

Роль поведінкової економіки в розумінні прийняття економічних рішень

Баранов Віталій В'ячеславович¹

Опубліковано	Секція	УДК
22.02.2024	Економіка	330.16(072)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10691679>

Ліцензовано за умовами Creative Commons BY 4.0 International license

Анотація. *Вступ.* Стаття розглядає концепцію поведінкової економіки і досліджує, як цей новий підхід до економічного аналізу допомагає краще розуміти та передбачати людське рішення. Поведінкова економіка є перетином економічних наук та психології, що розширює уявлення про те, як люди приймають рішення, діючи як раціональні агенти. Використовуючи фундаментальні принципи поведінкової економіки, економісти та дослідники отримують можливість удосконалювати моделі та прогнози на основі реалістичніших припущень про людську поведінку.

Метою статті є аналіз ролі поведінкової економіки у контексті розуміння процесів та факторів, що впливають на прийняття економічних рішень, зокрема врахування психологічних аспектів, і її значення для ефективного управління економічними процесами.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) результати попередніх досліджень з обраної теми, проведених відомими науковцями та дослідниками в галузі поведінкової економіки, а також дані з емпіричних досліджень, спеціальних опитувань та аналізу статистичних даних; 2) праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що провадять свої науково-практичні дослідження у сфері поведінкової економіки, зокрема процесів, факторів та психологічних аспектів прийняття економічних рішень.

Результати. Розглянуто змістову сутність поведінкової економіки та її історичні аспекти виникнення як науки, зосереджено увагу на теорії підштовхування (Nudge theory), наведено перелік основних принципів та технік поведінкової економіки, проаналізовано приклади застосування їх на макrorівні, досліджено типи особистостей людей, які враховуються в процесі використання поведінкових інструментів, проаналізовано чинники опору впровадженню таких, представлено рекомендації щодо використання функціонального підходу до впровадження інструментів поведінкової економіки в сучасних організаціях, виокремлено принципи введення технік поведінкової економіки в управлінські процеси, представлено приклади заходів за окремими техніками поведінкової економіки для сучасних організацій.

Стаття акцентує увагу на важливості врахування людських психологічних особливостей та індивідуальних переконань у процесі аналізу та прийняття економічних рішень для досягнення кращих результатів у сфері економіки та бізнесу. Ці

¹ кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту авіаційної діяльності, Льотна академія національного авіаційного університету, <https://orcid.org/0000-0001-7826-7184>

дослідження сприятимуть розвитку більш точних та збалансованих моделей економічної поведінки, що допоможе покращити управління економічними процесами та досягнення більш стійкого економічного зростання. Розглянуто можливість застосування інноваційних методів збору та аналізу даних, таких як машинне навчання та штучний інтелект, для вдосконалення прогностичних моделей економічної поведінки та розробки персоналізованих підходів до управління.

Перспективи. Подальші дослідження щодо ролі поведінкової економіки в прийнятті економічних рішень можуть розширити розуміння впливу психологічних та соціальних факторів на людей у різних контекстах. Так, майбутні дослідження можуть розглядати вплив культурних особливостей на економічну поведінку, розвивати нові методи виявлення та аналізу когнітивних сигналів у прийнятті рішень, а також досліджувати ефективність різних стратегій впливу на рішення людей у різних сферах. Додаткові дослідження можуть також спрямовуватися на розробку нових інструментів та підходів для застосування поведінкових наук у практичній діяльності, що сприятиме покращенню процесів управління та прийняття стратегічних рішень у різних галузях економіки.

Ключові слова: поведінкова економіка; теорія підштовхування; принципи вибору; техніки впливу, економічні рішення громадян, нестабільність, споживча поведінка, поведінкові фактори, принципи вибору, техніки впливу, раціональність, економічна активність.

The role of behavioral economics in understanding economic decision-making

Summary. *Introduction.* The article examines the concept of behavioral economics and explores how this new approach to economic analysis helps to better understand and predict human decision making. Behavioral economics is an intersection of economics and psychology that expands the understanding of how people make decisions when acting as rational agents. By using the fundamental principles of behavioral economics, economists and researchers are empowered to refine models and forecasts based on more realistic assumptions about human behavior.

Purpose. The purpose of the article is to analyze the role of behavioral economics in the context of understanding the processes and factors affecting economic decision-making, including taking into account psychological aspects, and its importance for the effective management of economic processes.

Materials and methods. 1) the results of previous studies on the chosen topic, conducted by well-known scientists and researchers in the field of behavioral economics, as well as data from empirical studies, special surveys and analysis of statistical data; 2) works of domestic and foreign authors conducting scientific and practical research in the field of behavioral economics, in particular processes, factors and psychological aspects of economic decision-making.

Results. The substantive essence of behavioral economics and its historical aspects of its emergence as a science are considered, attention is focused on the nudge theory, a list of the main principles and techniques of behavioral economics is given, examples of their application at the macro level are analyzed, personality types of people that are taken into account in the process of using behavioral economics are examined tools, the factors of resistance to their implementation are analyzed, recommendations are presented regarding the use of a functional approach to the implementation of behavioral economics tools in modern organizations, the principles of introducing behavioral economics techniques into management processes are highlighted, examples of measures based on individual behavioral economics techniques for modern organizations are presented.

