

**ՀՀ ԿՐԹՈՒԹՅԱՆ ԵՎ ԳԻՏՈՒԹՅԱՆ ՆԱԽԱՐԱՐՈՒԹՅՈՒՆ
Խ.ԱԲՈՎՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՆԿԱՎԱՐԺԱԿԱՆ
ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆ**

ԱՎԱՆԵՍՑԱՆ ԴԱՎԻԹ ՀՐԱՆՏԻ

**ԱՆՁԻ ԴՐԱՄԱՑԻՆ ՎԱՐՔԻ ՀՈԳԵԲԱՆԱԿԱՆ ԿԱՐԳԱՎՈՐԻՉՆԵՐԻ
ՏԱՐԱԾԱԺԱՄԱՆԱԿԱՑԻՆ ԴՐՄԵՎՈՐՈՒՄՆԵՐԸ**

**ԺԹ 00.01 «Ընդհանուր հոգեբանություն, հոգեբանության տեսություն և
պատմություն, անձի հոգեբանություն» մասնագիտությամբ հոգեբանական
գիտությունների թեկնածուի զիտական աստիճանի հայցման ատենախոսության**

ՍԵՂՄԱԳԻՐ

ԵՐԵՎԱՆ-2018

Ատենախոսության թեման հաստատվել է Երևանի պետական համալսարանում

Գիտական ղեկավար՝

Հոգեբանական գիտությունների թեկնածու
Ռուբեն Վազգենի Աղուզումյան

Պաշտոնական
ընդդիմախոսներ՝

Հոգեբանական գիտությունների դոկտոր
Ասյա Սուրենի Բերբերյան

Հոգեբանական գիտությունների թեկնածու
Մուսաննա Միհրանի Փիլոսյան

Առաջատար
կազմակերպություն՝

**«Ուրարտու» գործնական հոգեբանության և
սոցիոլոգիայի համալսարան**

Ատենախոսության պաշտպանությունը կկայանա 2018թ. հունիսի 05-ին, ժ. 13:00-ին Խ. Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանին առընթեր գիտական աստիճաններ շնորհող ԲՈՀ-ի հոգեբանության 064 մասնագիտական խորհրդի նիստում:

Հասցեն՝ 0010, ք. Երևան, Տիգրան Մեծ 17:

Ատենախոսությանը կարելի է ծանոթանալ Խ.Աբովյանի անվան հայկական պետական մանկավարժական համալսարանի գրադարանում:

Սեղմագիրն առաքված է 2018 թ. մայիսի 04-ին:

Հոգեբանության 064 մասնագիտական խորհրդի
գիտական քարտուղար, հոգեբանական
գիտությունների դոկտոր՝

Կամո Երեմի Վարդանյան

ՆԵՐԱԾՈՒԹՅՈՒՆ

Արդիականությունը: Անձի տնտեսական ինքնորոշման, դրամային կամ ֆինանսական վարքի առանձնահատկությունները կարելի է դիտարկել ինչպես հոգեբանության տեսության, այնպես էլ կիրառական հոգեբանության ոլորտների համատեքստում: Ժամանակակից կառավարման, տնտեսագիտական և մարքեթինգի հոգեբանության մեջ հատուկ ուշադրություն է դարձվում անձի ֆինանսական և սպառողական վարքի, տնտեսական ինքնորոշման և դրամային ինքնակառավարման առանձնահատկությունների ուսումնասիրությանը: Թվարկված խնդիրների հոգեբանական ուսումնասիրությունը դարձել է շուկայական տնտեսության ռազմավարական ծրագրման անբաժան մաս: Կառավարման, սոցիալական, տնտեսագիտական հոգեբանությունը և սոցիոլոգիան այն բնագավառներն են, որոնց տեսական և գիտակիրառական մոտեցումները օգտագործվում են ռազմավարական մենեջմենթի և մարքեթինգի դաշտում:

Ընտրված հիմնախնդրի շուրջ կատարված վերլուծական աշխատանքով ամրագրվեցին բազմաթիվ գիտական փաստեր, որոնցից հետևում է, որ անձի տնտեսական ինքնորոշման ու ֆինանսական վարքի հիմնախնդրի ուսումնասիրությունը կրում է համալիր բնույթ: Ժամանակակից տնտեսագիտական հոգեբանության ոլորտում ուսումնասիրությունների մեծ մասն ի սկզբանե իրականացվել են աշխատանքի ու ինժեներական, ինչպես նաև՝ կառավարման հոգեբանության համատեքստում: Դրանք մասնագիտական գործունեության հուսալիության, աշխատանքային հարաբերությունների կարգավորման և աշխատակազմի ընտրության խնդիրներին վերաբերող հետազոտական աշխատանքներ են, որոնցում փորձ է արվում պարզել վերջիններիս դերը կազմակերպությունների արդյունավետ գործունեության մեջ: Հայաստանում այդ գիտական ուղղվածության հետազոտությունները պատկանում են Ռ. Վ. Աղուզումցյանին, Ս. Ռ. Գևորգյանին, Ս. Ա. Սեդրակյանին, Հ. Մ. Ավանեսյանին, Ն. Ռ. Հակոբյանին, Ա. Բ. Լոքյանին և այլոց: Կազմակերպությունների, աշխատակիցների, սպառողների և վաճառողների գործունեության տարբեր դրսևորումների հոգեբանական ուսումնասիրությունները վերաբերում են տնտեսագիտական հոգեբանության ոլորտին, քանի որ հայրենական դաշտում ունենք եզակի օրինակներ (Դ. Ռ. Հայրապետյան, Ա. Ռ. Մարտիրոսյան):

Անձի դրամային վարքի հոգեբանական կարգավորիչների ժամանակային և տարածական դրսևորումների հետազոտության այժմեականության և մշակվածության աստիճանի սպացուցումը պահանջում է տեսական հիմնավորում և հստակ անդրադարձ որոշ հեղինակների մոտեցումներին: Վերջին շրջանում անգլալեզու գիտական գրականության մեջ ավելի հաճախ հանդիպում է անձի դրամային վարքի «ֆինանսական խթանման հոգեբանական մոդել» եզրույթը, ինչը խոսում է այդ գործընթացում սոցիալ-հոգեբանական գործոնների կարևորության մասին: Այս առումով անհրաժեշտ է դիտարկել սոցիալական փոխանակման տեսության մեխանիզմները, որոնց

հիմնական գաղափարները առաջարկել է Ջ. Մ. Հոմանսը («The Exchange Theory»)՝ ուսումնասիրելով փոքր խմբերի գործառնությունը և մասնակից անձանց վարքը:

Ըստ ուսումնասիրությունների՝ պարզվել է, որ սեփական շրջապատն ու գործողությունները վերահսկելու առանձնահատկությունը, այսինքն՝ «տեղային վերահսկողությունը», կապված է այս կամ այն արտադրանքի ընտրության հետ: Անձի այդ ուղղվածության տեղափոխումը «ներս» գուցորդվում է անկախության, ռիսկի, էներգետիկայի, արագության հետ և հակառակը (Ս.Ա.Օդինցով, 2012): Այս պնդմանը կարելի է համաձայնել մասնակիորեն, քանի որ «տեղային վերահսկողությունը» բնութագրվում է անձի՝ սեփական հաջողություններն ու ձախողումները ոչ միայն ներքին, այլև արտաքին գործոններին վերագրելու հատկանիշով: Ինչպես նաև հարկավոր է հաշվի առնել այն գործոնը, որ վարքի հոգեկան վերահսկումը մեծապես պայմանավորված է նաև գործունեության տարածաժամանակային համակարգի ծրագրավորմամբ: Տվյալ դեպքում մենք հավատարիմ ենք մնում Լ. Մ. Վեկկերի կողմից առաջարկված «հոգեկան գործընթացների միասնականության տեսությանը»: Հայտնի հոգեբանը, զարգացնելով գործունեության կազմակերպման նյարդահոգեկան մակարդակի վերաբերյալ Ն. Ա. Բերնշտեյնի տեսական մոտեցումները, առաջարկեց հոգեկան ծրագրերի մոդելներ, որոնք ներկայացված են տարբեր բարդության աստիճաններով և տեղային ձևափոխումներով (տարածական, ժամանակային, մոդալ-ուժգնային և առարկայական հատկանիշներով): Անշուշտ, թվարկված բոլոր հատկանիշներն ունեն ամբողջական բնույթ և ազդում են անձի վարքի վրա, այդ թվում՝ նաև դրամային:

Ուսումնասիրության համար հիմք է հանդիսացել Կուրտ Լևինի՝ հոգեբանական դաշտի վերաբերյալ առաջարկված յուրօրինակ տեսությունը, որը բացառիկ կերպով մեկնաբանում է մարդկային վարքը, և այն որոշ չափով կարելի է վերագրել նաև դրամային վարքին: Նկարագրելով տվյալ հոգեբանական երևույթը՝ հեղինակը հիմնվել է այն գաղափարի վրա, որ անձն ապրում ու զարգանում է իրեն շրջապատող առարկաների հոգեբանական դաշտում, որոնցից ամեն մեկն ունի որոշակի վալենտություն(լիցք): Այդ լիցքը ներգործում է անձի վրա, ստեղծում լարվածություն, ինչն էլ իր հերթին ազդում է պահանջումների բավարարման վրա: Տվյալ համատեքստում կարելի է նշել Ռ. Բարկերի տեսությունը, որը միավորում է անձի վարքն ու շրջապատը տարածա-ժամանակային օբյեկտիվ իրավիճակի ընդհանուր համակարգում: Այս մոտեցմանը համահունչ են նաև Ն. Սմիթի և Վ. Պանովի աշխատությունները, որոնցում մատնանշվում են մարդու գործունեության և ֆիզիկական պայմանների միջև տեղի ունեցող փոխազդեցության օրինաչափությունները:

Ժամանակակից հետազոտություններում ավելի հաճախ է ուշադրություն դարձվում տարբեր իրավիճակներում անձի տարածաժամանակային ընկալման վերափոխմանը: Հաշվի առնելով մարդու կյանքում ժամանակի և տարածության հատկանիշների կարևորությունը՝ զարմանալի չի թվում տվյալ խնդրի ուսումնասիրության հանդեպ տարբեր ոլորտների գիտնականների այսչափ մեծ հետաքրքրությունը: Այստեղից կարելի է եզրակացնել, որ անձի գործունեության տարածաժամանակային գործոնները հետաքրքրություն են ներկայացնում ոչ

միայն էկո-հոգեբանության կամ մարքեթինգի հոգեբանության համար: Քանի որ անձի ողջ գործունեությունն անցնում է ժամանակի և որոշակի իրական կամ վիրտուալ տարածության մեջ, այս խնդիրը կար և մնում է հոգեբանության տարբեր ճյուղերի ուշադրության կենտրոնում: Մեր դրոնումները ցույց տվեցին, որ հետազոտվող հիմնախնդրին հոգեբանության տեսանկյունից հիմնականում անդրադարձ է կատարվել սպառողի դրամային վարքում որոշումների կայացման հարցին և էվրիստիկ մեխանիզմներին:

Սույն հետազոտության հրատապությունը պայմանավորված է նրանով, որ անձի դրամային վարքի տարածաժամանակային կարգավորիչների հոգեբանական յուրահատկությունների բացահայտման հույժ կարևոր խնդիրը դասվում է հոգեբանության տեսության, անձի և մարքեթինգի հոգեբանության համատեքստում դեռևս լիովին չպարզաբանված և բավականին թերի ուսումնասիրված գիտական թեմաների շարքին:

Հետազոտության տեսամթոնդարանական հիմքը: Հիմք ընդունելով հոգեբանության ընդհանուր գիտական և մասնավոր մեթոդաբանական սկզբունքները սույն հետազոտության մեջ առաջնորդվել ենք անձի՝ «Ես»-ի ինքնավերահսկման և արտաքին միջավայրի ազդակներին իմպուլսիվ արձագանքման («դաշտային վարք» Կուրտ Լևին), գործունեության դրդապատճառային պայմանավորվածության (Դ. Ա. Լեոնտև), վարքի վերահսկման յուրահատկության (Ջ. Ռոտտեր), հոգեկան գործընթացների միասնականության (Լ. Մ. Վեկկեր) և անձի տիպաբանության (Ե. Իլլին) մոտեցումներով, որոնք դրսևորվում են գործունեության ռազմավարություններում՝ անդրադառնալով դրամային վարքի (սպառողական վարք, Գ. Օլպորտ) տարածական ու ժամանակային հոգեբանական առանձնահատկություններում:

Աշխատանքի նպատակը: Ուսումնասիրել անձի դրամային վարքը պայմանավորող անհատական վերահսկման և տարածաժամանակային դրսևորումների կարգավորիչ հանդիսացող հոգեբանական առանձնահատկությունները:

Հետազոտության վարկածը: Ենթադրվում է, որ անձի դրամային վարքը, պայմանավորված լինելով սպառողական հասարակության և տեղեկատվական դաշտի փոխակերպումներով, կարգավորվում է սուբյեկտիվ վերահսկման արտաքին և ներքին հատկանիշներով, որոնց շարժընթացը, լինելով տարածաժամանակային դաշտի ազդեցության ներքո, կրում է երկբևեռ ազդեցության էնդոգեն և էկզոգեն բնույթ:

Հետազոտության խնդիրները.

1. Որոշել դրամային վարքի հոգեբանական հետազոտության մեթոդաբանական և հայեցակարգային մոտեցումների առանձնահատկությունները՝ հոգեբանական, սոցիալական և տնտեսագիտական օրինաչափությունների հարաբերակցության համատեքստում:
2. Ստուգել անձի սուբյեկտիվ վերահսկման մակարդակի և դրամային վարքի տարածական ու ժամանակային դրսևորումների պայմանավորվածությունը:
3. Ուսումնասիրել դրամային վարքի ֆինանսական ծախսերի բաղադրիչների ընտրության և արժեքային իմաստավորման քանակական ու որակական առանձնահատկությունները:

4. Պարզել անձի դրամային վարքի հոգեբանական յուրահատկությունների և «դրամային» տիպերին հակվածության միտումների կապը:
5. Բացահայտել անձի դրամային վարքի հոգեբանական կարգավորիչների՝ ժամանակային և տարածական դրսևորումների, սուբյեկտիվ վերահսկման մակարդակի և «դրամային» տիպերի, էկզիստենցիալ պատկերացումների և ֆինանսական ծախսերի իմաստավորման փոխադասման ավորվածությունը:

Հետազոտության մեթոդները: Սույն աշխատանքում առաջադրված նպատակին հասնելու համար կիրառել ենք փորձարարական հետազոտության հետևյալ մեթոդները՝ հարցազրույց, թեստավորում, ֆոկուս խմբի մեթոդ, փորձագիտական հարցում և քանակական ու որակական վերլուծություն: Ընդլրացված մեթոդիկաներ.

- Սուբյեկտիվ մակարդակի վերահսկման թեստ՝ մշակված Ե. Ֆ. Բաժինի, Ե. Ա. Գոլինկայի և Ա. Մ. Էթկինի կողմից և էկզիստենցիալության սանդղակը («ԷՄ»)՝ հոգեչափման գործիք, որը ստեղծվել է Ալֆրեդ Լենգլեի կողմից,
- Դրամի նկատմամբ վերաբերմունքի գնահատման հարցարան՝ մշակված Մ. Յու. Մեմյոնովի կողմից և Վ. Վ. Կալիտայի կողմից առաջարկված «դրամային» տիպերի հայեցակարգի հիման վրա մեր կողմից մշակված հարցաթերթ՝ նախատեսված փորձագիտական հարցման համար,
- Դրամային վարքի տարածաժամանակային դրսևորումների փորձագիտական հարցարան:

Հետազոտության օբյեկտն է՝ դրամի նկատմամբ վերաբերմունքը և այն պայմանավորող դրամային տիպերն ու դրամային վարքը:

Հետազոտության առարկան է՝ անձի դրամային վարքի հոգեբանական կարգավորիչները:

Պաշտպանության ներկայացվող դրույթները

• Հոգեբանության և հարակից գիտակարգերի ոլորտի հետազոտությունների տեսական վերլուծության ամփոփման միջոցով ապացուցվեց փորձարարական հետազոտության ռազմավարությունը, որը թույլ տվեց հատուկ ընտրված մեթոդների յուրօրինակ համակարգի օգնությամբ հուսալիորեն գնահատել դրամային վարքի հոգեբանական օրինաչափությունները և մշակել դրանց հարաբերակցության գծապատկերը:

• Հետազոտության արդյունքների որակական վերլուծությունը և մեկնաբանությունների ամփոփումը թույլ տվեց բացահայտել դրամային վարքի վրա ներազդող գործոնների իմաստավորման աստիճանը, ստորաբաժանել դրանց ազդեցության տարածական և ժամանակային դրսևորումները՝ կենսագործունեության տարածքում (հայրենիքում և արտերկրում)՝ նյութական և հոգևոր արժեքավորման, կանխատեսման և որոշման կայացման տեսանկյունից:

• Անձի ֆինանսական միջոցների ծախսման դրամային վարքի ընտրված ձևերն ունեն ընդհանրական և անհատական դրսևորումներ՝ պայմանավորված տարիքային, սեռական, մասնագիտական ու կրթական հատկանիշներով, նաև ծախսերի արժևորման և ծրագրման հետ: Անձի դրամային վարքի տարածաժամանակային կարգավորիչները դրսևորվում են կենսագործունեության յուրա-

հատուկ պայմաններում՝ համապատասխանաբար անձնական ու սոցիալական, արտաքին կամ ներքին վերահսկման, ժամանակային գործոնների ներքո:

