

of Ukraine" authors consider as a set of organizational and methodological conditions - specific interrelated factors (goals, content, forms and methods of activity, leadership communication in the student body, internal and external resources, etc.), necessary for the systematic impact on the personality of teachers in order to develop in the process of continuing pedagogical education their leadership competence. The article presents the results of a local pedagogical experiment, which showed positive dynamics - a decrease in the number of teachers of "Defense of Ukraine", who demonstrated a low level of leadership competence in all components, a significant increase in intermediate and high levels.

**Keywords:** *resource-based learning, methodology, leadership competence, teacher, defense of Ukraine*

Стаття надійшла до редакції 21.03.2022 р.

УДК 159.9:330.16

DOI <https://doi.org/10.33989/2075-146x.2022.29.264253>

**ДМИТРО БУЛЬЧЕНКО**

ORCID: 0000-0001-6942-0466

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

**ІРИНА ТОДОРОВА**

ORCID: 0000-0001-5137-2929

Вищий навчальний заклад у кооперації «Полтавський університет економіки і торгівлі»

## **ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ ДО СТАЛОГО СПОЖИВАННЯ**

Викладено аналіз осмисленого та сталого споживання як психологічного феномену, який відображає актуальну потребу суспільства у формуванні готовності особистості до усвідомленого споживання, умотивованого екологічними та соціальними чинниками. Обґрунтовано, що на сьогодні споживання є важливим видом діяльності людини, через який відбувається формування та вияв її особистості. Визначено компоненти та психологічні критерії готовності до вчинку сталого споживання, схарактеризовані рівні готовності особистості до сталого споживання, намічені цільові орієнтири й засоби його формування, обґрунтовано необхідність змін у системі освіти для сталого споживання та в підготовці практичних психологів до роботи із проблематикою споживчої поведінки особистості.

**Ключові слова:** *професійна підготовка практичного психолога, психологія споживача, споживча поведінка, готовність до сталого споживання, вчинок сталого споживання, осмислене споживання, суб'єктивність у споживанні, якісні та кількісні критерії вчинку сталого споживання*

**Постановка проблеми.** Споживання в житті сучасної людини, поруч із грою, навчанням, працею та спілкуванням, набуло значення одного з основних видів діяльності в якому формується, розвивається та проявляється її особистість.

Через те, що нерозумне споживання стає не лише на заваді здоров'я людини, але й призводить до екологічних проблем, важливою ціллю програми сталого розвитку держави до 2030 року вказано забезпечення переходу до раціональних моделей споживання і виробництва (Указ, 2019). Нажаль, на сучасному рівні розвитку економічної та екологічної культури усвідомлене та стале споживання досі залишається більш наблизеним до розряду вчинку, ніж до звичної унормованої форми поведінки, тому, розвідка умов формування готовності людини до сталої споживчої поведінки набуває актуальності та особливого суспільного значення.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Пошук ефективних умов формування свідомої та раціональної поведінки споживачів – це відносно новий аспект досліджень у сфері психології та педагогіки. Традиційно увага дослідників була спрямована переважно на виявлення психологічних чинників стимулювання споживчої активності людини задля збільшення прибутку виробників та продавців. Але глобальні екологічні проблеми змушують змінювати пріоритети та шукати економічні та психолого-педагогічні засоби стримування надмірного та нераціонального споживання. Ретельне виявлення різноманітних економічних, соціальних та психологічних чинників, аналіз типів споживчої поведінки провели Ю. Пачковській & А. Максименко (2014), В. Наумова (2009), Д. Статт (2003), О. Євсейцева & Д. Потеха (2016), О. Євтушевська (2016), Т. Петровська (2004), Т. Овчинникова (2016) та інші. І. Тодоровою (2021) представлено та обґрунтовано концепцію споживання як вчинку та як провідного виду діяльності особистості. Психологічні профілі споживачів та їх діагностування розроблено