The article focuses on the importance of taking into account human psychological characteristics and individual beliefs in the process of analysis and making economic decisions in order to achieve better results in the field of economy and business. These studies will contribute to the development of more accurate and balanced models of economic behavior, which will help to improve the management of economic processes and achieve more sustainable economic growth. The possibility of applying innovative methods of data collection and analysis, such as machine learning and artificial intelligence, to improve predictive models of economic behavior and develop personalized approaches to management is considered.

Discussion. Further research on the role of behavioral economics in economic decision-making can expand the understanding of the influence of psychological and social factors on people in different contexts. Thus, future research can consider the influence of cultural characteristics on economic behavior, develop new methods for identifying and analyzing cognitive signals in decision-making, and also investigate the effectiveness of different strategies for influencing people's decisions in different areas. Additional research can also be directed to the development of new tools and approaches for the application of behavioral sciences in practical activities, which will contribute to the improvement of management processes and strategic decision-making in various sectors of the economy.

Key words: behavioral economics; nudge theory; principles of choice; techniques of influence, economic decisions of citizens, instability, consumer behavior, behavioral factors, principles of choice, techniques of influence, rationality, economic activity.

Вступ

Постановка проблеми. Всесвітні економічні трансформації, що відбуваються протягом останніх десятиліть, змінюють традиційні економічні підходи та моделі. В сучасному світі виникають нові структури, поняття та фактори, які мають значний вплив на прийняття економічних рішень. Одним з таких нових напрямків у економічній науці є поведінкова економіка.

Поведінкова економіка вивчає реальну поведінку людей при прийнятті економічних рішень та шукає пояснення відхилень від традиційних раціональних моделей. Цей підхід дає оновлені інсайти у сфері мотивації, прийняття рішень та психології рівнянь, розкриваючи складну природу економічної поведінки.

У зв'язку зі швидким розвитком технологій та наукових відкриттів, економічне середовище світу переживає четверту промислову революцію. Ця революція базується на автоматизації, штучному інтелекті, масштабованих змінах виробництва та розширенні цифрової економіки. У цьому контексті, поведінкова економіка стає дорогоцінним інструментом для адаптації до складних викликів четвертої промислової революції: вона дозволяє краще розуміти та передбачати реакцію людей на зміну, шляхом врахування їхніх прихильностей, побоювань та мотивацій.

Отже, поведінкова економіка стає необхідною складовою в сучасних економічних трансформаціях світової економіки. Врахування психологічних аспектів та індивідуальних особливостей прийняття рішень може допомогти ефективніше впроваджувати нові ідеї та технології, підвищувати якість життя людей та досягати сталого економічного розвитку. Поведінкова економіка та четверта промислова революція є нерозривно пов'язаними, і вони відіграють ключову роль у формуванні майбутньої світової економіки.

Поведінкова економіка є сталою актуальною тематикою, котра знаходить все більше застосування в різних галузях наукових досліджень і практичних застосуваннях. Однак, до цього часу дослідження в цій області були спрямовані переважно на традиційні аспекти економічної поведінки, які базуються на припущеннях про раціональність і об'єктивність прийняття рішень. Останні роки принесли великі

зрушення у розумінні економічної поведінки людей. З'явилися нові дослідження, підкріплені експериментальними даними, які показують, що раціональність та об'єктивність не завжди характеризують людське прийняття рішень. Результати цих досліджень стали основою для розвитку нової галузі економічної науки — поведінкової економіки. Поведінкова економіка вивчає фактори, які впливають на економічні рішення людей, включаючи емоції, психологічні спотворення та соціальні впливи. Вона аналізує те, як індивідуальні відмінності та соціальна спільнота впливають на прийняття рішень, формування вподобань, спроможність прогнозувати майбутні результати та раціонально реагувати на зміну обставин. Стаття присвячена вивченню ключових аспектів поведінкової економіки з використанням експериментальних даних та аналізу важливих теоретичних концепцій. Застосування поведінкової економіки в різних галузях, включаючи фінанси, маркетинг, публічну політику та мікроекономіку, може максимально оптимізувати результати та підвищити добробут суспільства в цілому.

У зв'язку зі складністю що постійно зростає і невизначеністю сучасного економічного середовища, традиційні моделі економічного розуміння і поведінкові аспекти підприємництва більше не є достатніми для пояснення економічних явищ та прийняття раціональних рішень.

Взаємозв'язок поведінкової економіки та сучасних економічних трансформацій світової економіки проявляється в тому, що поведінкова економіка дозволяє більш глибоко розуміти людську поведінку і впливати на неї через нові підходи до аналізу та прогнозування загальних економічних тенденцій. Вона зосереджується на тому, як індивіди й фірми приймають рішення, враховуючи не тільки раціональність, але й психологію, соціальні фактори та емоційне становище.

Четверта промислова революція, яка характеризується технологічними проривами в галузі штучного інтелекту, автоматизації, робототехніки та Інтернету речей, також має великий вплив на економіку. Поведінкова економіка може допомогти розуміти, які наслідки ці технологічні зміни можуть мати на економіку і які рішення можуть бути оптимальними в умовах невизначеності.

Застосування поведінкової економіки у сфері четвертої промислової революції може допомогти розв'язувати такі проблеми, як збільшення безробіття внаслідок автоматизації, вплив штучного інтелекту на робочі місця та зміни в економічних системах. Врахування емоційного та соціального факторів у прийнятті рішень може сприяти створенню більш гуманної економіки, яка буде забезпечувати не лише економічне зростання, але й добробут людей.

