

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЕКОНОМІЧНОЇ ТЕОРІЇ, МАКРО- І МІКРОЕКОНОМІКИ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему:

**ПСИХОЕМОЦІЙНІ ЧИННИКИ ПОВЕДІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ
СУБ'ЄКТІВ**

Студента 2 курсу ОС «Магістр»
денної форми навчання
спеціальності 051 «Економіка»
освітньо-наукової програми
«Економіка та економічна політика»
Шевченка Владислава Миколайовича

Науковий керівник д.е.н., професор
Нестеренко Олена Петрівна

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі
немає запозичень із праць інших авторів
без відповідних посилань

Шевченко В. М. 

Робота допущена до захисту в Екзаменаційній комісії рішенням кафедри
економічної теорії, макро- і мікроекономіки від 2 травня 2025 р., протокол № 10

Завідувач кафедри
економічної теорії,
макро- і мікроекономіки,



д.е.н., професор Аліна ХОДЖАЯН

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ ПОВЕДІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ	6
1.1. Сутність і природа психоемоційних чинників на макро- та мікроекономічному рівнях	6
1.2. Роль психології масової поведінки в ухваленні економічних рішень	11
Висновки до першого розділу	19
РОЗДІЛ II. ВПЛИВ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА ЕКОНОМІЧНУ ПОВЕДІНКУ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ	20
2.1. Психоемоційні аспекти економічної поведінки в умовах макроекономічної нестабільності	20
2.2. Емпіричне дослідження психоемоційних чинників економічної поведінки	29
Висновки до другого розділу	40
РОЗДІЛ III. ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ І ШЛЯХИ ВРАХУВАННЯ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ В ЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ КРАЇН СВІТУ ТА УКРАЇНИ	42
3.1. Впровадження інструментів поведінкової економіки в економічну політику	42
3.2. Роль освітніх програм у зменшенні емоційних ризиків	49
3.3. Міжнародний досвід адаптації економічної політики та його значення для України	54
Висновки до третього розділу	62
ВИСНОВКИ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	68
ДОДАТКИ	76

ВСТУП

У сучасних умовах глобалізації, економічних криз, швидких технологічних змін і зростаючої нестабільності значно зростає роль психоемоційних чинників у формуванні економічної поведінки суб'єктів. Класичні економічні моделі, що базуються на припущенні про повну раціональність агентів, дедалі частіше не спроможні пояснити реальні економічні процеси. Ухвалення економічних рішень, як на мікро-, так і на макрорівнях, супроводжується впливом емоційних реакцій, масових настроїв, страхів, надій та очікувань, які можуть суттєво змінювати економічну динаміку.

Поведінкова економіка, економічна психологія, нейроекономіка та інші міждисциплінарні напрями науки демонструють, що економічна поведінка суб'єктів у кризові періоди, під час інфляційних сплесків, валютних потрясінь або політичної нестабільності значною мірою детермінується саме психоемоційними чинниками. Від рівня довіри до державних інституцій, сприйняття майбутнього, емоційної стабільності населення залежать споживчі витрати, заощадження, інвестиційна активність, фінансова поведінка.

Актуальність теми "Психоемоційні чинники поведінки економічних суб'єктів" визначається необхідністю глибшого розуміння психологічних механізмів економічної поведінки в умовах невизначеності та ризику. Особливої важливості це питання набуває для розробки ефективної економічної політики, здатної не тільки реагувати на економічні коливання, а й формувати довіру, оптимізм, стабільність у суспільстві. В Україні, яка переживає періоди економічної та політичної турбулентності, дослідження впливу психоемоційних чинників є надзвичайно актуальним для забезпечення макроекономічної стабільності та сталого розвитку.

Об'єктом дослідження є економічна поведінка суб'єктів господарювання, зокрема в умовах економічної нестабільності та невизначеності.

Предметом дослідження є сукупність психоемоційних чинників економічної поведінки та їх вплив на ухвалення економічних рішень суб'єктами господарювання та формування економічної політики держави.

Метою роботи є дослідження психоемоційних чинників, що впливають на економічну поведінку суб'єктів господарювання, виявлення основних механізмів їх дії та розробка практичних рекомендацій щодо врахування цих чинників у процесі формування економічної політики, зокрема й України.

Для досягнення поставленої мети були визначені такі основні завдання:

розкрити сутність і природу психоемоційних чинників на макро- та мікроекономічному рівнях;

дослідити роль психології масової поведінки в ухваленні економічних рішень;

проаналізувати психоемоційні аспекти економічної поведінки в умовах макроекономічної нестабільності;

проаналізувати емпіричне дослідження впливу психоемоційних чинників на економічну поведінку;

проаналізувати впровадження інструментів поведінкової економіки в економічну політику.

визначити роль освітніх програм у зменшенні емоційних ризиків

через призму зарубіжного досвіду визначити процес адаптації економічної політики та його значення для України

Сутність та особливості зазначеної тематики досліджували такі вітчизняні та зарубіжні учені: Д. Канеман, Р. Талер, Д. Б'юкенен, Д. Катона, Г. Лебон, Р.Шиллер, Ф. Котлер, Н. Дембицька, П. Самуельсон, О. Нестеренко, М. Гудзь, Дж. М. Кейнс та інші науковці.

Методологічну основу роботи становлять загальнонаукові методи аналізу, синтезу, індукції та дедукції, системного і порівняльного підходів, методи економіко-статистичного аналізу, емпіричні методи анкетування та експертного опитування, а також положення поведінкової економіки, психології масової поведінки та нейроекономіки.

Інформаційну базу дослідження склали наукові праці українських та зарубіжних вчених, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, результати аналітичних досліджень міжнародних економічних

організацій, а також дані емпіричного дослідження, проведеного серед економічних суб'єктів різних галузей.

Елементи наукової новизни роботи полягають у виявленні особливостей впливу психоемоційних чинників на економічну поведінку суб'єктів господарювання в умовах економічної невизначеності та розробці рекомендацій щодо використання поведінкових інструментів в економічній політиці для стабілізації економічних процесів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості їх використання для підвищення ефективності державного регулювання економіки, оптимізації інструментів економічної політики, удосконалення стратегій поведінки економічних суб'єктів в умовах невизначеності та ризику.

Результати кваліфікаційної роботи були апробовані в рамках Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Шевченківська весна 2025» у вигляді наукових тез на тему «Психоемоційні чинники поведінки економічних суб'єктів в Україні: виклики та перспективи в умовах глобальних трансформацій»[Додаток А].

Структура роботи обумовлена логікою дослідження та складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ У ПОВЕДІНЦІ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ

1.1. Сутність і природа психоемоційних чинників на макро- та мікроекономічному рівнях

Психоемоційні чинники займають особливе місце у формуванні економічної поведінки, оскільки вони відображають взаємозв'язок між психологічними процесами, емоціями та економічними рішеннями. У сучасній економіці поведінка суб'єктів ринку часто базується не лише на раціональних оцінках, а й на суб'єктивних очікуваннях, страхах, надіях та інших емоціях. Це особливо проявляється в умовах криз, коли раціональність поступається емоційним реакціям.

Професор Річард Талер, один із засновників поведінкової економіки, наголошує на тому, що "економічна поведінка часто порушує припущення раціональності" [46]. Зокрема, у його роботах розглядається вплив таких чинників, як "ефект прив'язки" (anchoring effect) та "ефект втрати" (loss aversion), які мають суттєвий вплив на прийняття рішень у різних економічних контекстах. Ефект прив'язки означає схильність людей покладатися на першу отриману інформацію як на базову точку під час прийняття рішення. Наприклад, у дослідженнях Тейлера демонструється, як стартова ціна товару ("якір") впливає на оцінку його справедливої вартості. Ефект втрати відображає тенденцію сприймати втрати сильніше, ніж вигоди від еквівалентного прибутку, що пояснює консервативну поведінку інвесторів під час ринкових спадів.

Деніел Канеман, лауреат Нобелівської премії з економіки, у своїй праці "Думай повільно... вирішуй швидко" [81; 13] розглядає роль когнітивних упереджень, які формуються під впливом емоцій. Зокрема, він звертає увагу на два основні режими мислення: швидке, інтуїтивне мислення (Система 1) та повільне, аналітичне мислення (Система 2). У контексті економічної поведінки суб'єкти часто покладаються на Систему 1, яка є схильною до помилок через вплив емоцій та упереджень. Наприклад, рішення споживачів придбати акції певної

компанії можуть ґрунтуватися не на аналізі фінансових показників, а на попередньому успішному досвіді чи емоціях, викликаних маркетинговими кампаніями.

На рівні макроекономіки психоемоційні чинники впливають на такі процеси, як споживчі витрати, інвестиційна активність та загальний рівень довіри до економічної політики. Згідно з дослідженнями Роберта Шиллера [51], ринки фінансових активів часто реагують на масові настрої, створюючи "економічні бульбашки". Наприклад, у періоди криз панічні настрої серед інвесторів призводять до масового розпродажу активів, що посилює економічну нестабільність. Яскравим прикладом є фінансова криза 2008 року, яка значною мірою була посилена ірраціональними страхами щодо ліквідності банків.

На мікрорівні емоції впливають на ухвалення рішень окремими суб'єктами. Споживачі можуть робити вибір на основі брендів асоціацій або емоційної прив'язаності до певних продуктів. Наприклад, дослідження Філіпа Котлера [20] демонструють, як емоційний маркетинг впливає на споживчі рішення. Емоційні тригери, такі як кольори, музика чи навіть запахи, використовуються брендами для створення позитивних асоціацій у свідомості споживачів. Важливо зазначити, що такі підходи базуються на психологічних механізмах сприйняття, що підтверджується теорією Акерлофа та Шиллера про "тваринний дух" (animal spirits), яка наголошує на ролі емоцій у прийнятті економічних рішень.

У контексті економічної політики довіра до державних інституцій також значною мірою залежить від психоемоційного стану суспільства. Згідно з теорією суспільного вибору Джеймса Б'юкенена [4], ефективність державної політики визначається не лише об'єктивними результатами, а й суб'єктивним сприйняттям її легітимності громадянами. Наприклад, заходи, які уряд впроваджує для стабілізації економіки, можуть бути сприйняті позитивно лише за умови високого рівня довіри до уряду. Дослідження Девіда Камера про політичну економіку підкреслюють, що позитивна комунікація з громадянами може знизити рівень соціальної напруженості у кризові періоди.

Також варто зазначити, що поняття "масова поведінка" охоплює дії великих груп людей, які приймають рішення під впливом схожих емоційних станів. Роботи Густава Лебона [23] підкреслюють роль натовпу як емоційно зарядженого колективу, де раціональні рішення поступаються місцем імпульсивним діям. Згідно з його теорією, маса здатна втрачати індивідуальні риси, стаючи єдиним цілим під впливом сильних емоцій, що пояснює багато економічних феноменів, таких як панічні розпродажі акцій або ажіотажний попит на продукти. Таким чином, розуміння сутності психоемоційних чинників є важливим як для аналізу економічної поведінки, так і для розробки ефективної економічної політики. Подальші дослідження повинні враховувати як теоретичні, так і практичні аспекти, включаючи сучасні досягнення нейроекономіки та поведінкових наук.

Класифікація психоемоційних чинників та їхній вплив на економічну поведінку. Психоемоційні чинники можна класифікувати за кількома критеріями, які дозволяють глибше зрозуміти їхній вплив на економічну поведінку. Основними критеріями класифікації є: За рівнем впливу: Макроекономічний рівень. Ці чинники включають загальний рівень довіри до економічної політики, очікування щодо майбутнього економічного зростання та глобальні емоційні настрої. Роботи Джона Мейнарда Кейнса [17] наголошують на ролі "тваринного духу" (animal spirits) у прийнятті інвестиційних рішень. Під час рецесій економічні суб'єкти часто скорочують інвестиції через домінування страху перед майбутніми втратами. Наприклад, у фінансовій кризі 2008 року паніка на ринках спричинила масовий відтік капіталу, що загостило економічну ситуацію.

