

*Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.*

*Ефективна економіка. 2024. № 4.*

**DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.4.49>**

**УДК 338.22.01:316.64**

*Є. В. Ткач,*

*к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів і кредиту,*

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

*ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7186-3124>*

**ВПЛИВ НЕФОРМАЛЬНИХ ІНСТИТУЦІЙ НА МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ І ЕМОЦІЙНИЙ СТАН СУСПІЛЬСТВА  
(НЕОБХІДНІСТЬ ЙОГО УРАХУВАННЯ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ  
ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ)**

*Ye. Tkach,*

*PhD, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Finance and Credit, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*

**THE INFLUENCE OF INFORMAL INSTITUTIONS ON THE MORAL,  
PSYCHOLOGICAL AND EMOTIONAL STATE OF SOCIETY (THE  
NEED TO TAKE IT INTO ACCOUNT WHEN IMPLEMENTING  
ECONOMIC POLICY)**

*Здійснено дослідження теоретичних основ впливу неформальних інституцій на морально-психологічний і емоційний стан суспільства та необхідності його врахування при реалізації економічної політики у сучасних*

умовах з огляду на актуальність ідей, які висловлюють розробники теорії поведінкової економіки й нової інституціональної економічної теорії.

Визнано, що особливої актуальності набуває питання про те, як саме формальні та насамперед, неформальні інституції здійснюють вплив на функціонування економіки, ведення економічної політики та забезпечення соціально-економічного розвитку загалом.

Зазначено, що діяльність економічних суб'єктів, дії й модель поведінки є похідними від морально-психологічного та емоційного станів і особливостей мислення громадян.

Наголошено, що на зміну мислення впливає низка інституційних та соціокультурних факторів, серед яких до основних з них входять: інформація і знання, які отримують економічні суб'єкти, наявне середовище, культурні особливості, історична пам'ять, життєвий досвід, система цінностей та моралі, емоції.

Вказано, що вплив інформації та знань має достатньо суперечливий характер: з одного боку, сучасні інформаційні технології й освіта дають змогу економічним суб'єктам отримувати більший обсяг знань та інформації, а з іншого існують – наявна інформаційна асиметричність, а відповідно різна інтерпретація отриманих знань й інформації спричиняє викривлення необхідної інформаційної бази як своєрідного фундаменту для прийняття рішень. Усунути інформаційну асиметричність, а відповідно – схильність до вияву ірраціональності у поведінці людей і всіх економічних суб'єктів неможливо.

Вказано, що під дією інформації, можуть змінюватися морально-психологічний й емоційний стани що позначається на мисленні та, навпаки, зміна мислення впливає на морально-психологічний і емоційний стани, що відповідно в сукупності визначає мотивацію до зміни моделі поведінки.

Зазначено, що економічна політика у взаємодії з іншими видами державної політики насамперед має сприяти створенню доброзичливої емоційної атмосфери у суспільстві, популяризації моральних цінностей, поширенню інформації про успіхи та досягнення видатних діячів держави в історії, розвитку культури колективних взаємовідносин, підвищенню суспільних настроїв, ступеня впевненості й задоволеності громадян своїм становищем.

*A study of the theoretical foundations of the influence of informal institutions on the moral, psychological and emotional state of society and the need to take it into account in the implementation of economic policy in modern conditions was carried out, considering the relevance of the ideas expressed by the developers of the theory of behavioral economics and the new institutional economic theory.*

*It is recognized that the issue of how exactly formal and, first of all, informal institutions influence the functioning of the economy, the conduct of economic policy, and the provision of socio-economic development in general is gaining particular relevance.*

*It is noted that the activities of economic entities, actions and behavior patterns are derived from the moral, psychological and emotional states and peculiarities of citizens' thinking.*

*It is emphasized that a number of institutional and socio-cultural factors influence the change in thinking, among which the main ones include: information and knowledge received by economic entities, the existing environment, cultural features, historical memory, life experience, a system of values and morals, and emotions.*

*It is indicated that the influence of information and knowledge has a rather contradictory nature: on the one hand, modern information technologies and education enable economic entities to obtain a greater amount of knowledge and information, and on the other hand, there is an existing information asymmetry, and accordingly, different interpretations of the acquired knowledge and of information causes the distortion of the necessary information base as a kind of foundation for decision-making. It is impossible to eliminate information asymmetry and, accordingly, the tendency to manifest irrationality in the behavior of people and all economic subjects.*

*It is indicated that under the influence of information, moral-psychological and emotional states can change, which affects thinking, and, conversely, a change in thinking affects moral-psychological and emotional states, which, accordingly, collectively determines the motivation to change the behavior pattern.*

*Furthermore, it is noted that economic policy in interaction with other types of state policy should primarily contribute to the creation of a benevolent emotional atmosphere in society, the popularization of moral values, the*

*dissemination of information about the successes and achievements of outstanding figures of the state in history, the development of a culture of collective relations, an increase in public attitudes, the degree of confidence, and citizens' satisfaction with their situation.*

**Ключові слова:** *економічна політика, інституційне середовище, неформальні інституції, морально-психологічний та емоційний стани, інформаційна асиметричність, мислення, поведінка, мотивація, добробут людини.*