Отже, поведінкова економіка є актуальною в контексті сучасних економічних трансформацій світової економіки, зокрема відносно четвертої промислової революції. Вона допомагає краще розуміти та прогнозувати людську поведінку, а також впливати на неї з метою досягнення більш стійкого та успішного розвитку економіки.

Аналіз публікацій. Поведінкова економіка є одним із сучасних напрямків у сфері економічної поведінки, яка розглядає людські рішення та дії з позицій психології, когнітивних наук та соціології. Цей підхід акцентує на індивідуальних впливах, переконаннях, пристрастях та емоціях у процесі прийняття економічних рішень і вивчає мотивацію за своєчасні вибори й цінності [4].

Питанням, які пов'язані з вивченням особливостей розвитку поведінкової економіки приділено багато уваги вітчизняними та закордонними вченими, зокрема таких, як О. Ватаманюк [1], С. Вегера [2], З. Галушко [3], В. Кривий [5], О. Лозинський [7], А. Тельнов [14], С. Л. Чернобай, Ю. Широн [15], Д. Аріелі, Дж. Аккерлоф, Дж. Айнсліє, М. Алле, Г. Лебон, Е. Лангер, Е. Ло, Р. Талеру [11], А. Тверські [17], Д. Канеман та ін.

Один з найбільш відомих закордонних науковців у галузі поведінкової економіки - Деніел Канеман, який отримав Нобелівську премію з економіки у 2002 році. Його дослідження стосуються когнітивних відхилень, а також психологічних факторів, які впливають на прийняття рішень.

У 2017 році Нобелівська премія в економіці була присуджена Річарду Талеру [11] «за внесок в дослідження економічної поведінки».

Також варто відзначити роботу Томаса Шеллінга, який зробив значний внесок у дослідження поведінкової економіки та розробку її методології.

Щодо взаємозв'язку поведінкової економіки та сучасних економічних трансформацій світової економіки, можна навести приклади досліджень, якими займалися Крістофер Раймер та Майкл Спенс. Вони досліджували вплив економічного розвитку, зайнятості та інших факторів на індивідуальні економічні рішення та поведінку.

Однак, не зважаючи на значну кількість наукових досліджень та певну чисельність публікацій з проблематики поведінкової економіки до сьогодні не розв'язаними є такі проблеми:

Підходи до моделювання людської поведінки: Досі існує неоднозначність у використанні різних теоретичних підходів до розуміння та моделювання людської поведінки в економіці. Спроби поєднати класичні економічні моделі з психологічними аспектами потребують подальшого дослідження.

Визначення ключових факторів впливу на прийняття рішень: Важливо розібратися, які саме психологічні аспекти та фактори мають найбільший вплив на прийняття економічних рішень у різних контекстах і для різних груп людей.

Розвиток емпіричних методів дослідження: Подальше дослідження потребує розвитку і вдосконалення емпіричних методів, таких як експерименти та опитування, для дослідження поведінкових аспектів прийняття економічних рішень в реальних умовах.

Перенос знань в практичне застосування: Потрібно дослідити, які саме аспекти поведінкової економіки можуть бути корисними для розробки більш ефективних стратегій управління та прийняття економічних рішень у різних галузях, від фінансів до маркетингу.

Мета статті: Аналіз ролі поведінкової економіки у контексті розуміння процесів та факторів, що впливають на прийняття економічних рішень, зокрема врахування психологічних аспектів, і її значення для ефективного управління економічними процесами.

Завдання дослідження:

- проаналізувати основні концепції та теорії поведінкової економіки, зокрема зосередитися на психологічних аспектах та поняттях, які впливають на прийняття економічних рішень;
- вивчити емпіричні дослідження та приклади поведінкових відхилень у реальних економічних ситуаціях для кращого розуміння впливу поведінкової економіки на прийняття рішень;
- проаналізувати методи та інструменти, які використовуються в поведінковій економіці для прогнозування та впливу на економічні рішення;
- визначити ключові висновки та імплікації дослідження для практичного застосування у сфері управління та прийняття стратегічних економічних рішень.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) результати попередніх досліджень з обраної теми, проведених відомими науковцями та дослідниками в галузі поведінкової економіки, а також дані з емпіричних досліджень, спеціальних опитувань та аналізу статистичних даних; 2) праці вітчизняних та зарубіжних авторів, що

провадять свої науково-практичні дослідження у сфері поведінкової економіки, зокрема процесів, факторів та психологічних аспектів прийняття економічних рішень.

Результати

Поведінкова економіка — це відносно новий напрямок в економічній науці, який досліджує, як емоції, психологічні фактори та когнітивні обмеження впливають на прийняття раціональних рішень та поведінку людей в економічних ситуаціях. Ідея зацікавила багатьох дослідників останні десятиліття і привернула значну увагу.

Поведінкова економіка є розділом економічної науки, який досліджує, як люди приймають рішення в умовах невизначеності та обмеженої раціональності. На відміну від традиційної економічної теорії, яка передбачає, що люди є повністю раціональними й завжди прагнуть досягти оптимальних результатів, поведінкова економіка враховує фактори, які можуть впливати на людську поведінку, такі як емоції, уявлення та соціальні норми.

Термін "поведінкова економіка" було введено в науковий обіг наприкінці 20-го століття, хоча ідеї дослідження поведінки людей в економічному контексті існували задовго до цього. Одним із ранніх піонерів у цій галузі став Герберт Саймон, який у 1950-х роках запропонував концепцію "обмеженої раціональності". У 1957 році він видав книгу: *Моделі людини / Models of Men: Social and Rational* де вперше обґрунтована концепція обмеженої раціональності / *bounded rationality*. У цій книзі він стверджував, що люди мають обмежені пізнавальні можливості та інформацію, тому вони не завжди здатні приймати раціональні рішення. Це твердження відрізняється від основних принципів традиційної економічної теорії [3].