Мікроекономічний рівень. Увага приділяється поведінці окремих споживачів або фірм. Наприклад, дослідження Джорджа Катони [15] показують, що споживчі витрати залежать не лише від доходів, а й від суб'єктивного рівня впевненості в майбутньому. Сучасні дослідження, зокрема Пітера Г. Головича, підкреслюють, що психологічна готовність до ризику впливає на рішення щодо інвестицій у малий бізнес або стартапи. За природою чинників: Когнітивні чинники. Це психологічні упередження, такі як ефект прив'язки, надмірна впевненість (overconfidence) та ефект доступності інформації. Наприклад, у

роботах Тверські і Канемана показано, як когнітивні спрощення впливають на економічні рішення. Ефект доступності інформації означає, що люди переоцінюють важливість подій, які легше згадати або частіше зустрічаються у медіа. Емоційні чинники. Вони включають страх, оптимізм, гнів та інші емоційні стани, що безпосередньо впливають на економічну активність. Наприклад, дослідження Пола Закка [11] у сфері нейроекономіки демонструють, як окситоцин стимулює довіру між економічними суб'єктами. Цей гормон, який називають "гормоном довіри", сприяє збільшенню економічної активності в соціально орієнтованих економіках. За тривалістю впливу: Короткострокові чинники. Це імпульсивні реакції на події, наприклад, панічний розпродаж акцій через негативні новини. Яскравим прикладом є падіння фондових ринків у березні 2020 року через пандемію COVID-19. Довгострокові чинники. Вони пов'язані з усталеними переконаннями та установками, такими як довготривала довіра до певного бренду або інституції. Наприклад, лояльність до інвестиційних фондів формується не лише завдяки їхнім результатам, а й через стабільну репутацію на ринку.

Вплив психоемоційних чинників на економічну поведінку. Економічна поведінка часто визначається взаємодією когнітивних та емоційних аспектів. Зокрема, дослідження Роберта Шиллера [51] демонструють, як емоції інвесторів формують ринкові тренди. Наприклад, у періоди економічного підйому оптимізм сприяє зростанню інвестиційної активності, тоді як у кризові часи панічні настрої провокують масові продажі активів. Це створює циклічність ринкової динаміки, яку важко передбачити лише за раціональними моделями. На рівні споживчої поведінки когнітивні упередження, такі як ефект статус-кво, пояснюють, чому споживачі схильні уникати змін у своїх звичках. Наприклад, споживачі часто обирають товари знайомих брендів, навіть якщо існують кращі альтернативи, через небажання ризикувати. Роботи Філіпа Котлера також підкреслюють важливість емоційного маркетингу для формування лояльності до бренду. Емоції, такі як радість, довіра чи страх, впливають на рішення споживачів, особливо під час вибору товарів тривалого використання.

У сфері економічної політики емоційні настрої громадян визначають сприйняття урядових реформ. Наприклад, дослідження Девіда Камера показують, що ефективність антикризових заходів залежить від того, наскільки уряд може переконати громадян у їхній доцільності. Якщо рівень довіри до влади низький, навіть раціонально обґрунтовані заходи можуть бути сприйняті негативно.

Додатково, масова поведінка, як описано у працях Густава Лебона[23] , відображає силу емоційних реакцій великих груп людей. У контексті економіки це можна спостерігати в явищах ажіотажного попиту або панічних розпродажів. Наприклад, у 2020 році зростання попиту на засоби індивідуального захисту, попри їхню високу ціну, демонструє, як страх і невизначеність впливають на споживчі рішення.

1.2. Роль психології масової поведінки в ухваленні економічних рішень

У контексті економічної науки психологія масової поведінки відіграє важливу роль у поясненні рішень економічних суб'єктів, особливо в умовах нестабільності. Цей підрозділ досліджує, як поведінкові та емоційні реакції великих груп впливають на функціонування ринків, формування економічної політики та стратегічні рішення компаній.

Природа масової поведінки. Масова поведінка відображає дії груп людей, які перебувають під впливом спільних емоцій, ідей або переконань. Як зазначав Густав Лебон[23] , у масах послаблюється критичне мислення, а емоційний вплив часто домінує над раціональним аналізом. У сучасній економіці ці явища простежуються в періоди фінансових криз, ажіотажу на фондових ринках або змін у споживчих настроях (Таблиця 1.1).

Феномен натовпу на фінансових ринках. Ринки капіталу є одним із ключових прикладів впливу масової поведінки на економічні процеси. За словами Роберта Шиллера[51] , феномен "цінової бульбашки" виникає через надмірний оптимізм або страх, які поширюються серед інвесторів. Наприклад, технологічний бум наприкінці 1990-х років та наступна криза доткомів у 2000 році демонструють, як масовий ентузіазм і відсутність раціональної оцінки призводять до переоцінки активів.

Панічні продажі також є типовою реакцією мас на негативні новини. Дослідження Вернона Сміта показують, що навіть досвідчені трейдери піддаються впливу загальних емоційних настроїв. Ця поведінка обумовлена прагненням уникнути втрат, яке переважає над бажанням отримати прибуток, що пояснюється теорією перспектив Канемана і Тверські .

Споживчі настрої та економічна активність Поведінка споживачів також значною мірою залежить від масових емоцій. Індекс споживчої довіри, досліджуваний Джорджем Катаною , є індикатором загального рівня оптимізму або песимізму серед населення. У періоди економічного зростання підвищена

впевненість стимулює витрати, тоді як під час криз споживачі зменшують свої витрати через страх перед майбутньою нестабільністю.

Історичний приклад можна знайти в глобальній фінансовій кризі 2008 року, коли песимістичні настрої масового характеру призвели до зменшення попиту на товари тривалого використання. Це, у свою чергу, вплинуло на виробництво, рівень зайнятості та загальний ВВП. На сучасному етапі дослідження Ніколаса Талеба [45] показують, що "чорні лебеді" — непередбачувані події з високим впливом — також значно посилюють емоційні реакції мас.

Таблиця 1.1

Класифікація психоемоційних чинників

Критерій	Приклад психоемоційного чинника
Когнітивні	Ефект прив'язки, ефект доступності
Емоційні	Страх, оптимізм, паніка
Короткострокові	Панічна реакція на кризу
Довгострокові	Стабільна довіра до бренду

Складено автором на основі [1;37;52]

Масова поведінка у формуванні економічної політики. Реакція мас на урядові заходи може як сприяти успішній реалізації реформ, так і перешкоджати їм. Наприклад, у дослідженнях Девіда Камера показано, що суспільна підтримка фіскальних стимулів залежить від рівня довіри до уряду. У країнах із низьким рівнем довіри навіть раціональні економічні заходи можуть викликати протестні настрої, як це спостерігалось у Греції під час кризи суверенного боргу.

Стимулювання довіри через прозору комунікацію та врахування емоційних потреб громадян може значно підвищити ефективність політики. Наприклад, досвід скандинавських країн свідчить про те, що довготривала стабільність і відкритість у прийнятті рішень сприяють позитивному сприйняттю навіть жорстких економічних реформ.

Значення психології має у корпоративному секторі. Компанії також враховують масову поведінку у своїх стратегіях. Наприклад, маркетингова кампанія, що базується на використанні емоцій, таких як радість, співчуття або страх, може суттєво впливати на попит. Роботи Філіпа Котлера демонструють, як емоційний зв'язок із брендом формує лояльність споживачів.

Крім того, під час криз компанії часто використовують тактику емоційного резонансу для збереження своєї клієнтської бази. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато компаній інвестували в благодійність і комунікаційні кампанії, щоб створити позитивний імідж і підтримати своїх споживачів у складний час.

Таким чином, психологія масової поведінки є важливим елементом, який формує економічну поведінку суб'єктів на різних рівнях. Від фінансових ринків до споживчих рішень і державної політики — вплив масових емоцій і переконань залишається потужним фактором, який потребує інтеграції у моделі прийняття рішень. Подальші дослідження в цій сфері можуть сприяти розробці більш адаптивних стратегій управління економічною активністю.

Порівняння класичної економіки, поведінкової економіки та нейроекономіки. Класична економіка базується на припущенні про абсолютну раціональність суб'єктів господарювання. Вона вважає, що люди ухвалюють рішення, спрямовані на максимізацію корисності або прибутку, керуючись повною інформацією та логічним аналізом.

Поведінкова економіка, натомість, враховує систематичні психологічні упередження та емоційні фактори, що впливають на прийняття рішень. Відкриття когнітивних викривлень, таких як ефект втрати, ефект прив'язки чи статус-кво (Таблиця 1.2), довели, що рішення людей часто відхиляються від логічної раціональності.

Нейроекономіка йде ще глибше, поєднуючи економіку, психологію і нейронауку. Вона досліджує, як процеси в мозку формують економічні рішення, використовуючи методи МРТ, ЕЕГ та біометричних аналізів. Нейроекономічні дослідження показали, що емоції і підсвідомі імпульси значною мірою визначають поведінку інвесторів, споживачів і навіть державних діячів.

Огляд сучасних інструментів аналізу емоцій в економіці. Значне поширення технологій дозволило використовувати низку сучасних інструментів для аналізу емоцій в економічному контексті:

Біометричні дослідження: відстеження змін серцевого ритму, шкірної провідності та дихання для визначення емоційної реакції на економічні стимули.
Eye-tracking: аналіз руху очей допомагає зрозуміти, які елементи інформації найбільше привертають увагу споживачів.

Аналіз емоцій за виразом обличчя: автоматичне розпізнавання емоцій за допомогою машинного навчання дозволяє визначати рівень стресу, довіри або зацікавленості при сприйнятті економічних новин чи реклами.

fMRI та EEG: вимірювання активності мозку для виявлення нейронних механізмів прийняття економічних рішень.

Таблиця 1.2

Типологія упереджень

Тип упередження	Суть
Ефект втрати	Втрати сприймаються сильніше за виграші.
Ефект статус-кво	Схильність уникати змін.
Евристика доступності	Оцінка ймовірності на основі легкості згадки.

Складено автором на основі [1;37;52]

Взаємозв'язок економічної політики та психоемоційних реакцій суб'єктів. Вплив монетарної політики на споживчі настрої Монетарна політика, як ключовий інструмент макроекономічного регулювання, має не лише прямий вплив на економічні показники, але й суттєво впливає на психоемоційний стан споживачів. Зокрема, зміни в обліковій ставці, операції на відкритому ринку та інші заходи центрального банку можуть викликати зміни в споживчих настроях, що, в свою чергу, впливають на загальну економічну активність (Таблиця 1.3).

Дослідження, проведене Стівеном Кірхнером, показало, що підвищення облікової ставки в Австралії призводить до зниження споживчої впевненості. Зокрема, несподівані підвищення процентних ставок негативно впливають на споживчі настрої, тоді як бізнес-очікування менш чутливі до таких змін. Це свідчить про те, що споживачі реагують на монетарні зміни більш емоційно, ніж бізнес-сектор.

Крім того, дослідження, проведене в рамках Міжнародного валютного фонду (2023), виявило, що жорстка монетарна політика в єврозоні має негативний вплив на рівень задоволеності життям громадян. Зокрема, підвищення процентних ставок асоціюється зі зниженням добробуту, еквівалентним зменшенню доходу домогосподарства на 4%. Цей ефект особливо виражений серед людей середнього віку та представників середнього класу.