О. Посипановою (2012). Оцінці різних методик дослідження споживання присвячено роботу К. Лоленко (2019). Чинники споживацької поведінки студентів та методи їх розвідки представили О. Савченко & С. Хтей (2020). Аналіз сутності та технології побудови освіти для сталого розвитку проведено О. Висоцькою (2011). Проблеми професійної підготовки вихователів до формування навичок, орієнтованих на сталий розвиток, спрямований, в першу чергу, на прийняття цінностей сталого розвитку самими педагогами, представлені в роботі Н. Гавриш & Н. Миськової (2020). Але, дотепер не з'ясовані умови процесу становлення особистості як суб'єкта споживання, не розкритий потенціал вчинкового підходу у формуванні готовності до сталого споживання, відсутня дієва програма виховання в здобувачів освіти всіх рівнів культури сталого споживання, не визначена роль психологічної служби системи освіти у цьому процесі.

**Мета дослідження** – дослідити феномен готовності особистості до сталого споживання з позицій суб'єктно-вчинкового підходу, виокремити компоненти та критерії сталого споживання, схарактеризувати рівні готовності особистості до сталого споживання.

**Виклад основного матеріалу.** В науковій літературі під споживчою культурою розуміють «знання, вміння, навички, ціннісні пріоритети, що передбачають формування в людини усталених, екологічно врівноважених звичок і моделей повсякденної поведінки, обізнаність у питаннях правового та соціального забезпечення прав споживачів, економічно доцільної діяльності» (Висоцька, 2011, с. 197). Становлення споживчої поведінки найчастіше відбувається під впливом системи внутрішніх, зовнішніх та ситуаційних чинників через механізми наслідування, моди, реклами тощо, які актуалізують емоційні та соціальні мотиви покупки – прагнення до розмаїття, бажання привернути до себе увагу, жадоба визнання тощо (Петровська, 2004). У регуляції споживчої поведінки також відіграють суттєву роль особистісні характеристики людини – тип спрямованості, риси характеру, темпераменту тощо. Так, за О. Євтушевською (2016), є три основні типи покупців, які керуються різними мотивами залежно від типу спрямованості – гедоністи, раціоналісти та аскети.

Важливо розрізняти споживчу та споживацьку поведінку, остання має переважно осудний відтінок та тлумачиться як «... безрозбірне, нерациональне споживання товарів та послуг, репрезентованих на ринку» (Пачковський, Максименко, 2014, с. 20). Осмисленість як здатність приписувати об'єкту споживання певний смисл, позначати та відносити товари та послуги до відповідної категорії за ознакою екологічної доцільності та ресурсозбереження у споживацькій поведінці майже відсутня, або ігнорується. Водночас поняття «споживча поведінка» має більш нейтральне, безоцінне значення, яке характеризує, передусім, операційну складову споживання – послідовні дії з придбання, використання та утилізації товарів, або отримання послуг з метою забезпечення актуальних потреб.

*Готовність особистості до сталого споживання* можна визначити як системне особистісне утворення, до складу якого входять такі компоненти: а) *мотиваційний* – зумовлює дію раціональних мотивів з усвідомленням та врахуванням соціальних, екологічних та інших суттєвих наслідків споживання; б) *когнітивний* – обізнаність щодо складу товарів та проблем, пов'язаних з їх виробництвом, логістикою, процесами утилізації тощо; в) *емоційний* – виявляється у небайдужості, емоційному відгуку, сила та модальність якого залежить від наближення реальної поведінки до моделі сталого споживання; г) *поведінковий* – виявляється у навичках та вміннях виконувати відповідні дії та операції, у здатності до вольового здійснення усвідомленого наміру сталого споживання із прийняттям частки власної відповідальності та ризиків.

Для цілеспрямованого формування готовності особистості до сталого споживання корисним є аналіз споживчої поведінки на рівні цілісної діяльності, на рівні окремих дії, операції та вчинку (табл. 1).

