

Наталія КАРПИШИН

кандидат економічних наук, доцент, Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна, nkarpyshyn@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5264-1200

Соломія ТАБАКА

студентка 2 курсу ОС “магістр” факультету фінансів та обліку, Тернопільський національний економічний університет, Тернопіль, Україна, solomia.tabaka@gmail.com

ПОВЕДІНКОВІ ФІНАНСОВІ РІШЕННЯ НАСЕЛЕННЯ В ПРОЦЕСІ СПОЖИВАННЯ

Вступ. Процес прийняття фінансових рішень залежить не лише від об'єктивних економічних факторів і мотивів, а й нерідко відбувається під впливом поведінкових чинників і суб'єктивного сприйняття ситуацій. Споживання, як безперервний процес набуття товарів та послуг, стало невід'ємним атрибутом суспільного життя і вагомою статтею витрат особистих і сімейних бюджетів. Тому розуміння “поведінкових пасток” і ефектів, що впливають на фінансову поведінку споживачів, є важливим кроком до усвідомленого споживання і раціонального витрачання особистих коштів.

Мета – обґрунтувати та проаналізувати вплив поведінкових факторів на фінансові рішення громадян у сфері споживання з метою зменшення їх негативної дії й оптимізації споживчих витрат.

Методи. Для досягнення поставленої мети використано систему загальнонаукових і спеціальних методів дослідження: аналізу, синтезу та узагальнення – при опрацюванні літературних, статистичних та інтернет-джерел з теми дослідження; метод візуалізації – для наочного представлення опрацьованих даних; абстрактно-логічний метод – для узагальнення викладеного матеріалу і формулювання висновків. Для оцінки фінансових рішень домогосподарств в Україні було використано метод анкетування та вибірки, статистичного аналізу та порівняння.

Результати. З'ясовано, що “інтуїтивне” прийняття фінансових рішень у процесі споживання призводить до неусвідомленого і нерационального витрачання особистих коштів. Узагальнено теорії поведінкових фінансів і систематизовано поведінкові чинники, які впливають на фінансові рішення громадян, а саме: евристики, емоції, фреймінг, вплив ринку, “психологічна бухгалтерія” і неприйняття втрат.

Доведено, що через нестачу часу для детальнішого аналізу інформації люди приймають рішення під впливом евристик, таких як ефект приєднання до більшості, володіння та якоріння. У таких випадках їхнє споживання стає неусвідомленим, оскільки

стимулюється маркетинговими технологіями та маніпуляціями, а витрачання коштів – нераціональним. Поведінкові фактори емоційного впливу (надмірна самовпевненість і жадібність) теж штовхають населення на невиправдані ризики при здійсненні фінансових операцій, які потребують уваги і відповідальності.

Акцентовано увагу на необхідності формування державної політики щодо вибору стратегії грамотного управління особистими фінансовими ресурсами, яка допомагала б громадянам уникати негативного впливу поведінкових чинників і здійснювати обдумані фінансові рішення.

Перспективи. Предметом подальших наукових розвідок є пошук і поглиблене вивчення шляхів ефективного використання особистих коштів у сфері кредитування та інвестування у контексті поведінкових теорій.

Ключові слова: поведінкові фактори, фінансові рішення громадян, споживання, споживча поведінка, евристики, емоції.

Рис.: 1, бібл.: 12.

Наталья КАРПИШИН

кандидат экономических наук, доцент, Тернопольский национальный экономический университет, Тернополь, Украина

Соломия ТАБАКА

студентка 2 курса ОС “магистр” факультета финансов и учёта, Тернопольский национальный экономический университет, Тернополь, Украина

ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФИНАНСОВЫЕ РЕШЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ

Введение. Процесс принятия финансовых решений зависит не только от объективных экономических причин и мотивов, но и часто происходит под влиянием поведенческих факторов и субъективного восприятия ситуаций. Потребление, как непрерывный процесс приобретения товаров и услуг, является неотъемлемым атрибутом общественной жизни и крупной статьёй расходов личных и семейных бюджетов. Поэтому понимание “поведенческих ловушек” и эффектов, которые воздействуют на финансовое поведение потребителей, является важным шагом к осознанному потреблению и рациональному расходованию личных средств.

Цель – обосновать и проанализировать влияние поведенческих факторов на финансовые решения граждан в сфере потребления с целью уменьшения их негативного воздействия и оптимизации потребительских расходов.