• Դրամային վարքը պայմանավորված է անձի սուբյեկտիվ վերահսկման մակարդակի ուղղվածությամբ, նրա էնդոգեն և էկզոգեն գործոններով և համապատասխանաբար կարգավորվում է տարածական ու ժամանակային ներագրման ներքո, որն ունի երկկողմ ուղղվածություն: Դրամային վարքը, հանդիսանալով կոնկրետ երկրի սպառողական միջավայրի բնորոշ հատկանիշ, արդի պայմաններում փոխակերպվում է յուրահատուկ ձևով, միաժամանակ պայմանավորված է ընդհանուր տեղեկատվական դաշտի առանձնահատկություններով:

Ատենախոսության արդյունքների նորությունը հիմնավորված է կիրառված մեթոդների յուրօրինակ համակազմով և անձի դրամային վարքի հոգեբանական կարգավորիչների ժամանակային և տարածական դրսևորումների վերաբերյալ ստացված հետազոտական արդյունքների որակական և քանակական բազմակողմանի վերլուծությունով: Ընտրված մեթոդաբանության և համալիր հետազոտության միջոցով բացահայտվել են դրամային վարքի վրա ներագրող գործոնների իմաստավորման աստիճանը, դրանց ազդեցության տարածական և ժամանակային դրսևորումները՝ կենսագործունեության տարբեր պայմաններում: Որոշվել են դրամային վարքի գործընթացում ծախսերի նյութական և հոգևոր արժևորման, սուբյեկտիվ վերահսկման մակարդակի և անձի «դրամային» տիպերի, կանխատեսման և որոշման կայացման անհատական ու խմբային առանձնահատկությունների փոխպայմանավորվածությունը:

Տեսական և կիրառական նշանակությունը: Անձի դրամային վարքի հոգեբանական կարգավորիչների ժամանակային և տարածական դրսևորումների բացահայտումը համալրում է դրամի նկատմամբ վերաբերմունքի դասակարգման մոտեցումները (Բ. Անդրեևա, Օ. Դեյնեկա, Օ. Պոսիպանովա): Արձանագրված դրամային վարքի գնահատման երկբևեռ՝ էկզոգեն (exogenous) և էնդոգեն (endogenous) գործոնների անձնային հատկանիշների հետ կապը (անձի լոկուս վերահսկման ռազմավարություն) կնպաստի սպառողական վարքի սոցիալ-հոգեբանական պայմանավորվածությունը նորովի դիտարկելուն: Համալիր հետազոտության արդյունքների ամփոփումը հոգեբանության տեսանկյունից բնութագրում է Հայաստանի սպառողական միջավայրի համապատասխանող անձի դրամային վարքի կարգավորիչները, ինչը հավելյալ նյութ կհանդիսանա հայրենական շուկայագիտության և տնտեսագիտական հոգեբանության բնագավառների համար:

Դրամային վարքի տարածական և ժամանակային կարգավորիչների մասին տեղեկատվությունը կհամալրի բյուջեի կառավարման մեթոդաբանությունը և գիտելիքները՝ անձի, ընտանիքի, սոցիալական խմբերի և ֆինանսական կառույցների մակարդակում: Տեսական վերլուծության և փորձարարական հետազոտության արդյունքների ամփոփումը կիրառական նշանակություն ունի նաև մարքեթինգի տեսանկյունից՝ թիրախային մարքեթինգի գործընթացները բարելավելու, կազմակերպությունների ֆինանսական քաղաքականությունը կառուցելու և երկարաժամկետ ու կարճաժամկետ պլանավորման համար: Մյուս կողմից՝ հետազոտության արդյունքները կարող են կիրառվել սպառողների

կողմից՝ բյուջեի կառավարման, սպառողական վարքի կարգավորման և ծախսերի ժամանակային պլանավորման գործընթացում, քանի որ ցանկացած դրամային կարգավորում կարևոր է անձի հոգեբանական անվտանգության տեսանկյունից: Ներկայացված հետազոտական նյութի հիման վրա հնարավոր կլինի մշակել հատուկ դասընթաց և թրենինգային ծրագիր տնտեսագիտության, կառավարման հոգեբանության և մարքեթինգի բնագավառներում մասնագիտացող մագիստրանտների համար:

Հետազոտության համակազմը Փորձարարական հետազոտության չորս փուլերին մասնակցել են 21-50 տարեկան իգական և արական սեռի ներկայացուցիչներ, որոնք ունեն մշտական աշխատանք: Ընդամենը հետազոտությանը ներգրավվել են 218 մասնակիցներ (116 կին և 102 տղամարդ), նաև 21 փորձագետ:

Հետազոտության հիմնավորվածության ու հուսալիության աստիճանը պայմանավորված է տեսական վերլուծության ընդգրկվածությամբ, փորձարարական հետազոտության մեթոդաբանական հիմնավորումով, առաջադրված վարկածի, նպատակի և խնդիրների համապատասխանությամբ, ինչպես նաև կիրառված մեթոդների ամբողջական փաթեթի բնույթով և վիճակագրական հավաստի արդյունքներով:

Հետազոտության արդյունքները քննարկվել են 2014-2018 թթ. ՀՀ պետական կառավարման ակադեմիայի կառավարման հոգեբանության ամբիոնի և ԵՊՀ ընդհանուր հոգեբանության ամբիոնի նիստերում, ինչպես նաև աշխատանքի տարբեր հատվածներ ներկայացվել են միջազգային և հանրապետական գիտաժողովներում:

Աշխատանքը շարադրված է 146 էջի վրա և բաղկացած է ներածությունից, 3 հիմնական գլուխներից և համապատասխան ենթագլուխներից, եզրակացություններից, օգտագործված գրականության ցանկից (167 գիտական աղբյուրներ) և 7 հավելվածից: Աշխատանքում ներառված են 19 աղյուսակ և 16 գծապատկեր:

ԱՏԵՆԱԽՈՍՈՒԹՅԱՆ ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԲՈՎԱՆԴԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Ատենախոսական աշխատանքի **ներածության** մեջ ներկայացրել ենք թեմայի հետազոտության արդիականությունը և հետազոտվածության աստիճանը, նպատակը, խնդիրները և վարկածը, օբյեկտը և առարկան, տեսական ու մեթոդաբանական հիմքը: Այնուհետև ներկայացվել են կիրառված մեթոդները և մեթոդիկաները, հետազոտական ընտրանքը, հետազոտության գիտական նորույթը, աշխատանքի տեսական ու գործնական նշանակությունը, պաշտպանության ներկայացվող դրույթները, հետազոտության փորձաքննությունը, կառուցվածքը և ծավալը:

Ատենախոսության **առաջին գլուխը** վերնագրվել է «**Անձի «դրամային վարք» երևույթի հոգեբանական և միջգիտակարգային հետազոտության տեսական հիմքերը**», որն ունի մեկ ենթագլուխ: Այս գլխում քննվել են այն հոգեբանների և այլ բնագավառների գիտնականների մոտեցումները, որոնց աշխատանքներն ունեն լայն տարածում և բխում են տարբեր մոտեցումներից ու հայեցակարգերից: Ինչպես ցույց տվեց վերլուծությունը, դրանց մեծ մասը չի

կարող անտեսել ուսումնասիրվող խնդրի հոգեբանական գործոնը, քանի որ դրանց կենտրոնական գաղափարներից են անձը և նրա վարքը: Այդ գաղափարը հաստատվում է ընտրված առանցքային եզրույթների ընդհանրացումով, որը օգտագործում են հեղինակները, մասնավորապես՝ անձ, վարք, որոշման ընդունում, պահանջումքներ, շարժառիթ, ընկալում և կոգնիտիվ գործընթացներ:

Այս խնդրով զբաղվող գիտնականներից նշվել են՝ Դ. Արիելին, Ֆ. Կոտլերը, Փ. Ժիլբեռտը, Ռ. Գորդոնը, Ա. Ռ. Մարտիրոսյանը, Ի. Տ. Տիգրանյանը, Ե. Գ. Գուշինանը, Ն. Վ. Կիմը: Նշված և այլ հեղինակների տեսական ու փորձառարական աշխատանքների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ սպառողական վարքի հարցերը, դրա վրա ազդելու մեթոդները, նաև որոշում կայացնելու առանձնահատկությունները, ֆինանսական վիճակի կարգավորման, ինքնակարգավորման ու վերահսկման մեխանիզմները և այլն հետաքրքրում են տարբեր գիտական ոլորտների: Ն. Սմիթի աշխատությունում մանրամասն դիտարկված են վարքի կայուն օրինաչափությունները, որոնք անվանված են վարքային կարգավորումներ, իսկ Վ. Պանովի էկո-հոգեբանական մոտեցումը ենթադրում է դիտարկել տվյալ երևույթը կապված սպառողական վարքի առանձնահատկությունների հետ և անել եզրակացություն այն մասին, որ համաձայն մշակված մոտեցման սպառողական որոշման «արագությունը» կախված է տարածությունից և ժամանակից:

Տեսական վերլուծության այս բաժնում ամփոփվեց անձի դրամային վարք երևույթի մեկնաբանությունները հոգեբանական և հարակից գիտակարգերում առկա բազմաթիվ հետազոտություններում:

Առաջին ենթագլխում քննվում է անձի դրամային վարքի հոգեբանական և տնտեսական օրինաչափությունների հարաբերակցությունը: Տնտեսագիտական գործառույթները դիտարկելիս նշվում է, որ դրանք իրենց զարգացումն ու արտահայտումն են ստանում սոցիալական գործառույթներում, քանի որ տնտեսական հարաբերությունները օրգանական կերպով կապված են հասարակության սոցիալական կառուցվածքի, սեփականության ձևերի և տարբեր սոցիալական խմբերի հետաքրքրությունների հետ (Օ.Յ. Մամեդով, 1998):

Տնտեսագիտական հոգեբանությունում կարևոր է համարվում սպառողական սոցիալականացման բովանդակության ու մեթոդների ուսումնասիրումը (Օ.Ս. Պասիպանովա, 2012): Ուսուցման բովանդակությունը լինում է առարկային ուղղակիորեն (directly relevant) ու անուղղակիորեն առնչվող (indirectly relevant): Ա. Վյատկինի մենագրությունում ներկայացված են անձի տնտեսական սոցիալականացման մեթոդաբանական, տեսական ու կիրառական հոգեբանական ասպեկտները հասարակության ձևափոխման պայմաններում: Համադրելով արևելյան ու ռուսական հետազոտությունները և վերլուծելով հիմնական հոգեբանական տեսությունները՝ հեղինակը մշակել է անձի տնտեսական սոցիալիզացման յուրօրինակ հայեցակարգ, որը կարող է կիրառվել նաև հայաստանյան սոցիալ-տնտեսական պայմաններում:

Հոգեբանության և տնտեսագիտության «խաչմերուկում» այսօր մշակված է միջառարկայական մոտեցում, որը գիտնականները անվանել են վարքի հոգեբանատնտեսագիտական վերլուծության մեթոդ (Մ.Վ.Շուվգին, 2013): Ընդ

որում, դասական մոդելի համաձայն՝ սպառողական վարքը հիմնված է գիտակցված և ռացիոնալ որոշումների վրա, գնորդը տեղյակ է խնդրից և այլընտրանքներից: Սակայն իրականում կարող ենք նկատել, որ ոչ միշտ է սպառման գործընթացը կառավարվում գիտակցության կողմից:

Հետազոտվող հիմնահարցին նվիրված բազմաթիվ աշխատանքների վերլուծությունը ցույց տվեց, որ ուսումնասիրության տեսադաշտից դուրս են մնացել ժամանակի ու տարածության գործոնները, որոնք նույնպես կարող են անմիջական ազդեցություն ունենալ անձի դրամային վարքի վրա:

Երկրորդ գլուխը կրում է «Անձի դրամային վարքի հոգեբանական կարգավորիչների համեմատական վերլուծություն» վերնագիրը և ունի 3 ենթագլուխ: **Առաջին ենթագլուխը** նվիրված է անձի դրամային վարքի հետազոտման հոգեբանական գործոնների մեկնաբանություններին: Նշվում է, որ սպառողների վարքը հասկանալու համար, այս ոլորտի մասնագետները (վաճառքի մասնագետները, տնտեսագետները, հոգեբանները, սոցիոլոգները) ուսումնասիրում են բազմաթիվ գործընթացներ և երևույթներ, որոնք ազդեցություն են ունենում գնելու որոշման կայացման վրա: Կոնկրետ ապրանքի գնումը և դրամական ծախսերի հանդեպ վերաբերմունքը պայմանավորված է մի շարք հոգեբանական գործոններով, որոնք կախված են անձի հատկություններից, մոտիվացիայից, արժեքային կողմնորոշումներից, վերաբերմունքից, դաստիարակությունից և այլն:

Մի շարք երկրների օրինակով (Նոր Զելանդիա, Հնդկաստան, Իրան, Հարավային Աֆրիկա և Ռուսաստան) իրակավացված էմպիրիկ հետազոտությունների արդյունքում նշվում է, որ բացի փողի նկատմամբ ազգային առանձնահատկություններից բացահայտվել են նաև պարտադիր վարքի, հուզական կայունության և զգայունության, շահույթի, կրթության, տարիքի և այլնի հետ կապված փոխհարաբերություններ: Նույն բանը կարելի է ասել Հայաստանի մասին, քանի որ մարդկանց դրամական վարքի վրա ազդող մեխանիզմների մեծ մասը դեռևս կայունացված չեն և հոգեբանական տեսանկյունից հետազոտությունները այս ոլորտում շատ կարևոր են: Չնայած փողի գիտությունը այնքան հին է, որքան մարդկային հոգեբանության ուսումնասիրությունը, սակայն հետազոտության հեռանկարների գիտական վավերության տեսանկյունից դեռ շատ չլուծված խնդիրներ կան: Սպառողական վարքի հիմնախնդրին վերաբերող գրականությունը հիմնականում պատկանում է ամերիկյան հեղինակների և կրում է այդ երկրի ավանդույթների հստակ դրոշմանիշը: Այն արտացոլում է արևմտյան մշակույթը բնութագրող անհատականությունը (սպառման և կյանքի ոճում): Սակայն, դա անհատականության հատուկ տիպ է, որը միաժամանակ հիմնված է զանգվածային սպառման վրա: Եվ ըստ հայտնի շուկայագետի, հոգեբանական գիտության տեսանկյունից՝ ապրանքաշուկայում և սպասարկման ոլորտում սպառողական վարքի երկրորդ բնորոշող գիծը տրվում է վարքաբանական մոտեցման «ստիմուլ-ռեակցիա» սկզբունքի համաձայն: Պետք է նշել, որ որոշ ապրանքների համար այս սկզբունքն համապատասխան է և տալիս է տրված խնդիրների բոլոր անհրաժեշտ պատասխանները (Ֆ.Կոտլեր):

Հաջորդ՝ 2.1.1. Էնթաբաժինը նվիրված է անձի դրամային վարքի հոգեբանական հետազոտություններում դիտարկվող խնդրահարույց հարցերի վերլուծությանը: Տեսական վերլուծության այս հատվածում ներկայացված են դրամի ուսումնասիրության հարցերի վերաբերյալ հայկական և ռուսական ատենախոսությունների նյութերը, որոնք խնդիրը քննել են հոգեբանական, սոցիոլոգիական և մանկավարժական համատեքստում: Դա հիմնավորված է նրանով, որ Հայաստանը և Ռուսաստանը ունեն սոցիալական, տնտեսական բազմաբնույթ կապեր և զարգացման ընդհանուր միտումներ: Այդուհանդերձ, դրամի նկատմամբ սոցիալական վերաբերմունքի ռուսական առանձնահատկությունները և դրանց տիպաբանությունը մնում են չուսումնասիրված, քանի որ այս հարցի հետ կապված հետազոտությունները հիմնականում պատկանում են անգլերեն, գերմաներեն և ֆրանսերեն լեզուներով արևմտյան հրատարակություններին: Ատենախոսական և այլ բազմաթիվ հետազոտությունների տվյալների վերլուծությունը ցույց է տվել, որ գումարի խնդիրն ունի բազմակողմանի բնույթ և ընդհանուր հատկանիշներ: Ուսումնասիրության մեջ ներկայացված բազմաթիվ փաստերի հետ կարելի է համաձայնվել, իսկ դրանցից որոշները պահանջում են ավելի մանրակրկիտ ուսումնասիրություն: Անձի դրամային վարքի հոգեբանական խնդրահարույց հարցերի շարքին պատկանում են այն հարցերը, որոնք արդի պայմաններում շարունակում են հետաքրքրել գիտնականներին: Նման հիմնախնդիրները կապված են՝ տարիքի և նրա ճգնաժամային շրջափուլերի, արժեքային համակարգի, սոցիալական դիրքորոշումների, կոնֆլիկտային իրավիճակների, երկրի և տարածաշրջանի առանձնահատկությունների հետ:

2.2. Էնթազիլի խորագիրն է «Սպառողական վարքը պայմանավորող հոգեբանական գործոնների և մոդելների համեմատական վերլուծություն»: Սպառողական վարքի դիտարկված մոդելներում, որոնք առաջարկել են՝ Կոտլերը, Գորոնը, Պեռները և Արմստրոնգը հոգեբանության տեսանկյունից առկա են անձի վարքի, նրա դրդապատճառների և հոգեվիճակների դրսևորման տարրերը: Այսպես օրինակ՝ Լ. Պեռների կողմից մեկնաբանվում է սպառողների վարքի վրա ազդեցություն ունեցող հետևյալ գործոնները՝ տեղեկատվության ստացում, պլանավորում և պլանների իրականացում: Սպառողների վարքն ուղղակիորեն կապված է հոգեբանական գործընթացների հետ, որոնք սպառողի կողմից ապրվում են կարիքների ճանաչման, այդ կարիքները բավարարելու ուղիներ գտնելու, գնման որոշումներ կայացնելու գործընթացում: Այնուհետև սպառողը մեկնաբանում է տեղեկատվությունը, կազմում պլաններ և իրագործում այդ պլանները: Իսկ Դ.Կահնեմանը և Ա.Տվերսկին ներկայացնում են սպառողական վարքի հոգեբանական տարածության գնահատման մոդելը, որը ներառում է մի խումբ գործոններ: Ըստ հոգեբանական տարածության կառուցման մակարդակի տեսության՝ որքան մեծ է հոգեբանական տարածությունը անձի և որևէ առարկայի կամ միջոցառման միջև այնքան մեծ կլինի առարկայից կամ միջոցառումից վերացման մակարդակը: Հոգեբանական տարածությունը ներառում է տարածական, սոցիալական և ժամանակային հեռավորությունը, սակայն ըստ հեղինակների ուշադրության կենտրոնում է ավելի շատ ժամանակային հեռավորությունը:

Այս բաժնում ներկայացված հայեցակարգերը, մոդելների և բանաձևերի վերլուծությունն ապացուցեց այն փաստը, որ յուրաքանչյուր տնտեսագիտական և մարքեթինգային հասկացություն ունի իր հոգեբանական մեկնաբանությունը և բաղադրիչները:

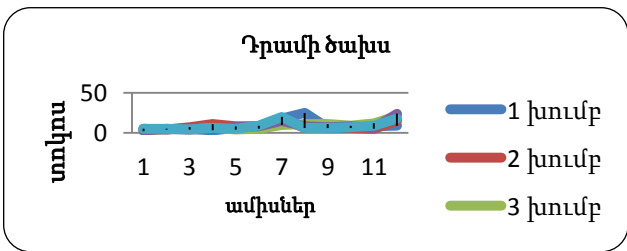
Երրորդ գլուխն ունի հետևյալ վերնագիրը՝ «Անձի դրամային վարքի հոգեբանական առանձնահատկությունների հետազոտության կազմակերպումն ու արդյունքների վերլուծությունը»: Այն բաղկացած է հինգ ենթագլխից: **Առաջին ենթագլխում** ներկայացվում են հետազոտության կազմակերպումը, տվյալների հավաքագրման մեթոդները և դրանց ընտրության հիմնավորումը, ընտրանքը, կիրառված մեթոդիկաների հուսալիությունը և հավաստիությունը:

Երկրորդ ենթագլխում ներկայացված է հետազոտության այն փուլը, որի խնդիրն է որոշել դրամային վարքի հոգեբանական առանձնահատկությունները՝ միջառարկայական մոտեցումների և բնագավառային հետազոտական տեսակետների ներքո: Այդ խնդիրը լուծելու համար կիրառել ենք փորձարական հետազոտության համապատասխան մեթոդիկաներ: Իրականացված հարցումն ուղղված էր առաջին հերթին պարզելու մասնակիցների դրամային ծախսերի ոլորտներն ըստ առանձնացված խմբերի (ըստ սեռի, տարիքի և կրթության): Դրամային վարքի գրանցված հատկանիշների համեմատական շարժընթացն ըստ խմբերի բացահայտեց որոշ օրինաչափություններ: Հարցման արդյունքում զգալի տարբերություններ են գրանցվել ավագ տարիքային խմբի ներկայացուցիչների մոտ ըստ գումարի ծախսելու շարժընթացի: Տվյալ խմբում արտահայտված ոլորտները (սնունդ, տան վերանորոգում, առողջություն, խնայողություն, նախասիրություն, անվտանգություն) ավելի շատ վերաբերում էին ընտանեկան տնտեսության կայունությանը, այն դեպքում երբ երիտասարդների շրջանում գերակշռում էին գեղեցկության և հաճույքի վրա ծախսերի մասնաբաժինը: Նմանատիպ ակնառու տարբերություններ գրանցվել են իգական սեռի ներկայացուցիչների մոտ՝ դրամային ծախսերը ուղղված էին ընտանիքի ապահովությանը և կայունությանը, այն դեպքում, երբ արական սեռի ներկայացուցիչների մոտ ծախսերը առավել շատ ուղղված են անվտանգությանը և նախասիրություններին: Հետաքրքրական տվյալներ ստացվել են նաև ըստ կրթության առանձնացված խմբերում: Հնարավոր է ստացված արդյունքները պայմանավորված են հավակնությունների տարբեր մակարդակով, և, ուղղակիորեն, եկամտի չափով: Հարցարանի պատասխանները ենթարկվեցին նաև որակական վերլուծության, համաձայն որի ըստ արժեքային իմաստի առանձնացվեցին հատկանիշների երկու ենթախումբ՝ նյութական (վերանորոգում, տեխնիկական միջոց, հագուստ, նորաձևություն) և հոգեվոր (ճանապարհորդություն, հորի, կրթություն, մշակույթ) արժեքների համար նախընտրված ֆինանսական ծախսեր: Ընտրանքի պատասխանների ընդհանուր դիտարկումը գրանցեց անհավասար հարաբերակցություն՝ նյութական արժեքներ – 63%, իսկ հոգևոր արժեքներ – 37%:

Հետազոտության հաջորդ փուլում համեմատական վերլուծության ենթարկվեցին նաև ծախսերի ժամանակային դրսևորումները հետազոտվող խմբերում: Ըստ տարվա ամիսների՝ դրամային վարքի ակտիվությունը 21-25 տարեկանների

խմբում առավել շատ է երրորդ եռամսյակում, 25-35 տարեկանների խմբում՝ երկրորդ և երրորդ եռամսյակներում, իսկ 36 տարեկաններից բարձր խմբում՝ չորրորդ եռամսյակում, ինչը պայմանավորված է տարիքային առանձնահատկություններով և գումարը ծախսելու առաջնություններով ու նախընտրություններով: Կանանց ծախսերի մեծ բաժինն ընկնում է չորրորդ եռամսյակում, իսկ տղամարդկանցը՝ երրորդ, ինչն էլ պայմանավորված է սեռային հետաքրքրություններով և գումարը ծախսելու առաջնահերթություններով:

Դրամի ծախսի շարժընթացը տարվա կտրվածքով հետազոտվող հինգ խմբերում ներկայացված է ստորև (տե՛ս նկ 1):



Նկար 1. Դրամի ծախսի շարժընթաց ըստ տարիքային 3 խմբերի և սեռի (n_{total}=146)

Երրորդ ենթագլուխը վերնագրված է «Անձնային ուղղվածության, դրամի նկատմամբ վերաբերմունքի ու «դրամային» տիպերի փոխկապակցվածության փորձարարական արդյունքների վերլուծություն»: Այս փուլում կիրառված առաջին հարցարանի՝ «Սուբյեկտիվ մակարդակի վերահսկման թեստի» արդյունքների վերլուծությունը ցույց է տալիս, որ հետազոտական խմբում «ինտերնալության» դրական դաշտի ցուցանիշներն ունեն արտահայտման բարձր մակարդակ, իսկ դրական ցուցանիշները, ըստ թեստի գնահատման սանդղակի, գտնվում են «միջին»-ի և «միջինից բարձր»-ի տիրույթում: Խմբում ամենացածր արտահայտվածությունն են ստացել «ընդհանուր ինտերնալություն» և «ինտերնալություն անհաջողության ոլորտում» սանդղակների բացասական ցուցանիշները (համապատասխանաբար՝ M=2,8 և M=2,9): Ամենամեծ տարբերությունը սանդղակի դրական և բացասական դաշտերի միջև նկատվել է հետևյալ սանդղակներում՝ «ընդհանուր ինտերնալություն» և «ինտերնալություն ընտանեկան հարաբերությունների ոլորտում» (համապատասխանաբար՝ P=2,8 և P=2,9): Հարցարանի վերլուծության ընթացքում դուրս են բերվել նաև միջխմբային, մասնավորապես՝ արական ու իգական սեռերի խմբերի ցուցանիշները, դրանց առանձնահատկությունները, տարբերություններն ու նմանությունները:

Արդյունքների ամփոփումից պարզվեց, որ սեռով պայմանավորված երկու խմբի ներկայացուցիչների միջինացված արժեքների միջև դրսևորված տարբերությունները: Այս փուլում հետազոտվել է նաև սպառողների դրամային տիպի, համապատասխան մեթոդիկայի կիրառմամբ փորձագիտական խմբում: Հիարցման արդյունքների վերլուծությունը պարզվեց, որ երիտասարդների շրջանում, ըստ մասնագետ-տնտեսագետների կարծիքի, ամենահաճախ