На рівні цілісної діяльності передбачено виявлення мотиву та предмету споживання, які можуть бути представлені потребами різних рівнів, прагненнями, інтересами, переконаннями, ціннісними орієнтаціями, смислами, установками. На цьому рівні головною метою формування готовності особистості до сталого споживання стає формування відповідних ціннісних орієнтацій, переконань, мотивів, установок тощо, які би відповідали стратегії сталої економічної поведінки як в особистому житті, так й при здійсненні підприємницької діяльності.

Аналіз споживання на рівні *дій*, з яких складається діяльність споживання, передбачає виявлення того, якими конкретними цілями, залежно від етапу процесу споживання (оцінити, вибрати, придбати, використати, позбутися), воно керується та якими є відповідні продукти та результати. Щодо цілей впливу, то в процесі здобуття освіти в особистості мають формуватися такі компетентності, які би дозволяли їм вміло та виконувати увесь ланцюжок дій з усвідомленням їхніх наслідків з позиції сталого споживання та відповідності чинному законодавству та нормативам.

Навчальні дисципліни екологічного спрямування, відповідні за змістом дистанційні курси з неформальної освіти, круглі столи, конференції та інші просвітницькі засоби мають значний потенціал для формування знань та вмінь для споживчої поведінки сталого типу.

## Аналіз готовності до сталого споживання на різних рівнях діяльності

Рівень	Складові	Зміст аналізу	Цілі та засоби формування сталого споживання
Діяльність	Мотив, потреби, предмет діяльності.	Виявлення головного мотиву та предмету споживання, які можуть бути представлені потребами різних рівнів, прагненнями, інтересами, переконаннями, ціннісними орієнтаціями, смислами, установками тощо.	Розвиток аксіологічного компоненту, екологічно та соціально відповідальної мотивації, ціннісних орієнтацій, переконань, установок щодо сталого споживання тощо. Засоби – просвітницька діяльність з використанням різних механізмів впливу: переконування, доведення, демонстрація, приклад тощо.
Дія	Конкретні цілі відповідно до етапу споживання.	Виявлення конкретної цілі, продукту та результату відповідно до етапу процесу споживання (оцінити, вибрати, придбати, використати, позбутися тощо).	Розвиток здатності послідовно виконувати ланцюжок дій з розумінням їхніх екологічних та соціальних наслідків за концепцією сталого споживання. Засоби – набуття компетентностей через навчання та формування досвіду здійснення сталого споживання, засвоєння знань та умінь.
Операція	Способи виконання споживчих дій залежно від конкретних умов та етапу процесу споживання.	Визначення ланцюжка способів покупки, використання та утилізації придбаного товару відповідно до конкретних умов – віртуальний чи реальний магазин, готівкова чи безготівкова оплата тощо.	Формування розуміння світу товарів та послуг, процесу їх виробництва, наслідків для екології, вироблення знань щодо критеріїв та показників сталого споживання на всіх етапах споживання, формування навичок та вмінь з оцінювання, вибору, оплати товарів і послуг, сортування сміття тощо. Засоби – тренінг навичок та умінь, вправлення, повторення, привчання, наслідування тощо.
Вчинок	Усвідомленість особистісного і суспільного сенсу дій споживання, переконання щодо важливості та необхідності сталого споживання, готовність до ризику, компетентності у сфері сталого споживання.	Дій усвідомленого вибору продуктів, вироблених з урахуванням концепції сталого споживання; дії з обмеження споживання за етично прийнятними або раціональними мотивами, а також свідомий вибір природозахисних способів утилізації використаного продукту.	Формування особистості як суб'єкта споживання, що передбачає допомогу у здійсненні складної роботи з переосмислення цінностей, змін у мотиваційній та вольовій сферах, оволодіння діями та операціями оцінювання, вибору, користування товарами на засадах сталого споживання тощо. Засоби – виховання, формування громадянської позиції, а також глибинне пізнання власної особистості, усвідомлення потреб та ціннісних орієнтацій, рефлексія та корекція споживчої поведінки в процесі активного соціально-психологічного пізнання.