**Keywords:** *economic policy, institutional environment, informal institutions, moral, psychological and emotional states, information asymmetry, thinking, behavior, motivation, human welfare.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Розвиток сучасної концепції поведінкової економіки пов'язується з дослідженнями американських психологів Д. Канемана та Е. Тверського, які у праці «Теорія можливостей» обґрунтовують, що ірраціональність поведінки людини зумовлена некоректним сприйняттям інформації, внаслідок чого формуються помилкові судження, які впливають на процес мислення людини. Вони звертають увагу на те, що суб'єктивне оцінювання більшості реальних подій доводиться здійснювати на основі неповних даних з обмеженим терміном дії, зазначаючи, що розум людини має вдаватися до евристичних методів, які впливають на процес міркування і дають змогу обрати кінцеве рішення. Ці евристичні методи, як правило, мають позитивний вплив, але інколи вони можуть призводити до допущення систематичних та непередбачуваних помилок при виконанні певних завдань. Потім у праці «Теорія перспектив» Д. Канеман доводить, що людина приймає рішення на основі власних очікувань, пов'язаних із невизначеністю майбутнього. Людина також приймає рішення щодо ідеї, явища чи предмета залежно від того, як їй подається інформація про них. Така технологія дає змогу впливати на свідомість людини й змушувати її думати у потрібному напрямку [9; 19].

Американський психолог Г. Саймон на основі прикладних досліджень підтверджує, що інтелект при прийнятті рішень характеризується обмеженістю, яка виникає в результаті існування фіксованої кількості нейронів у мозку людини та показує обмеженість її когнітивних здібностей. Водночас він пропонує модель процесу прийняття рішень, відому як «обмежена раціональність» [9].

Новим етапом у розвитку концепції поведінкової економіки стали дослідження Р. Талера, Х. Шефріна і М. Статмана, присвячені аналізу впливу психоемоційних факторів на поведінку економічних суб'єктів. Ці науковці виокремлюють дію «ефекту натовпу» – колективного впливу, який виявляється через «інформаційний каскад» як ще одне поведінкове упередження. Вони також розглядають фактори, які спричиняють та провокують ірраціональну поведінку. Такі фактори або пов'язані з помилковим сприйняттям дійсності чи неправильною оцінкою реальної ситуації або мають відношення до суто емоційних характеристик, закладених у людській природі, тобто тих, які впливають на поведінку людей. Так Р. Талер визначає ці процеси за допомогою трьох властивостей людини, серед яких: обмежена раціональність, обмежений самоконтроль і дія соціальних впливів. Формування таких поведінкових упереджень зумовлюється впливом певних характеристик, серед яких: національно-культурні особливості, освіта, когнітивні характеристики (знання, думки, ставлення, переконання та ін.), емоційна складова (вона свідчить про реакцію на емоційні потрясіння за допомогою різних прийомів, стратегій і заходів) й середовище. Тому поведінку не можна розглядати відокремлено від індивідуальних характеристик суб'єкта прийняття рішень та специфіки середовища [15].

Сучасний етап розвитку концепції поведінкової економіки щільно пов'язується з проведенням досліджень головного мозку людини у сфері медицини і, як наслідок, з появою нейроекономіки, нейрофінансів, нейроменеджменту, нейромаркетингу та ін. Зокрема, Р. Талер вважає, що поведінкові аспекти економіки вже більшою чи меншою мірою проникли в

усі сфери цієї науки. Однак існує напрям, який, на його думку, поки що протидіє такому процесу більше за всіх, – це макроекономіка (наука, яка вивчає закономірності функціонування економіки держави загалом, державне регулювання (ведення економічної політики) й ін.).

На сьогодні особливої актуальності набуває питання про те, як саме формальні та насамперед, неформальні інституції (культура, освіта, наука, виховання, менталітет, історична пам'ять, релігія, звичаї, традиції, міфи, догми, упередження і стереотипи, ідеї, ідеологія, система цінностей та мораль, світогляд, знання й інформація, психологічний й емоційний стани, особливості поведінки, соціальні та історичні умови (середовище), довіра та рівень свободи у суспільстві й ін.) здійснюють вплив на функціонування економіки, ведення економічної політики та забезпечення соціально-економічного розвитку загалом, і яким чином їх доцільно використати як певний наявний ресурс та суспільний капітал для досягнення подальшого соціального й економічного прогресу.

***Аналіз останніх досліджень і публікацій.*** Багато вчених у своїх працях розглядали актуальність ідей нової інституціональної економічної теорії і теорії поведінкової економіки, а саме: Д. Норт, Р. Фогель, Д. Канеман, Е. Тверський, Г. Саймон, Р. Талер, Х. Шефрін, М. Статман, Г. Бортіс [1], С. Брус [2], О. Ватаманюк [4], В. Крикун [6], В. Кривий [7], Ю. Лібенко [8], Х. Передало [9], Л. Чернобай [17], Ю. Широн та багато інших. Однак у сучасних умовах недостатньо приділено уваги та не повною мірою розкрито у науковій літературі питання необхідності урахування при реалізації економічної політики ролі морально-психологічного і емоційного стану суспільства загалом та впливу неформальних інституцій.