հանդիպում է «ձեռնարկատեր» դրամային տիպը ($M=7,9$), իսկ ամենահազվադեպը՝ «մուրացկան» դրամային տիպը ($M=1,9$): Բարձր տարածվածություն ունի նաև «աշխատող» դրամային տիպը ($M=7,4$), որի միջին միավորը շատ չնչին է տարբերվում «ձեռնարկատեր» դրամային տիպի միջին միավորից ($P=0,5$):

3.4. Էնթալպիալը նվիրված է անձի դրամային վարքի տարածաժամանակային կարգավորիչների հոգեբանական յուրահատկությունների հետազոտմանը: Հետազոտության նպատակներից էլնելով այս փուլում լուծվել են հետևյալ խնդիրները՝

- հետազոտության ընթացքում արձանագրել արդյունքներ, որոնց օգնությամբ հնարավոր կլինի կանխատեսել սպառողական վարքի տարածաժամանակային դրսևորումներ;
- որոշակի եզրահանգումներ անելու նպատակով քննարկման ընթացքում առանձնացնել առավել հաճախ հնչած հանգուցային բառերն ու արտահայտությունները (ժամանակ և վայր, որքան և որտեղ ենք սպառում);
- վերլուծել ապրանքներից կամ ծառայություններից օգտվելու դեպքում սպառողների շարժառիթները:

Տվյալ հետազոտության անցկացման համար ընտրված խմբերը կազմված էին 8 մասնակիցներից (ընդամենը 9 խումբ, $N=72$): Ֆոկուս խմբի քննարկման հարցեր՝ ամսվա կտրվածքով որքան՞ գումար եք ծախսում, ի՞նչն է հաճախ ազդում Ձեր որոշման վրա, որտե՞ղ եք ծախսում այդ գումարները, զեղչային ժամանակահատվածը ինչպե՞ս է ազդում ձեզ վրա, որքանով եք չնախատեսված ծախսերից բավարարվածություն զգում: Հետազոտությունն իրականացվեց 4 ենթափուլով՝ ձևեր (փետրվար), գարուն (մայիս), ամառ (սեպտեմբերի սկիզբ) և աշուն (նոյեմբեր): Այս մոտեցումը նպաստեց սպառողական վարքի շարժընթացի օրինաչափությունների բացահայտմանը:

Հարցերի վերլուծության համար ընտրել էինք կոնկրետ վերլուծության բառացի բովանդակային մեթոդը: Կոնկրետ վերլուծության միջոցով հետազոտողի վարկածի հիման վրա փաստաթղթային տվյալներում առանձնացվում են տեղեկատվական միավորներ և հաշվվում է դրանց հանդիպման հաճախականությունը: Ամփոփելով կոնկրետ վերլուծության արդյունքները կարող ենք փաստել, որ շատ հաճախ սպառողական վարքի դրսևորման վրա իր որոշակի ազդեցությունն է ունենում նորաձևությունը և գովազդը, համացանցը և սոցիալական ցանցերը, ապրանքների գունային ու որակի առանձնահատկությունները, ինչպես նաև անձի անհատական նախասիրությունները, պահանջմունքները և սոցիալական պատկերացումները:

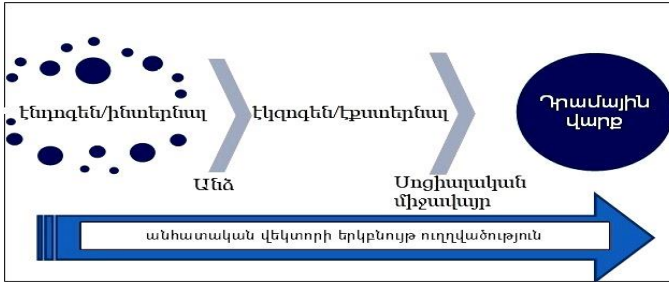
Հինգերորդ ենթազույգը վերնագրված է «**Անձի դրամային վարքի և հոգեբանական առանձնահատկությունների վիճակագրական վերլուծության ամփոփիչ արդյունքները**»: Այս ենթաբաժնում ներկայացված է «վերահսկման լոկուս», «դրամային վարքի ոճեր», «Էկզիստենցիալ սանդղակ» և «ֆինանսական ծախսերի տարածաժամանակային և արժեքային բնույթի հատկանիշները գնահատող հարցարանների» տվյալների համեմատական վիճակագրական վերլուծությունը: Դիտարկելով էկզիստենցիալ սանդղակի ցուցանիշների և դրամային վարքում արժեքների նախասիրության գնահատման հարցարանի

խմբային միջին և նրանց շեղման ցուցանիշների համեմատությունը կարող ենք նկարագրել հիմնական ընդհանրություններն ու տարբերությունները: Համեմատությունները դիտարկվում էին հետևյալ խմբերի միջև՝ արական և իգական սեռի, երեք և երկու տարիքային խմբերի բաժանման միջոցով, ինչպես նաև ընդհանուր խմբային միտումները ու օրինաչափությունները:

Կատարվել է նաև կոռելյացիոն հետազոտություն, որտեղ համեմատվել են մոտ 26 առանձնահատկություն՝ վերաբերող վերահսկման լոկուսին, դրամային վարքի ռճին և էկզիստենցիալ ոլորտին: Սանդղակների զգալի մասում առկա է տվյալների նորմալ բաշխում ($\text{sig} > 0.05$), հետևաբար կոռելյացիոն վերլուծությունն իրականացվել է Պիրսոնի գործակցով և հաշվի են առնվել միայն վիճակագրորեն հավաստի տվյալները: Անձի լոկուս վերահսկման և դրամային տիպերի գնահատման արդյունքների կոռելյացիոն վերլուծության ցուցանիշների 24%-ը գտնվում է հավաստի տիրույթում: Ինչպես երևում է աղյուսակից՝ տարիքին զուգահեռ մեծանում է անձի ինտերնալությունը հաջողության ոլորտում+) և նվազում «ընդհանուր ինտերնալություն-», ինքնաօտարացման և էկզիստենցիալ ընդհանուր կայացվածության գործոնը: Որոշ տվյալներ ապացուցում են ընտրված մեթոդիկաների ներքին վալիդությունն ու հուսալիությունը. այսպես, «ընդհանուր ինտերնալություն+» սանդղակը դրական է կորելացվում ինտերնալություն հաջողության ոլորտում+), ինտերնալություն անհաջողության ոլորտում+ և ինտերնալություն միջանձնային հարաբերությունների ոլորտում+), սանդղակների հետ, իսկ էկզիստենցիալ կայացվածության ընդհանուր գործոնը՝ ինքնաօտարացման և էկզիստենցիալության: Կատարվել է նաև կոռելյացիոն վերլուծություն Սպիրմենի գործակցով (Spearman Sig < 0.05):

«էկզիստենցիալ սանդղակ» և «ֆինանսական ծախսերի տարածա-ժամանակային և արժեքային բնույթի հատկանիշները գնահատող հարցարանների» առանձնահատկությունների տվյալների կոռելյացիոն վերլուծությունը ներառում էր հետևյալն տաս ցուցանիշները՝ տարիք, ինքնաօտարացում, ինքնատրանսցենդեցիա, ազատություն, պատասխանատվություն, անձնավորվածություն, էկզիստենցիալություն, ընդհանուր գործոն, հոգևոր արժեք, նյութական արժեք: Էկզիստենցիալ պատկերացումների և դրամային վարքի ուղղվածության գնահատման արդյունքների կոռելյացիոն վերլուծության ցուցանիշների 62%-ը գտնվում է հավաստի տիրույթում: Այդ փաստը ամրագրում է այս փուլի հետազոտության արդյունքներից բխող եզրակացությունները: Ինչպես երևում է աղյուսակից՝ տարիքը դրական է կորելացվում հոգևոր արժեքի հետ և բացասական՝ նյութականի, ինչը հաստատում է երկու խմբերի միջինների համեմատության արդյունքները: «Ազատություն» սանդղակը դրական է կորելացվում հոգևոր և բացասական՝ նյութական արժեքների հետ: Արձանագրվել է, որ անձի դրամային վարքի տարածական ու ժամանակային հատկանիշների և հոգեբանական թեստավորման արդյունքների վիճակագրական կապի վերաբերյալ առաջադրված ենթավարկածը համապատասխանում է մեր ընտրանքի դեպքում: Իսկ համակարգչային SPSS-22 ծրագրի Կոլմագորով-Սմիռնիով թեստի արձանագրված Lilliefors նշանակության փոփոխումները հավաստի են:

Փորձարարական հետազոտության արդյունքում բացահայտած վերահսկման լոկուսի և դրամային վարքի ինքնակառավարման տարածաժամանակային շարժընթացի պայմանավորվածությունը հնարավոր է համադրել անձի էկզոգեն և էնդոգեն դրսևորումների հոգեբանական գործոնների հետ: Նշված հարաբերակցության գծապատկերը ներկայացված է նկար 16-ում:



Նկար 2. Անձի դրամային վարքը պայմանավորող գործոնների հարաբերակցությունը էնդոգեն և էկզոգեն գործոնների համատեքստում

Գիտահետազոտական աշխատանքի ամփոփման արդյունքում մշակված «Դրամային վարքի գծապատկեր»-ը որոշ չափորոշիչներով համահունչ է 2.2 գլխում դիտարկված որոշ մոդելների հետ: Շարունակելով այս տրամաբանությամբ՝ հնարավոր գտանք ընդգծել նաև վերլուծական աշխատանքի ընթացքում ընտրագատված մի քանի ընդհանրություններ: Սպառողական տեսությունների վերլուծությունը արձանագրեց բազմաթիվ եզրույթներ, պայմանանշաններ և հասկացություններ, որոնք մեկնաբանվում են մարքեթինգի և տնտեսագիտական գրականության մեջ: Այս հասկացությունները կարող են նաև որոշ չափով ունենալ հոգեբանական համատեքստ և համարժեք վերծանում: Հասկացությունների ցուցակը ունի իր իմաստային համարժեք հոգեբանական տերմինները դրդում, վարք, դրդիչ, հակագրում, շարժառիթ, իրավիճակ, ամրապնդում, ռեֆլեքս, կոնֆորմիզ, ընտրություն և այլ: Նման օրինակաչափությունը ընդգծում է այսօրվա հարակից գիտակարգերի փոխադարձ ներթափանցման շարունակական միտումը, իսկ դա պահանջում է համապարփակ և գիտական համայնքի կողմից ընդունելի հանրագիտական հայերեն բառարանի մշակում:

ԵԶՐԱԿԱՅՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

1. Անձի և տնտեսագիտական հոգեբանության ոլորտի աշխատանքներում առկա տեսական դրույթների և համալիր փորձարարական հետազոտության արդյունքների վիճակագրական վերլուծության եզրակացությունները թույլ տվեցին բնութագրել դրամային վարքի էնդոգեն (ներքին) և էկզոգեն (արտաքին) դրսևորումների անձնային և սոցիալ-հոգեբանական հատկանիշների տեսանկյունից: Անձի սպառողական վարքը սոցիալական միջավայրի հետ փոխ-

ներգործության գործընթացում գտնվում է մի շարք հոգեբանական գործոնների ազդեցության ներքո, որոնցից առավել կարևորները ձևավորում են անձի դրամային վարքի անհատական վեկտորի ուղղվածությունը:

2. Թիրախային մարքեթինգը կրում է սոցիալ-հոգեբանական բնույթ և զանգվածային սպառման արդյունավետությունը ապահովելու համար նպատակ ունի շրջանցել անձի սուբյեկտիվ վերահսկման հատկությունների շեմը, այսինքն շահարկել էքստերնալության ուղղվածությունը: Այդ առումով արձանագրվել է հետևյալ առանձնահատկությունը՝ արտաքին աշխարհի վրա կողմնորոշված սպառողների համար բնութագրական է սոցիալական նույնականությունը և համապատասխան արժեքային (սյուրեալական) կողմնորոշիչ գերակշռումը, իսկ ներքին աշխարհի կենտրոնացվածության դեպքում՝ անձնային նույնականացումը և տնտեսական առաջնահերթությունների հոգևոր բնույթը:

3. Հետազոտության մասնակիցների դրամի հանդեպ ունեցած վերաբերմունքի միջին ցուցանիշները վկայում են այն բանի մասին, որ անկախ սեռից, կարևորվում է դրամի ինքնակարգավորող գործառույթը, ինչը նշանակում է, որ դրամին տրվում է հատուկ նշանակություն և կիրառվում խնդիրների լուծման համար: Բացահայտված առանձնահատկությունն ունի աճող միտում երիտասարդ տարիքից դեպի հասուն տարիք: Վերահսկման լոկուսի ներքին ուղղվածությունը պայմանավորում է դրամի նկատմամբ ռացիոնալ վերաբերմունք ու ենթադրում համապատասխան դրամային վարք:

4. Տոկուս խմբի քննարկումների և մեկնաբանությունների որակական վերլուծությունը և ամփոփումը թույլ տվեց արձանագրել վարքի սուբյեկտիվ վերահսկման և մարքեթինգային ներագրման միջոցների ընկալումը, իսկ համապատասխան թեստավորման միջոցով բացահայտել սպառողական վարքի օրինաչափությունները: Ամփոփելով մեթոդների արդյունքները կարող ենք փաստել, որ շատ հաճախ դրամային վարքի դրսևորման վրա որոշակի ազդեցություն է ունենում գովազդը և նորաձևությունը, տեղեկատվական միջոցները և համացանցը, ապրանքների ներկայացման ձևերը, ինչպես նաև անձի անհատական առանձնահատկությունները:

5. Հիմք ընդունելով համակարգակառուցվածքային և զարգացման գիտական սկզբունքները կարելի է եզրակացնել, որ ֆինանսական միջոցների ծախսման անհատական ռազմավարության (դրամային վարք) ընտրված ձևերն ունեն ընդհանրական դրսևորումներ, որոնք պայմանավորված են հետազոտության մասնակիցների հետևյալ բնութագրիչներով՝ տարիք, սեռ, ընտանեկան կարգավիճակ և մասնագիտություն: Վերջիններս ուղղակիորեն դրսևորվում են կենսագործունեության յուրահատուկ պայմաններում, համապատասխանաբար գործունեության տարածական (անձնական՝ արտաքին կամ ներքին սուբյեկտիվ վերահսկում, սոցիալական՝ գտնվելու վայր) և ժամանակային (օր, ամիս, տարի) գործոնների ազդեցության ներքո:

6. Բազմափուլ և համալիր փորձարարական հետազոտության արդյունքները հիմնավորել են ինտերնալության, էկզիստենցիալ անձնային առանձնահատկությունների փոխկապակցվածությունը դրամային վարքի հետ և արձանագրել են տարածաժամանակային գործոնների դրսևորման անհատական

և խմբային առանձնահատկությունները: Հետևաբար կարող ենք եզրակացնել, որ անձի դրամային վարքը պայմանավորված է արտաքին և ներքին (էքստերնալ-ինտերնալ) սուբյեկտիվ վերահսկումով, այն կարգավորվում է տարածական ու ժամանակային ներագրման գործոններով, որոնք փոխակերպվում են ժամանակակից տեղեկատվական դաշտի ներքո, իսկ շարժնթացը կրում է երկրենտ ազդեցության բնույթ (էնդոգեն-էկզոգեն):

Ստենախոսության հիմնական բովանդակությունն արտացոլված է հեղինակի հրատարակած հետևյալ հրապարակումներում

1. Аванесян Д.Г. Психологические детерминанты поведенческих стратегий потребителя// Материалы Всероссийской конференции молодых ученых « Актуальные проблемы современной психологии », РУДН, М. : 2014, с.24-28
2. Ավանեսյան Դ.Հ. Անձի վերահսկման լոկուսի և դրամային վարքագծի ինքնակառավարման շարժնթացի պայմանավորվածության հետազոտություն//«Տեսական և կիրառական հոգեբանության արդի հիմնախնդիրները» V միջազգային գիտաժողովի նյութեր, Եր.: «Էդիթ Պրինտ» հրատ., 2015, էջ 35-38
3. Ավանեսյան Դ.Հ. Անձի ֆինանսական վարքագծի հոգեբանական դրսևորումների ժամանակագրական առանձնահատկությունները// Հանրային կառավարում Գիտական հանդես, N 3, Եր. 2016, էջ 208-215
4. Ավանեսյան Դ.Հ. Անձի տնտեսական ինքնորոշման և ֆինանսական վարքի հոգեբանական առանձնահատկությունները//Փորձարարական հետազոտությունները հոգեբանության մեջ. Երիտասարդ հոգեբանների գիտական հոդվածների ժողովածու. Եր.: «ՀԲ», ԵՊՀ. 2016. էջ 11-16
5. Ավանեսյան Դ.Հ. Անձի վերահսկման լոկուսի և դրամային վարքագծի ինքնակառավարման շարժնթացի պայմանավորվածությունը// Մանկավարժության և հոգեբանության հիմնախնդիրներ/Միջբուհական կոնսոբցիումի գիտական հանդես, N 3, 2016. էջ 119-123
6. Аванесян Д.Г. Психологические особенности регуляции бюджета в связи с потребительскими стратегиями поведения// Հանրային կառավարում Գիտական հանդես, N 3-4, Եր.2017, էջ. 129 – 134
7. Ավանեսյան Դ.Հ. Անձի դրամային վարքագծի հոգեբանական և տնտեսագիտական օրինաչափությունների համադրությունը// “Այլընտրանք” գիտական հանդես, 2017, N1, էջ 117-122
8. Аванесян Д.Г. Анализ психологических факторов и методов исследования потребительских стратегий поведения//Вестник РАУ, N 1, 2017, с.194-200
9. Ավանեսյան Դ.Հ. Անձի դրամային վարքը պայմանավորող որոշ հոգեբանական գործոնները//Գրթությունը և գիտությունը Արցախում, գիտամեթոդական և գիտահանրամատչելի պարբերական, 1-2, 2017, էջ 32-35
10. Аванесян Д.Г., Агузумцян Р.В. Психологические критерии регуляции финансового поведения потребителей// Высшая школа: опыт, проблемы, перспективы, Материалы XI Международной научно-практической конференции, Москва, РУДН, 2018, с.349-353

ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННЫЕ ПРОЯВЛЕНИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ
РЕГУЛЯТОРОВ ДЕНЕЖНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Диссертация на соискание учёной степени кандидата психологических наук по специальности 19.00.01 – Общая психология, теория и история психологии, психология личности. Защита диссертации состоится 05 июня 2018г. в 13:00 на заседании специализированного совета по психологии 064 ВАК по присуждению учёных степеней при Армянском государственном педагогическом университете им. Х. Абовяна, по адресу: 0010, Ереван, ул. Тиграна Меца 17.