Споживання на рівні *операцій* проявляється через вибір та реалізацію способів покупки, використання та утилізації придбаного товару залежно від конкретних умов: індивідуальних особливостей людини (сили мотиву, динамічних стереотипів, звичок, навичок тощо), матеріальних та фінансових ресурсів, платоспроможності тощо; типу торгівельного середовища та доступності товару – віртуальний чи реальний магазин, оптова чи роздрібна торгівля тощо; особливостей способу розрахунку

та умов придбання – готівкова чи безготівкова форма, покупець та продавець виступають як фізичні чи як юридичні суб'єкти тощо.

Для оволодіння сталим споживанням на рівні операцій людині необхідна відповідна навчальна практика, здобуття досвіду з оцінювання, вибору, оплати товарів і послуг, сортування сміття тощо.

Особливого значення набуває аналіз на рівні *вчинку*, якій в контексті споживання може бути визначено як «дії, виконані на основі усвідомленого вибору продуктів за якістю, вироблених із турботою про безпеку для екології та здоров'я. До розряду вчинку також слід віднести дії з обмеження споживання за етично прийнятними або раціональними мотивами, а також свідомий вибір природозахисних методів утилізації використаного продукту» (Тодорова, 2021, с. 123). У вчинку сталого споживання має бути присутній мотив, за яким користь та безпека для всіх – для «Ми», стає більш вагомим аргументом, ніж користь та зручність для себе – для «Я». Стале споживання як вчинок – це усвідомлені, відповідальні дії, здійснені з певним матеріальним або моральним ризиком.

Формування особистості як суб'єкта сталого споживання може стати важливою частиною роботи психологічної служби системи освіти. Практичний психолог має бути компетентним у наданні консультативної та корекційної допомоги у формуванні сталої споживчої поведінки, вмінні підтримувати зусилля людини у складній роботі над собою, у переосмисленні цінностей, у здійсненні змін у мотиваційній та вольовій сферах, долучатися до тренінгів з оволодіння діями та операціями з оцінювання, вибору, користування товарами тощо. Таку роботу з виховання культури споживання слід починати вже з раннього дитинства, як безпосередньо із дітьми, так із їхніми батьками.

Вагомими орієнтирами у роботі практичного психолога із формування готовності до сталого споживання можуть слугувати ознаки, за якими можна відрізнити звичайну дію від вчинку, на які вказує В. Татенко:

1. Вчинок передбачає суб'єктну активності індивіда, зорієнтованість в проблемі та боротьбу мотивів з подальшим переходом до здійснення.

2. Людина усвідомлює себе причиною і вільним виконавцем своїх учинків і тому готова відповідати за вчинене перед власним сумлінням та іншими людьми.

3. У якості своєї сутнісної ознаки вчинок передбачає моральну творчість, що проявляється на рівні душевного переживання, почуття, розуміння, ставлення, які завжди індивідуально неповторні, унікальні.

4. Вчинок зачіпає моральний та соціальний аспект особистості, тільки для того й служить, щоби захистити, врятувати, уберегти, визволити, допомогти, залучити, мобілізувати тощо.

5. Внутрішня психологічна готовність до вчинку формується і розвивається у процесі виховання-самовиховання і виявляється у палкому бажанні змінити світ і себе в цьому світі на основі індивідуальних уявлень про істину, добро, красу, любов, свободу, творчість та інші чесноти автентичного людського життя.

6. Неможливо примусити людину здійснити вчинок, вона сама приймає рішення про те, як їй слід учинити, заради яких цінностей і смислів.

7. Людина в процесі вчинкової активності актуалізує і нарощує свій людський потенціал, реалізує і утверджує свою сутність, здобуває духовно-психологічного безсмертя (Татенко, 2017).

Важливою умовою формування осмисленого та сталого споживання є використання загального механізму переходу особистості до режиму самодетермінованості, виокремленого Д. Леонтьєвим (Леонтьєв, 2011, с. 21). В контексті споживання це може здійснюватися через відтермінування покупки; рефлексивне, а не автоматичне реагування; осмислення наявності різних варіантів дій; бачення розбіжності між реальним та ідеальним «Я»; розуміння альтернативності будь-яких виборів і пошук неочевидних альтернатив; усвідомлення ціни та відповідальності, яку доводиться платити за кожен з можливих виборів.