***Постановка завдання.*** Метою цієї статті є дослідження теоретичних засад впливу неформальних інституцій на морально-психологічний і емоційний стан суспільства та обґрунтування необхідності його врахування при реалізації економічної політики у сучасних умовах з огляду на

актуальність ідей, які висловлюють розробники теорії поведінкової економіки й нової інституціональної економічної теорії.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Характерна ознака та умова соціально-економічного розвитку, для досягнення якого ведеться економічна політика, – це розвиток підприємництва, у тому числі покращення функціонування екосистеми стартапів, соціально відповідального й інноваційно активного бізнесу, сектору фінансових корпорацій і системи інфраструктурних та логістичних мереж, формування громадянського суспільства, вдосконалення правової системи і системи державного управління, інтеграція країни у світову (глобальну) економіку, збереження довкілля та збалансоване природокористування, розвиток культури, освіти, науки, системи соціального захисту й ін. Соціально-економічний розвиток загалом, і розвиток підприємницького сектору, інститутів громадянського суспільства та інших суб'єктів соціально-економічних відносин зокрема залежать від багатьох факторів, але не виникає заперечень те, що їхні діяльність, дії й модель поведінки є похідними від морально-психологічного та емоційного станів і особливостей мислення громадян. Саме емоції й мислення керують більшістю (а можливо, всіма) вчинками людей.

Відповідно, зміна мислення і морально-психологічного й емоційного станів здійснює вплив на зміну поведінки громадян. Інакше кажучи, щоб створити успішний бізнес (стартап, підприємство, компанію), фінансово-кредитну установу, громадську організацію чи сприяти з допомогою своєї діяльності вдосконаленню роботи державних інституцій, існуючої системи правових відносин та ін., люди мають відповідним чином мислити. Тому до ключових питань, які потребують вирішення належать такі: по-перше, які фактори мають вплив на зміну мислення людей (їхньої ментальності); по-друге, якою є мотивація здійснення певних дій і прийняття відповідних рішень.

На зміну мислення впливає низка інституційних та соціокультурних факторів, серед яких до основних з них входять: інформація і знання, які отримують економічні суб'єкти, наявне середовище, культурні особливості,

історична пам'ять, життєвий досвід, система цінностей та моралі, емоції. З точки зору розробників представників теорії поведінкової економіки, мислення змінюється під впливом афективного, когнітивного й конативного сприйняття [15; 16; 17]. Вчені при систематизації психологічних впливів на мислення (передусім сприйняття) та прийняття рішень виокремлюють три основні складові компоненти: афективну (емоційну), когнітивну (пізнавальну, інтелектуальну) і конативну (дієво-динамічну, тобто набуття навичок та вмінь і спонукання до дії). Афективні компоненти відображають суб'єктивне ставлення до ситуації й її забарвлення, когнітивні – визначають сприйняття, осмислення і розуміння ситуації та людини в ній, конативні – показують дію або, навпаки, її стримування. Всі ці компоненти взаємопов'язані одна з одною і взаємообумовлюються.

Вплив інформації та знань має достатньо суперечливий характер: з одного боку, сучасні інформаційні технології й освіта дають змогу економічним суб'єктам отримувати більший обсяг знань та інформації, а з іншого існують – наявна інформаційна асиметричність (одержання людьми різного доступу до знань й інформації, здійснення значного впливу з допомогою маркетингових і рекламних технологій на сприйняття інформації, маніпулювання інформацією (спотворення, фальсифікація та застосування психоманіпуляційних інформаційних технологій), відповідно різна інтерпретація отриманих знань й інформації та ін.) спричиняє викривлення необхідної інформаційної бази як своєрідного фундаменту для прийняття рішень. Безумовно такі суперечності відображають специфічний і неоднозначний вплив інформації та сучасних інформаційних процесів як на соціально-економічні відносини загалом, так і на мислення, емоції, поведінку й діяльність економічних суб'єктів зокрема.

Інколи по-різному відбуваються емоційне реагування та емоційне сприйняття інформації. Під дією інформації, можуть змінюватися морально-психологічний й емоційний стани що позначається на мисленні та, навпаки, зміна мислення впливає на морально-психологічний і емоційний стани, що

відповідно в сукупності визначає мотивацію до зміни моделі поведінки. Серед дослідників давно точаться суперечки щодо питання взаємозв'язку емоцій та мислення. Так, Т. Рибо і Е. Блейлер вважають, що емоції й почуття переважно здійснюють вплив на мислення (виразом такої позиції є відомий вислів: «Перемога почуттів над розумом»). Водночас П. Селовей і Дж. Майєр стверджують, що з допомогою мислення, а саме думок можна контролювати свої почуття та емоції (виразом такої позиції є відомий вислів: «Перемога розуму над почуттями»). Сучасні вчені у своїх поглядах на цю дилему схильні, скоріше вести мову про їхню успішну взаємодію, а не про протиставлення. Адже, процес мислення неспроможний відбуватися без емоцій, як і емоції нездатні виникати без появи думок. Емоції часто втручаються у мисленеві процеси людини та змінюють їхній перебіг. Якщо переживання сильних негативних емоцій часто звужує здатність до продуктивного мислення, то позитивні емоції, навпаки, можуть значною мірою активізувати цей процес. Головне завдання людини зводиться до ефективного керування її емоціями. Враховуючи це, американські науковці Д. Карузо, П. Селовей і Дж. Майєр розробили теорію емоційного інтелекту. Вони запропонують трактувати поняття «емоційний інтелект» як здатність контролювати власні емоції й емоції інших людей та здатність розрізняти (виявляти емпатію) і використовувати таку інформацію для керування іншими думками й діями [13].