Методы. Для достижения поставленной цели использовано систему общенаучных и специальных методов исследования: анализ, синтез и обобщение – при обработке литературных, статистических и интернет-источников по теме исследования; метод визуализации – для наглядного представления обработанных данных; абстрактно-логический метод – для обобщения изложенного материала и формулировки выводов. Для оценки финансовых решений домохозяйств в Украине были использованы методы анкетирования и выборки, статистического анализа и сравнения.

Результаты. Установлено, что “интуитивное” принятие финансовых решений в процессе потребления приводит к неосознанному и нерациональному расходованию лич-

ных средств. Обобщены теории поведенческих финансов систематизированы поведенческие факторы, воздействующие на финансовые решения граждан, а именно: эвристики, эмоции, фрейминг, влияние рынка, “психологическая бухгалтерия” и неприятие потерь.

Доказано, что из-за недостатка времени для детального анализа информации люди принимают решение под влиянием эвристик, таких как эффект присоединения к большинству, владения и якорения. В таких случаях их потребление становится неосознанным, поскольку стимулируется маркетинговыми технологиями и манипуляциями, а расходование средств – нерациональным. Поведенческие факторы эмоционального влияния (чрезмерная самоуверенность и жадность) также толкают население на неоправданный риск при осуществлении финансовых операций, требующих внимания и ответственности.

Акцентировано внимание на необходимости формирования государственной политики в выборе стратегии грамотного управления личными финансовыми ресурсами, которая помогала бы гражданам избегать негативного влияния поведенческих факторов и осуществлять обдуманые финансовые решения.

Перспективы. Предметом последующих научных исследований является поиск и углубленное изучение путей эффективного использования личных средств в сфере кредитования и инвестирования в контексте поведенческих теорий.

Ключевые слова: поведенческие факторы, финансовые решения граждан, потребление, потребительское поведение, эвристики, эмоции.

Natalia KARPYSHYN

Ph. D., Assoc. Prof., Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine,
nkarpyszyn@gmail.com
ORCID ID: 0000-0002-5264-1200

Solomia TABAKA

2nd year student of “Master” of the Faculty of Finance and Accounting, Ternopil National Economic University, Ternopil, Ukraine, solomia.tabaka@gmail.com

BEHAVIORAL FINANCIAL DECISIONS OF THE POPULATION IN THE PROCESS OF CONSUMPTION

Introduction. The financial decision-making process depends not only on objective economic factors and motives; it is often under the influence of behavioural factors and subjective perceptions of situations. Consumption, as a continuous process of acquiring goods and services, has become an integral attribute of public life and a significant item of expenditure of personal and family budgets. Therefore, understanding the behavioural effects that affect the financial behaviour of consumers is an important step towards conscious consumption and rational spending of personal funds.

The **purpose** is to theoretical analyse the influence of behavioral factors on the financial decisions of citizens in the field of consumption in order to reduce their negative effects and optimize consumer spending.

Methods. System of general scientific and special research methods were used in the article. Methods of analysis, synthesis and generalization were used for the study of literary, statistical and Internet sources on the research topic; visualization method were used for visual presentation

of the processed data; abstract-logical method - for generalize the presented material and formulate conclusions. The method of questionnaires and sampling, methods of statistical analysis and comparison were used for evaluate the financial decisions of households in Ukraine.

Results. *The article presents that using of an "intuitive" system of making financial decisions in the process consumption leads to unconscious and irrational spending of personal funds. The author generalized theories of behavioral finance and systematized the behavioral factors that influence citizens' financial decisions, namely: heuristics, emotions, framing, market influence, psychological accounting and loss perception.*

It has been proven that due to the lack of time for detailed information analysis, people make decisions under the influence of heuristics, such as the bandwagon effect, possession and anchoring. In such cases, money is spent irrationally and consumption becomes unconscious, as it is stimulated by marketing technologies and manipulations. Behavioral factors of emotional influence (excessive self-confidence and greed) also push the population to unjustified financial risks.

Author offer to improve state policy in the field of management of personal financial resources in way to help citizens avoid the negative impact of behavioral factors and make informed financial decisions.

Perspectives. *The subject of further scientific research is the search and in-depth study of ways to effectively use personal funds in the field of lending and investing in the context of behavioral theories.*

Keywords: *behavioral factors, financial decisions of citizens, consumption, consumer behavior, heuristics, emotions..*

JEL Classification: B26, B29, B31, G02.