До основних якісних критеріїв вчинку сталого споживання ми відносимо: *осмисленість споживання* – суб'єктне, раціональне споживання, із рефлексією та розумінням мотивів споживання, здійснене у відповідності з обґрунтованим наміром; *моральний зміст* за яким обирається саме такий вид товару та спосіб споживання; *емоційний відгук* – небайдуже ставлення до процесу та наслідків споживчої поведінки; *жертвовність* – певний рівень самообмеження, відмова від чогось важливого та потрібного, готовність до додаткових витрат різного роду – фінансових, фізичних, емоційних, інтелектуальних, соціальних тощо; *ризикованість* – невизначеність та неоднозначність наслідків, відсутність гарантій щодо доцільності витрат, вірогідність дисбалансу між ціною та результатом.

До кількісних вимірів сталого споживання віднесено: *генералізованість* – за мірою охоплення всіх етапів циклу споживання та узагальненості по відношенню до різних груп товарів або послуг; *частота* – поодинокі учинки, або постійні, такі що найчастіше робить особа; *нормативність* – популярність такого способу споживання, наскільки він є масовим та типовим у популяції та групі, з якою ідентифікує

себе споживач, яку міру соціального тиску відчуває людина, наскільки відрізняється її поведінка у порівнянні з поведінкою інших в її оточенні.

Відповідно до означених ознак нами було схарактеризовано три рівні сформованості готовності особистості до сталого споживання.

*Низький рівень готовності до сталого споживання* – поведінка характеризується відсутністю або незначним проявом ознак сталого споживання – людина не замислюється над наслідками нераціонального споживання, не бачить зв'язку між власним способом споживання та екологією, орієнтується на традиції, звички, наслідує споживацьку поведінку інших, іде за модою, купляє абищо. Людина із низьким рівнем готовності до сталого споживання майже не аналізує та слабо контролює власну споживчу поведінку, не виявляє самообмеження, може захоплюватися надмірним споживанням та схильністю до оніоманії («шопоголізму»). Сміття не сортується, багато продуктів псується та викидається, небезпечні побутові відходи (батареї живлення, люмінесцентні лампочки тощо) викидаються до загального сміття. За відсутністю фінансових проблем особа не вважає за потрібне обмежувати власне споживання ресурсів (електрики, води, пального, побутової хімії тощо). Людина на цьому рівні споживання не готова платити більшу ціну за безпечні для природного середовища товари або послуги. В цілому у своїй споживчій поведінці вона не зважає на мотиви екологічної, моральної або соціальної відповідальності.

*Середній (нестійкий) рівень готовності до сталого споживання* – споживча поведінка людини має ознаки невизначеного, проміжного способу поводження з товарами та більше залежить від зовнішніх обставин, є нестійкою, в неї присутні окремі ознаки як низького, так і високого рівнів. Такі споживачі, як правило, не вірять у можливість вплинути на стан екології змінами власної поведінки; не надають великого значення сортуванню сміття – роблять це лише за умов зовнішнього контролю; володіють деякими знаннями про споживчі властивості товарів, але не часто користуються ними в житті.

*Високий рівень готовності до сталого споживання* – споживча поведінка характеризується високим рівнем відчуття власної відповідальності за наслідки для екології; така людина, передусім, керується високими суспільними мотивами, совістю, почуттям обов'язку та переконаннями у необхідності сталого споживання природних ресурсів, соціально відповідального та гуманного процесу виробництва товарів, в якому немає місця порушенням прав як людей, так й тварин. В необхідній для свідомого та раціонального вибору товарів мірі володіє знаннями щодо складу, якості продукції, орієнтується в маркіруванні продуктів споживання; в цілому достатньо обізнана у світі товарів, цікавиться інформацією про захист прав споживачів. Раціонально проводить купівлю товарів, обмежує та контролює необхідну кількість товарів споживання, турбується про вибір найбільш екологічно безпечного способу пакування, сортує сміття, є прихильником повторного використання речей тощо.