Зміна мислення ще не означає зміни дій людини та її поведінки загалом. Передусім має виникнути певна мотивація до здійснення певної діяльності і формування нового способу й стилю життя. Слід вказати, що в людей завжди існує певний баланс між особистою і суспільною мотиваціями. Мотивація (лат. *motus* – «рух») – спонукання до дії, те, що керує поведінкою людей, процес стимулювання їх до здійснення ефективної діяльності, спрямованої на досягнення визначених цілей. Так, сучасні дослідники розглядають різні теорії мотивації, зокрема:

– Згідно з теорією мотивації А. Маслоу, основу мотивації становлять потреби людини, які можна поділити за певною ієрархією на п'ять груп:

фізіологічні потреби, потреби в безпеці, соціальні потреби, потреби у визнанні оточенням, потреби у самореалізації (самовираженні);

– Згідно з теорією мотивації Д. Мак-Клелланда та відповідно до його тверджень структура потреб і мотивація зводяться до трьох факторів: прагнення до одержання успіху, прагнення до здобуття влади та прагнення до суспільного визнання [12].

– Згідно з теорією мотивації очікувань В. Врума, мотивація людини не тільки зумовлюється її потребами, а й залежить від поведінки керівника, який за певних умов стимулює роботу свого працівника і поведінки самого працівника (упевненість в одержанні винагороди за певних умов, зіставленість винагороди з його потребами та ін.);

– Згідно з теорією мотивації Ф. Герцберга, може бути як матеріальна, так і нематеріальна мотивація, на яку впливають ергономічні, фінансові та психологічні фактори (умови роботи, заробіток, ступінь безпосереднього контролю за роботою, міжособові відносини й ін.) і стимулювальні фактори (одержання успіху, просування по службі, визнання та схвалення отриманого результату, існування можливостей творчого і професійного зростання та ін.);

– Згідно з теорією мотивації Л. Портера – Е. Лоулера, суть мотивації полягає в поєднанні очікувань і справедливості та визначається співвідношенням винагороди й одержаних результатів;

– Згідно з теорією мотивації справедливості Дж. Адамса, ефективність мотивації визначається з урахуванням оцінювання винагород, що отримують інші люди, які працюють у подібному професійному оточенні;

– Згідно з теорією мотивації Д. Мак-Грегора, на мотивацію має вплив стиль управління керівника (керівництва), який може бути авторитарним або демократичним стилем управління, що є більш ефективним і допускає делегування повноважень іншим працівникам [12].

Розробники кожної з теорій досліджують багато факторів, дія яких зумовлює мотивацію економічних суб'єктів. Однак не викликає заперечень те, що на мотивацію, крім факторів задоволення базових фізіологічних

потреб та потреб у безпеці, насамперед здійснюють вплив фактори одержання успіху, суспільного визнання, досягнення справедливості, існування можливостей для творчого зростання, виявлення особливостей взаємовідносин у колективі, створення належного морально-психологічного й емоційного клімату та ін.

Так, на мікроекономічному рівні формування відповідного морально-психологічного клімату в колективі стає важливою умовою для мотивування і стимулювання працівників та розвитку компанії. З цією метою у сучасній практиці активно застосовуються різні інструменти HR-менеджменту (тімбілдинг – командотворення і створення організаційної корпоративної культури, хедхантинг – добір та підготовка високопрофесійних фахівців й ін.).

На макроекономічному ж рівні не менш актуальним є питання щодо рівня морально-психологічного та емоційного станів суспільства загалом.

Для опису взаємовідносин як у колективі, так і в соціумі часто використовують синонімічні поняття: «психологічний клімат», «морально-психологічний клімат», «психологічна атмосфера» тощо.

Взагалі кажучи, морально-психологічний клімат – це атмосфера, яка складається в будь-якому колективі чи соціумі. Як стверджують багато вчених, морально-психологічний та емоційний клімат у колективі (стосовно суспільства загалом простежуються аналогії) варто визначати як явище, яке об'єднує систему взаємовідносин між членами соціуму, що під впливом індивідуальних психофізіологічних особливостей і національних та внутрішньогрупових традицій і стандартів формують певну колективну свідомість, атмосферу та культуру колективних взаємовідносин, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності й всебічному розвитку особистості у цьому соціумі [14].

Значною мірою морально-психологічний та емоційний стани характеризуються ступенем задоволеності працівників своїм становищем. Як показують дослідження науковців, на нього впливають характер та зміст діяльності, ставлення співробітників, престижність, розмір доходу,

перспектива кар'єрного зростання, наявність можливостей для вирішення власних проблем працівника, мікроклімат взаємовідносин у колективі й ін. За сприятливого психологічного клімату працівники охоче спілкуються один з одним і схильні до взаєморозуміння. Саме в таких умовах створюється доброзичлива емоційна обстановка, яка сприяє ефективному виконанню визначених завдань. Необхідно наголосити, що морально-психологічний та емоційний клімат визначається також тим, які морально-етичні цінності домінують у колективі: принциповість, взаємодопомога, товариськість, висока свідомість або, навпаки, користолюбство, заздрість тощо. Адже згуртоване працездатне суспільство (як і будь-який колектив) виникає не одразу, оскільки цьому передуює процес його становлення та розвитку. До того ж важливе значення має дотримання певних умов, серед яких: чіткість, зрозумілість перспектив, мети й цілей, а також наявність успіхів у минулому та досягнень під час спільної діяльності працівників й ін.