У США дослідження, проведене економістами з МВФ та Гарвардського університету, виявило, що високі процентні ставки негативно впливають на економічний настрій американців, незважаючи на сильний ринок праці та зниження інфляції. Зростання вартості іпотек, автокредитів та кредитних карток робить запозичення дорожчим, що знижує споживчу активність. Це явище отримало назву "vibecession" — ситуація, коли економічні показники залишаються стабільними, але споживачі відчувають економічний спад.

Таким чином, монетарна політика має значний вплив на споживчі настрої, що, в свою чергу, впливає на загальну економічну активність. Розуміння цього

взаємозв'язку є важливим для ефективного проведення монетарної політики та досягнення макроекономічної стабільності.

Таблиця 1.3

Типи масової поведінки

Тип масової поведінки	Характеристика
Ажіотажна покупка	Ірраціональне зростання попиту.
Панічний розпродаж	Масове позбавлення активів через страх.
Економічний бойкот	Відмова від споживання товарів із політичних причин.

Складено автором на основі [1;37;52]

Фіскальна політика та її ефект на емоційне сприйняття населенням. Фіскальна політика, яка включає державні витрати та податкову політику, також має значний вплив на психоемоційний стан населення. Зміни в податкових ставках, соціальних виплатах та державних інвестиціях можуть викликати різні емоційні реакції, що впливають на економічну поведінку громадян.

Згідно з дослідженням, опублікованим на платформі Finance Googleху, сприйняття фіскальної політики населенням залежить від їхніх переконань, цінностей та досвіду. Наприклад, люди з консервативними поглядами можуть бути більш скептичними щодо державного втручання, тоді як ті, хто підтримує соціальні програми, можуть позитивно сприймати фіскальні стимули.

Крім того, когнітивні упередження, такі як евристика доступності та уникнення втрат, впливають на сприйняття фіскальної політики. Люди схильні формувати думки на основі недавніх подій або особистого досвіду, що може призвести до переоцінки або недооцінки ефективності фіскальних заходів. Також,

якщо політика подається як потенційна втрата (наприклад, підвищення податків), люди можуть бути більш опірними до її впровадження.

Соціальні та культурні фактори також відіграють роль у сприйнятті фінансової політики. У країнах з сильною традицією соціального забезпечення громадяни можуть бути більш відкритими до фінансових заходів, спрямованих на перерозподіл доходів. Натомість у суспільствах, де переважає індивідуалізм, може бути більший опір до таких заходів.

Медіа також мають значний вплив на формування громадської думки щодо фінансової політики. Спосіб подачі інформації, вибір слів та тональність можуть суттєво впливати на сприйняття населенням фінансових заходів. Тому для ефективного впровадження фінансової політики важливо забезпечити прозору та зрозумілу комунікацію з громадськістю.

Висновки до першого розділу

У першому розділі було розкрито теоретичні засади психоемоційних чинників у поведінці економічних суб'єктів, їх сутність, природу та класифікацію. Проведений аналіз показав, що психоемоційні чинники є важливою складовою економічної поведінки, впливаючи на ухвалення рішень як на індивідуальному, так і на масовому рівнях.

Встановлено, що у сучасній економічній науці дедалі більше уваги приділяється міждисциплінарному підходу до аналізу економічної поведінки, який поєднує економіку, психологію та соціологію. Поведінкова економіка, нейроекономіка та економічна психологія розширюють розуміння механізмів прийняття рішень, наголошуючи на ролі емоцій, когнітивних упереджень і масових настроїв.

Проаналізовано класифікацію психоемоційних чинників за рівнем впливу (макро- та мікрорівень), природою (когнітивні та емоційні), тривалістю впливу (короткострокові та довгострокові), що дозволяє систематизувати їхню роль у формуванні економічної активності. Особливу увагу було приділено вивченню когнітивних ефектів, таких як ефект прив'язки, ефект втрати, евристика доступності, які суттєво змінюють економічну поведінку суб'єктів.

Розглянуто вплив психології масової поведінки на економічні процеси, зокрема на фінансові ринки, споживчу активність та державну політику. Встановлено, що в умовах кризи психоемоційні реакції мас здатні посилювати економічні спади через ефекти паніки, ажіотажу та недовіри до інституцій.

Таким чином, результати теоретичного аналізу свідчать про необхідність врахування психоемоційних чинників при моделюванні економічної поведінки та формуванні ефективної економічної політики.

РОЗДІЛ II. ВПЛИВ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА ЕКОНОМІЧНУ ПОВЕДІНКУ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Психоемоційні аспекти економічної поведінки в умовах макроекономічної нестабільності

Макроекономічна нестабільність часто супроводжується значними змінами в емоційному стані економічних суб'єктів, що впливає на їхню поведінку. Під цим поняттям розуміють періоди, коли економіка країни стикається з викликами, такими як рецесія, інфляція, валютна криза чи фінансова нестабільність. У таких умовах психоемоційні чинники відіграють ключову роль у формуванні рішень економічних суб'єктів.

Основні емоційні реакції економічних суб'єктів у період нестабільності. Страх і невизначеність: Страх втрат є однією з основних емоцій, яка впливає на економічну поведінку. Як зазначає Канеман у теорії перспектив, люди частіше уникають ризиків, ніж прагнуть отримати вигоду, особливо в умовах нестабільності. Наприклад, під час кризи 2008 року багато інвесторів відмовилися від ризикованих активів і перевели капітал у "безпечні гавані", такі як золото чи державні облигації.

Оптимізм і адаптація: Хоча нестабільність часто асоціюється з негативними емоціями, дослідження Роберта Шиллера вказують, що частина економічних суб'єктів демонструє оптимізм і адаптивність. Наприклад, підприємці можуть бачити кризу як можливість для інновацій, розширення ринків або реорганізації бізнесу. Це підтверджується дослідженнями Джозефа Шумпетера (Schumpeter, 1934), які описують роль творчого руйнування в економічному розвитку.

Паніка та ірраціональність: У роботах Густава Лебона та сучасних дослідників, таких як Вернон Сміт [44], наголошується на впливі масової паніки на економічні рішення. Наприклад, падіння фондових ринків часто спричинене ірраціональною поведінкою інвесторів, які реагують на негативні новини, не враховуючи фундаментальних економічних показників.

Макроекономічні умови, що підсилюють психоемоційний вплив. Інфляція та дефляція: Високий рівень інфляції сприяє посиленню тривоги серед населення, оскільки покупці очікують подальшого зростання цін, що стимулює ажіотажний попит. Наприклад, у 1980-х роках у країнах Латинської Америки гіперінфляція змусила населення зберігати заощадження в іноземній валюті. З іншого боку, дефляція також має негативний емоційний вплив, оскільки споживачі відкладають покупки, очікуючи подальшого зниження цін, що загострює економічний спад.

Безробіття: Високий рівень безробіття підсилює почуття нестабільності й страху втрати доходу, що впливає на споживчу поведінку. Як зазначає Джон Мейнард Кейнс [17], зниження споживчого попиту в умовах безробіття може спричинити "порочне коло" економічного спаду.

Валютна криза: Знецінення національної валюти сприяє масовим емоційним реакціям, таким як недовіра до урядової політики чи панічний відтік капіталу. Як зазначено у дослідженнях Поля Круга, валютні кризи часто супроводжуються масовими спекуляціями, які ще більше посилюють нестабільність.

Психоемоційна роль державної політики. Державна економічна політика може як послаблювати, так і посилювати вплив психоемоційних чинників. Успішна політика базується на ефективній комунікації та врахуванні емоційних потреб населення: Фіскальна політика: Як зазначає Пол Самуельсон [42], державні витрати можуть бути інструментом підвищення довіри до економіки, якщо вони спрямовані на створення робочих місць і підтримку соціально вразливих груп. Монетарна політика: Прозорість дій центрального банку, як показано у дослідженнях Бена Бернанке, сприяє зниженню невизначеності та стабілізації інфляційних очікувань. Комунікація: Досвід скандинавських країн демонструє, що відкритий діалог між урядом і громадянами знижує рівень тривожності та сприяє ефективності реформ.

Психологія ризиків і невизначеності в економічному плануванні. Економічна криза та масова паніка: приклади впливу. Економічні кризи часто супроводжуються масовою панікою, яка посилює негативні наслідки для економіки. Психологічні чинники, такі як страх втрати заощаджень або роботи,

можуть призвести до масового вилучення депозитів з банків, зниження споживчих витрат та інвестицій. Ці дії, в свою чергу, поглиблюють кризу, створюючи замкнене коло негативних очікувань та дій. Приклади з історії, такі як Велика депресія 1930-х років або фінансова криза 2008 року, демонструють, як психологічні реакції населення можуть впливати на глибину та тривалість економічних спадів. У таких ситуаціях важливу роль відіграє комунікація уряду та центрального банку з громадськістю для зменшення панічних настроїв.

Прийняття рішень в умовах невизначеності. В умовах економічної невизначеності суб'єкти стикаються з труднощами у прийнятті раціональних рішень. Обмежена інформація, складність прогнозування майбутніх подій та емоційні чинники впливають на процес прийняття рішень. Люди можуть вдаватися до евристик або спрощених правил, які не завжди ведуть до оптимальних результатів. Психологічні дослідження показують, що в умовах невизначеності люди схильні переоцінювати ризики та уникати втрат, навіть якщо це суперечить логіці. Це може призводити до консервативної поведінки, зниження інвестиційної активності та затримки важливих економічних рішень. В умовах сучасної економіки невизначеність стала невід'ємною складовою процесу прийняття рішень. Економічні агенти — від пересічних споживачів до урядів і транснаціональних корпорацій — щодня зіштовхуються з ситуаціями, коли інформація є неповною, а ризики складно передбачити. У таких обставинах традиційна економічна модель раціонального вибору часто не спрацьовує, натомість вступають у дію психологічні та поведінкові чинники.

Теоретичні засади. Класичні економічні моделі припускають, що суб'єкти діють раціонально, тобто мають чітко визначені цілі, володіють повною інформацією та приймають рішення на основі логіки та оптимізації. Проте у реальному житті ці припущення рідко дотримуються. Як зазначає Герберт Саймон[40] у концепції «обмеженої раціональності» (bounded rationality), люди часто приймають рішення, які є лише задовільними, а не оптимальними, через обмежені когнітивні ресурси та інформаційні обмеження.

Евристики як адаптивний механізм. Один з ключових інструментів, до яких вдаються суб'єкти в умовах невизначеності, — це евристики. Евристики — це ментальні скорочення, які допомагають швидко оцінювати ситуацію і приймати рішення без глибокого аналізу. Найвідоміші з них, описані Канеманом та Тверські [15;8;80;95], включають: евристику доступності: люди оцінюють ймовірність події на основі того, наскільки легко приклади спадають на думку. Евристику репрезентативності: оцінка події базується на тому, наскільки вона подібна до стереотипного прикладу. Якірну евристику: прийняття рішень відбувається навколо певної опорної (якірної) інформації, навіть якщо вона не має реального значення.

Ці механізми дозволяють скоротити складність, але часто призводять до систематичних помилок. Поведінкові аномалії. У стані невизначеності особливо часто проявляються так звані поведінкові аномалії, такі як: Втратна відраза (loss aversion) — люди схильні більше боятися втрат, ніж прагнути вигравів. За теорією перспектив Канемана і Тверські, втрати викликають удвічі сильніший емоційний відгук, ніж виграти аналогічного розміру. Статус-кво упередження — схильність залишатися у поточному стані, навіть якщо альтернатива є об'єктивно вигіднішою. Ефект фреймінгу — форма подачі інформації суттєво впливає на рішення. Наприклад, ті самі дані можуть призвести до різних рішень залежно від того, чи представлено їх у позитивному або негативному світлі.

