

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-105>

УДК 330.16:616-057.87:613.84:614.2

МЕХАНІЗМИ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ЯК ПРЕДИКТОР ЗДОРОВ'ЯЗБЕРЕЖЕННЯ (ДОСЛІДЖЕННЯ НА ОСНОВІ ОПИТУВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ)

MECHANISMS OF BEHAVIOURAL ECONOMICS AS A PREDICTOR HEALTHY LIFESTYLE (RESEARCH BASED ON A SURVEY OF STUDENT YOUTH)

Качмарський Данило Русланович

аспірант,

ПВНЗ «Європейський університет»

ORCID <https://orcid.org/0009-0001-1420-1730>

Kachmarsky Danylo

Private Higher Educational Institution 'European University'

Стаття присвячена актуальному питанню визначення зв'язку поведінкової економіки та самооцінки здоров'язбереження з акцентом на вибір факторів, які впливають на індивідуальні рішення та поведінку щодо свого здоров'я. Окреслено наступні механізми поведінкової економіки, що можуть вплинути на здоров'язбережувальну поведінку молоді: вплив вартості визначених товарів, реклами та заохочення щодо зміни звичок. Представлено також оцінку респондентами впливу таких суспільно-політичних детермінант, як державні стратегії та санітарна освіта. Проведене дослідження показало важливість таких елементів як «заохочення» та дія суспільно-політичних детермінант – державних стратегій боротьби з курінням. Проте найважливішим чинником у досягненні позитивного результату у здоров'язбереженні відіграє рівень самосвідомості.

Ключові слова: поведінкова економіка, механізми, здоров'язбереження, куріння, молодь, реклама, вартість, заохочення, самосвідомість, державні стратегії.

The study is devoted to the topical issue of determining the relationship between behavioral economics and health with an emphasis on the choice of factors that influence individual decisions and behaviour regarding their health, which was conducted by self-assessment by 376 first-year medical students. The following mechanisms of behavioral economics that can influence the health-saving behaviour of young people are studied: the impact of rising costs of certain goods, the impact of advertising of unhealthy products, the impact of encouragement to change bad habits. Respondents also assessed the impact of such socio-political determinants as government strategies and health education on human behaviour. When comparing the answers of all respondents and dividing them into two groups (smokers, non-smokers), a higher percentage of respondents stated that the increase in price would 'rather not affect' their behaviour than 'rather affect' it ($p < 0.001$). Thus, an increase in the cost of tobacco products will not have a significant impact on people's behaviour to reduce their purchases of these products. Advertising of the so-called 'cost-effective' products such as cigarettes is not an absolute factor of influence on human behaviour: only $23.40 \pm 2.18\%$ of students' statements indicated that it could influence their intention to buy, and $76.60 \pm 2.18\%$ of respondents said that advertising did not matter ($p < 0.0001$). The mechanism of influencing behaviour through encouraging a healthy lifestyle can be applied and recommended for wider implementation. Thus, the majority of respondents noted that 'Encouragement' to change their attitude to a healthy lifestyle could change their attitude to this - $64.89 \pm 2.46\%$ indicated 'Yes' and 'Rather yes' ($p < 0.0001$). Thus, studying the impact of self-esteem on people's ability to make healthy decisions, such as quitting bad habits (in our study, smoking), can influence economic decision-making by individuals and, as a result, affect market changes in the country. The survey on the influence of such socio-political determinants as government strategies and health education on human behaviour showed that $73.85 \pm 5.45\%$ of respondents preferred the influence of targeted government strategies. At the same time, the majority of respondents in both groups of our study believe that the most effective way to combat smoking is to make people aware of its harmful effects on their health. This statement was made by $75.80 \pm 2.21\%$ of respondents ($p < 0.001$). Thus, the study of behavioral economics mechanisms for health promotion among young people showed

the importance of such elements as 'encouragement' and the impact of such socio-political determinants as state anti-smoking strategies. However, the most important factor in achieving positive health outcomes is the level of self-awareness. Awareness of all responsibility, including for a personal positive example of a healthy lifestyle, is a sufficient motivation to quit smoking forever.