До появи поняття "поведінкова економіка" економічна теорія передбачала, що люди ухвалюють раціональні рішення на основі доступної їм інформації. Теорія очікувала, що люди максималізують свою корисність і діють відповідно до своїх переваг і цілей.

Як окремий напрямок досліджень поведінкова економіка в західній науковій літературі з'являється у 1960–70-х рр.. Одним з перших науковців, який сприяв розвитку поведінкової економіки, був Деніел Канеман. У 1979 році він разом А. Тверські запропонував просунуту концепцію про когнітивні спотворення в процесі прийняття рішень. Вони показали, що люди не завжди дотримуються економічних принципів раціональності, а менш раціональні економічні рішення часто базуються на емоціях і впливають на результати [2].

У наступні роки, Даніель Канеман і Річард Талор розробили моделі, які пояснюють, як самоконтроль і свідоме відступання від ідеалів раціональності може впливати на поведінку людини. Вони показали, що люди часто здійснюють вибір, котрий не є оптимальним з економічної точки зору, через обмеженість свого когнітивіс. Це дало поштовх до дальшого розширення поведінкової економіки.

Також варто відзначити роботу Томаса Шеллінга та Річарда Талора, які зробили значний внесок у дослідження поведінкової економіки та розробку її методології.

У 2002 році, Деніел Аріелі провів серію експериментів, які довели, що навіть незначні зміни в контексті прийняття рішень можуть мати значний вплив на вибір людини. Його дослідження відкрили нові горизонти в дослідженні економічної поведінки людини та показали, що мікроекономічні теорії поведінкової економіки можуть застосовуватися до різних ситуацій.

Сучасні науковці, такі як Даніель Канеман, Річард Талор, Деніель Аріелі та багато інших, продовжують досліджувати поведінкову економіку і розробляти нові теорії та

моделі. Вони використовують інструменти психології, соціології й економіки, щоб краще зрозуміти, як люди приймають рішення і як це впливає на економічну діяльність.

У 2008 році Деніель Аріелі опублікував працю «Очікувано ірраціональний», яка дала певний імпульс подальшому розповсюдженню та популяризації досліджень у сфері поведінкової економіки.

Р. Талор всесвітньо відомий як теоретик у сфері економічної поведінки й розробник «теорії підштовхування» або «теорію керованого вибору». Є автором терміну «лібертаріанський патерналізм» який визначає стратегію, що спонукає людину здійснювати оптимальний вибір шляхом розмірковування й обґрунтування, при цьому заперечуються почуття та емоції [7].

Узагалі, розвиток поведінкової економіки є неперервним процесом, і все більше і більше досліджень іде у напрямку вивчення впливу соціальних, психологічних і культурних факторів на поведінку людей в економічних ситуаціях. Отже, можна сказати, що поведінкова економіка постійно розвивається і прогресує завдяки внеску багатьох вчених і дослідників.

Поведінкова економіка є однією з підгалузей економічних наук, яка досліджує, як люди приймають рішення і взаємодіють в економічних ситуаціях. Основні принципи поведінкової економіки визначають засади та закономірності, що лежать в основі людського рішення у сфері економічної діяльності. Ось декілька основних принципів поведінкової економіки:

1. Альтернативність: Поведінкова економіка враховує, що люди мають обмежені ресурси й можуть вибирати між різними альтернативами. Цей принцип відображає ідею, що рішення, яке приймає людина, часто полягає в тому, якою альтернативою вона може зробити безпосередній вибір.
2. Психологічні фактори: Поведінкова економіка вивчає вплив психологічних чинників на прийняття рішень. Люди нерідко використовують емоції, недоліки мислення та інші фактори, які можуть впливати на їх здатність приймати раціональні рішення.
3. Концепція "людського капіталу": Цей принцип відображає те, що люди вважаються одним з важливих ресурсів у економіці. Інвестиції в освіту, тренінги та інший розвиток визнаються як важливий фактор економічного росту.
4. Система недосконалої інформації: Поведінкова економіка враховує, що люди часто мають обмежену або неправдиву інформацію про майбутні події та їх наслідки. Це може вплинути на їх здатність раціонально оцінювати можливості та ризики.
5. Стійкість рішень: Поведінкова економіка визнає, що люди часто дотримуються своїх попередніх рішень і стійкі до змін. Це може бути зумовлено руйнівними ефектами, віру в особисту недоторканість, соціальними нормами тощо.
6. Врахування контексту: Поведінкова економіка відзначає, що люди оцінюють свої рішення та вибори в контексті, в якому вони знаходяться. Наприклад, значення грошей може залежати від того, скільки грошей люди вже мають.
7. Соціальний вплив: Поведінкова економіка розглядає вплив соціальних чинників, таких як опір до змін, груповий тиск, взаємодія з іншими людьми, на прийняття рішень. Люди можуть приймати рішення на основі змісту інших людей та соціальних норм.

Ці принципи допомагають описати та пояснити людські економічні рішення та взаємодії, а також використовуються для розробки стратегій в різних галузях, таких як маркетинг, фінанси та споживча поведінка. Вони показують, що реальні рішення людей часто не завжди повністю раціональні, але економічні аспекти постійно взаємодіють з психологічними аспектами.