РЕЗЮМЕ

Актуальность. Особенности экономического самоопределения, денежного или финансового поведения личности необходимо рассматривать как в контексте теории психологии, так и других прикладных отраслей психологии. В современных условиях со стороны экономической психологии, психологии управления и маркетинга, особое внимание уделяется особенностям финансового и потребительского поведения, экономического самоопределения и денежного регулирования. Учитывая тот факт, что в процессе жизнедеятельности человека особое место имеют факторы времени и пространства, исследование регуляторов денежного поведения личности с позиций психологии приобретает особую актуальность. А так как сегодня эти факторы имеют разнообразный характер и действуют как в реальном, так и виртуальном пространстве, то индивидуальный стиль денежного поведения необходимо рассматривать с позиций междисциплинарного подхода и специально выбранной психологической методологии. Одни исследователи особенности денежного поведения связывают с рефлексивной составляющей личности, предполагая, что большинство потребителей предпочитают тот товар, который в большей степени соответствует их субъективным представлениям, а другие, при этом, особое внимание уделяют стилю принятия решения. В обоих случаях не достаточно учитывается то обстоятельство, что субъективный контроль денежного поведения зависит не только от внутриличностных механизмов, но и в значительной степени обусловлен внешними воздействиями. Эти и другие факты подчёркивают актуальность исследования психологических особенностей как индивидуальных, так и групповых тенденций потребительских стратегий поведения.

Цель исследования. Изучить психологические особенности пространственно-временных проявлений регуляторов и обусловленности индивидуального контроля денежного поведения личности.

Задачи исследования.

1. Изучить методологические и концептуальные особенности исследования денежного поведения личности в контексте психологических, социальных и экономических закономерностей.

2. Определить взаимообусловленность уровня субъективного контроля и пространственно-временных проявлений денежного поведения.
3. Изучить количественные и качественные особенности денежного поведения при выборе элементов финансовых расходов и их ценностного содержания.
4. Выявить связь психологической специфики денежного поведения личности и тенденций её предрасположенности к “денежным типам”.
5. Выявить взаимообусловленность следующих регуляторов денежного поведения личности: пространственно-временных проявлений, уровня субъективного контроля и “денежных” типов, экзистенциальных представлений и осмысленности финансовых расходов.

Участники исследования. В четырех этапах исследования участвовало всего 218 чел., в возрасте 21-50 лет обоих полов (116 жен. и 102 муж.) и эксперты 21 чел.

Научная новизна результатов обоснована оригинальным комплексом использованных методов и всесторонним, качественным и количественным анализом исследовательских данных о пространственно-временных регуляторах денежного поведения личности. Посредством выбранной методологии и комплексного исследования выявлена степень осмысленности факторов, влияющих на пространственные и временные проявления денежного поведения в различных условиях жизнедеятельности. Определена взаимообусловленность индивидуальных и групповых особенностей материальных и духовных ценностей, уровня субъективного контроля и «денежных типов» личности, предвидения и принятия решений в процессе денежного поведения.

Теоретическая и практическая значимость. Результаты исследования пространственно-временных проявлений психологических регуляторов денежного поведения личности, дополняют научные подходы, концепции и классификации отношения к деньгам. Зарегистрированный биполярный подход оценки денежного поведения личности, который основан на связи экзогенных и эндогенных факторов со стратегией локус контроля, позволит по-новому рассматривать социально-психологическую обусловленность потребительского поведения. На основе обобщения исследовательского материала, возможно, разработать учебный курс и тренинговую программу для специалистов и магистров в области экономики, психологии управления и маркетинга.

Структура диссертации. Диссертационная работа изложена на 146 страницах и состоит из введения, 3-х глав, выводов, списка литературы, который содержит 167 источника, и 7 приложений.

По теме диссертации опубликовано 10 научных статей.

AVANESYAN DAVIT HRANT

SPACE-TIME MANIFESTATION OF PSYCHOLOGICAL REGULATORS OF
MONETARY BEHAVIOR OF THE PERSON

Dissertation for acquiring psychological science degree. Area of specialization: 19.00.01

“General psychology, Theory and History of Psychology, Personality Psychology”

The dissertation defense will be held on the 05 of June, 2018, at 13:00 at

*Armenian State Pedagogical University after Kh. Abovyan during the session of
functioning HCC Psychology 064 Specialized Council*

Address: 17, Tigran Mets str., Yerevan 0010, Armenia

ABSTRACT

Actuality of the research. Characteristics of economic self-determination, monetary or financial behavior of an individual must be considered both in the context of the theory of psychology and other applied branches of psychology. Nowadays, from the side of economic psychology, management psychology and marketing, special attention is paid to the financial and consumer behavior, economic self-determination and monetary regulation. Taking into consideration the fact that in the process of human activity the factors of time and space have their influence, the study of regulators of monetary behavior of personality in the context of psychology is becoming more actual, while many economic studies were held in this field.

If today these factors have different disposition and operate both in real and virtual space, the Individual style of monetary behavior should be discussed from the interdisciplinary position and with specially chosen psychological methodology. Our research states that the issues that are viewed from the psychological point of view are mostly studied from the side of decision making during the process of buying and evristical mechanisms. Some researchers link the features of monetary behavior with “Self-conception”, meaning that the big part of consumers choose the product, which closely meets their subjective views more, meanwhile some of them pay special attention to the style of decision-making. In both cases, the fact that subjective control of monetary behavior is not only depending on interpersonal mechanisms, but also external influence. These and other facts underline the research actuality of individual and group psychological factors, as well as the trends of consumer behavior strategies of the group.

Purpose of the study. The aim of this study is to study the psychological particular qualities of space-time manifestation of regulators and conditionality of individual control of monetary behavior of personality.

Research objectives

1. Determine the methodological and conceptual features of the study of the individual's monetary behavior in the context of psychological, social and economic patterns.

2. Determine the intersectionality of the level of subjective control and space-time manifestations of monetary behavior
3. To study the quantitative and qualitative features of monetary behavior in the selection of elements of financial expenditures and their value content.
4. Identify the relationship between the psychological characteristics of the individual's monetary behavior and the tendencies of its predisposition to "monetary types."
5. Identify the interdependence of the following regulators of monetary behavior of individual: space-time manifestations, the level of subjective control and "monetary" types, existential representations and the meaningfulness of financial expenditures.

Participants of the study. In four stages of the study 218 people participated, the age range was 21-50 yr. of both sexes (116 women and 102 men) and 21 experts.

Scientific novelty of research. The results are justified by the original accumulation of used methods and a comprehensive qualitative and quantitative analysis of the research data on space-time regulators of the monetary behavior of personality. Through the chosen methodology and comprehensive research, the degree of meaningfulness of the factors influencing the spatial and temporal manifestations of monetary behavior in various conditions of vital activity is revealed. The interdependence of individual and group features of material and spiritual values, the level of subjective control and "monetary types" of the individual, foresight and decision-making in the process of monetary behavior is determined.

Theoretical and practical significance of the research. The results of the study of space-time manifestations of psychological regulators of the monetary behavior of personality, supplement the scientific approaches and concepts of classification of the attitude to money. The registered bipolar approach of assessing the individual's monetary behavior, which is based on the links between exogenous and endogenous factors and the locus control strategy, will allow us to re-examine the socio-psychological conditioning of consumer behavior.

Based on the generalization of the research material, it is possible to develop a training course and a training program for specialists and masters in the field of economics, management psychology and marketing.

Structure of the thesis. The thesis is presented in 146 pages and consists of an introduction, 3 chapters, conclusions, a list of literature that contains 167 sources, and 7 annexes.

On the topic of the thesis 10 scientific articles were published.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'I. I. I.', written in a cursive style.