Keywords: behavioral economics, mechanisms, health promotion, smoking, youth, advertising, cost, encouragement, self-awareness, state strategies.

Постановка проблеми. Традиційна (неокласична) економіка припускає, що кожна людина егоїстично орієнтована на досягнення своєї головної мети (власного інтересу), яка полягає в максимізації корисності. Однак у дослідженнях, що стосуються різних аспектів людської поведінки, поведінкова економіка доводить, що людський вибір змінюється залежно від обставин, місця, часу, норм і соціальних впливів, емоційних суджень, когнітивних викривлень і упереджень, принципів спрощення міркувань, що застосовуються, а також від того, як і в яких обставинах здійснюється вибір [1, с. 128].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Економічні зміни, які спостерігаються у світовому масштабі, в т. ч. пов'язані з війною на теренах України, виступають ведучою глобальною детермінантою людства, що впливає на стан здоров'я населення [2, с. 9]. Дослідження та впровадження принципів поведінкової економіки в медичну галузь сприятимуть заохоченню населення вести здоровий спосіб життя з систематичним дотриманням медичних рекомендацій [3, с. 33; 4].

Як зазначають Кобилянський О. В. і Заюков І. В. [5, с. 63], основною проблемою в побудові системи самозбереження здоров'я є його мотивація до раціоналізації поведінки щодо здорового способу життя як у побуті, так і на виробництві.

Важливим аргументом виступає визначення зв'язку поведінкової економіки та самооцінки здоров'язбереження з вибором факторів, які впливають на індивідуальні рішення та поведінку щодо свого здоров'я.

Здоров'я людини є стратегічним напрямом її життя. Неузгоджена в часі поведінка щодо здоров'я призводить до втрати років життя. Розробка ж механізмів поведінкової економіки при поєднанні елементів економіки та психології сприятимуть новим підходам, які допоможуть здоров'язбереженню населення [6, с. 102].

Аналізу ж того, як молоді люди обирають здорові чи нездорові звички, реагують на інформацію про здоров'я та приймають рішення щодо свого благополуччя присвя-

чена незначна кількість досліджень, що спонукало до нашої розвідки.

Метою дослідження є вивчення механізмів поведінкової економіки (зміна вартості товарів, реклама виробів, дія заохочення щодо відмови від шкідливих звичок), які можуть визначити здоров'язбережувальну поведінку молоді, з оцінкою впливу на них таких суспільно-політичних детермінант, як державні стратегії та санітарна освіта.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі опитування студентської молоді досліджено зв'язок між самооцінкою здоров'язбереження та поведінковою економікою. Опитано 376 студентів, які навчаються на 3-6 курсах Львівського національного медичного університету імені Данила Галицького. Якісна характеристика респондентів показала, що з числа опитаних переважають студенти жіночої статі (73,14%) та віком 20 років та більше (67,55%). Критерієм розподілу респондентів на групи слугувала їх відповідь щодо такого шкідливого для здоров'я фактору, як куріння. Згідно нього нами сформовано 2 групи: 1 група – особи, які не курять (288 осіб або 76,60% всієї кількості опитаних) та 2 група – студенти, які курять (88 осіб або 23,40%, відповідно).

Встановлено, що з числа всіх опитаних вважають, що ведуть здоровий спосіб життя лише $18,06 \pm 2,27\%$. Дотримуються здорового способу життя, але не завжди – $65,28 \pm 2,81\%$. А $16,67 \pm 2,20\%$ респондентів вказали, що намагаються дотримуватися здорового способу життя, проте мають шкідливі звички. Беручи до уваги шкідливість куріння, яке є дуже розповсюдженим у студентському середовищі [7, с. 61], нами встановлено, що з числа студентів, які не курять, $83,34 \pm 2,20\%$ вказали, що ведуть здоровий спосіб життя або ж його дотримуються. Серед курців такий висновок зазначили тільки $29,54 \pm 4,86\%$ опитаних ($p < 0,001$), в т. ч. у $2,27 \pm 1,59\%$ респондентів відсутнє критичне мислення, оскільки рахують, що ведуть здоровий спосіб життя.