Виокремлені у теоретичному аналізі рівні та критерії сталого споживання, були взяті за основу розробленого нами опитувальника «Стиль споживання», який було застосовано для проведеного емпіричного дослідження в закладі вищої освіти. Опитування дозволило з'ясувати, що студенти з високим рівнем готовності до сталого споживання складають доволі незначну частку від усіх досліджуваних, – такими виявилися лише 20,8% осіб, що заповнили анкету. Третина опитаних (33,3%) належить до групи осіб із низьким рівнем готовності до сталого споживання. Найбільша кількість досліджуваних (45,8%) характеризується середнім рівнем готовності до сталого споживання (Тодорова, 2021, с. 128). Отже, результати опитування доводять актуальність проблеми пошуку чинників та технологій формування психологічної готовності особистості до свідомого та сталого споживання як одного з вирішальних викликів сучасності. Ці завдання ускладнюються також тим, що тематика просвітницької, консультативної та діагностико-корекційної роботи у сфері споживання практично відсутня у програмах професійної підготовки практичного психолога та педагога.

У роботі зі споживчою поведінкою особистості перспективним може стати метод глибинного та активного соціально-психологічного пізнання (Яценко, Глузман, Калашник, 2008; Яценко, 2019). Таке припущення ґрунтується на доведених в багатьох дослідженнях здатності методу підвищувати в учасниках рівень самоусвідомленості, самоефективності та самоконтролю, долати глибинні передумови нераціональної та захисної поведінки, яка може спричиняти схильність до нераціонального споживання.

**Висновки.** Вивчення готовності до сталого споживання як до особливого психологічного феномену та особистісного конструкту на засадах суб'єктно-вчинкового підходу дозволило провести системний аналіз психології споживання як важливої складової життя сучасної людини, позначити цільові орієнтири у формуванні сталої споживчої поведінки особистості. Було визначено змістові компоненти, запропоновано якісні та кількісні критерії готовності до сталого споживання, схарактеризовано низький, середній та високий рівні сформованості готовності до сталого споживання. Проведене емпіричне дослідження виявило, що респонденти, орієнтовані на стале споживання, складають доволі незначну частку від усіх досліджуваних – таким є лише кожен п'ятий учасник опитування. Емпірична оцінка рівнів

готовності студентів до сталого споживання засвідчили необхідність суттєвих змін у формуванні культури споживання в процесі здобуття освіти різних рівнів.

**Перспективу подальших розвідок** бачимо у розробці та перевірці моделі формування готовності особистості до осмисленого та сталого споживання на засадах особистісного, компетентнісного підходів, із застосуванням технологій глибинного та активного соціально-психологічного пізнання, у визначенні змісту та засобів професійної підготовки практичних психологів до роботи із проблематикою споживчої поведінки особистості.