Потрібно визнати, що у науковій економічній літературі дію такого фактора, як морально-психологічний і емоційний стани суспільства загалом (на відміну від аналізу впливу цього фактора на рівні компанії, організації, колективу тощо), досліджено недостатньо. Методологічно на рівні суспільства загалом його дію дуже складно оцінити, але заперечувати вплив такого фактора не варто. В теорії менеджменту щоразу більшої актуальності набувають питання застосування соціально-психологічних методів управління в системі формування та підтримки морально-психологічного й емоційного станів працівників організації, бо роль цих методів лише зростає. Цілком очевидно, що залежно від характеру морально-психологічного клімату в організації формуватиметься мотивація, яка може стимулювати до праці, піднімати настрій і вселяти впевненість або, навпаки, діяти гнітюче, знижувати активність та енергію і призводити до виробничих та моральних втрат.

Водночас, значна увага приділяється питанню морально-психологічного й емоційного станів у військовій сфері, насамперед щодо того, наскільки

особовий склад готовий до виконання службово-бойових завдань. При цьому навіть використовується такий показник, як рівень морально-психологічного стану особового складу (РМПС). Він класифікується так: високий, середній, низький і загрозливий [11].

З огляду на це необхідно з'ясувати яке значення для дії системи соціально-економічних відносин та функціонування економіки мають морально-психологічний і емоційний стани суспільства загалом. Так, відомий економіст, представник історичної школи політекономії Г. Шмоллер ще у XIX – ст. визначав економіку як певний «психофізичний апарат», розглядаючи її не тільки з точки зору історії матеріальної культури, а й як рух цінностей, поглядів, звичаїв, релігійних уявлень тощо [18].

На нашу думку, морально-психологічний та емоційний стани суспільства слід розуміти як певну атмосферу з виявом колективної свідомості, настроїв громадян (вони характеризується як цілісна, інтегральна сукупність політичних і духовних цінностей та позицій, потреб, інтересів і почуттів, які переважають та домінують у свідомості людей), культури колективних взаємовідносин, що складаються в будь-якому суспільстві у певний період чи протягом якогось певного проміжку часу під дією отриманих інформації та знань, особливостей середовища, історичної пам'яті тощо, яка здійснює вплив на мислення, мотивацію, поведінку і діяльність економічних суб'єктів, а отже на соціально-економічний розвиток держави.

Розробники теорії поведінкової економіки (біхевіористи) роблять акцент на тому, що саме психологічні фактори суттєво впливають на прийняття рішень у сфері економіки. Відповідно, високий рівень морально-психологічного й емоційного станів суспільства спонукає економічних суб'єктів до дії, визначає їхню мотивацію та слугує необхідною умовою соціально-економічного розвитку.

Варто зазначити, що всі економічні суб'єкти здійснюють діяльність у специфічному інституційному, інформаційному й культурному середовищах які постійно змінюються, тому емоційне сприйняття інформації суспільством

(як і його морально-психологічний та емоційний стани) може суттєво відрізнятися, а це відповідно впливатиме на інформаційну асиметричність. Така асиметричність визначається насамперед тим, яка саме інформація подається суспільству (всім економічним суб'єктам), яким чином вона подається, й якою є емоційна реакція людей на подану інформацію.

У сукупності існуюча інформаційна асиметричність впливає на процес мислення людини (вона змушує думати в певному напрямку) і стає фактором посилення схильності до нерациональності (іраціональності) в її поведінці. Саме неправильне сприйняття інформації, внаслідок чого формуються хибні судження, зумовлює іраціональність поведінки людей. Закономірності поведінки та мислення під впливом різних факторів у різних інституційних середовищах виявляються по-різному, але мислення й поведінка економічних суб'єктів можуть бути як раціональними, так і іраціональними.