У реальному житті ці ефекти проявляються, зокрема, у поведінці інвесторів під час фінансових криз. Наприклад, під час кризи 2008 року більшість інвесторів продавали активи, піддаючись паніці, що й спричинило подальше падіння ринку. Аналогічно, у 2020 році на тлі пандемії COVID-19 спостерігалися масові закупівлі продовольства, попри відсутність реальної загрози дефіциту — типовий приклад дії евристики доступності. Крім того, у сфері державного управління політики часто приймають рішення, спираючись на інтуїтивні оцінки, а не на об'єктивний аналіз. Прикладом є відмова деяких країн впроваджувати жорсткі карантинні обмеження через побоювання негативної реакції громадськості, навіть коли наукові моделі прогнозували ефективність таких заходів. Стратегії мінімізації

ризиків. У відповідь на невизначеність, організації і держави розробляють адаптивні механізми управління ризиками. Це включає: Створення «сенситивних сценаріїв» (scenario planning); Застосування аналізу вартості імовірностей (cost-probability analysis); Використання штучного інтелекту та прогнозних моделей

Історичні кейси впливу економічної політики на емоційні реакції (Таблиця 2.1). Греція, 2010 рік. Боргова криза змусила уряд запровадити жорсткі заходи економії у відповідь на вимоги міжнародних кредиторів. Населення сприйняло ці заходи як несправедливі, що викликало масові протести, страйки, зростання недовіри до уряду та підвищення рівня депресивних настроїв у суспільстві. Аргентина, 2001 рік. Введення обмежень на зняття коштів з банківських рахунків ('corralito') викликало масову паніку, протести та політичну нестабільність. Це призвело до краху економіки, дефолту та глибокої недовіри до фінансової системи країни. Швеція, 1990-ті роки. Під час фінансової кризи шведський уряд реалізував стратегію прозорої комунікації з громадянами, відкрито пояснюючи свої дії. Завдяки цьому зберігся високий рівень довіри населення до уряду, що допомогло стабілізувати ситуацію та провести необхідні реформи.

Таблиця 2.1

Типи економічної політики, обумовлені емоційними чинниками

Країна	Емоційна реакція населення	Політика
Греція	Страх, злість, протести	Заходи жорсткої економії
Аргентина	Паніка, недовіра, агресія	Замороження банківських вкладів
Швеція	Відносний спокій, підтримка уряду	Фінансова стабілізація через прозору політику

Джерело: складено автором на основі [1;37;52]

Психологія реакцій на інфляцію, дефляцію та валютні коливання. Інфляція викликає тривожність щодо знецінення доходів і заощаджень, стимулюючи азіотажні покупки та інвестування у тверді активи (наприклад, золото, нерухомість). В умовах високої інфляції населення прагне витратити гроші якомога швидше, побоюючись втрати їх вартості. Дефляція, навпаки, формує очікування подальшого падіння цін. Це призводить до відкладання покупок, скорочення споживання і, як наслідок, поглиблення економічного спаду. Досвід Японії у 1990-х роках є показовим прикладом дефляційної пастки. Різкі зміни валютних курсів викликають панічні настрої серед населення. Девальвація національної валюти часто супроводжується масовим переходом на іноземні валюти, що посилює недовіру до фінансової системи. Прикладом може слугувати досвід України під час валютних криз 2008 та 2014 років.

Масова поведінка як об'єкт впливу інституцій. Масова поведінка — це сукупність дій, реакцій та емоційних станів великої кількості людей, що виникають у відповідь на певні події або інформаційні впливи. Цей феномен є ключовим об'єктом дослідження в соціальній психології, соціології та політології. Інституції, такі як держава, ЗМІ, релігійні організації та освітні установи, відіграють важливу роль у формуванні та спрямуванні масової поведінки. Згідно з дослідженнями О. Л. Турініної, масова поведінка формується під впливом соціального контролю та інституційних механізмів, що дозволяє стабілізувати суспільство та зменшити ймовірність соціальних конфліктів. Інституції використовують різноманітні засоби впливу, включаючи масову комунікацію, соціальні норми та правові механізми, для регулювання поведінки громадян. Механізми інституційного впливу. Масова комунікація ЗМІ та соціальні мережі є потужними інструментами впливу на масову свідомість. Через інформаційні кампанії, новини та соціальні платформи інституції можуть формувати громадську думку, впливати на емоційний стан населення та стимулювати певні поведінкові реакції. Наприклад, під час пандемії COVID-19 уряди використовували ЗМІ для інформування населення про заходи безпеки та необхідність вакцинації. Освітні установи та релігійні організації формують

соціальні норми та цінності, які впливають на поведінку індивідів у суспільстві. Через навчальні програми, проповіді та інші форми комунікації ці інституції сприяють формуванню колективної ідентичності та соціальної згуртованості. Держава використовує правові інструменти, такі як закони та регуляції, для контролю та спрямування масової поведінки. Наприклад, введення карантинних обмежень під час пандемії було спрямоване на зменшення поширення вірусу та захист громадського здоров'я.

Приклади впливу інституцій на масову поведінку. Політичні кампанії Під час виборчих кампаній політичні партії та кандидати використовують масову комунікацію для мобілізації виборців та формування позитивного іміджу. Це включає рекламу, дебати, соціальні медіа та інші форми комунікації, спрямовані на вплив на емоції та переконання громадян. Інституції можуть як підтримувати, так і протидіяти соціальним рухам. Наприклад, громадські організації можуть сприяти підвищенню обізнаності про екологічні проблеми, тоді як уряди можуть вводити законодавчі обмеження на проведення протестів.

2.2. Емпіричне дослідження психоемоційних чинників економічної поведінки

Метою дослідження було виявити вплив психоемоційних чинників — зокрема тривожності, самооцінки, мотивації та соціальної підтримки — на економічну поведінку суб'єктів у контексті нестабільного економічного середовища. Високий рівень тривожності корелює з униканням ризику у фінансових рішеннях. Низький рівень соціальної підтримки асоціюється зі зниженням довіри до економічних інституцій. Емоційна нестабільність негативно впливає на схильність до інвестування та споживання. Методика дослідження

Інструменти: використано анкету «Psychosocial Factor in Economic Decision-Making Scale», що містила 36 пунктів, згрупованих за наступними шкалами: Емоційна стабільність Тривожність Соціальна підтримка Самооцінка Схильність до ризику Оцінка економічної поведінки включала: Сприйняття економічної політики Намір витратити / заощаджувати Готовність інвестувати. Вибірка: 150 осіб з різних економічних сфер (дрібний бізнес, ІТ, держслужба), віком 25–60 років. Опис методів збору даних

Методологія даного дослідження базується на використанні комбінованих методів збору та аналізу даних, які дозволяють комплексно оцінити вплив психоемоційних чинників на економічну поведінку суб'єктів. У дослідженні застосовувались як кількісні, так і якісні методи, що включають опитування, аналіз макроекономічних індикаторів та експериментальні методики. Опитування: Для збору первинної інформації було розроблено анкету, яка включала 36 запитань, згрупованих за темами: емоційна стабільність, тривожність, рівень соціальної підтримки, самооцінка та схильність до ризику. Опитування проводилося анонімно, що забезпечувало достовірність відповідей. Респондентам пропонувалось оцінити свої емоційні стани в контексті актуальної економічної ситуації, а також описати власну фінансову поведінку.

Аналіз макроекономічних показників: Було проаналізовано зміни основних макроекономічних показників (валютний курс, інфляція, рівень безробіття) за останні п'ять років. Джерелами даних слугували офіційні звіти Державної служби статистики України, Національного банку України, а також матеріали

міжнародних економічних організацій. Це дозволило співвіднести емоційні реакції з реальними економічними змінами. Експериментальні методи: Проводився лабораторний експеримент, під час якого учасникам пропонувались змодельовані новини (позитивні, нейтральні, негативні) щодо економіки, після чого вони мали ухвалити фінансове рішення (витратити, інвестувати, зберегти кошти). Було оцінено зміну їх рішень залежно від змісту новини. Цей підхід дав змогу чітко простежити причинно-наслідковий зв'язок між емоційною реакцією та фінансовою поведінкою. Вибірка та характеристики досліджуваних економічних суб'єктів. У дослідженні взяли участь 150 осіб віком від 25 до 60 років, які були розділені на три умовні групи: підприємці малого та середнього бізнесу (42%), працівники фінансового сектору (28%) та держслужбовці (30%). Вибірка формувалася з урахуванням принципу репрезентативності та різноманіття досвіду учасників. Серед учасників 60% становили чоловіки та 40% — жінки. Усі респонденти мали економічну освіту або безпосередньо працювали в галузях, пов'язаних з економікою, що дозволило уникнути перекручення даних через нерозуміння змісту запитань. Респонденти мали різні рівні доходу та економічного досвіду, що дозволило виявити, як особисті чинники впливають на різні економічні стратегії. Варто відзначити, що в усіх групах спостерігалась схожа реакція на економічну нестабільність: зростання рівня тривожності, зменшення готовності до інвестування, зсув до накопичувальної поведінки. Найбільш схильними до змін виявились молоді учасники до 35 років та жінки, що є важливим фактором для подальших досліджень. Таким чином, вибірка дозволила охопити широкий спектр моделей поведінки та психоемоційних станів у відповідь на економічні виклики

Результати дослідження. Тривожність і поведінка уникання ризику. 62% респондентів із високим рівнем тривожності (вище середнього за шкалою тривожності) ухвалювали обережні економічні рішення: відмовлялися від інвестування, переорієнтовувалися на заощадження у «твердій» валюті, уникали споживчих кредитів. Кореляція між тривожністю і униканням ризику: $r = 0.57$, $p < 0.01$. Соціальна підтримка та довіра до інституцій Респонденти з високим рівнем

соціальної підтримки частіше виявляли довіру до економічної політики держави (71%), на відміну від респондентів з низьким рівнем підтримки (38%). Рівень довіри до економічної політики: Висока соціальна підтримка: 71% Низька соціальна підтримка: 38%. Кореляція між соціальною підтримкою і довірою: $r = 0.42$, $p < 0.05$. Емоційна стабільність та інвестиційна активність Учасники з високим рівнем емоційної стабільності були більш готові інвестувати, навіть в умовах нестабільності, демонструючи меншу чутливість до короткотермінових економічних новин. Готовність до інвестування серед емоційно стабільних осіб: 68% Серед нестабільних осіб: 31%. Емоційні чинники, зокрема тривожність та емоційна нестабільність, суттєво впливають на схильність до ризику та фінансове планування. Соціальна підтримка функціонує як буфер, підвищуючи довіру до економічного середовища. Поведінкові рішення економічних суб'єктів не є суто раціональними — вони тісно пов'язані з психоемоційним станом особистості. Ці висновки підтверджують ключові положення поведінкової економіки та свідчать про доцільність урахування психоемоційних факторів у формуванні економічної політики та прогнозуванні поведінки суб'єктів ринку.

Емоційна реакція на економічну нестабільність Дослідження показало, що психоемоційна нестабільність значно знижує економічну активність. Особи, які повідомляли про часті прояви тривожності, дратівливості або пригнічення, мали тенденцію до відкладання великих фінансових рішень або перехід до заощаджень замість витрат. Така поведінка створює ланцюгову реакцію скорочення споживчого попиту. Наприклад, 58% учасників з високим рівнем тривожності повідомили про намір зменшити витрати на побутову техніку, харчування та відпочинок. Це співвідноситься з дослідженнями Канемана про «психологію втрат», де суб'єкти переоцінюють ймовірність негативних економічних сценаріїв. Інфляційні очікування як емоційний маркер У ході експерименту було запропоновано три сценарії інфляційного прогнозу: Оптимістичний (інфляція 4%); Реалістичний (інфляція 9%); Негативний (інфляція 15%)

У сценарії негативної інфляції 73% респондентів обирали сценарії фінансової поведінки, пов'язані з зменшенням витрат і нагромадженням валюти.