Таким чином, в першій групі основна маса опитуваних дотримуються здорового способу

життя в той час як у другій групі більшість опитаних лише намагаються його дотримуватися.

До числа психологічних факторів, які можуть вплинути на здоров'язбережувальну поведінку молоді, нами визначено: наявність шкідливих звичок у членів родини, стосунків до товариств із наявними шкідливими звичками, а щодо механізмів поведінкової економіки – вплив зростання вартості визначених товарів, вплив реклами шкідливих для здоров'я виробів, вплив заохочення щодо зміни шкідливих звичок на здоров'язбережувальну поведінку.

Більший відсоток серед курців ($46,59 \pm 5,32\%$) зазначили, що в їх родині також зловживають курінням, в той час у групі респондентів, що не курять, більше половини ($50,35 \pm 2,95\%$) зауважили, що їх родичі не мають такої звички, що може свідчити про вплив близького оточення на вибір молодих людей стосовно куріння.

Також можна сказати, що вплив товариства теж простежується у звичці до куріння. Так, в групі студентів, що не курять біля однієї третьої опитаних («так» – $9,38 \pm 1,72\%$ і «швидше так» – $22,22 \pm 2,45\%$) намагаються уникати товариств, серед яких люди зловживають тютюнопалінням. В цей же час, серед курців така поведінка відмічена лише у 9% респондентів («так» – $2,27 \pm 1,59\%$ і «швидше так» – $6,82 \pm 2,69\%$. $p < 0,001$).

Відповіді респондентів на запитання про градацію факторів ризику для здоров'я людини слугували додатковим аргументом для поділу на визначені нами групи (курять / не курять). Основним чинником серед запропонованих для оцінювання, таких як куріння, вживання алкоголю, нераціональне харчування, шкідливі умови праці, на думку респондентів визначено шкідливий вплив куріння ($53,46 \pm 2,57\%$) (табл. 1).

Встановлено, що реклама, так званої «економічно вигідної» продукції, як сигарети, не виступає однозначним чинником впливу на

поведінку людини: вона лише у $23,40 \pm 2,18\%$ випадків може вплинути на їх намір здійснити покупку, а $76,60 \pm 2,18\%$ опитаних зазначили, що реклама не має значення ($p < 0,0001$). Статистичної різниці в оцінці механізму такого впливу серед курців та осіб, які не курять не встановлено. «Реклама не впливає» зазначили $75,69 \pm 2,53\%$ осіб, що не курять та $79,55 \pm 4,30\%$ – курців. Таким чином, результати опитування та й те, що реклама тютюнових виробів в Україні є забороненою, вказує на відсутність впливу такого чинника, як реклама на поведінку у рішеннях людей щодо придбання тютюнових виробів.

На запитання «Чи підвищення вартості цигарок вплине на частоту їх споживання?» респонденти лише у $38,56 \pm 2,51\%$ випадків вказали на зниження та можливе зниження частоти їх придбання і, відповідно, споживання. Відсутність впливу при цій економічній ситуації зазначена $61,44 \pm 2,51\%$ респондентів ($p < 0,001$). В цей же час більш вірогідну різницю у відповідях опитаних за групами дослідження отримано при оцінюванні даної ситуації як «швидше вплине» чи «швидше не вплине», що є більш правдивою дефініцією поведінки при підвищенні вартості цигарок, коли люди поведуться інакше, ніж це прогнозує класична економічна теорія. При порівнянні цих відповідей серед всіх респондентів та у групі курців встановлено достовірно більший відсоток тверджень, що зростання вартості «швидше не вплине» на їх поведінку, аніж «швидше вплине» ($p < 0,005$) (табл. 2).