Поведінкова економіка використовує різні експериментальні методи для вивчення людської поведінки та прийняття рішень. Основними експериментальними методами в поведінковій економіці є польові експерименти, лабораторні експерименти, онлайн експерименти та природні експерименти [10].

Польові експерименти: При цьому виді експериментів дослідники спостерігають і аналізують поведінку людей у реальному соціальному середовищі. Наприклад, у 2008 році розпочато вивчення ефекту платників податків, коли дослідники спостерігали за тим, чи впливає настрій платників податків на їхню поведінку щодо розміру суми що сплачується.

Лабораторні експерименти: Цей метод передбачає проведення експерименту у контрольованому середовищі з допомогою спеціально створених ситуацій. Наприклад, в лабораторіях дослідники можуть проводити експерименти з поширенням інформації та формуванням думки групи людей.

Онлайн експерименти: Цей метод передбачає проведення експерименту з використанням онлайн платформи чи соціальних мереж. Наприклад, дослідники можуть проводити експерименти щодо впливу реклами на покупки через інтернет або на поведінку користувачів соціальних мереж.

Природні експерименти: В цьому виді експериментів дослідники аналізують дані або ситуації, які реально відбулися, і використовують їх для аналізу наявних поведінкових та економічних взаємозв'язків. Наприклад, дослідники можуть вивчати вплив введення нового закону або політики на рівень витрат або споживання.

Одним з яскравих прикладів використання експериментальних методів у поведінковій економіці є експеримент «готівка». В рамках цього експерименту, дослідники давали добровольцям певну суму готівки й пропонували обмінювати її на меншу, але безумовно виплачувану негайно. Деякі учасники експерименту приймали пропозицію та обмінювали свої гроші, інші ж переважно відмовлялись й отримували свою суму без урахування знижки. Цей експеримент показав, що величина знижки мала значення для прийняття рішення про обмін грошей.

Таким чином, експериментальні методи дозволяють провести дослідження поведінкових аспектів і рішень людей в різних ситуаціях. Вони стають цінним інструментом у поведінковій економіці для розуміння та прогнозування людської поведінки у контексті економічних процесів.

Основні теоретичні концепції поведінкової економіки враховують такі фактори, як обмежена раціональність, увага до контексту, навчання та адаптація, системні помилки та психологічні фактори. Вони допомагають краще розуміти та прогнозувати економічні рішення, прийняті людьми та фірмами [11].

Обмежена раціональність. Традиційна економічна теорія ґрунтувалася на припущенні, що люди повністю раціональні та максимізують свою користь. Проте, поведінкова економіка вважає, що люди мають обмежені когнітивні можливості та здатність обробляти всю доступну інформацію, тому вони вчиняють рішення, які можуть бути менш оптимальними.

Увага до контексту. Поведінкова економіка висуває ідею, що рішення людей сильно залежить від контексту та умов, у яких вони приймають ці рішення. Наприклад, люди можуть керуватися підказками, які вони бачать під час прийняття рішення, або звичками, які вони розвивають з часом.

Навчання та адаптація. Поведінкова економіка наголошує на тому, що люди можуть набувати досвіду та вчитися на власних помилках. Вони можуть адаптуватися до нових ситуацій та змінювати свої стратегії залежно від результатів, які вони отримують.

Системні помилки. Поведінкова економіка вивчає такі системні помилки, які роблять люди під час прийняття рішень. Наприклад, люди можуть схильні до звички статус-кво, коли вони утримуються від зміни наявного стану, навіть коли новий варіант є більш вигідним.

Психологічні фактори. Поведінкова економіка визнає вплив психологічних чинників на прийняття рішень. Наприклад, вона досліджує явища, такі як теорія страху, яка описує, як люди реагують на ризик, або теорія подвійного засвоєння, яка пояснює, чому люди виводять гроші зі скарбниці, коли вона повна.

Одним з основних напрямків застосування поведінкової економіки є фінансова грамотність та планування. Завдяки вивченню психологічних аспектів прийняття рішень про витрачання, зберігання та інвестування грошей, поведінкова економіка допомагає розвинути у людей навички здорового фінансового поводження. Наприклад, виробники фінансових послуг можуть застосовувати принципи поведінкової економіки, щоб допомогти клієнтам приймати ефективні рішення про вкладення своїх грошей.

У бізнесі поведінкова економіка використовується для вивчення споживчої поведінки та розуміння того, які фактори впливають на прийняття рішень про покупку товарів та послуг. Аналізуючи мотивацію, уподобання та поведінку споживачів, компанії можуть розробляти більш ефективні маркетингові стратегії та залучати більше клієнтів. Наприклад, можна застосовувати принципи поведінкової економіки при формуванні цін, розробці акцій та промоакцій для збільшення продажів [5].

У політиці поведінкова економіка використовується для розробки більш ефективних інструментів регулювання та стимулювання соціально-економічних процесів. Наприклад, поведінкові норми можуть бути використані для зменшення впливу відмови участі у програмах соціального захисту, раціонального використання ресурсів та прискорення впровадження нових технологій.

Також поведінкова економіка може знайти застосування в громадському здоров'ї. Вивчаючи причини невідповідної поведінки щодо здоров'я, такі як куріння, неправильне харчування та недостатня фізична активність, поведінкова економіка допомагає розробити програми та стратегії для покращення здоров'я населення.