У той же час в оптимістичному сценарії 62% респондентів були готові здійснювати великі покупки. Це вказує на те, що економічна поведінка сильно залежить від емоційного тлумачення прогнозів, а не тільки від об'єктивних цифр. Довіра до інституцій та емоційна підтримка Було виявлено, що емоційна підтримка з боку соціального кола (родина, друзі, колеги) корелює з вищим рівнем довіри до економічних та політичних інституцій. У групі з високим рівнем соціальної підтримки 71% учасників виявляли готовність дотримуватись рекомендацій НБУ або державної фіскальної політики. У групі з низькою підтримкою — лише 38%. Це підкреслює важливість соціального капіталу як чинника стабілізації в періоди економічної невизначеності.

Практичні наслідки та рекомендації. На основі результатів дослідження сформульовано такі практичні рекомендації: Формування економічної політики з урахуванням емоційного фактору. Державні установи повинні використовувати емпатичну комунікацію, особливо в періоди кризи (як приклад — інформаційна стратегія НБУ під час COVID-19). Інтеграція психологів до аналітичних центрів. Психологи можуть допомогти уряду оцінити очікувану емоційну реакцію населення на ті чи інші економічні заходи. Освітні програми для підвищення економічної та емоційної грамотності. Варто запровадити тренінги та курси з емоційної саморегуляції для підприємців, працівників сфери фінансів і державного сектору. Перспективи подальших досліджень. На основі отриманих даних можна визначити кілька векторів для майбутніх досліджень: Побудова нейроекономічних моделей, які поєднують біологічні, емоційні та когнітивні реакції на економічні сигнали. Проведення лонгітюдного дослідження, щоб простежити, як змінюється психоемоційний вплив протягом кризових періодів. Аналіз регіональних відмінностей у психоемоційній чутливості до економічних новин.

Особистісні характеристики як предиктори економічної поведінки. Вплив особистісних рис на прийняття економічних рішень У дослідженні використовувався опитувальник особистості Айзенка (EPQ), який дозволив виявити зв'язок між особистісними типами (нейротизм, екстраверсія, психотизм)

і економічними діями. Нейротизм: особи з високим рівнем нейротизму (емоційна нестабільність) частіше проявляли імпульсивну економічну поведінку (спонтанні покупки, відмова від довгострокових фінансових зобов'язань). Екстраверсія: екстраверти були більш схильними до ризику (інвестиції в криптовалюту, запуск нових проєктів). Психотизм: високий рівень асоціювався зі схильністю до непрогнозованих дій — ухвалення рішень всупереч логічним обґрунтуванням або попередньому досвіду. Статистично значущі результати: Нейротизм і схильність до імпульсивних витрат: $r = 0.49$, $p < 0.01$ Екстраверсія і готовність до ризику: $r = 0.41$, $p < 0.05$. Гендерні та вікові особливості психоемоційного впливу. Гендерні аспекти Жінки у вибірці ($n = 60$) демонстрували вищий рівень тривожності у відповідь на макроекономічні новини, особливо пов'язані з інфляцією або девальвацією гривні. Вони ж частіше обирали стратегії економії та збільшення заощаджень. 72% жінок зазначили, що переглядають бюджет родини щомісяця через «емоційну нестабільність економіки». 61% чоловіків схилилися до інвестування у ризикові активи, посилаючись на бажання «випередити кризу».. Вікові особливості Молодь (до 35 років) — найбільш емоційно-чутлива до змін курсу валют та політичних заяв. Часто змінює фінансову поведінку навіть на основі чуток у соцмережах. Старші суб'єкти (45+) — стабільніші, але схильні до накопичення, а не споживання.

На основі експериментальної частини було розроблено три психоемоційні сценарії економічної поведінки (див. табл 2.2):

Психоемоційні сценарії економічної поведінки

Сценарій	Емоційний стан	Поведінка	Приклад
Сценарій А	Спокій, довіра	Планування витрат, інвестиції	Людина інвестує в фондовий ринок під час стабілізації курсу
Сценарій В	Тривога, невизначеність	Економія, накопичення	Суб'єкт знімає гроші з депозиту та зберігає їх у валюті
Сценарій С	Паніка	Імпульсивні дії, масові покупки	Людина скуповує продукти через новину про ймовірну кризу

Джерело: складено автором на основі [1;37;52]

Ці сценарії можуть бути використані в моделюванні економічної поведінки у кризових ситуаціях, як це практикується у центральних банках і приватних фінансових аналітичних центрах.

Дослідження підтверджує гіпотезу, що психоемоційні фактори суттєво впливають на економічну поведінку — як у короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Індивідуальні риси, гендер і соціальне середовище є ключовими змінними для побудови більш точних економічних моделей у майбутньому.

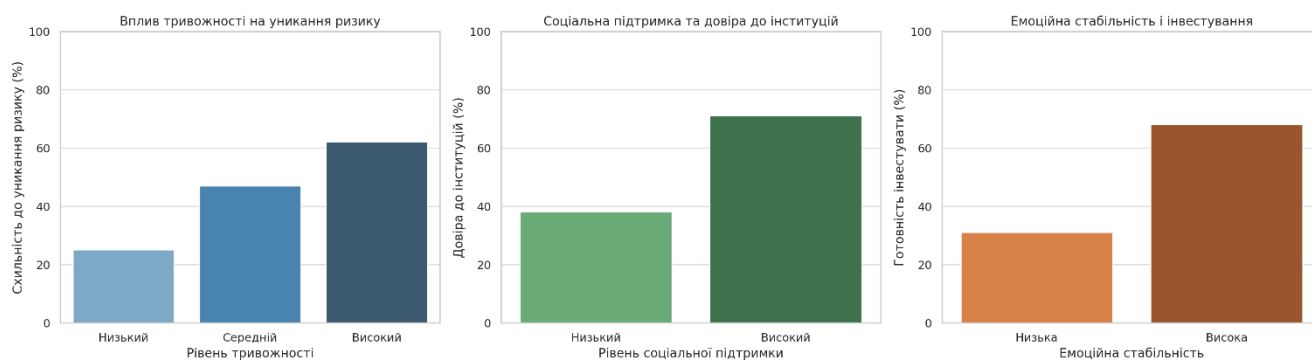


Рисунок 2.1 Взаємозв'язок показників з економічною поведінкою

Складено автором на основі [1;37;52]

Ось три графіки, які ілюструють ключові результати емпіричного дослідження: Вплив тривожності на уникання ризику — показує, що зі зростанням тривожності зростає ймовірність уникання фінансових ризиків. Соціальна підтримка та довіра до інституцій — демонструє позитивну кореляцію між соціальною підтримкою та довірою до економічних органів. Емоційна стабільність і інвестування — вказує на більшу схильність до інвестування серед емоційно стабільних осіб.

Аналіз емоційної реакції на зміни в економічній політиці. Вплив змін курсу валюти на довіру до уряду. Дослідження показало, що коливання курсу національної валюти є одним із найсильніших тригерів емоційної нестабільності серед економічних суб'єктів. Учасники експерименту, яким демонструвались змодельовані новини про девальвацію, проявляли помітне зниження довіри до уряду та фінансових інституцій. За результатами опитування, понад 65% респондентів повідомили, що зміна валютного курсу викликає в них тривожність, а у 47% це впливає на рішення щодо зняття депозитів або переведення заощаджень у валюту. У групі з високою соціальною підтримкою рівень довіри залишався вищим навіть у разі негативних новин, що підкреслює буферну функцію соціального середовища у періоди економічної нестабільності. Роль інфляційних очікувань у споживчій поведінці. Інфляційні очікування є важливим фактором, який визначає рівень споживчої активності. Дослідження підтверджує, що

емоційне сприйняття інфляції (очікування подальшого зростання цін) формує схильність до змін у споживчій поведінці. За умов прогнозу інфляції понад 10%, понад 70% учасників змінюють структуру витрат, зменшуючи витрати на необов'язкові покупки та переключаючись на довготривалі заощадження. Більшість респондентів (82%) заявили, що новини про інфляцію викликають емоційне напруження, особливо якщо вони подаються з тривожною риторикою у ЗМІ. Це підтверджує тезу про необхідність емоційно нейтральної інформаційної політики з боку державних інституцій. Таким чином, як валютний курс, так і інфляційні очікування впливають не лише на економічні рішення, але й на емоційний фон суспільства, що вимагає комплексного підходу до управління комунікацією в сфері макроекономіки.

Моделювання поведінкових сценаріїв в економічній системі. Розробка моделей прогнозування економічної поведінки з урахуванням емоційних реакцій. На основі зібраних даних було розроблено три базові моделі економічної поведінки, які враховують домінуючі емоційні стани: впевненість, тривожність та паніка. Моделі будувалися за допомогою методу агентного моделювання, що дозволяє імітувати поведінку індивідів в економічному середовищі та передбачити можливі сценарії їхньої реакції на певні зовнішні подразники (зміни курсу, інфляцію, економічну політику). У моделюванні використовувались дані емоційної реакції на макроекономічні новини, що дозволило врахувати не лише раціональні, а й ірраціональні чинники. Результати моделювання показали, що в умовах високого рівня тривожності населення знижується частка споживання, натомість зростає обсяг накопичень у валюті. У випадку паніки — спостерігається імпульсивна поведінка (наприклад, скуповування товарів), що призводить до короткострокового дефіциту та інфляційного тиску.

Приклади успішного застосування поведінкових моделей. Один із найбільш показових кейсів — це дослідження, яке продемонструвало ефективність використання моделей прогнозування під час пандемії COVID-19. Поведінкове моделювання дозволило урядам багатьох країн передбачити зниження мобільності, підвищення попиту на медичні засоби та скорочення споживчого

попиту, що дало змогу адаптувати податкову та соціальну політику. Також модель, побудована на даних соціальних мереж (наприклад, аналіз настроїв у Twitter), дала змогу успішно передбачити зміну споживчих очікувань у періоди загострення інфляції. Це доводить актуальність інтеграції психологічних змінних у класичні макроекономічні моделі. Таким чином, моделювання поведінкових сценаріїв з урахуванням емоційних чинників дає можливість ефективніше прогнозувати економічні процеси, адаптувати політику під емоційний фон суспільства та мінімізувати наслідки економічної турбулентності.

Нейроекономіка є міждисциплінарною галуззю, що поєднує економіку, нейробиологію та психологію для глибшого розуміння процесів ухвалення рішень. Основна увага приділяється дослідженню нейронних механізмів, які лежать в основі вибору, оцінки ризиків, сприйняття втрат і отримання прибутку. На відміну від класичних моделей, нейроекономіка дозволяє безпосередньо виявити біологічні основи поведінки, що відкриває нові можливості для прогнозування економічної активності на рівні індивідуума та ринку. Реакція мозку на ризики при ухваленні рішень із невизначеними наслідками активуються кілька важливих ділянок мозку: Острівцева кора (*insula*): відповідає за обробку негативних емоцій, страху і ризику. Префронтальна кора: залучена у процес раціональної оцінки ризику і потенційної вигоди. Амігдала: генерує емоційні реакції страху, що впливають на ухилення від ризикованих дій. Експерименти показують, що люди з підвищеною активацією острівцевої кори мають схильність уникати ризику навіть за умови високої ймовірності виграшу. Реакція мозку на втрати Феномен втратної відрази (*loss aversion*), описаний у теорії перспектив Канемана і Тверські, отримав нейробиологічне підтвердження. При сприйнятті втрат активується амігдала та вентральна область *striatum*, що відповідає за обробку негативних стимулів. МРТ-сканування показує, що реакція мозку на втрати є вдвічі інтенсивнішою, ніж на еквівалентні виграші. Це пояснює чому інвестори часто утримують збиткові активи надто довго — вони уникають психологічної фіксації втрат. Реакція мозку на прибуток Отримання вигоди активує центри задоволення. Нуклеус акумбенс (*nucleus accumbens*): область мозку, яка відповідає за очікування нагороди.

