Rationality and Economic Behavior: An Interdisciplinary Approach]. Available at: [http://neweconomist.ru/articles/politekonomiya/svetlana\\_miheeva\\_ratsionalnost\\_i\\_ekonomicheskoe\\_povedenie\\_megdis\\_tsiplinaryy\\_podhod/](http://neweconomist.ru/articles/politekonomiya/svetlana_miheeva_ratsionalnost_i_ekonomicheskoe_povedenie_megdis_tsiplinaryy_podhod/) (in Russian)
3. Veber M. (1998) *Svoboda i primus u pravovih spil'notah* [Freedom and coercion in legal communities]. *Sociologija. Politika. Zagal'noistorichni analizi*. Kyiv: Osнови, pp. 84–87. (in Ukrainian)
4. Weber, Max (1994) *Political Writings*. University of Cambridge Press, pp. 1–28.
5. Sajmon G. (1993) *Racional'nost' kak process i produkt myshlenija*. *THESIS*, vol. 3. Available at: [http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3\\_1\\_2simon.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/629/779/1217/3_1_2simon.pdf) (in Russian)
6. Mamardashvili M. (2012) *Klassicheskij i neklassicheskij idealy racional'nosti* [Classical and non-classical ideals of rationality]. Moscow: ООО «Izdatel'skaja Gruppya «Azбуka-Attikus», 288 p. (in Russian)
7. Savchenko O. (2018) *Consciousness and reflection in the basis of psychological theorizing*. *Psychology & society*, no. 3–4, pp. 67–89.
8. Savchenko O.V., Htej S. (2020) *Metodika diagnostiki aspektiv spozhivac'koї povedinki studentiv* [Methods of diagnosing aspects of consumer behavior of students]. *Organizacijna psihologija. Ekonomichna psihologija*, no. 4(21), pp. 96–109. (in Ukrainian)
9. Kornilova T.V. *Lichnostnye factory prinjatija reshenij (LFR-25)* [Personal decision-making factors (LFR-25)]. Available at: <https://sites.google.com/site/test300m/lfr> (in Russian)
10. Chernjavskij A.D. (2014) *Racional'nost' i irracional'nost' v jekonomicheskoy nauke* [Rationality and irrationality in economics]. *NAUKOVEDENIE. Internet-zhurnal*, no. 4(23), pp. 1–17. (in Russian)