Поведінкова економіка у сфері маркетингу та реклами вивчає способи, якими споживачі приймають рішення про покупку товарів і послуг, а також впливає на їхню споживчу поведінку [4].

Ціла галузь маркетингу базується на розумінні споживчої поведінки. Поведінкова економіка досліджує, як фактори, такі як ціна, реклама, бренд, беруться до уваги споживачами при прийнятті рішення про покупку. Вона також вивчає, як відношення споживачів до ризику, неоднозначності та недосконалої інформації впливають на їх прийняття рішень.

Одним з головних принципів поведінкової економіки є те, що люди не завжди приймають раціональні рішення. Вони часто роблять вибори, які можуть бути суперечливими або навіть ірраціональними з економічного погляду. Наприклад, споживачі можуть прийняти рішення про покупку товару, не маючи достатньо інформації про його якість або ціну, або можуть купувати товари нераціонально по високій ціні тільки через їх популярність або статусну цінність.

Поведінкова економіка використовує ці знання про прийняття рішень і працює над створенням стратегій маркетингу та реклами, які можуть вплинути на розуміння та прийняття споживачами раціональних рішень про покупку. Вона використовує поняття та методи, такі як накопичення даних про споживчу поведінку, проведення експериментів та аналіз даних, щоб розробити ефективні маркетингові стратегії.

Наприклад, поведінкова економіка досліджує, які елементи рекламного повідомлення найбільше привертають увагу споживачів, які рекламні пропозиції

найбільше мотивують їх придбати товар та як різні стратегії ціноутворення впливають на споживачів.

Таким чином, поведінкова економіка у сфері маркетингу та реклами допомагає розуміти, чому споживачі роблять певні вибори та приймають рішення про покупку, а також як ці знання можуть бути використані для створення більш ефективних маркетингових стратегій та рекламних кампаній.

Впровадження принципів поведінкової економіки у державну політику є необхідним кроком для ефективного господарського розвитку та поліпшення якості життя громадян. Поведінкова економіка враховує людську природу, ураховуючи не тільки раціональні, але й емоційні аспекти прийняття рішень [9].

Одним з принципів поведінкової економіки є розуміння того, що люди не завжди діють раціонально. Вони піддаються впливу емоцій, стереотипів та соціального середовища. У зв'язку з цим, державна політика повинна бути спрямована на мінімізацію негативного впливу у прийнятті рішень.

Для впровадження поведінкової економіки у державну політику, важливим є забезпечення прозорості та доступності інформації для громадян. Це допоможе знизити інформаційний бар'єр, зробить процес прийняття рішень зрозумілим та об'єктивним для кожного. Крім того, держава може застосовувати методи надання інформації такі як нотифікації, які допоможуть людям приймати свої рішення на основі об'єктивних даних.

Ще одним важливим аспектом є наклейки-нагадування, які надаються громадянам під час виробництва або придбання товарів. Вони можуть містити корисну інформацію про склад чи харчову цінність продукту, тим самим спонукати людей до більш здорового способу життя.

Також державі варто розглянути можливість вводу "м'яких" обов'язкових стандартів у певних сферах економіки. Наприклад, обов'язкова статистика про шкідливі наслідки певного продукту або обмеження на рекламу, що спрямована на вплив на емоції споживачів. Це допоможе зменшити можливість плутанини або незапланованих витрат при прийнятті рішень.

Впровадження поведінкової економіки у державну політику також може бути використане для регулювання соціальних проблем. Наприклад, вона може допомогти впоратися з питаннями здоров'я, недоїмки податків або освіти. Дослідження показали, що принципи поведінкової економіки можуть збільшити мотивацію громадян діяти правильно, а також покращити ефективність у сфері охорони здоров'я та освіти [10].

Отже, впровадження принципів поведінкової економіки у державну політику забезпечує збалансований підхід до прийняття рішень, забезпечуючи здоровий економічний розвиток та поліпшення якості життя громадян. Це допоможе громадянам приймати більш обізнані та свідомі рішення, а також зменшить можливість негативних наслідків.

Одним з основних застосувань поведінкової економіки у бізнесі є вивчення поведінки споживачів. Аналізуючи рішення споживачів, бізнес може визначити оптимальні стратегії маркетингу та продажу своїх товарів і послуг. Наприклад, дослідження поведінкової економіки показали, що люди мають тенденцію більше довіряти людям, яких вони знають особисто або вважають "подібними собі". Така інформація може бути використана бізнесом для побудови ефективних стратегій маркетингу, таких як реклама з використанням реальних історій та рекомендацій від знайомих споживачів.

Поведінкова економіка також має важливе значення у прийнятті рішень управлінцями. Дослідження показують, що люди мають тенденцію до ірраціональних вчинків, таких як недооцінка ризиків або вплив інших факторів на прийняття рішень. Управлінці можуть використовувати ці знання для покращення процесу прийняття

рішень, враховуючи реальні пристрасті та емоції учасників. Наприклад, встановлення "планок" або створення стандартних процедур може допомогти уникнути впливу емоцій на рішення [8].

Бізнес також може використовувати принципи поведінкової економіки для стимулювання співробітників. Наприклад, дослідження показують, що нагороди та покарання можуть мати інший вплив на мотивацію працівників, ніж можна було б припустити. Бізнес може застосовувати ці принципи для розробки ефективних систем мотивації та управління персоналом.