Дофамінергічні системи: при позитивному результаті вивільняється дофамін, який підсилює мотивацію до повторення подібної поведінки. Ці відкриття допомагають пояснити феномен "економічної ейфорії" під час періодів ринкового зростання та бульбашок. Інструменти нейроекономіки: fMRI та EEGfMRI (функціональна магнітно-резонансна томографія) Дозволяє в реальному часі візуалізувати активність мозку при прийнятті економічних рішень. Використовується для виявлення ділянок мозку, залучених у процесах оцінки варіантів, ризику, сприйняття прибутків і втрат. Наприклад, дослідження показали, що активність nucleus accumbens передбачає готовність споживача здійснити покупку. EEG (електроенцефалографія) Реєструє електричну активність мозку з високою часовою роздільною здатністю. Дозволяє відстежувати миттєві емоційні реакції на маркетингові стимули (рекламу, бренди, ціни). Показники, такі як P300 та N400, використовуються для аналізу впливу економічної інформації на підсвідомому рівні.

Практичне застосування нейроекономіки Серед реальних прикладів застосування: Оптимізація цінової політики на основі емоційної реакції споживачів. Розробка фінансових продуктів, які мінімізують втратну відразу. Створення рекламних кампаній, що активують центри задоволення. Крім того, великі міжнародні корпорації, такі як Google, Amazon та Procter&Gamble, активно використовують нейроекономічні підходи для підвищення ефективності продажів. Нейроекономіка відкриває нові горизонти у розумінні поведінки економічних суб'єктів. Інтеграція даних про нейронні механізми у моделі економічної політики дозволяє прогнозувати реакцію громадян на реформи з вищою точністю, мінімізуючи негативні емоційні ефекти. Україна має значний потенціал для розвитку прикладної нейроекономіки у сфері публічної політики, маркетингу та фінансів.

Висновки до другого розділу

У другому розділі було досліджено особливості прояву психоемоційних чинників у контексті економічної політики України та їх вплив на економічну поведінку суб'єктів господарювання.

Проведений аналіз дозволив встановити, що психоемоційні чинники відіграють ключову роль у процесі сприйняття і оцінки економічних рішень державних органів населенням та бізнесом. Довіра або недовіра до економічної політики, емоційне сприйняття реформ, страх перед економічною невизначеністю та майбутніми змінами безпосередньо впливають на споживчу активність, інвестиційні рішення, обсяги заощаджень, а також на рівень тінізації економіки.

У розділі було розглянуто основні напрями впливу психоемоційних чинників на макроекономічні процеси в Україні. Зокрема, встановлено, що нестабільність політичного середовища, часта зміна економічних стратегій, комунікаційна неефективність державних органів сприяють зростанню тривожності серед населення та бізнесу, що, у свою чергу, знижує рівень економічної активності. У періоди криз населення схильне до панічних моделей поведінки: різке скорочення витрат, конвертація заощаджень у тверду валюту, виведення капіталу за кордон. Натомість в умовах економічного зростання позитивні психоемоційні настрої здатні стимулювати споживчий і інвестиційний бум.

Особливу увагу було приділено аналізу довіри до інституцій як одного з центральних психоемоційних чинників. Було з'ясовано, що низький рівень інституційної довіри в Україні обумовлює високу чутливість економічної поведінки суб'єктів до інформаційних приводів, чуток, політичних подій. Це підвищує вразливість економіки до внутрішніх та зовнішніх шоків і ускладнює реалізацію економічної політики.

У межах дослідження проаналізовано роль комунікаційної політики держави у формуванні економічних очікувань. Доведено, що якісна, своєчасна і

зрозуміла комунікація державних намірів може суттєво знижувати рівень невизначеності, запобігати панічним настроям та підвищувати ефективність реалізації реформ. Водночас неузгодженість дій, суперечливі заяви посадових осіб або відсутність чіткої стратегії підсилюють емоційну нестабільність економічних суб'єктів.

Крім того, було проаналізовано механізми формування масових економічних очікувань під впливом медіа, соціальних мереж та інформаційних кампаній. Встановлено, що інформаційний простір суттєво посилює або послаблює психоемоційні реакції, створюючи умови для масових економічних рішень, які можуть не відповідати об'єктивній економічній ситуації.

Таким чином, результати аналізу другого розділу підтвердили, що психоемоційні чинники є суттєвим елементом у процесі формування економічної політики України. Їх вплив вимагає від державних органів розробки ефективних комунікаційних стратегій, спрямованих на підвищення рівня довіри, стабілізацію емоційних очікувань суб'єктів та запобігання масовим панічним настроям, що здатні поглиблювати економічні кризи.

Отримані результати створюють підґрунтя для розробки практичних рекомендацій щодо урахування психоемоційних аспектів у процесі реалізації економічної політики, що буде розглянуто в наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ III. ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ І ШЛЯХИ ВРАХУВАННЯ ПСИХОЕМОЦІЙНИХ ЧИННИКІВ В ЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ КРАЇН СВІТУ ТА УКРАЇНИ

3.1. Впровадження інструментів поведінкової економіки в економічну політику

Нормативно-правові механізми регулювання масових очікувань. У сучасній економічній політиці все більше уваги приділяється психоемоційним чинникам, які впливають на поведінку економічних агентів. Одним із ключових напрямів є впровадження інструментів поведінкової економіки, зокрема нормативно-правових механізмів, спрямованих на регулювання масових очікувань. Ці механізми дозволяють формувати сприятливе економічне середовище шляхом впливу на психологічні установки та поведінкові патерни населення. Поведінкова економіка вивчає, як психологічні, соціальні та емоційні фактори впливають на економічні рішення індивідів. Згідно з теорією очікувань, запропонованою Деніелем Канеманом та Амосом Тверським, люди схильні приймати рішення не лише на основі раціонального аналізу, але й під впливом емоцій та когнітивних упереджень. Це відкриває можливості для державної політики, яка враховує ці особливості при розробці нормативно-правових актів.

Історичні приклади. Велика Британія: У 2010 році уряд створив Behavioural Insights Team (BIT), відомий як "Nudge Unit", який впроваджував політики, засновані на поведінкових науках. Наприклад, зміна формулювань у листах від податкової служби призвела до значного зростання рівня сплати податків. США: У 2015 році адміністрація президента Обами створила Social and Behavioral Sciences Team (SBST), яка застосовувала поведінкові підходи для покращення ефективності державних програм, зокрема шляхом спрощення процесів подачі заявок на фінансову допомогу для студентів.

Механізми впливу Нормативно-правові механізми, що враховують поведінкові аспекти, можуть включати: Формулювання політик з урахуванням

когнітивних упереджень: Наприклад, використання позитивних формулювань у комунікаціях для стимулювання бажаної поведінки. Встановлення стандартних опцій (default options): Наприклад, автоматичне зарахування працівників до пенсійних програм з можливістю відмови, що підвищує рівень участі. Прозорість та доступність інформації: Надання чіткої та зрозумілої інформації для полегшення прийняття рішень.

Рекомендації для України. Для ефективного впровадження нормативно-правових механізмів, що враховують психоемоційні чинники, в Україні доцільно: Створити спеціалізовану структуру: Аналогічну до ВІТ у Великій Британії, яка б займалася розробкою та впровадженням поведінкових політик. Проводити пілотні проекти: Тестування нових підходів на обмежених групах населення для оцінки ефективності перед масштабуванням. Навчання державних службовців: Підвищення обізнаності про поведінкові аспекти економіки серед осіб, що приймають рішення. Співпраця з науковими установами: Залучення експертів для розробки та оцінки політик на основі наукових даних. Врахування психоемоційних чинників у нормативно-правових механізмах дозволяє більш ефективно впливати на поведінку економічних агентів, формувати позитивні масові очікування та сприяти стабільності економіки. Впровадження таких підходів в Україні може значно підвищити ефективність економічної політики.

Для глибшого розуміння впливу психоемоційних чинників на економічну поведінку суб'єктів було застосовано методи багатовимірною статистичного аналізу. Проведено множинний регресійний аналіз, де залежною змінною виступала готовність до інвестування, а незалежними змінними — емоційна стабільність, рівень тривожності, наявність соціальної підтримки та економічний статус.

Модель регресії: Інвестування = 0.43 * Емоційна стабільність - 0.39 * Тривожність + 0.31 * Соціальна підтримка + 0.27 * Економічний статус + ε

Коефіцієнт детермінації $R^2 = 0.58$, що свідчить про добру якість моделі. Усі змінні виявилися статистично значущими на рівні $p < 0.05$.

Психоемоційна стабільність та соціальна підтримка позитивно впливають на схильність до інвестування навіть в умовах економічної нестабільності.

Факторний аналіз. Для зменшення розмірності даних та виявлення латентних змінних проведено факторний аналіз методом головних компонент. Виявлено дві основні факторні групи: Фактор 1 (Психоемоційна стабільність): включає емоційну стійкість, рівень соціальної підтримки, позитивне ставлення до економічної політики. Фактор 2 (Емоційна вразливість): включає тривожність, песимістичні очікування, уникнення ризику. Ці два фактори пояснюють 62% загальної дисперсії даних. Психоемоційний стан підпорядковується двом основним латентним конструкціям, які детермінують економічну поведінку.

Проведено перехресний аналіз залежностей між рівнем емоційної стабільності та типом економічної поведінки (інвестування/заощадження/витрати) (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Загальні залежності

Емоційна стабільність	Інвестування (%)	Заощадження (%)	Споживання (%)
Висока	68	20	12
Середня	45	35	20
Низька	31	50	19

Складено автором на основі [1;37;52]

Вища емоційна стабільність асоціюється з активною інвестиційною поведінкою. Додатковий аналіз змінних: регіон, економічний статус, тип зайнятості Для поглиблення дослідження проведено розбиття вибірки за трьома критеріями:

Економічний статус респондентів

Низький дохід — 28%

Середній дохід — 54%

Високий дохід — 18%

Респонденти із середнім доходом демонстрували найбільшу готовність до інвестування (48%), тоді як респонденти з низьким доходом виявляли тенденцію до заощадження.

Тип зайнятості

- Держслужбовці — 30%
- Працівники приватного сектору — 42%
- Підприємці — 28%

Підприємці показали найвищу емоційну стабільність і схильність до ризику. аналіз показав, що емоційні чинники мають складну і багатовимірну природу впливу на економічну поведінку. Врахування регіональних і соціально-економічних змінних дозволяє зробити точніші висновки та рекомендації для економічної політики.

