

и задачи . *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»* : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. № 24 (1246). С. 153-158.

8. Товажнянський В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкрутство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління . *Вісник НТУ «ХПІ»*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 148-152.

9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116-120.

10. Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку. *Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу*: зб. тез доп. 5-ї Міжнар. наук.-практ. конф. (29 вересня-1 жовтня 2011 р.). Суми: ТОВ "ДД "Папірус", 2011. С. 161-163.

Решміділова С.Л.,

к.е.н., доцент

Лямзіна В.О.,

здобувач вищої освіти

Хмельницький національний університет

ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ЕКОНОМІЧНИМИ АГЕНТАМИ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

В сучасних економічних умовах активно розвивається новий напрямок економічної теорії, який займається дослідженням впливу психологічних факторів на рішення людей у різноманітних економічних ситуаціях Це поведінкова економіка, яка вивчає вплив психологічних, соціальних, когнітивних, та емоційних факторів на економічні рішення людьми та інституціями та наслідки таких рішень для ринкових цін, прибутку, та розподілу ресурсів. Цей науковий напрямок в першу чергу вивчає межі раціональності економічних агентів.

Поведінкові моделі типово інтегрують аспекти психології, неврології та мікроекономічної теорії; в результаті, ці поведінкові моделі покривають широкий набір концепцій, методів, та напрямків. Предмет вивчення поведінкової економіки включає те, як приймаються ринкові рішення, та механізми суспільного вибору [1].

Значний внесок у розвиток поведінкової економіки зробили такі зарубіжні та вітчизняні вчені, як: Дж. Акерлоф, М. Алле, Д. Аріелі, Д. Канеман, Р. Лоусон, А. Сміт, А. Тверський, Т. Шеллінг, Р. Шилер, І. Бобух, В.М. Бутенко, Б. Данилишин, І.О. Дейнега, Д.М. Радченко, Р. Шеремета, Л. Чернобай, Ю. Широн та інші. В Україні даний напрямок досліджень знаходиться у стадії розвитку, що підкреслює актуальність теоретичних і практичних досліджень у цій сфері. Розвиток поведінкової економіки починається з останньої чверті минулого століття, хоча її ідеї можна знайти в праці А. Сміта «Теорія моральних почуттів». За останні 15 років Нобелівська премія з економіки тричі вручалася вченим, чиї дослідження безпосередньо пов'язані з поведінковою економікою. Так, у 2002 році нобелівська премія була присуджена В. Сміту за експериментальні дослідження ринку і поведінки економічних агентів і Д. Канеману за дослідження психологічних чинників прийняття рішень [2]. Книгу "Nudge. Архітектура вибору" та її автора Р. Талера в 2017 році було удостоєно Нобелівської премії за внесок у розвиток поведінкової економіки. "Архітектори людського вибору" підштовхують людей до кращих рішень. А вони часом бувають неправильними: людина робить невдалі інвестиції, не дбає про природу і природних ресурсах, харчується неякісною їжею ... Або, наприклад, в силу різних соціальних стереотипів багато жінок дуже обережні в бізнесі, вибирають не такі високооплачувані професії, як чоловіки, які, навпаки, частіше ризикують і отримують більший дохід. Саме тому зараз Група по застосуванню поведінкових методів (Behavioural Insights Team, BIT) і Програма розвитку ООН (ПРООН) в Білорусі ведуть спільну роботу в рамках дослідницької ініціативи щодо розширення економічних прав та можливостей жінок в Білорусі шляхом застосування поведінкових методів.

Фінансову та практичну підтримку цієї ініціативи надає посольство Великобританії в Мінську. Саме в Великобританії експерти підтвердили ефективність даного методу. Достатньо лише зрозуміти, як люди поведуться на практиці, а не так, як ми можемо очікувати від них в теорії, і використовувати ці сценарії в потрібному руслі. Наукова основа поведінкової економіки дозволяє якісно вирішувати соціальні завдання, вибудовувати державну політику. При цьому витрати мінімальні, оскільки не потрібно змінювати системні, глобальні підходи - досить тестувати і впроваджувати дрібні корективи в існуючі процеси [3].

Успішних прикладів застосування поведінкових методів в різних сферах багато. "Хрестоматійний - коли в Великобританії вплинули на збір податків через виконання соціальної норми. Поведінкова наука говорить про те, що люди мають тенденцію слідувати соціальної нормі. Якщо 99% людей вчасно платять податки - це норма. А якщо я в цю норму не потраплю, але мені приходить повідомлення, що 99% людей платять податки вчасно, я швидше за захочу приєднатися до більшості. Так, у Великій Британії вийшло значно збільшити відсоток своєчасної сплати податків простим листом або SMS. І в цьому вся суть «біхевіористичного» підходу ". Впроваджуючи цю методологію, потрібно підвищувати ефективність різних державних програм. В ідеалі це мультидисциплінарна команда з економістів, експертів в статистиці, антропологів, соціологів, а також практиків - висококваліфікованих державних службовців, які знають, як працюють держпрограми. Сьогодні експериментальна та поведінкова економіка розвиваються як нові інтелектуальні та аналітичні платформи, що зміщує акценти від формалізованих моделей раціональної поведінки у напрямі їх експериментальної й емпіричної перевірки та обґрунтування.

Отже, оцінка ефективності та якості управління економічною поведінкою з одного боку є інструментом оцінки існуючого стану, з другого - підґрунтям для прийняття обґрунтованих управлінських рішень у майбутньому.

Література:

1. Поведінкова економіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Економічна_теорія
2. Грецька-Миргородська В.В. Формування соціально-орієнтованої економіки: поведінкові передумови аналізу / В.В. Грецька-Миргородська // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6349>
3. Британська методика допоможе залучити більше білоруських жінок в ІТ <https://www.belta.by/comments/view/britanskaja-metodika-pomozhet-privlech-bolshe-belorusskih-zhenschin-v-it-6963/>.

Сагер Л.Ю.,

к.е.н., ст. викладач

Лазоренко В.Є.,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Сумський державний університет

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В УМОВАХ КАРАНТИНУ ДЛЯ ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ

Актуальність даної теми полягає в тому, що ситуація в країні через карантин стала повністю невизначеною для контрагентів ринку. Більшість підприємств не готувались до різких змін та згодом їм не вдалось відновити діяльність під час карантину. Найбільш нестабільна ситуація вплинула на виробництва, які не спроможні зупинити свою діяльність.

Основні проблеми, з якими зіштовхнулись виробники під час карантину (рис. 1):

– персонал – складність пересування робочого персоналу до місця роботи через обмеження для громадського транспорту;