Управління ризиками також є важливою галуззю, де застосовуються принципи поведінкової економіки. Вивчення людської поведінки у ситуаціях ризику дозволяє зрозуміти, як люди оцінюють ризики та приймають рішення щодо їх зменшення. Бізнес може використовувати це знання для розробки ефективних стратегій управління ризиками та страховими продуктами.

Поведінкова економіка надає бізнесу та управлінню нові інструменти та знання, які допомагають більш ефективно розуміти та взаємодіяти зі споживачами, співробітниками та ризиками. Застосування принципів поведінкової економіки може покращити якість прийнятих рішень, підвищити ефективність діяльності та забезпечити конкурентну перевагу в сучасному бізнес-середовищі.

Окремі інструменти поведінкової психології наведені у табл. 1.

Поведінкова економіка є досить новою галуззю економічних наук, яка вивчає вплив психологічних факторів на економічну поведінку людей. Вона розширює традиційну економічну модель, яка базується на раціональних припущеннях, і враховує необхідність враховувати людські слабкості та ірраціональність при прийнятті економічних рішень [5].

Таблиця 1.

Узагальнення інструментів (технік впливу) поведінкової економіки

№	Техніка	Сутність реалізації
1	Направленого стимулювання:	Використання систем стимулів, які спонукають людей до певних дій або рішень, зокрема штрафів, винагород, або підкріплень.
2	Спонукування:	Вплив на людей шляхом надання інформації, яка підштовхує їх до прийняття певних рішень або зміни поведінки.
3	Стандартизації вибору:	Зменшення складності вибору шляхом обмеження кількості альтернатив або надання рекомендацій.
4	Цільового інформування:	Використання ефективних комунікаційних стратегій для впливу на усвідомлення та сприйняття інформації.
5	Поділу інформації:	Розбиття інформації на менші частини або подача її у більш зрозумілій формі для полегшення прийняття рішень.
6	Використання соціального впливу:	Враховання впливу соціального оточення на прийняття рішень та використання його для зміни поведінки.
7	Експериментального підходу:	Проведення експериментів для вивчення та аналізу поведінкових відхилень та ефективності застосування різних стратегій впливу.
8	Формулювання нормативних стандартів:	Встановлення чітких правил та стандартів, які впливають на рішення людей шляхом нормативного контролю або накладання обмежень.

9	Використання сучасних цифрових технологій:	Застосування технологій, таких як мобільні додатки або алгоритмічні системи, для збору даних, персоналізованої рекомендації та забезпечення зручного доступу до інформації.
10	Зміни фреймів:	Маніпулювання способом, яким інформація подається або розуміється, для впливу на вибір або сприйняття альтернатив.
11	Врахування психологічних особливостей:	Використання знань з психології, таких як когнітивні спотворення або емоційні реакції, для передбачення та впливу на рішення людей.
12	Здійснення вибору за замовчуванням:	Встановлення оптимальних варіантів вибору за замовчуванням для спонукання людей до певних дій без необхідності активного втручання.
13	Психологічного тестування:	Використання психологічних тестів та опитувань для вивчення індивідуальних особливостей та поведінкових патернів, що впливають на прийняття економічних рішень.
14	Еволюції вибору:	Дослідження еволюційних аспектів прийняття рішень та впливу еволюційних відбіркових процесів на економічну поведінку.
15	Врахування культурних особливостей:	Аналіз впливу культурних, соціальних та історичних контекстів на економічні рішення та використання цих знань для побудови ефективних стратегій впливу.
16	Інтерактивної взаємодії:	Створення умов для взаємодії між різними групами або індивідами з метою впливу на їх економічні рішення та поведінку.

*Джерело: сформовано та узагальнено автором на основі [2; 4; 11]

Попри те, що поведінкова економіка приносить нові ідеї та важливі висновки, у неї є певна кількість критики та обмежень.

Обмеженість вибірки: Багато досліджень в поведінковій економіці базуються на вибірках студентів. Це обмежує генералізацію результатів на всю популяцію. На результати таких досліджень можуть вплинути особистісні характеристики студентів, які відрізняються від загальної вибірки.

Вимірювання психологічних факторів: Поведінкова економіка використовує методи, які дозволяють вимірювати психологічні фактори, такі як пристрасть до ризику або боязнь втрати. Проте, ці методи можуть бути помилковими та суб'єктивними, що призводить до неточних результатів.

Відсутність урахування соціального контексту: Поведінкова економіка фокусується на вивченні індивідуальної поведінки та ігнорує вплив соціального середовища на економічні рішення. Алгоритм, за яким люди приймають рішення, може бути сильно залежним від контексту та соціального впливу, що не враховується в поведінковій економіці.

Відсутність прогнозування: Поведінкова економіка надає важливі відповіді на питання про те, як люди приймають рішення. Проте, вона не забезпечує прогнозів або рекомендацій для політиків чи бізнес-лідерів. Це обмеження унеможлиблює використання поведінкової економіки для розв'язання багатьох практичних проблем.

Незважаючи на певну критику та обмеження, поведінкова економіка стала важливим напрямком досліджень та допомагає краще зрозуміти економічну поведінку людей. За допомогою більш реалістичних моделей із врахуванням психологічних факторів, вона може внести вагомий внесок в економічну науку та допомогти покращити прийняття ефективних рішень в умовах реальної економіки.

Висновки

Поведінкова економіка є значним напрямом, який досліджує вплив емоцій, психологічних чинників і когнітивних обмежень прийняття рішень. Ключові моделі поведінкової економіки, такі як теорія перспективи, пояснюють незвичайну та нераціональну поведінку людей в економічних ситуаціях. Наведені приклади ефекту якоря і феномена статус-кво підтверджують необхідність урахування нераціональних чинників щодо економічного поведінки.