Як зазначає Mruk, H. C. [8, с. 89], у традиційному підході до економіки індекси цінової еластичності та еластичності за доходом пояснювали поведінку споживачів. Однак, експерименти, пов'язані з поведінковою економікою, показують набагато більшу складність у тому, як споживачі реагують на зміну цін. У 21 столітті реакції споживачів більш чутливі до вигоди, ніж до ціни. Зручне розташу-

Таблиця 1

Оцінка респондентами факторів ризику для здоров'я

Фактори ризику	1 група (не курять)		2 група (курять)		Разом	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Куріння	166	$57,64 \pm 2,91$	35	$39,77 \pm 5,22$	201	$53,46 \pm 2,57$
Вживання алкоголю	53	$18,40 \pm 2,28$	15	$17,05 \pm 4,01$	68	$18,09 \pm 1,99$
Нераціональне харчування	35	$12,15 \pm 1,93$	22	$25,00 \pm 4,62$	57	$15,16 \pm 1,85$
Шкідливі умови праці	34	$11,81 \pm 1,90$	16	$18,18 \pm 4,11$	50	$13,29 \pm 1,75$

Джерело: складено автором за результатами власних досліджень

Таблиця 2

Вплив зростання вартості тютюнових виробів на поведінку щодо їх придбання

Форма впливу	1 група (не курять)		2 група (курять)		Разом	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Так, вплине	63	21,88±2,44	19	21,59±4,39	82	21,81±2,13
Ні, не вплине	98	34,03±2,79	36	40,91±5,24	134	35,64±2,47
Швидше вплине	55	19,09±2,32	8	9,09±3,06*	63	16,75±1,93*
Швидше не вплине	72	25,00±2,55	25	28,41±4,81*	97	25,80±2,26*

Примітка: * достовірна різниця ($p < 0,005$) у порівнянні часток осіб, які вказали, що «швидше вплине» та «швидше не вплине»

Джерело: складено автором за результатами власних досліджень

вання закладу торгівлі, вигідне паркування, доброзичливе обслуговування та багато інших факторів роблять ціну менш важливою для споживача. У світлі результатів досліджень у галузі поведінкової економіки дії споживачів слід розглядати з точки зору емоційної зумовленості (рішення про покупку, вибір ціни, важливість почуттів). Таким чином, зростання вартості тютюнових виробів не матиме суттєвого впливу на поведінку людей щодо зменшення придбання цих товарів.

Одним із найбільш досліджених та вивчених принципів поведінкової економіки, що впливає на спосіб життя, є принцип заохочення винагородою [9, с. 784; 10, с. 1]. Відповідно до стандартної економічної моделі, люди схильні цінувати гроші, тому стандартна економічна система передбачає керування поведінкою людей шляхом надання їм фінансових заохочень [3, с. 34].

Більшість опитаних з обох груп відзначили, що змінити ставлення до здорового способу життя може «Заохочення» їх до цього: 64,89±2,46% вказати ствердно «Так» та «Швидше так» ($p < 0,0001$) (табл. 3). Втім, більш позитивно оцінили такий спосіб молоді люди, що не курять – «Так» зазначили 30,90±2,72% і «Швидше так» – 38,54±2,87% ($p < 0,001$), в той час як у групі курців (2 група) відповіді розді-

лились порівну і, відповідно, достовірної різниці у результатах не встановлено ($p > 0,05$).

Отримані результати співпадають з даними Volpp KG [11, с. 708], дослідження якого показали, що у заохочувальній групі досліджувані мали значно вищі показники відмови від куріння, ніж у групі, яка отримувала лише інформацію про шкідливість куріння.

Таким чином, такий механізм впливу на поведінку через заохочення до здорового способу життя має місце і може бути рекомендованим до ширшого впровадження.

Для вивчення дії на здоров'язбереження механізмів поведінкової економіки, окрім вже згаданих, нами обрано для опитування також такий вимір як вплив на людську поведінку таких суспільно-політичних детермінант, як державні стратегії та санітарна освіта. Встановлено, що 73,85±5,45% респондентів віддали перевагу впливу цільових державних стратегій, в т. ч. 79,25±2,39% з числа опитаних першої групи та 50,00±5,33% – другої.