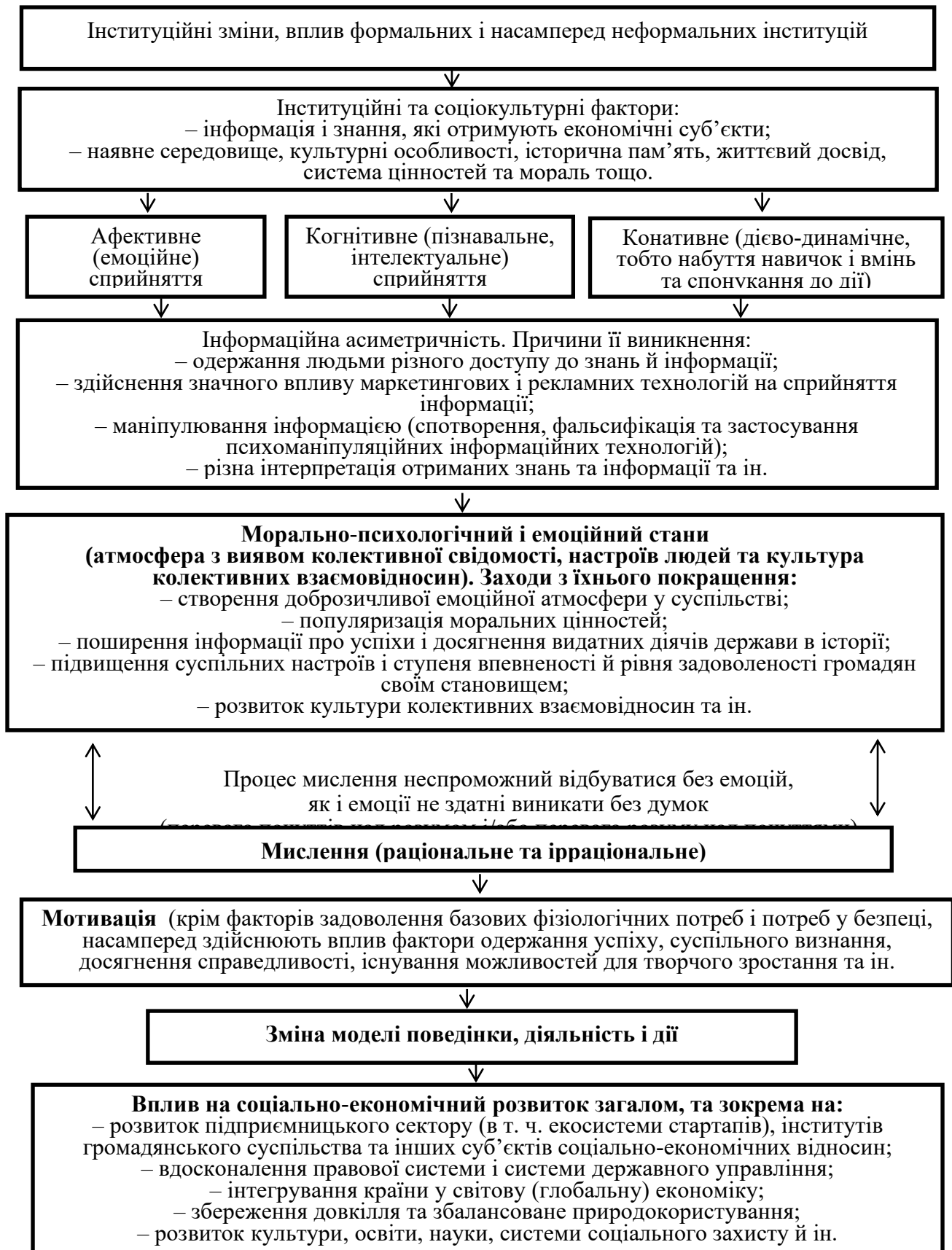
Упродовж тривалого часу в економічній науці важливу роль відгравала неокласична теорія. Вона базується на припущенні про раціональну людину, поведінка якої визначається винятково функцією максимізації корисності та доходів і мінімізації витрат, тобто основу її поведінки формують особиста вигода, егоїзм та раціональний вибір.

Подальший розвиток науки привів дослідників до розуміння того, що концепція «людини економічної» дає доволі вузьке розуміння мотивів поведінки, бо в ній не враховуються значення і вплив на поведінку людини суб'єктивних факторів – культури, релігії та психологічних й емоційних особливостей – при прийнятті необхідних рішень. Поведінкові упередження у різних країнах виявляються неоднаково, оскільки різним і специфічним є середовище формальних і неформальних інститутів, в якому люди приймають свої рішення.

Теорія поведінкової економіки на принципах міждисциплінарності, тобто на основі базових положень різних суспільних наук, обґрунтовує закономірності, причини та наслідки прийняття неідеальних за змістом економічних рішень як під впливом різних поведінкових упереджень, так і

через існуючу інформаційну асиметричність [16]. Практика показує, що насправді обсяги інформації, які пропускає через себе людина як суб'єкт економічних відносин, настільки великі, що визначити чи перевірити її достовірність дуже складно. Це, безумовно, підвищує рівень невизначеності при прийнятті економічних рішень, а в результаті зростає ступінь ризиковості, що може провокувати нераціональність (ірраціональність) поведінки економічних суб'єктів. Підтвердженням наведеної вище тези в науці слугує концепція асиметричності інформації, яка пояснює, що з огляду на об'єктивні та суб'єктивні фактори, що впливають на поширення інформації, вона з різною достовірністю і швидкістю доходить до суб'єктів господарювання, поведінка яких відображає реакцію на таку інформацію. Крім цього, схильність до нераціональності посилюється власне особистісними властивостями мозку людини.

Отже, в умовах існування інформаційної асиметричності та виявлення різних емоційних реакцій на інформацію формуються морально-психологічний і емоційний стани суспільства (атмосфера з виявом колективної свідомості, настроїв громадян та культури колективних взаємовідносин), і раціональне й ірраціональне мислення. Як вказувалося раніше, раціональне мислення, переважно спрямоване на максимізацію корисності, вигід та прибутків при здійсненні економічної діяльності, тоді як ірраціональне мислення – на продукування інновацій, здійснення креативних дій і створення нових товарів та послуг, що в підсумку також приводить до отримання більших вигід, прибутків і корисності. Відповідно, особливості мислення та морально-психологічний і емоційний стани суспільства мають вплив на мотивацію економічних суб'єктів та їхню поведінку, діяльність і дії (Рис.1).



**Рис. 1. Вплив неформальних інституцій на соціально-економічний розвиток**

*Джерело: розроблено автором*

Безумовно, здійснити вплив на морально-психологічний та емоційний стани суспільства, особливості мислення, мотивацію і поведінку економічних суб'єктів й інституційне середовище загалом для досягнення тих чи інших цілей соціально-економічного розвитку можна тільки шляхом координації та щільної взаємодії економічної політики з іншими видами політик: соціальною, інституціональною, гуманітарною й інформаційною політиками, державною політикою у сфері маркетингу і брендингу та ін.

У цьому контексті зауважимо, що засоби економічної політики у взаємозв'язку з іншими видами політики у системі державного регулювання доцільно застосовувати для сприяння:

- формуванню бренда успішної країни і створенню унікального образу країни з її культурою й історією (передусім розроблення національних історичних мета-гранд-наративів);

- популяризації підприємницької культури серед молоді (для неї має стати цінністю створення власного бізнесу і покращення функціонування екосистеми стартапів), формуванню в суспільстві іміджу (бренда) добропорядного підприємця та розвитку соціально відповідального й інноваційно активного власного бізнесу;

- гуманізації суспільних відносин і розвитку національної культури, мистецтва, освіти та науки, охорони здоров'я, системи соціального захисту населення й ін.

