

*Тельнов А.С, д.е.н., професор  
професор кафедри маркетингу і торговельного підприємництва  
Хмельницький національний університет  
Решиділова С.Л., к.е.н., доцент  
доцент кафедри маркетингу і торговельного підприємництва  
Хмельницький національний університет  
tas201@ukr.net*

## **ПІДХОДИ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ДЛЯ ПОБУДОВИ МОДЕЛЕЙ РІШЕНЬ ЕКОНОМІЧНИМИ АГЕНТАМИ**

В умовах криз та невизначеностей зовнішнього середовища виникає необхідність пояснювальних та прогностичних можливостей економічних теорій, які дають змогу врахувати психологічні особливості та ірраціональну природу економічних агентів у процесі прийняття економічних рішень. В сучасних умовах необхідні новітні, психологічні моделі, які дозволять зрозуміти та пояснити поведінку споживачі в різних економічних ситуаціях, виходячи не тільки з теоретичних аспектів, але й з психологічних та практичних аспектів. З метою поширеності інформованості про стан ринку, врахування психологічних особливостей споживачів, виникає актуальність залучення моделей поведінкової економіки для активізації маркетингової діяльності.

Маркетинговий аналіз ринку передбачає аналіз теперішніх і майбутніх потреб і запитів сучасних споживачів з урахуванням змін у внутрішньому і зовнішньому середовищі. Сьогодні залучення підходів поведінкової економіки дозволяє знаходити нові шляхи і засоби для управління поведінкою економічних агентів за допомогою різних поведінкових факторів, таких, як: психологічні, когнітивні, соціальні та інші нематеріальні стимули. Ці інструменти можуть використовувати такі поведінкові властивості, як інерцію в поведінці людей, неприйняття втрат, упередження, соціальні порівняння тощо. Як правило, такі засоби політики підприємств не вимагають додаткових витрат на відміну від «традиційних» інструментів. Саме інструменти поведінкової економіки дозволяють ефективно спрогнозувати поведінку споживачів та покращити маркетингову діяльність.

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, чий дослідження безпосередньо пов'язані з поведінкової економікою.

Поведінкова економіка з початку свого розвитку виступала з критикою неокласичної економічної теорії, зокрема її моделі раціонального вибору, характеристик «людини економічної», уявлень про її раціональність, мотивів її діяльності тощо. Методологічною відмінністю поведінкової економіки від неокласичної економічної теорії є використання експериментальних методів, а також

включення розробок з інших суміжних соціальних дисциплін, особливо психології та соціології [1].

Так, у 2002 році нобелівська премія була присуджена Вернону Сміту за експериментальні дослідження ринку і поведінки економічних агентів і Даніелу Канеману за дослідження психологічних чинників прийняття рішень. Річард Талер був нагороджений в 2017 році Нобелівською премією за його внесок в розвиток поведінкової економіки і оцінки впливу психологічних факторів на економічну поведінку. Він запропонував теорію «підштовхування», яка використовує психологічні та поведінкові властивості людей для непрямого непримусового впливу на їх поведінку з метою підштовхування їх до певних рішень [2].

Однією з найважливіших передумов її виникнення також став розвиток міждисциплінарних досліджень, передусім взаємодія економіки з психологією. Іншою передумовою розвитку поведінкової економіки є виникнення кібернетики, розвиток моделювання та експериментів у соціальних науках. Відповідальні економісти підкреслюють мультидисциплінарність поведінкової економіки, яка вказує на зв'язок економіки та психології. Річард Талер Канеман, Р. Шиллер, Т Шеллінг передбачають розвиток практичної економіки.

Популярність поведінкової економіки підтверджується проникненням її ідей в макроекономіку, теорію споживчого вибору, фінансову теорію, економіку права, а також в теорію економічного розвитку і теорію ігор. Перспективною сферою дослідження залишається поведінка економічних агентів. Адже поведінкова економіка використала результати досліджень процесу прийняття рішень індивідуумом, максимально наблизивши пояснення до реальної поведінки людини, якій властива нерациональність.

Термін «поведінкова економіка» розглядається економістами та психологами з різних точок зору. Психологи у більшості випадків досліджують вплив економіки на психіку людини, її поведінку в процесі економічної діяльності, рідше вивчається вплив людини на економіку. З погляду економістів поведінкова економіка вивчає вплив людини, її рішень та поведінки на результати економічної діяльності.