Постановка проблеми. Нерідко люди під впливом різних поведінкових чинників приймають ірраціональні фінансові рішення, навіть не здогадуючись про можливі їхні негативні наслідки. Як свідчать результати поведінкових досліджень, через обмежені можливості людини сприймати і переробляти інформацію у неї формуються когнітивні упередження або спрощені підходи (евристики) до прийняття фінансових рішень. Індивідууми не завжди правильно вміють відтворювати інформацію й оцінювати точність своїх знань і вмій. Вони можуть реагувати на форму подачі інформації, переоцінювати її важливість і не мати належного самоконтролю для здійснення необхідних дій. Отже, на практиці громадяни схильні приймати рішення, зокрема фінансові, під впливом сформо-

ваних у суспільстві стереотипів, ілюзій, упереджень і звичайних емоцій, тобто поведінкових факторів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями поведінкового аспекту прийняття фінансових рішень займаються зарубіжні вчені, здебільшого – американські. Серед вітчизняних науковців цю проблему висвітлюють: П. Ілляшенко [1], Т. Кізіма [2], А. Буряк і І. Діденко [3], М. Котова [4] та ін.

Незважаючи на широкий спектр досліджень, слід зазначити, що питання впливу поведінкових факторів на процес прийняття фінансових рішень потребує більш глибокого науково-теоретичного та прикладного дослідження. Це є надзвичайно важливим з огляду на необхідність формування ефективної державної політики щодо створення

належних умов для покращення добробуту і якості життя людей та підвищення рівня їх фінансової грамотності. Адже лише громадяни, які мають належний рівень фінансових знань, можуть самостійно аналізувати й оцінювати зміни в економіці та фінансовій системі держави та, відповідно до обставин чи умов, моделювати стратегію своїх фінансових рішень й одержувати відповідні вигоди.

Метою статті є теоретичне обґрунтування та аналіз впливу поведінкових факторів на фінансові рішення громадян у сфері споживання з метою зменшення їх негативної дії та оптимізації споживчих витрат.

Виклад основного матеріалу дослідження. Раціональна парадигма фінансів поєднує в собі кілька фінансових теорій, що ілюструють послідовність фінансових рішень, припускаючи, що економічна людина є раціональним і мотивованим учасником максимізації прибутку. Теорії раціональних фінансів орієнтуються на тому, що людина завжди має приймати оптимальні фінансові рішення; вони не відображають реальний вибір учасника ринку і не враховують психологічні мотиви, очікування або вибіркоче отримання інформації. Водночас, поведінкові теорії доводять, що людина використовує дві паралельні системи прийняття рішень: перша – це швидка, автоматична, інтуїтивна, вимушена, яка зазнає впливу різних евристик та генерує враження, здогадки, попередні судження; друга – повільна, рефлексивна, контрольована, свідома, логічна, яка потребує зусиль і фільтрує рішення першої системи. Перша система має переважаючий вплив на те, як люди приймають рішення, а її залежність від евристик може призводити до системних поведінкових помилок.

Узагальнюючи результати дослідження поведінкових теорій, виявлено та систематизовано низку поведінкових чинників, які

впливають на прийняття фінансових рішень громадянами, а саме: евристики, емоції, фреймінг, вплив ринку, “психологічна бухгалтерія”, неприйняття витрат (рис. 1).

Поведінкові фактори мають суттєвий вплив на індивідів у процесі споживання, тобто витрачання частини доходів на придбання необхідних товарів і послуг: купівлю продуктів харчування, одягу та побутових товарів, рухомого та нерухомого майна; здобуття освіти й належного рівня послуг охорони здоров'я; оплату комунальних послуг, забезпечення дозвілля тощо. Сукупність поведінкових актів, дій, тактик і стратегій поведінки, метою яких є придбання, здобуття засобів задоволення потреб, формує споживчу поведінку [2].

Люди приймають конкретні рішення стосовно того, як витратити зароблені кошти, скільки витратити і на які цілі, чи інвестувати їх та у які саме активи, чи здійснювати заощадження, чи брати кредит тощо [3]. Передумовами для виникнення труднощів із прийняттям споживачами фінансових рішень є: ускладнення фінансових продуктів із застосуванням розширеного переліку фінансових інструментів; необхідність здійснення вибору між поточним і майбутнім споживанням; високий рівень ризиків і невизначеності на фінансовому ринку тощо [4].