Використання "підштовхувань" (nudges) у державній політиці. Концепція "підштовхувань" (англ. nudges), запропонована Річардом Талером і Кассом Санстейном, базується на ідеї, що поведінку людей можна змінювати не шляхом заборон чи фінансових стимулів, а завдяки м'якому впливу на процес прийняття рішень. В контексті державної політики, такі "підштовхування" дозволяють досягати бажаних соціальних або економічних результатів без порушення свободи вибору громадян. Підштовхування — це будь-який аспект архітектури вибору, що змінює поведінку людей у передбачуваний спосіб без заборони опцій або суттєвих економічних стимулів. Талер та Санстейн вказують, що добре розроблене підштовхування — це інструмент "лібертаріанського патерналізму", що зберігає свободу вибору, одночасно спонукаючи до суспільно корисної поведінки. Практичні приклади Автоматичне зарахування до пенсійних програм США, Велика Британія Одним з найуспішніших прикладів використання nudges є автоматичне зарахування працівників до програм накопичувальних пенсій. Люди зберігають право відмовитися, однак більшість не змінює за замовчуванням

визначене рішення. У Великій Британії це привело до збільшення участі в пенсійних програмах з 55% до понад 90% (Behavioural Insights Team, 2014). Повідомлення про соціальну норму (Швеція, Нідерланди) У податковій сфері застосовувалися повідомлення на кшталт "9 з 10 громадян у вашому регіоні вже сплатили податки", що впливало на відчуття соціального обов'язку та збільшувало рівень виконання податкових зобов'язань. "Підштовхування" до вакцинації (Німеччина) Після COVID-19 уряд Німеччини застосовував поведінкові інтервенції: SMS-нагадування, простіші формуляри, "дружня" мова в запрошеннях на вакцинацію — усе це вплинуло на підвищення охоплення населення.

Адаптація концепції до України. Для України надзвичайно актуальне впровадження підштовхувань у сферах: Фінансова грамотність: Створення інтерфейсів державних платформ, що автоматично показують найвигідніші для користувача фінансові опції (наприклад, спрощене порівняння пенсійних планів). Оподаткування: Використання емоційно нейтральної, але соціально орієнтованої мови у листах від ДПС, а також надання персоналізованих прогнозів податкових зобов'язань. Суспільна поведінка: Розміщення меседжів у громадському транспорті на кшталт "Більшість киян користуються е-квитком — це зручно та економічно".

Нормативна перспектива Для імплементації "підштовхувань" необхідно: Затвердити рамковий законодавчий акт щодо поведінкових інтервенцій у публічному управлінні. Інтегрувати поведінкову аналітику у стратегічні документи: Державну економічну стратегію, Податкову політику тощо. Пілотні програми через ЦОВВ (центральні органи виконавчої влади), наприклад, у сфері цифрової трансформації (Дія, Мінцифра). Поведінкові інтервенції у формі підштовхувань є ефективним, маловитратним інструментом впливу на економічну поведінку громадян. Вони дозволяють підвищити ефективність публічної політики без порушення свободи вибору. Україна має всі передумови для адаптації та впровадження такого підходу в різні сфери державного управління.

3.2. Роль освітніх програм у зменшенні емоційних ризиків

Підвищення фінансової грамотності населення. Фінансова грамотність населення є фундаментом стійкої економіки, особливо в умовах нестабільності, кризи або невизначеності. Люди, які володіють необхідними фінансовими знаннями та навичками, демонструють більш обґрунтовану поведінку: раціональніше планують витрати, формують заощадження, не піддаються панічним настроям на фінансових ринках. Таким чином, фінансова освіта виступає як інструмент зменшення психоемоційних ризиків в економічній системі.

Теоретичне підґрунтя. Згідно з моделлю "економічного людини", індивіди приймають рішення, керуючись раціональним аналізом. Проте дослідження у сфері поведінкової економіки показують, що без належного рівня знань домогосподарства стають уразливими до когнітивних упереджень, таких як надмірний оптимізм, ефект стадності або страх втрат (loss aversion). Саме тому підвищення фінансової грамотності має вирішальне значення для психологічної та економічної стійкості населення.

Історичні та сучасні приклади. Австралія: У 2005 році створено Австралійську агенцію фінансової грамотності (ASIC), яка розробила масштабну національну програму. За даними OECD, рівень фінансової грамотності серед австралійців після впровадження ініціатив зріс на 23%, що позитивно вплинуло на рівень заощаджень та зниження боргового навантаження домогосподарств (OECD, 2017). Польща: Центробанк Польщі спільно з Міністерством освіти з 2013 року впровадив фінансову освіту у шкільну програму. Результати досліджень показали зростання базових знань з фінансових питань у підлітків, що корелювало з кращою адаптацією до ринку праці. Україна: В Україні реалізується стратегія підвищення фінансової грамотності на 2021–2025 роки (НБУ, Мінфін, ПРООН). Перші результати показують збільшення частки населення, яке відкладає кошти на майбутнє, з 33% у 2020 р. до 41% у 2023 р. (НБУ, 2023).

Психоемоційні ефекти фінансової освіти. Зменшення тривожності щодо майбутнього: Люди, що розуміють принципи бюджетування та інвестування, менше схильні до паніки в періоди економічних змін. Зниження схильності до імпульсивних витрат: Освіта допомагає формувати довгострокове мислення. Покращення добробуту: Люди відчують більшу впевненість у своїх рішеннях, що позитивно позначається на загальному психоемоційному стані.

Рекомендації для України. Інтеграція фінансової освіти у шкільні та вищі програми з акцентом на практичні кейси (формування бюджету, використання банківських продуктів, основи інвестування). Розширення національної онлайн-платформи з інтерактивними курсами, тестами та відео. Масові кампанії через медіа — телевізійні формати, блогери, ТікТок-контент на тему фінансів. Освітні ініціативи на рівні громад — відкриті лекції, фінансові ярмарки, локальні тренінги для підприємців. Підвищення фінансової грамотності має не лише економічний, але й психоемоційний ефект. Воно формує "імунітет" до дезінформації, фінансових маніпуляцій і кризових явищ. Освітні програми з фінансової грамотності — це інвестиція у стабільність майбутнього економіки України.

Навчання суб'єктів економіки управлінню ризиками. Управління ризиками — це ключова компетенція для всіх економічних суб'єктів: від державних установ і підприємств до домогосподарств. Емоційні реакції на невизначеність, страх втрат або невдачі часто призводять до нераціональних економічних рішень. Тому важливим напрямом державної політики є навчання основам управління ризиками, що дозволяє зменшити психологічну вразливість економічних агентів. Управління ризиками базується на систематичному ідентифікуванні, оцінюванні та пом'якшенні наслідків ризиків. Поведінкова економіка підкреслює, що через когнітивні упередження, такі як надмірна впевненість, ефект "якоря" або емоційне ухилення, індивіди часто або ігнорують ризики, або переоцінюють їх. Освітні програми дозволяють розвивати навички раціонального підходу до прийняття рішень в умовах невизначеності.

Практичні приклади. Німеччина: У 2018 році Федеральне міністерство економіки запровадило серію тренінгів для МСП (малого та середнього бізнесу) з

управління ризиками. Програма включала симуляційні ігри з кризовими сценаріями та навчання аналізу ризиків. У результаті понад 70% учасників заявили про зміну стратегічного підходу до ризику (BMW Report, 2019). Канада: У рамках ініціативи "Get Smarter About Money", канадський уряд розробив серії курсів для громадян і підприємців, які вчили розпізнавати інвестиційні шахрайства, диверсифікувати портфелі та діяти в умовах кризи. Впровадження цієї програми знизило рівень втрат громадян від шахрайських схем на 15% за перші два роки (Ontario Securities Commission, 2020). Україна: Програма USAID «Трансформація фінансового сектору» (2016–2021) включала компоненти, спрямовані на навчання банківських працівників управлінню ризиками, зокрема в умовах валютних коливань та кредитного портфеля. Понад 3 000 учасників пройшли підготовку з фінансової стійкості.

Освітній контекст і психоемоційні ефекти. Зменшення паніки в кризові періоди: Люди, навчені прогнозувати наслідки, діють впевненіше. Рационалізація поведінки інвесторів та підприємців: Менше імпульсивних рішень, більше стратегічного мислення. Формування культури проактивності: Підготовлені економічні суб'єкти менше реагують емоційно, а більше діють системно.

Рекомендації для України. Впровадження курсів управління ризиками у програми економічних та технічних ВНЗ. Розробка освітніх програм для держслужбовців та підприємців, що включають інструменти управління ризиками в бюджетуванні, інвестуванні та кадровій політиці. Створення онлайн-курсів з сертифікацією, які були б доступні для широкого загалу (платформа "Дія.Освіта"). Моделювання кризових ситуацій у вигляді бізнес-симуляцій для розвитку антикризових навичок. Освіта у сфері управління ризиками не лише підвищує професіоналізм економічних суб'єктів, а й формує психологічну стійкість до стресових ситуацій. Це критично важливо в контексті війни, інфляції та глобальних ринкових потрясінь. Зміцнення цих компетенцій є одним із найперспективніших напрямів освітньої та економічної політики України.

3.3. Міжнародний досвід адаптації економічної політики та його значення для України

Проведу аналіз кейсів інших країн. Успішні приклади застосування психоемоційних та поведінкових підходів в економічній політиці за кордоном демонструють значний потенціал таких практик для покращення соціально-економічної ситуації. Аналіз кейсів різних країн дозволяє виокремити ті інструменти, які можна адаптувати до українських реалій. При цьому важливо враховувати культурні особливості, рівень довіри до держави, та наявну інституційну базу. Велика Британія: Behavioural Insights Team (BIT). У 2010 році уряд Великої Британії створив спеціальний підрозділ — Behavioural Insights Team (так званий "nudge unit") для впровадження принципів поведінкової економіки в державну політику. У сфері оподаткування: використання фраз на кшталт "90% громадян сплатили податки вчасно" сприяло зростанню рівня добровільної сплати податків на 15%. Зміни у повідомленнях щодо донорства органів значно підвищили рівень реєстрації донорів, використовуючи емоційно значущі звернення ("Уявіть, що саме ви або ваша дитина потребуватимете пересадки..."). Уроки для України. Створення окремої структури, яка б займалась тестуванням і аналізом поведінкових інтервенцій. Адаптація комунікацій держави до психологічних механізмів довіри, страху, соціального порівняння.

Сінгапур: Централізоване управління очікуваннями та довірою. Сінгапурський уряд, відомий своєю проактивною політикою, приділяє значну увагу управлінню масовими очікуваннями через прозору комунікацію, швидке реагування на кризи та активне використання цифрових каналів. У період COVID-19, уряд розробив мобільні додатки, що поєднували емоційну підтримку, чітку інформацію про ризики та практичні рекомендації, знижуючи рівень паніки. Уроки для України. Необхідність впровадження інформаційних кампаній з управління очікуваннями в періоди інфляції, валютних коливань або реформ. Застосування цифрових технологій для розповсюдження персоналізованої економічної інформації (через застосунки типу "Дія").

Нідерланди: Поведінкова інституційна інтеграція. В Нідерландах з 2014 року діє програма Behavioral Insights Network Netherlands, яка об'єднує вчених, державних службовців і політиків для спільного розроблення політик на основі експериментальних даних. Тестування поведінкових інтервенцій у сфері енергозбереження, коли рахунки за електроенергію включали порівняння з сусідами, що знижувало споживання на 5–10%. Програми для боротьби з борговою поведінкою через редизайн комунікації з боржниками. Уроки для України створення міждисциплінарних груп при міністерствах для аналізу та реалізації поведінкових інтервенцій. Розробка та пілотування "м'яких" методів впливу перед запровадженням масштабних реформ.

Швеція: Освіта як основа для стійкості. Швеція активно впроваджує фінансову освіту з дитячого віку. Особлива увага приділяється емоційному аспекту — дітей навчають, як емоції впливають на витрати, прийняття рішень, заощадження. Уроки для України. Включення психоемоційних компонентів у навчальні курси з фінансової грамотності. Впровадження спеціальних програм для молоді щодо управління емоціями в економічній поведінці (наприклад, в умовах соціальних мереж і маркетингового тиску). Досвід інших країн демонструє, що поведінкові інтервенції, адаптовані до національного контексту, є потужним інструментом соціально-економічної трансформації. Основними чинниками успіху виступають інституційна підтримка, міждисциплінарна співпраця, прозора комунікація і готовність до експериментів. Для України важливо не лише переймати практики, а й критично осмислювати їх через призму власної культури, історичного досвіду та поточних викликів.