Поведінкова економіка – це наука, яка вивчає реальну поведінку економічних суб'єктів і відповідні психологічні чинники, які впливають на економічну поведінку. Це визначення підкреслює значення науки, оскільки поведінкова економіка використовує стандартний науковий підхід до тестування тих чи інших теорій та гіпотез. Спочатку будується теорія, математична модель поведінки певної фірми або людини, економічного суб'єкта. Після цього висувуються гіпотези. Потім ці гіпотези тестуються, використовуючи експеримент, де перевіряється істинність гіпотез. При закінченні цього експерименту встановлюється, чи отримані дані відповідають прогнозованим, або теоретичній моделі, чи ні. Якщо вони не відповідають, то теорія доповнюється або змінюється [3]. Отже, поведінкова економіка використовує стандартний підхід до тестування будь-яких наукових гіпотез і теорій.

Основним об'єктом вивчення поведінкової економіки є межі раціональності економічних агентів. Незважаючи на розвиток ринкових відносин, різні суб'єкти бізнесу по різному сприймають ринкові реалії. Зокрема, психологія безпосередніх виробників змінюється дещо повільніше і важче пристосовується до нових умов господарювання. Сучасне виробництво стає більш складним, тісно пов'язаним із іншими галузями економіки та зазнає впливу глобальних світових тенденцій. Технологічні, демографічні, соціально-економічні зміни можуть призвести до непрогнозованих змін попиту та пропозиції. Споживачі є більш поінформованими і більш вимогливими до якості продукції. Тому для забезпечення більш високого рівня конкурентоспроможності необхідно враховувати сучасні методи маркетингу, який

має використовувати положення поведінкової економіки.

На думку Р. Шеремети, внесок поведінкової економіки в економічну науку полягає у розробці психологічних моделей, конкретній психологічній поведінці економічних суб'єктів, тобто поведінці людини. Відбулись зміни в існуючих моделях з урахуванням конкретних психологічних мотивацій людей.

Поведінкова економіка досліджує психологічні засади ухвалення економічних рішень, які детермінують поведінку людини. Представники цього напрямку прагнуть з'ясувати, як саме психологічні феномени, неповна раціональність та ірраціональність, а також групова динаміка спроможні впливати на ухвалення людьми економічних рішень.

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. Важливо відзначити, що поведінкова економіка відрізняється від експериментальної економіки, яка для вивчення економічних питань використовує експериментальні методи, при цьому не всі напрямки експериментальної економіки пов'язані з психологією. Незважаючи на те, що багато хто з досліджень вивчають психологічні аспекти прийняття рішень, експерименти мають на меті пояснення дії інститутів або є попередніми тестами дизайну ринкових механізмів. У той же час, поведінкова економіка не завжди використовує експериментальні методи, покладаючись на теорію і метод спостереження.

Методологічною основою поведінкової економіки є експериментальні спостереження і відповіді, отримані в ході опитувань. Сьогодні все частіше використовуються польові дослідження, а також функціональна магнітно-резонансна томографія, яка дозволяє визначити ті частини мозку, які задіяні при прийнятті економічних рішень. Наприкінці ХХ ст. виникла нейроекономіка, яка завдяки вивченню мозку виявила, що його різні частини пов'язані з різними видами емоційної діяльності та ухвалення рішень. Представники цього напрямку обґрунтували необхідність відходу від спрощеної моделі ухвалення раціонального рішення, що максимізує корисність [4].

Теоретичні та прикладні засади поведінкової економіки отримують належне наукове визнання, що дає змогу економістам розглядати психологічний напрям досліджень як важливий інструментарій маркетингового аналізу.

### **Використані джерела**

1. Кривий В.І. Передумови виникнення поведінкової економіки / В.І. Кривий // Науковий Вісник Херсонського державного університету. – Вип. 18, ч. 1. – 2016. – С. 12-16.
2. Грецька-Миргородська В.В. Формування соціально-орієнтованої економіки: поведінкові передумови аналізу / В.В. Грецька-Миргородська // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6349>
3. Шеремета Р. Поведінкова економіка як інструмент маркетингу в сучасному бізнесі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mega.if.ua/view.php?id=3469>
4. Канеман Д. Мислення швидко й повільне; пер. з англ. М. Яковлев. – Київ: Наш формат, 2017. – 480 с.