Фінансові рішення громадян у сфері споживання товарів і послуг значною мірою залежать від їх фінансового добробуту. За суб'єктивною оцінкою українських домогосподарств, 48% з них вважають свій фінансовий стан задовільним, їм вистачає коштів на їжу та одяг, але купівля побутової техніки викликає труднощі; 34% – поганим, домогосподарства можуть забезпечити себе їжею, але купівля одягу викликає труднощі і 7% – дуже поганим, адже не вистачає коштів навіть на їжу. І лише 8% домогосподарств можуть дозволити собі придбати дорогі товари (однак не такі дорогі,

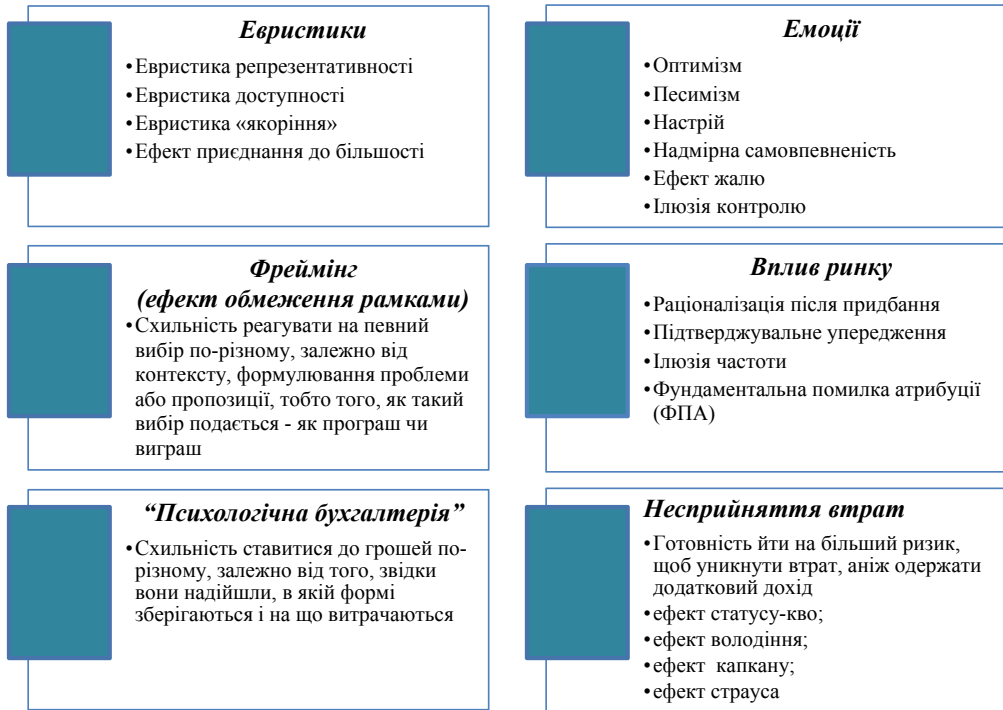


Рис 1.1. Поведінкові чинники, які впливають на фінансові рішення населення [1]

як авто чи нерухомість), а 3% – купити техніку, нерухомість та інше [5]. А відповідно до статистичних даних, 47,5% своїх коштів домогосподарства України витрачають на харчування [6]. Такий показник є найвищим як серед країн ЄС, так і країн пострадянського простору, де його значення коливається від 8,1% у Великобританії до 22,2% в Литві [7].

Те, що українці витрачають майже половину доходів на купівлю продуктів харчування, свідчить про бідність населення країни. Однак грамотне управління особистими фінансами потрібне завжди, незалежно від обсягу грошових надходжень. У цьому випадку важливим є не лише вміння вести контроль за фінансовими потоками та визначати пріоритети у витраті коштів, а й знання про дію поведінкових ефектів та ймовірність “поведінкових пасток”, в

які може потрапити сучасний споживач, погіршивши своє фінансове становище.

У сучасних умовах розвитку суспільства та швидкої динаміки споживчих процесів громадяни часто приймають ірраціональні та необґрунтовані фінансові рішення. Вони нерідко обмежені у часі і ресурсах, що ускладнює аналіз наявних даних і оптимізацію фінансових рішень. Тому для прискорення швидкості реакції на зовнішні стимули люди виробляють певні алгоритми – евристики або так звані “найкоротші шляхи”, які спрощують складні методи обробки інформації, необхідні для прийняття рішення [8]. Евристичні спрощення – спосіб вирішення проблемної ситуації на основі грубих підрахунків без урахування будь-яких механізмів, які дали б змогу перевірити достовірність одержаних результатів [4].

