

специфіку змісту матеріалу, що вивчається, його складність, характер інформації [2, с. 103].

Таким чином, найважливішою умовою формування позитивних взаємин педагога та учнів в активному навчанні є індивідуальний підхід. Реалізуючи будь-який вищевикладений метод, потрібно враховувати мотиви поведінки дитини, її індивідуальні властивості, виявляти щодо неї увагу та турботу, підбирати найкращий спосіб взаємодії з кожним школярем. А це, у свою чергу, сприятиме підвищенню якості освіти.

#### ***Список використаної літератури:***

1. Allen, V. L., Crutchfield R. S. Generalization of experimentally reinforced conformity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1963. № 67 (4). P. 326–333.
2. Манько В. А. Проблемне навчання як актуальна науково-педагогічна проблема. *Засоби навчальної та науково-дослідної роботи*. 2006. Вип. 25. С. 102–106.
3. Мільто Л. О. Теорія і технологія розв'язання педагогічних задач: навч. посіб. Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. 156 с.
4. Морено Я. Л. Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Пер. с англ. Москва : Академический проект, 2001. 384 с.
5. Нова українська школа: порадник для вчителя / за заг. ред. Н. М. Бібік. Київ : Літера ЛТД, 2018. 160 с.

**Денісенко Тетяна Сергіївна**

здобувач вищої освіти

другого (магістерського) рівня вищої освіти  
Дніпровського гуманітарного університету

*Науковий керівник:*

**Пріснякова Людмила Макарівна**

кандидат психологічних наук, доцент,  
завідувач кафедри психології

Дніпровського гуманітарного університету

### **ЕКОНОМІЧНА ПОВЕДІНКА ОСОБИСТОСТІ**

Аналіз економічної поведінки індивіда, в контексті методології А. Сміта, показує, що в вітчизняній економіці в процесі становлення ринкових відносин, домінують два базових типи економічної поведінки індивідів: до ринковий та ринковий. До ринковий тип поведінки характеризується формулою «гарантований прибуток ціною мінімуму трудових витрат», або «мінімум прибутку при мінімумі трудових затрат». В цілому для носіїв до ринкового типу поведінки неприйнятність ринку або насторожене відношення до нього, низька оцінка власних уявлень про ринкову економіку, високий

рівень соціальної і психологічної напруженості особистості, що знаходиться під сильним впливом соціальних стереотипів, які були вироблені в роки вітчизняної економіки.

Ринковий тип поведінки характеризується формулою «максимум прибутку ціною максимуму трудових затрат». Він припускає високий ступінь економічної активності зі сторони індивіда, розуміння ним того, що ринок пропонує можливості для підвищення добробуту згідно вкладеним зусиллям, знанням, вмінням. Власне ринковий тип поведінки, ще тільки починає формуватися і в сильній мірі залежить від руху економічних реформ, та їх відповідності соціальним очікуванням економічно активних індивідів.

Неминучі витрати формування ринку праці привели до виникнення ще одного типу економічної поведінки – псевдоринкового. Псевдоринковий тип економічної поведінки характеризується формулою «максимум прибутку ціною мінімуму трудових затрат». Наявність псевдоринкового типу поведінки в той чи іншій соціальній системі свідчить про низький рівень її розвитку, відсутність чітко вираженої концепції цього розвитку, що характерно в той чи іншій мірі для країн, що розвиваються.

Друга модель, заснована на методології американського економіста П. Хейне, виходить з того, що економічний образ мислення має чотири взаємопов'язаних особливостей:

- люди обирають;
- тільки індивіди обирають;
- індивіди обирають раціонально;
- всі суспільні відносини можна трактувати, як ринкові відносини.

Названі умови створюють певний баланс дійсних або уявних вигод та затрат, на яких базується раціональний вибір індивіда. Роблячи цей вибір індивід здійснює діяння котрі принесуть йому відповідно до його очікувань найбільшу чисту користь. При цьому чим серйозніші економічні обґрунтування вибору, тим більша ймовірність того, що він буде раціональним.