### Список використаних джерел

- Висоцька, О. С. (2011). *Освіта для сталого розвитку*: науково-методичний посібник. Дніпропетровськ: Роял Принт.
- Гавриш, Н. В., Миськова, Н. М. (2020). Підготовка вихователів до формування у дошкільників навичок, орієнтованих на сталий розвиток. *Народна освіта*, 1 (40). Взято з [https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page\\_id=6096](https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=6096)
- Євсейцева, О. С., Потеха, Д. С. (2016). Психологічні аспекти вивчення поведінки споживача. *Інвестиції: практика та досвід*, 10, 30-34.
- Євтушевська, О. В. (2016). Особливості поведінки споживачів на ринку в сучасних умовах. *Інвестиції: практика та досвід*, 20, 22-24.
- Леонтьев, Д. А. (2011). Новые ориентиры понимания личности в психологии: от необходимого к возможному. *Вопросы психологии*, 1, 3-27.
- Лоленко, К. М. (2019). Методики для дослідження психологічних чинників споживчої поведінки молоді. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2-3 (17), 90-97.
- Овчинников, Т. В. (2016). Психологія поведінки виробників і споживачів на ринку товарів і послуг в умовах економічної кризи. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 9, 371-374.
- Пачковський, Ю. Ф., Максименко, А. О. (2014). *Споживча поведінка українських домогосподарств*: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка.
- Петровська, Т. (2004). Соціально-психологічні фактори економічної поведінки. *Соціальна психологія*, 4 (6), 23-35.
- Посыпанова, О. С. (2012). *Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей*: монографія. Калуга: Изд-во КГУ им. К. Э. Циолковского.
- Савченко, О. В., Хтей, С. В. (2020). Методика діагностики аспектів споживацької поведінки студентів. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 4 (21), 96-109.
- Статт, Д. (2003). *Психология потребителя*. Санкт-Петербург: Питер.
- Татенко, В. О. (2017). *Методология суб'єктно-вчинкового підходу: соціально-психологічний вимір*: монографія. Київ: Міленіум.
- Тодорова, І. С. (2021). Психологія споживання у вимірах суб'єктно-вчинкового підходу. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1 (22), 119-132.
- Указ Президента України від 30.09.2019 №722/2019. (2019). *Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року*. Взято з <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825>
- Яценко, Т. С. (2019). *Архаїчний спадок психіки: психоаналіз феноменології проблеми*. Дніпро: Інновація.
- Яценко, Т. С., Глузман, О. В., Калашник, І. В. (2008). *Глибинна психологія: діагностика та корекція тенденцій до психологічної смерті*: навч. посіб. Ялта: РВВ КГУ.

### References

- Navyrsh, N. V., & Myskova, N. M. (2020). Pidhotovka vykhovateliv do formuvannya u doshkilnykiv navychok, oriyentovanykh na stalyy rozvytok [Preparation of educators for the formation of skills in preschoolers focused on sustainable development]. *Narodna osvita [Public education]*, 1 (40). Retrieved from [https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page\\_id=6096](https://www.narodnaosvita.kiev.ua/?page_id=6096) [in Ukrainian].
- Leontiev, D. A. (2011). Novye orientiry ponimaniya lichnosti v psikhologii: ot neobkhdimogo k vozmozhnomu [New guidelines for understanding the personality in psychology: from the necessary to the possible]. *Voprosy psikhologii [Questions of psychology]*, 1, 3-27 [in Russian].
- Lolenko, K. M. (2019). Metodyky dlya doslidzhennya psykholohichnykh chynnykiv spozhyvchoyi povedinky molodi [Methods for studying the psychological factors in young people's consumer behavior]. *Organizatsiina psykholohiya. Ekonomichna psykholohiya [Organizational psychology. Economic psychology]*, 2-3 (17), 90-97 [in Ukrainian].
- Ovchynnykov, T. V. (2016). Psykholohiya povedinky vyrobnykiv i spozhyvachiv na rynku tovariv i poslug v umovakh ekonomichnoyi kryzy [Psychology of producers and consumers' behavior in the market of goods and services