- здійсненню патріотичного виховання молоді, формуванню громадянського суспільства, збройних сил держави та правової системи (у тому числі тотальна боротьба з корупцією), модернізації інфраструктури, збереженню довкілля і популяризації здорового способу життя та ін.

***Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі.*** У результаті можемо констатувати, що усунути інформаційну асиметричність, а відповідно – схильність до вияву ірраціональності у поведінці людей і всіх економічних суб'єктів неможливо. Тому, необхідно з'ясувати яким чином з урахуванням відповідних обставин

можна забезпечити соціально-економічний розвиток держави. Передусім потрібно сприяти формуванню позитивного мислення та морально-психологічного й емоційного станів суспільства (зокрема, шляхом розвитку культури та освіти, покращення функціонування екосистеми стартапів, формування громадянського суспільства, розроблення національних історичних мета-гранд-наративів, просування бренда успішної держави й ін.). Саме позитивні емоції та морально-психологічний клімат дадуть змогу забезпечити активізацію процесу мислення і спрямування його у відповідному напрямку. Цілком очевидно, що на морально-психологічний та емоційний стани суспільства як фактор зміни поведінки тією чи іншою мірою впливають всі неформальні інституції.

Отже, економічна політика у взаємодії з іншими видами державної політики насамперед має спрямовуватися на чітке визначення стратегічних перспектив (візії), цілей і напрямків розвитку держави (очікування його всіма суб'єктами господарювання), що спонукатиме всіх суб'єктів господарювання до діяльності, та найголовніше з огляду на актуальність у сучасних умовах ідей, які висловлюють розробники теорії поведінкової економіки і нової інституціональної економічної теорії – сприяти створенню доброзичливої емоційної атмосфери у суспільстві, популяризації моральних цінностей, поширенню інформації про успіхи та досягнення видатних діячів держави в історії, розвитку культури колективних взаємовідносин, підвищенню суспільних настроїв, ступеня впевненості й задоволеності громадян своїм становищем та ін. У результаті, це дасть змогу стимулювати людей до праці й вияву різних активностей, здійснення продуктивної спільної діяльності та всебічного розвитку їх як особистостей і забезпечити ефективне функціонування економіки, соціально-економічний розвиток і підвищення добробуту громадян.

## Література

1. Бортіс Г. Інституції, поведінка та економічна теорія: внесок до класико-кейсіанської політичної економії; перекл. з англ. Київ: ВД «Києво-Могилянська академія», 2007. 560 с.
2. Брус С. І., Бублик Є. О., Корнєєв В. В. Поведінкові фінанси і трансформація ринку фінансових послуг. Київ: Вісник Інституту економіки та прогнозування. 2012. № 9. С.30-36.
3. Бутко М. П. Економічна психологія: навч. посіб. Київ: «Центр учбової літератури», 2016. 232 с.
4. Ватаманюк О. З. Біхевіористський підхід у сучасній економічній теорії. Київ: Економічна теорія. 2006. № 1. С.40-51.
5. Кривий В. І. Передумови виникнення поведінкової економіки. Херсон: Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки, 2016. Вип. 18. С. 12-16.
6. Крикун В. А. Теорія поведінкової економіки в дослідженні українського ринку за роки незалежності. Одеса: Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2017. С. 18-22.
7. Кузьмук С. Г. Досвід практичного застосування біхевіористичної концепції у фінансах та особливості його використання в Україні / Сучасні тенденції інституціональних трансформацій фінансової системи України: кол. монографія / за заг. ред. П. О. Нікіфорова. Чернівці: Технодрук, 2018. С. 168-179.
8. Лібенко Ю. С., Передало Х. С. Психологічні аспекти поведінкової економіки. *Цифрова та інноваційна економіка: процеси, стратегії, технології*: матер. міжнародної наукової конференції, м. Кельце, 25 січня 2019 р., м. Кельце, Республіка Польща, 2019.
9. Передало Х. С. Поведінкова економіка та можливості застосування її впливу в сучасних організаціях. Київ: Ефективна економіка. 2019. №12.
10. Ткач Є. В., Нікіфоров П. О., Економічна теорія та економічна політика: взаємодія в сучасних умовах України. Одеса: Економіка та суспільство. 2022. Вип. 42.

11. Ткач Є. В., Нікіфоров П. О. Фіскальна та монетарна політика: макроекономічний аналіз та інституційне середовище: навч. посіб. Чернівці: Чернівець. нац. ун-т. 2022. 240 с.

12. Полюк М. І. Теоретичні підходи до мотивації персоналу у підприємстві. Ефективна економіка. 2020. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2020\\_4\\_76](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_4_76).

13. Савчук М. Р. Теоретичні основи дослідження емоційного інтелекту. Одеса: Ефективна економіка. 2017. № 5.

14. Сушик І. В., Сушик О. Г. Вплив корпоративного гумору на психоемоційне здоров'я організації. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Ч. 2. Луцьк: РВВ Луцького НТУ, 2018. С. 120–124.

15. Талер Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення / пер. Світлана Крикуненко. Київ: Наш формат, 2018. 280 с. URL: <https://nashformat.ua/products/povedinkova-ekonomika.-yakemotsiivplyvayut-na-ekonomichni-rishennya-709105>.