Поряд з тим, більшість опитаних обох груп нашого дослідження вважають, що найбільш ефективним у боротьбі з курінням є самоусвідомлення його шкідливого впливу на їх здоров'я. Таке твердження зазначили 75,80±2,21% опитаних ($p < 0,001$). При вивченні результатів такого рішення щодо шкідливості

Таблиця 3

Вплив «заохочення» на поведінку щодо здорового способу життя

Форма впливу	1 група (не курять)		2 група (курять)		Разом	
	абс.	%	абс.	%	абс.	%
Так	89	30,90±2,72	19	21,59±4,39	108	28,72±2,33
Швидше «Так»	111	38,54±2,87	25	28,41±4,81	136	36,17±2,48
Швидше «Ні»	54	18,75±2,30	31	35,23±5,09	85	22,61±2,16
Ні	34	11,81±1,90	13	14,77±3,78	47	12,50±1,71

Джерело: складено автором за результатами власних досліджень

куріння за визначеними нами групами респондентів встановлено, що важливість самоусвідомлення є пріоритетом, на що вказали 74,65±2,56% тих, хто не курить і 79,55±4,30% курців. Самоусвідомлення, як усвідомлення людиною себе (своїх думок, почуттів, вчинків), своєї поведінки і всього того, що з нею (людиною) відбувається або ж емоції, як основні прояви прагнень і страхів громадян, мають прямий вплив на економічні рішення, можуть змінювати не лише поведінку, а і цілі, орієнтири, інтереси людини [12, с. 1]. Таким чином, високий відсоток осіб, які курять та вказали на важливість самоусвідомлення аргументує до пошуку нових механізмів впливу на свідомість людини, в т. ч. із застосуванням механізмів поведінкової економіки, для прикладу, як «заохочення».

Висновки. Проведене дослідження механізмів поведінкової економіки з метою здоров'язбереження серед молоді показало важливість таких елементів як «заохочення» та дія суспільно-політичних детермінант – державних стратегій боротьби з курінням. Проте найважливішим чинником у досягненні позитивного результату у здоров'язбереженні відіграє рівень самосвідомості. Усвідомлення усієї відповідальності, у тому числі і за особистий позитивний приклад здорового способу життя є достатньою мотивацією кинути курити назавжди.

Подальші дослідження цієї проблеми будуть пов'язані з формуванням механізмів застосування методів впливу на поведінку людей на засадах принципів поведінкової економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Miłaszewicz D., Borawska A. Zastosowania koncepcji ekonomii behawioralnej w celu zwiększenia skuteczności kampanii społecznych. *Ekonomia XXI Wieku*. 2021. № 24. С. 128–140. DOI: 10.15611/e21.2021.08.
2. Любінець О. В., Боровець В. А., Качмарський Д. Р. Глобальні економічні зміни і стан здоров'я населення. *Україна. Здоров'я нації*. 2024. № 4(78). С. 7–10. DOI: 10.32782/2077-6594/2024.4/01.
3. Сміянов В. А., Курганська В. О., Сміянова О. І., Дрига Н. О. Громадське здоров'я та поведінкова економіка. *Вісник соціальної гігієни та організації охорони здоров'я України*. 2019. № 2(80). С. 33–39. DOI: 10.11603/1681-2786.2019.2.10477.
4. Wendel, S. (2020). *Designing for behavior change: Applying psychology and behavioral economics*. O'Reilly Media.
5. Кобилянський О. В., Заюков І. В. Педагогічні та соціально-економічні аспекти самозбереження здоров'я зайнятого населення України. *Педагогіка безпеки*. 2016. № 1. С. 59–66. DOI: 10.31649/2524-1079-2016-1-1-59-66.
6. Качмарський Д. Р. Здоров'я людини через призму її поведінки. *Економіка і управління*. 2024. Вип. 1(101). С. 99–106. DOI: 10.36919/2312-7872.1.2024.99.
7. Чемерис Н. М. Медико-соціальні предиктори тютюнопаління серед студентської молоді. *Acta Medica Leopoliensia=Львівський медичний часопис*. 2017. Т. 23, № 3. С. 59–64. DOI: 10.25040/AML2017.03.059.
8. Mruk H. Zachowania konsumentów w świetle ekonomii behawioralnej. *Studia Ekonomiczne*, 2017. № 312. С. 82–95.
9. Etter J. F., Schmid F. Effects of Large Financial Incentives for Long-Term Smoking Cessation: A Randomized Trial. *J Am Coll Cardiol*. 2016 Aug. 23. № 68(8). С. 777–785. DOI: 10.1016/j.jacc.2016.04.066.
10. Li Y., Gao L., Chao Y., Wang J., Qin T., Zhou X., Chen X., Hou L., Lu L. Effects of interventions on smoking cessation: A systematic review and network meta-analysis. *Addict Biol*. 2024 Mar. № 29(3). e13376. DOI: 10.1111/adb.13376.
11. Volpp K. G., Troxel A. B., Pauly M. V., Glick H. A., Puig A., Asch D. A., Galvin R., Zhu J., Wan F., De Guzman J., Corbett E., Weiner J., Audrain-McGovern J. A randomized, controlled trial of financial incentives for smoking cessation. *N Engl J Med*. 2009 Feb 12. № 360(7). P. 699–709. DOI: 10.1056/NEJMsa0806819.
12. Гудзь М. В. Поведінкова економіка в умовах війни: вплив емоцій на економічні рішення громадян. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. 8 с. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-50-27.