- in the economic crisis]. *Globalni ta natsionalni problemy ekonomiky [Organizational psychology. Economic psychology]*, 9, 371-374. [in Ukrainian].
- Pachkovskiy, Yu. F., & Maksymenko, A. O. (2014). *Spozhyvch apovedinka ukrayinskykh domogospodarstv [Consumer behavior of Ukrainian households]*. LN Uimeni Ivana Franka. [in Ukrainian]
- Petrovska, T. (2004). Sotsialno-psykhologichnifactory ekonomichnoyi povedinky [Socio-psychological factors in economic behavior]. *Sotsialna psykholohiya [Social Psychology]*, 4 (6), 23-35 [in Ukrainian].
- Posypanova, O. S. (2012). *Ekonomicheskaya psikhologia: psikhologicheskie aspekty povedeniya potrebiteli [Economic psychology: psychological aspects of consumer behavior]*. Kaluga: Izd-vo KGU im. K.E. Tsiolkovskogo [in Russian].
- Savchenko, O. V., & Khtei, S. V. (2020). Metodyka diagnostyky aspektiv spozhyvatskoyi povedinky studentiv [A method of diagnosing aspects of students' consumer behavior]. *Organizatsiina psykholohiya. Ekonomichna psykholohiya [Organizational psychology. Economic psychology]*, 4 (21), 96-109 [in Ukrainian].
- Statt, D. (2003). *Psikhologiya potrebitelya [Psychology of the consumer]*. Sankt-Peterburg: Piter [in Russian].
- Tatenko, V.O. (2017). *Metodologiya sub'yektno-vchynkovogo pidkhodu: sotsialno-psykhologichniy vymir [Methodology of subject-action approach: socio-psychological dimension]*. Kyiv: Milenium [in Ukrainian].
- Todorova, I. S. (2021). Psykhohiia spozhyvannya u vymirakh sub'yektno-vchynkovoho pidkhodu [Consumption psychology in the dimensions of the subject-action approach]. *Organizatsiina psykholohiya. Ekonomichna psykholohiya [Organizational psychology. Economic psychology]*, 1 (22), 119-132. Retrieved from <https://doi.org/10.31108/2.2021.1.22.13> [in Ukrainian].
- Ukaz Prezidenta Ukrayiny vid 30.09.2019 #722/2019. (2019). *Pro Tsili stalogo rozvytku Ukrayiny na period do 2030 roku. [Decree of the President of Ukraine of September 30, 2019 #722/2019. The aims of sustained development of Ukraine for the period till 2030]*. Retrieved from <https://www.president.gov.ua/documents/7222019-29825> [in Ukrainian].
- Vysotska, O. YE. (2011). *Osvita dlya staloho rozvytku [Education for sustainable development]: naukovometodychnyy posibnyk*. Dnipropetrovsk: Royal Prynt [in Ukrainian].
- Yatsenko, T. S. (2019). *Arkhayichnyy spadok psykhyky: psykhoanaliz fenomenolohiyi problemy [Archaic heritage of the psyche: psychoanalysis of the phenomenology of the problem]*. Dnipro: Innovatsiya [in Ukrainian].
- Yatsenko, T. S., Hluzman, O. V., & Kalashnyk, I. V. (2008). *Hlybynna psykholohiya: diahnozyka ta korektsiya tendentsiyi do psykholohichnoyi smerti [Deep psychology: diagnosis and correction of the tendency to psychological death]*. Yalta: RVV KHU [in Ukrainian].
- Yevseitseva, O. S., & Potyexha, D. S. (2016). Psykhologichni aspekty vyvchennya povedinky spozhyvacha [Psychological aspects of studying consumer behavior]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience]*, 10, 30-34 [in Ukrainian].
- Yevtushevska, O. V. (2016). Osoblyvosti povedinky spozhyvachiv na rynku v suchasnykh umovakh [Features of consumer market behavior in modern conditions]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience]*, 20, 22-24 [in Ukrainian].

**BULCHENKO D.**

Bohdan Khmelnytsky National University of Cherkasy, Ukraine

**TODOROVA I.**

Higher Educational Establishment of Ukoopspilka "Poltava University of Economics and Trade", Ukraine

**FORMATION OF PERSONALITY'S READINESS FOR SUSTAINABLE CONSUMPTION**

The article is devoted to the analysis of meaningful and sustainable consumption as a psychological phenomenon that reflects the current need of society in the formation of personalities' readiness for the conscious consumption, which is motivated by ecological and social factors. It revealed that today consumption is an important type of human activity through which the formation and manifestation of his personality takes place and the ability to perform an action can be realized. The components and psychological criteria of readiness for sustainable consumption are identified, three levels of readiness for sustainable consumption are characterized, targets and means of forming sustainable consumption are outlined, and the needs for changes in the education system for sustainable consumption and training of practical psychologists to work with consumer behavior are justified.

**Keywords:** professional training of a practical psychologist, consumer psychology, consumer behavior, readiness for sustainable consumption, sustainable consumption action, meaningful consumption, subjectivity in consumption, qualitative and quantitative criteria for sustainable consumption action

Стаття надійшла до редакції 17.05.2022 р.