Прийняття фінансових рішень на основі евристичних спрощень нерідко призводить до виникнення систематичних помилок та упереджень. Адже особа, яка діє під впливом евристик, не досліджує і не аналізує отриману інформацію, а приймає рішення одразу і миттєво, тому нерідко стає жертвою стимулюючих маркетингових технологій (цінових маніпуляцій, натуральних заохочень, інших форм маркетингового впливу). Споживач, який потрапив під вплив ефекту “якоріння”, ігнорує питання “Чи потрібна мені ця річ?”, “Чи якісна вона?” тощо, а купує її лише тому, що прив’язується до знижок, акцій, зразків товарів тощо. І, таким чином, нерозумно витрачає свій бюджет на непотрібні покупки чи послуги.

Ірраціональна поведінка споживачів спостерігається і у випадку, коли громадяни не мають бажання повертати продавцю річ, яка їм не сподобалась чи не потрібна. Відповідно до результатів анкетування, 20% респондентів заявили, що залишать собі невдало куплену річ або будуть чекати нагоди, щоб її подарувати [1]. Такі фінансові рішення, як правило, приймають внаслідок дії ефектів “володіння” або “неприйняття втрат”, що також призводить до нераціонального витрачання особистих коштів.

Суттєвий вплив на фінансові рішення громадян має ефект приєднання до більшості або “стадна поведінка”. В Україні населення, особливо старшого покоління, панічно реагує на будь-яку інформацію, яка з’являється в ЗМІ з приводу можливого підвищення цін на товари чи зміни курсу валют і тому швидко починає витрачати кошти на їх закупівлю. Негативний досвід 1990-х рр., коли через кризу і шалену інфляцію населення втратило значну суму своїх заощаджень, пояснює таку реакцію. За останні 10 років в країні спостерігались ажіотажі щодо купівлі солі, гречки чи інших продуктів, які спричинені не лише неста-

більністю політичної ситуації чи зростанням курсу долара, а й нерідко “стадною поведінкою”, страхом та іншими поведінковими чинниками.

Емоції також є одним із головних механізмів внутрішньої регуляції психічної діяльності й поведінки індивіда, спрямованих на задоволення актуальних потреб. Емоції впливають на людей по-різному – одну й ту саму емоцію неоднаково сприймають різні люди і в різних ситуаціях. Поведінкові фактори, що належать до емоційного впливу, виникають під дією імпульсу чи інтуїції. У результаті фінансові рішення приймають на основі відчуттів, і вони не підлягають раціональному розрахунку.

Дуже часто люди керуються такими чинниками, як: настрої, інтуїція, гордість, самовпевненість, жадібність, страх тощо. В хорошому настрої люди можуть витратити більше, а через гординю не визнавати свої фінансові помилки, через самовпевненість вкладати гроші у ризикові проекти, а через жадібність не можуть вчасно зупинитися.

Нерідко безпідставна самовпевненість громадян заважає приймати об’єктивні фінансові рішення і штовхає їх на невірний ризик у здійсненні фінансових операцій, які потребують уваги і відповідальності. Особливо небезпечною є ситуація, коли до самовпевненості додається така емоція, як жадібність. Відтак, людина, яка не має належних фінансових знань і прагне легкого збагачення, стає жертвою обману і шахрайства.

Парадоксальним є факт, що українці, попри високий рівень недовіри до фінансових інституцій та власну “фінансову” самовпевненість (46% вважають, що володіють базовими фінансовими знаннями і навичками на задовільному рівні, 16% – на достатньому, а 4% – на відмінному [5]), все ж стають жертвами фінансових пірамід. В часи нестабільності і кризи в державі,

коли громадяни втрачають довіру до банків і страхових компаній, вони починають шукати інші способи збереження своїх заощаджень, на що й розраховують засновники пірамідальних схем. Зокрема, спокуючись на високі відсотки і нереальні обіцянки, 250 тис. українців постраждали від фінансової піраміди "Helix" [9], а вкладниками B2B Jewelry стали від 200–400 тис. осіб [10]. Також не менш важливим фактором, що впливає на кількість таких схем у країні, є відсутність чіткого законодавчого регулювання функціонування фінансових структур пірамідального типу, яким характерні ознаки шахрайства.