Необхідними якостями-обмеження економічної теорії П. Хейне є, *по-перше*, визнання безумовної раціональності людини; *по-друге*, абсолютизація раціонального вибору; *по-третє*, акцентування уваги на можливості здійснення вибору єдиним індивідом. Здійснюючи раціональні вибори, які ґрунтовані на очікуванні чистої вигоди, індивіди здійснюють відповідні дії, які прогнозують інші люди. Коли пропорція між очікуваною вигодою та очікуваними затратами на будь-яку дію збільшується, то люди здійснюють її частіше, якщо зменшується – рідше. Той факт, що майже кожен відає перевагу більшій кількості грошей меншій, неймовірно полегшує весь процес; гроші тут подібні мастильному матеріалу, яке важливе для механізму суспільного співробітництва. Помірні зміни грошових затрат та грошових вигод в тих чи інших випадках можуть спонукати велику кількість людей змінити свою поведінку таким чином, що вона виявиться краще узгодженою з діями інших людей, які здійснюються в той самий час. Це і є головний механізм

співробітництва між членами суспільства, який дозволяє їм забезпечувати задоволення своїх потреб, використовуючи доступні для цього засоби.

Обмеженість пояснювальних можливостей економічної теорії П. Хейне долається в ході створення соціологізованої моделі економічної поведінки. Остання включає в себе: *по-перше*, дії, детерміновані колективним вибором; *по-друге*, ірраціональні вибори індивідів, котрі часто мають місце в житті та пов'язані з присутністю в структурі людської психіки компонентів без свідомого; *по-третє*, дії, детерміновані економічними інтересами та соціальними стереотипами. Згідно цієї моделі, вибір індивідів в реальній ситуації визначається: станом балансу раціонального та емоційного в економічному мисленні; рухливістю рівноваги нормативної та індивідуальної в соціальному стереотипі; і на кінець, більш глибокими причинами – їх економічними інтересами. Переслідуючи свої економічні інтереси, люди пристосовуються до поведінки один одного, додержуючи прийняті правила гри, адаптуються до ситуації, що змінюється, прагнучи отримати максимально чисту вигоду в результаті своїх виборів.

Аналіз економічної поведінки індивідів в контексті методології П. Хейне дозволяє створити типологію економічної поведінки індивідів виходячи, наприклад, з оцінки різними групами безробітних того, що означала для них колишня професія як цінність. У ході аналізу виявлені, на цій основі, стратегії прагматичної, професійної та байдужої поведінки людей, які втратили роботу. Стратегія прагматичної поведінки формується на основі цільової установи, з якої випускник закінчує, а безробітний закінчив, школу, професійно-технічні заклади освіти та заклади вищої освіти – досягти матеріального достатку та зробити кар'єру. Прагматичний тип поведінки, як правило, присутній у різних досвітніх групах та майже не залежить від статі. Разом з тим він значно посилюється з віком і в старших вікових групах проявляється втричі сильніше, ніж у групі до 30 років. Цей тип поведінки найбільш близький до ринкового типу.

Стратегія професійної поведінки виходить з установи отримати цікаву роботу в майбутньому. Даний тип поведінки тісно пов'язаний з рівнем освіти індивідів.

Стратегія байдужої поведінки виходить з того, що треба просто отримати освіту. Цей тип поведінки майже не пов'язаний з рівнем освіти та зі статтю індивідів. Він мало пов'язаний з віком, не має чітких суб'єктних характеристик і тенденцій в своїх змінах. Він піддається впливу всього соціального розвитку та конкретної соціальної ситуації.

Кожна з розглянутих моделей має необхідну кількість системних компонентів, взаємозв'язок яких створює стійку структуру типів економічної поведінки індивідів. Дія кожної моделі економічної поведінки підкорюється конкретному соціальному механізму регулювання економічних відносин, що відчиняє можливості наукового керування ними, підвищує надійність прогностичних оцінок та створює посилення для прогресивних змін практики.