16. Талер Р. Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду. 3-тє видання. Пер. з англ. С. Крикунової. Київ: Наш формат, 2022. 464 с.

17. Чернобай Л. І., Широн Ю. О. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення. Психологічні виміри культури, економіки, управління: науковий журнал. Львів: Львівська політехніка, 2016. Вип. VIII. С. 71-78.

18. Юхименко П. І., Леоненко П. М. Історія економіки та економічної думки : підручник. Київ: Знання, 2011. 646 с.

19. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk. *Econometrica*, 1979. vol. 47. pp. 263-291.

### References

1. Bortis, G. (2007), *Instytuttsii, povedinka ta ekonomichna teoriia: vnesok do klasyko-kejsians'koi politychnoi ekonomii* [Institutions, behavior and economic theory: a contribution to classical-Keysian political economy], Kyiv-Mohyla Academy, Kyiv, Ukraine.

2. Brus, S.I., Bublyk, E.O. and Korneev, V.V. (2012), «Behavioral finance and the transformation of the financial services market», *Visnyk Instytutu ekonomiky ta prohnozuvannia*, vol. 9, pp.30-36.
3. Butko, M. P. (2016), *Ekonomichna psykholohiia* [Economic psychology], Tsentr uchbovoi literatury, Kyiv, Ukraine.
4. Vatamanyuk, O.Z. (2006), «Behavioral finance and the transformation of the financial services market», *Ekonomichna teoriia*, vol. 1, pp.40-51.
5. Kryvyi, V.I. (2016), «Prerequisites for the emergence of behavioral economics», *Naukovyj visnyk Khersons'koho derzhavnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 18, pp. 12-16.
6. Krikun, V.A. (2017), «The theory of behavioral economics in the study of the Ukrainian market during the years of independence». *Naukovyj visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*, pp. 18-22.
7. Kuzmuk, S.G. (2018), *Suchasni tendentsii instytutsional'nykh transformatsij finansovoi systemy Ukrainy* [Modern trends of institutional transformations of the financial system of Ukraine], Tekhnodruk, Chernivtsi, Ukraine, pp. 168-179.
8. Lybenko, Yu.S. and Peredalo, H.S. (2019), “Psychological aspects of behavioral economic”, *Tsyfrova ta innovatsijna ekonomika: protsesy, stratehii, tekhnolohii: mater. mizhnarodnoi naukovoï konferentsii* [Digital and innovative economy: processes, strategies, technologies: mater. international scientific conference], Keltse, Poland.
9. Peredalo, H.S. (2019), «Behavioral economics and the possibilities of applying its influence in modern organizations», *Efektivna ekonomika*, vol. 12.
10. Tkach, E. V. and Nikiforov, P. O., (2022), “Economic theory and economic policy: interaction in modern conditions of Ukraine”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 42.
11. Tkach, E. V. and Nikiforov, P. O. (2022), *Fiskal'na ta monetarna polityka: makroekonomichnyj analiz ta instytutsijne seredovysche* [Fiscal and monetary policy: macroeconomic analysis and institutional environment], Chernivtsi. national Univ., Chernivtsi, Ukraine.

12. Polyuk, M. I. (2020), «Theoretical approaches to personnel motivation in business», *Efektyvna ekonomika*, vol. 4, [Online], available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2020\\_4\\_76](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_4_76) (Accessed 25 March 2024).

13. Savchuk, M. R. (2017), “Theoretical foundations of emotional intelligence research”, *Efektyvna ekonomika*, vol. 5.

14. Sushik, I.V. and Sushik, O. G. (2018), «The impact of corporate humor on the psycho-emotional health of the organization», *Aktual'ni problemy upravlinnia sotsial'no-ekonomichnyimi systemamy: Mater. mizhnar. nauk.-prakt. internet-konf. [Actual problems of management of socio-economic systems: Mater. International science and practice Internet Conf.]*, vol. 2, RVV Luts'koho NTU, Luts'k, Ukraine, pp. 120–124.

15. Thaler, R. (2018), *Yak dopomohty liudiam zrobyty pravyl'nyj vybir [How to help people make the right choice]*, Nash format, Kyiv, Ukraine, [Online], available at: <https://nashformat.ua/products/povedinkova-ekonomika.-yakemotsiiivplyvayut-na-ekonomichni-rishennya-709105> (Accessed 25 March 2024).

16. Thaler, R. (2022), *Povedinkova ekonomika. Chomu liudy diut' irratsional'no i iak otrymaty z ts'oho vyhodu [Behavioral economics. Why people act irrationally and how to benefit from it]*, Our format, Kyiv, Ukraine.

17. Chernobay, L. I. and Shiron, Yu. O. (2016), “Behavioral economics: essence and approaches to definition. Psychological dimensions of culture, economy, management”, *Naukovyj zhurnal. L'viv: L'vivs'ka politekhnikha*, vol. 8, pp. 71-78.

18. Yukhymenko, P. I. And Leonenko, P. M. (2011), *Istoriia ekonomiky ta ekonomichnoi dumky [History of economics and economic thought]*, Znannia, Kyiv, Ukraine.

19. Kahneman, D. and Tversky, A. (1979), *Prospect Theory: An Analysis of Decision Under Risk*, *Econometrica*, USA, pp. 263-291.

*Стаття надійшла до редакції 08.04.2024 р.*