REFERENCES:

1. Miłaszewicz, D., Borawska, A. (2021). Application of behavioral economics insights to increase effectiveness of social campaigns. *Economics of the 21st century*, 24, 128–140. DOI: 10.15611/e21.2021.08. [in Poland]
2. Lyubinetz, O. V., Borovets, V. A., Kachmarsky, D. R. (2024). Global economic changes and health status of the population. *Ukraine. Nation's Health*, 4(78), 7–10. DOI 10.32782/2077-6594/2024.4/01 [in Ukrainian]

3. Smiyanov, V. A., Kurganskaya, V. O., Smiyanova, O. I., Dryga, N. O. (2019). Public health and behavioral economy. *Bulletin of Social Hygiene and Health Protection Organization of Ukraine*, 2 (80), 33–39. DOI: 10.11603/1681-2786.2019.2.10477. [in Ukrainian]
4. Wendel, S. (2020). *Designing for behavior change: Applying psychology and behavioral economics*. O'Reilly Media.
5. Kobylanskyi, O. V., Zaiukov, I. V. (2016). Pedagogical and socio-economic aspects of self-preservation of health of the concerned population of Ukraine. *Health and Safety Pedagogy*, 1, 59–66. DOI 10.31649/2524-1079-2016-1-1-59-66. [in Ukrainian]
6. Kachmarskyi, D. R. (2024). Human health through the prism of behavior. *Economy and management*, issue 1(101), 99–106. DOI: 10.36919/2312-7872.1.2024.99. [in Ukrainian]
7. Chemerys, N. M. (2017). Medical and social predictors of tobacco smoking among the university youth. *Acta Medica Leopoliensia*, 23(3), 59–64. DOI: 10.25040/AML2017.03.059. [in Ukrainian]
8. Mruk, H. (2017). Consumer behavior from the perspective of behavioral economics. *Economic research*, 312, 82–95. [in Poland]
9. Etter, J.F., Schmid, F. (2016). Effects of Large Financial Incentives for Long-Term Smoking Cessation: A Randomized Trial. *J Am Coll Cardiol.*, 68(8), 777–785. DOI: 10.1016/j.jacc.2016.04.066.
10. Li, Y., Gao, L., Chao, Y., Wang, J., Qin, T., Zhou, X., Chen, X., Hou, L., Lu, L. (2024). Effects of interventions on smoking cessation: A systematic review and network meta-analysis. *Addict Biol.*, 29(3):e13376. DOI: 10.1111/adb.13376.
- Volpp, K.G., Troxel, A.B., Pauly, M.V., Glick, H.A., Puig, A., Asch, D.A., Galvin, R., Zhu, J., Wan, F., De Guzman, J., Corbett, E., Weiner, J., Audrain-McGovern, J. (2009). A randomized, controlled trial of financial incentives for smoking cessation. *N Engl J Med.*, 12;360(7), 699–709. DOI: 10.1056/NEJMsa0806819.
11. Gudz, Maryna. (2023). Behavioral economics in the conditions of war: the influence of emotions on the economic decisions of citizens. *Economy and society*, 50. 8 p. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-50-27. [in Ukrainian]