Крім цього, як показали результати соціологічних досліджень, українці схильні переоцінювати свої фінансові знання, адже, як з'ясувалося, 51% респондентів мають незадовільний рівень знань з математики, 67% – з фінансової термінології, значна частина не розуміється в питаннях кредитування (обчислення реальної ставки відсотка; поняття плаваючої ставки; відповідальності поручителя за споживчим кредитом) [5]. Надмірна самовпевненість і жадібність часто стають тією сумішшю, за якої неможливо оминати втрат і збитків.

У щоденному споживанні емоції дуже часто впливають на індивідів. Для пересічного споживача навіть незначна зміна у настрої може змусити купувати більше чи менше або спричинити зміну рішення про купівлю запланованого товару на інший.

Громадяни бояться витратити, інвестувати чи заощаджувати, оскільки з самого початку не націлені на позитивний результат, а мають негативні очікування. Україна посідає 2 місце у рейтингу найбільш песимістичних країн, в якому лідирує Північна Корея [11]. Це вказує на те, що українцям потрібно передбачити умови "щастя" у власних стратегіях розвитку й управління особистими фінансами.

Висновки. Отже, у процесі дослідження теоретично обґрунтовано й проаналізовано вплив поведінкових факторів на фінансові рішення громадян у сфері споживання з метою зменшення їх негативної дії та оптимізації споживчих витрат. Для того, щоб населення мало змогу приймати ефективні фінансові рішення, воно повинно володіти знаннями не лише у сфері фінансів, а й знати про схильність людини до певних системних помилок і вміти коригувати свою ірраціональну поведінку.

У світовій практиці виокремлюють дві стратегії (програми), які здатні зменшити негативний вплив поведінкових чинників на процес прийняття фінансових рішень, одна з яких базується на принципах лібертаріанського патерналізму, а інша – на підвищенні рівня фінансової грамотності населення. Стратегія лібертаріанського патерналізму передбачає участь держави і приватних інституцій у ненав'язливому підштовхуванні населення до прийняття рішень, які позитивно вплинуть на його здоров'я, продовження життя та фінансове благополуччя. Інша стратегія скерована на підвищення рівня фінансової грамотності населення і впровадження просвітницьких заходів, що сприяють фінансовій освіченості й удосконалюють процес управління особистими фінансовими ресурсами. Ідея полягає в тому, що високий рівень фінансової грамотності населення сприятиме підвищенню рівня його добробуту та активізації економічних процесів у державі. Відтак одним із першочергових завдань держави має стати відповідальний вибір і реалізація такої стратегії, яка допоможе населенню максимально уникнути поведінкового впливу та навчить грамотному управлінню фінансовими ресурсами в сучасних умовах невизначеності ринку і надмірного споживання. Предметом подальших наукових розвідок є пошук та поглиблене вивчення

шляхів ефективного використання особистих коштів у сфері кредитування у контексті поведінкових теорій.

Список використаних джерел

1. Ильяшенко П. Психология принятия финансовых решений. URL : <http://www.slideshare.net/illashenko/ss-7242757>.
2. Кізима Т.О. Фінансова поведінка домогосподарств: сутність, класифікація, чинники впливу. Світ фінансів. 2011. № 4. С. 19–26.
3. Буряк А.В., Діденко І. В. Споживачі на ринку фінансових послуг: поведінкові ефекти та світові підходи до їх врахування. Вісник СумДУ. Економіка. № 1. 2017. С. 18–26.
4. Котова М.В. Особливості прийняття інвестиційних рішень фізичними особами на ринку цінних паперів. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2014. Т.1. Вип. 2. С. 70–75. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2014_1_2_10.
5. Поведінкові чинники фінансових рішень домогосподарств. Конкурсна робота. 2019. URL : <https://knute.edu.ua>
6. Споживча поведінка українських домогосподарств : монографія / Ю. Ф. Пачковський, А. О. Максименко. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2014. 292 с.
7. Фінансова грамотність, обізнаність та інклюзія в Україні: Звіт про дослідження. Додатковий проект IP-FSS в Україні. Проект регіонального економічного розвитку. USAID. 2017. 68 с.
8. Витрати і ресурси домогосподарств України (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств) URL : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/gdv/dg/Arh_vrdu_u.htm.
9. Як виглядає структура споживчих витрат у домогосподарствах України та окремих країн світу? URL : <http://edclub.com.ua/analitika/yak-vyglyadaye-struktura-spozhyvchyyvytrat-u-domogospodarstvah-ukrayiny-ta-okremykh-krayin>.