Поведінкова економіка є еволюцією традиційної економічної теорії, яка враховує чинники, що впливають на прийняття рішень людьми. Вона ґрунтується на ідеї обмеженої раціональності та досліджує вільні нераціонально прийняті рішення, які люди роблять у повсякденному житті. Декілька наведених прикладів демонструють, як розширення розуміння поведінки людей може бути застосовним у реальному житті і мати практичну значущість. Таким чином, поведінкова економіка може бути цінним інструментом для розробки більш точних та реалістичних моделей рішень та прогнозів в економіці.

Перспективи подальших розробок у сфері поведінкової економіки є дуже масштабними. Виходячи з того що поведінкова економіка вивчає, як споживачі приймають економічні рішення і як це впливає на їхню поведінку, що своєю чергою відкриває безліч можливостей для подальших досліджень в цій галузі.

Однією з таких перспектив є дослідження ефективності різних методів впливу на поведінку людей. Це може бути корисно для як для урядових організацій, так і компаній, які бажають покращити результати своїх програм і продуктів. Дослідження показують, що навіть невелика зміна у способі представлення інформації або використання певних розрахунків може значно змінити рішення які приймає соціум.

Іншою перспективою є використання поведінкової економіки для розробки відповідної політики з метою поліпшення екологічного стану навколишнього середовища. Наприклад, вивчення того, які фактори впливають на енергоефективність та заощадження енергії в побуті, може допомогти врегулювати розумну споживчу поведінку, спрямовану на зменшення викидів парникових газів.

Також перспективним є використання поведінкової економіки для розробки інноваційних маркетингових стратегій. Вивчення того, як по-різному різні групи споживачів сприймають та вибирають товари, може допомогти компаніям залучати та утримувати клієнтів. Наприклад, знання про те, як психологічні фактори впливають на споживачів при прийнятті рішення про покупку, можуть бути використані для створення ефективних рекламних кампаній.

Загалом, перспективи подальших розробок в сфері поведінкової економіки великі і значною мірою обумовлені широким спектром можливостей застосування цієї науки. За допомогою поведінкової економіки, ми можемо наблизитися до більш точного розуміння формування людського рішення та поведінки і використати цю інформацію для поліпшення різних аспектів людського життя.

Список використаних джерел

1. Ватаманюк О.З. Раціональність поведінки людини в економічній науці: концепція обмеженої раціональності. Економічна теорія та право. 2018. № 3. С. 11–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnyua_etp_2018_3_3. (дата звернення: 23.12.2023)
2. Вебера С.А. Поведінкова економіка – особлива галузь економічної теорії. Актуальні проблеми економіки. 2004. № 2. С. 4–16.
3. Галушко З.І. Місце економічної теорії в системі поведінкових наук. Вісник Одеського національного університету. Економіка. 2015. Т. 20, вип. 4. С. 13–16.
4. Длугопольський О. В., Івашук Ю. П. Експериментальна та поведінкова економіка: від Вернона Сміта до Даніеля Канемана. Вісник ТНЕУ. 2014. № 1. С. 180–193.

5. Кривий В. І. Передумови виникнення поведінкової економіки. Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. Херсон, 2016. Вип. 18. С. 12–16.
6. Кужелєв М. О., Нечипоренко А. В. Вплив поведінкових факторів на управління фінансовою діяльністю корпорації: теоретичні аспекти. Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України. Електронне наукове видання. 2018. № 2. С. 154–168.
7. Лозинський О. М. Економічна психологія та психологія підприємництва. Навчальний посібник. Львів: Тріада плюс, 2015. 246 с.
8. Радченко Д. М. Поведінкова економіка як інструмент маркетингової діяльності. Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності. 2016. №4 (179). С. 56–60.
9. Павлов О. І. Соціальна, поведінкова, адаптивна економіка: теорія та практика: монографія. О. І. Павлов, Т. А. Кулаковська, В. А. Сумафотова та ін.; за ред. О. І. Павлова. Одеса: Астропринт, 2016. 172 с.
10. Пилипенко Н.М., Беляєва В.В. Можливості застосування інструментарію поведінкової економіки при проведенні економічної політики в Україні. Економіка та держава. 2019. № 5. С. 95-100.
11. Талер Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення. К. : Наш формат, 2018. 464 с.
12. Солодухін С.В., Шайтанова Є.С. Сучасні підходи до аналізу впливу поведінкових факторів в управлінні економічними об'єктами. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 15, ч. 2. С 129-132.
13. Чернобай Л., Широн Ю. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення. Психологічні виміри культури, економіки, управління. Львів, 2016. Вип. 8. С. 71-78.
14. Тельнов А. С. Решміділова С. Л. Розвиток поведінкової економіки у прийнятті економічних рішень. Економічний вісник. Серія: Фінанси, облік, оподаткування. 2020. Вип. 5. С. 160–170.
15. Simon, H.A. (1955). A Behavioral Model of Rational Choice. Quarterly Journal of Economics, vol. 69, no 1, pp. 99–118.
16. Thaler R. Misbehaving: The Making of Behavioral Economics. NY, London: W. W. Norton & Company, 2015. 484 p.
17. Tversky, A., Sattah, S., Slovic, P. Contingent weighting in judgment and choice, in: Psychological Review. 1988. Vol. 95. No. 3. pp. 371–384.