10. От новой финансовой пирамиды пострадали 250 тысяч украинцев. URL : <https://vesti-ukr.com/strana/213884-piramidy>.

11. Сеть B2B Jewelry временно прекратила выплаты. Вкладчики жалуются, что им не на что жить. URL : <https://vesti.ua/strana/deneg-net-dazhe-na-hleb-zamorozka-b2b-jewelry-shokirovala-vkladchikov>.

12. Опублікували неочікуваний факт про песимізм українців. URL : https://24tv.ua/opublikovali-neochikuvaniy-fakt-pro-pesimizm-ukrayintsiv_n68789.

References

1. Ilyashenko P. Psihologiya prinyatiya finansovyih resheniy [Psychology of financial decision making]. Available at: <http://www.slideshare.net/illashenko/ss-7242757>.
2. Kizyma, T. (2011). Finansova povedinka domohospodarstv: sutnist, klasyfikatsiia, chynnyky vplyvu [Financial behavior of households: essence, classification, factors of influence]. Svit finansiv – World of Finance, 4, 19–26 [in Ukrainian].
3. Buriak, A., Didenko, I. (2017). Spozhyvachi na rynku finansovykh posluh: povedinkovi efekty ta svitovi pidkhody do yikh vrakhuvannia [Consumers in the financial services market: behavioral effects and global approaches to their consideration]. Visnyk SumDU. Ekonomika – Bulletin SumDU. Economy, 1, 2017, 18–26 [in Ukrainian].
4. Kotova, M. (2014). Osoblyvosti pryiniattia investytsiinykh rishen fizychnymy osobamy na rynku tsinnykh paperiv [Features of investment decisions by individuals in the securities market]. Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia – Market Economy: Modern Theory and Practice of Management, 2, 70–75 (Vol. 1). Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rectpu_2014_1_2_10.
5. Povedinkovi chynnyky finansovykh rishen domohospodarstv [Behavioral factors of financial decisions of households]. Konkursna robota – Competitive work, 2019. Available at: <https://knute.edu.ua>.

6. Pachkovskiy, Y., Maksymenko, A. (2014). *Spozhyvcha povedinka ukraïnskyykh domohospodarstv* [Consumer behavior of Ukrainian households]. Lviv: LNU imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
7. *Finansova hramotnist, obiznanist ta inkluziia v Ukraini: Zvit pro doslidzhennia. Dodatkovyi proekt IP-FSS v Ukraini. Proekt rehionalnoho ekonomichnoho rozvytku. USAID* [Financial literacy, Awareness and inclusion in Ukraine: A research report. Additional project IP-FSS in Ukraine. Regional Economic Development Project. USAID]. (2017). [in Ukrainian].
8. *Vytraty i resursy domohospodarstv Ukrainy (za danyymi vybirkovoho obstezhennia umov zhyttia domohospodarstv)* [Expenditures and resources of households in Ukraine (according to a sample survey of living conditions of households)]. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/gdvdg/Arh_vrdu_u.htm.
9. *Yak vyhlidaie struktura spozhyvchykh vytrat u domohospodarstvakh Ukrainy ta okremykh krain svitu?* [What is the structure of consumer spending in households in Ukraine and some countries?]. Available at: <http://edclub.com.ua/analitika/yak-vyglyadaye-struktura-spozhyvchykh-vytrat-u-domogospodarstvakh-ukrayiny-ta-okremykh-krayin>.
10. *Ot novoy finansovoy piramidy postradali 250 tysyach ukraintsev* [250 thousand Ukrainians have suffered from the new financial pyramid]. Available at: <https://vesti-ukr.com/strana/213884-piramidy>.
11. *Set B2B Jewelry vremenno prekratila vyplaty. Vkladchiki zhaluyutsya, chto im ne na chto zhit* [B2B Jewelry network temporarily stopped payments. Depositors complain that they have nothing to live on]. Available at: <https://vesti.ua/strana/deneg-net-dazhe-na-hleb-zamorozka-b2b-jewelry-shokirovala-vkladchikov>.
12. *Opublikovali neochikuvanyi fakt pro pesymizm ukraintsev* [An unexpected fact about the pessimism of Ukrainians has been published]. Available at: https://24tv.ua/opublikovali_neochikuvanyi_fakt_pro_pesimizm_ukrayintsiv.

Стаття надійшла до редакції 05.05.2020.