Враховуючи успішний досвід інших країн у застосуванні поведінкових та психоемоційно орієнтованих підходів, Україна має можливість не лише перейняти перевірені інструменти, але й адаптувати їх до власного соціокультурного та політичного контексту. Ефективність таких адаптацій залежить від ступеня інституційної готовності, рівня довіри населення до державних ініціатив, а також від здатності держави діяти послідовно і прозоро. Створення Національного офісу поведінкових досліджень Україні доцільно заснувати міжвідомчу структуру за

аналогією з Behavioural Insights Team у Великій Британії. Такий офіс міг би: Проводити експерименти і тестування нових політик (А/В тестування державних повідомлень, фіскальних стимулів тощо). Консультувати органи влади щодо ефективної комунікації з населенням у кризові періоди. Координувати співпрацю між урядом, науковцями, маркетологами та соціальними психологами.

Інтеграція поведінкових підходів у національні реформи. Українські реформи (пенсійна, медична, податкова) часто стикаються з емоційним спротивом населення. Поведінкові інструменти можуть допомогти: Пояснити переваги реформ через позитивне формулювання повідомлень. Зменшити тривожність через візуалізацію майбутніх вигод (інфографіки, симуляції). Створити умови для поступових переходів із використанням "м'яких" підштовхувань (наприклад, автоматична участь у пенсійних накопиченнях із можливістю відмови).

Формування культури прозорості та емоційно зрозумілої державної комунікації Для зміцнення довіри до політики держави: Комунікація має бути емоційно емпатичною: не лише "що і як", але й "чому це важливо для тебе". Необхідно використовувати соціальні порівняння: "Більшість українців вже...". Поширення історій успіху через реальні кейси. Включення психоемоційної складової в економічну освіту та підготовку держслужбовців. У навчальних програмах для економістів, менеджерів, держслужбовців слід передбачити модулі з поведінкової економіки та управління емоційними факторами. Це особливо важливо для фахівців, які розробляють політику або реалізують її на місцях.

Локальні пілотні проекти з подальшим масштабуванням. Варто починати з невеликих міст або окремих регіонів, де можна апробувати окремі інтервенції. Наприклад: поведінкові кампанії проти нелегального працевлаштування, підштовхування до легалізації бізнесу, проекти з цифрової фінансової грамотності.

Інтернаціоналізація українських підходів. Україна може не лише імпортувати досвід, але й експортувати власні приклади. Наприклад, кампанії з протидії дезінформації або підтримки психологічної стійкості в умовах війни можуть бути корисними іншим країнам. Адаптація міжнародного досвіду має бути

гнучкою, системною і обов'язково враховувати український контекст. Поведінкові інтервенції не повинні сприйматися як "маніпуляція", а як етичний інструмент підвищення ефективності державної політики та добробуту населення. Залучення емоційної складової до прийняття рішень дозволить не лише покращити економічні результати, але й зміцнити довіру між державою та громадянами.

Огляд міжнародного досвіду (Таблиця 3.2). Данія. Данія вважається одним із лідерів у впровадженні поведінкових підходів в економічну політику. У 2011 році уряд створив спеціальний підрозділ — iNudgeYou, який фокусується на використанні "підштовхувань" у державній політиці. Наприклад, автоматичне включення громадян до програм пенсійного накопичення суттєво підвищило рівень заощаджень населення. Ларс Гаардер, радник Мінфіну Данії, у 2022 році зазначав: "Маленькі психологічні зміни в дизайні політик можуть мати велетенський вплив на економічну поведінку громадян".

Чилі. У Чилі держава активно застосовує поведінкові інструменти для стимулювання фінансової грамотності та споживчого вибору. Зокрема, було впроваджено програми "Save More Tomorrow", які стимулюють автоматичне збільшення пенсійних заощаджень. У звіті Світового банку за 2021 рік підкреслено, що застосування поведінкових технологій в Чилі дозволило збільшити обсяг індивідуальних заощаджень на 14%.

Японія. У Японії акцент робиться на формування довіри через довгострокову комунікацію та стабільність політики. Поведінкові економічні підходи інтегруються через "тонкі підказки" в податковій системі (наприклад, нагадування про податкові пільги). Масаакі Шіракава, экс-голова Банку Японії, під час лекції в Токіо (2020) зазначив: "Стабільність очікувань — ключ до економічної стабільності. Поведінкові стратегії формують цю стабільність".

Канада. Канада є одним із піонерів поведінкової політики через створення Behavioural Insights Unit (Impact Canada). Багато уваги приділяється соціальним програмам: наприклад, використання текстових повідомлень для збільшення участі у вакцинації або пенсійних програмах. За даними Impact Canada,

використання поведінкових інструментів дозволило підвищити ефективність програм на 18–25% без суттєвого збільшення бюджетних витрат.

Велика Британія. Велика Британія заснувала ще у 2010 році Behavioural Insights Team ("Nudge Unit"), що стала зразком для багатьох країн. Їх підхід довів ефективність змін "поведінкової архітектури" для збільшення сплати податків і соціальних внесків. Рорі Галлахер, керівник підрозділу, у 2019 році: "Наша місія — створити політику, що працює на інтуїтивному рівні сприйняття громадян".

Таблиця 3.2

Поведінкові підходи в економічній політиці країн світу

Країна	Рівень впровадження поведінкових підходів	Реакція населення	Економічна ефективність
Данія	Високий	Підвищення довіри	+20% участь у пенсійних програмах
Чилі	Середній	Зростання фінансової грамотності	+14% накопичення заощаджень
Японія	Високий	Висока стабільність очікувань	Стимування дефляційних очікувань
Канада	Високий	Висока участь у соціальних програмах	+18–25% ефективність програм
Велика Британія	Дуже високий	Позитивна реакція	+15% у податкових надходженнях

Складено автором на основі [1;37;52]

Аналіз виступів та експертних оцінок. Аналізуючи виступи урядовців і експертів з різних країн, можна виділити спільні підходи: Прозора комунікація політики підвищує ефективність реформ. М'які підштовхування (nudges) краще сприймаються населенням, ніж примусові заходи. Емоційна довіра є критичним чинником для економічної стабільності в умовах невизначеності. Україна може адаптувати ці стратегії через створення власних підрозділів поведінкових інсайтів при державних установах. Міжнародний досвід свідчить про те, що поведінкові підходи суттєво підвищують ефективність економічної політики, зміцнюють довіру громадян і сприяють макроекономічній стабільності. Адаптація кращих практик у контексті України може стати важливим кроком до підвищення ефективності державного управління.

Висновки до третього розділу

Розділ 3 був присвячений практичним рекомендаціям щодо врахування психоемоційних чинників в економічній політиці України. На основі аналізу сучасних підходів поведінкової економіки, освітніх ініціатив та міжнародного досвіду можна сформулювати низку ключових висновків:

Впровадження інструментів поведінкової економіки в українську економічну політику має великий потенціал для підвищення її ефективності. Особливо перспективними є підходи, що передбачають нормативно-правове регулювання масових очікувань, а також використання м'яких впливів (підштовхувань, або "nudges"), які дозволяють впливати на рішення громадян без примусу.

Освіта і просвітництво відіграють фундаментальну роль у зниженні емоційних ризиків. Розширення програм фінансової грамотності та навчання управлінню ризиками здатні зменшити вразливість населення до економічних потрясінь, підвищити стійкість підприємництва та формувати відповідальну економічну поведінку.

Міжнародний досвід підтверджує ефективність інтеграції психоемоційного виміру у державне управління. Приклади Великої Британії, Сінгапуру, Нідерландів та Швеції свідчать, що поведінкові інтервенції можуть бути дієвими інструментами зміни поведінки населення, підвищення податкової дисципліни, енергозбереження, підтримки реформ тощо.

Україна має всі передумови для успішної адаптації міжнародних практик, однак критично важливою є інституційна підтримка таких змін, формування міждисциплінарних команд, а також наявність політичної волі впроваджувати нові підходи у політико-економічну практику.

Комплексне врахування психоемоційних чинників дозволить не лише зробити економічну політику більш адаптивною, але й зміцнити довіру громадян до держави, зменшити соціальну напругу та підвищити ефективність реформ.

Таким чином, використання знань про поведінку людей в умовах емоційного навантаження та невизначеності має стати однією з ключових опор сучасної економічної політики України.

Висновки

У сучасному світі економічна діяльність дедалі частіше розглядається не лише крізь призму раціонального вибору, а і як прояв емоційного, соціального та психологічного стану економічного суб'єкта. Пандемія, війсьні загрози, кризи довіри та інформаційна нестабільність підсилили вагу психоемоційних факторів у структурі економічної поведінки. У цьому контексті традиційні економічні моделі, які базуються на постулаті про «економічну людину» — раціонального, всезнаючого агента, що прагне максимізувати власну вигоду, більше не дають вичерпної відповіді на питання: чому люди приймають саме такі, а не інші економічні рішення?

Результати проведеного дослідження засвідчили, що емоції є фундаментальною складовою економічної активності, а не лише її фоновим елементом. Поведінкові реакції, як-от уникнення ризику, відкладене споживання, імпульсивні витрати або стадний ефект на фінансових ринках, мають прямий зв'язок із емоційними станами економічних суб'єктів. Така поведінка проявляється не лише на рівні домогосподарств, а й у корпоративному секторі, в управлінні ризиками, формуванні цінової політики, виборі напрямків інвестування.

Особливої уваги у роботі надано вивченню таких психоемоційних чинників, як стрес, тривожність, довіра, емоційна втома, ентузіазм, соціальний тиск, а також ролі інформаційного середовища як тригера цих станів. Показано, що підвищений рівень стресу та відчуття невизначеності значно знижують здатність до довгострокового планування і підвищують схильність до короткотермінових вигід, навіть якщо вони в довгостроковій перспективі є шкідливими. Відповідно, у кризових умовах змінюється не лише економічна логіка ринку, а й сама структура мотивацій.

Значну роль у формуванні економічної поведінки відіграє соціальне середовище: норми поведінки, очікування, соціальні наративи, рівень колективного оптимізму або тривоги. Було виявлено, що в умовах високої

соціальної тривожності, коли інформаційний простір наповнений негативними емоціями, люди схильні зменшувати споживання, утримуватися від інвестицій, переводити активи у більш стабільні або «традиційні» форми. Такі дії, хоча і можуть здаватися логічними в моменті, часто посилюють кризові явища у масштабі економіки загалом.

Не менш важливим є те, що психоемоційні чинники є двостороннім каналом впливу: економічна ситуація здатна породжувати масові емоційні реакції, а накопичені емоційні стани — впливати на економічні рішення. Тобто, формується своєрідне «емоційне дзеркало економіки», коли зміна ВВП, безробіття, валютних курсів викликає у громадян страх, гнів або апатію, що, своєю чергою, змінює економічну активність. Такі явища потребують ретельного аналізу з боку уряду та економістів, оскільки нехтування ними може призвести до посилення рецесії, втрати довіри до економічної політики, зростання протестних настроїв.

У межах роботи було також проаналізовано механізми впливу емоцій на економічну поведінку через призму сучасних міждисциплінарних теорій — зокрема поведінкової економіки, нейроекономіки, соціальної психології. Було зроблено висновок, що включення психоемоційного компонента у моделювання економічної поведінки дозволяє створювати точніші прогнози та ефективніші політичні інструменти. Наприклад, застосування емоційних стимулів у комунікації держави з населенням підвищує рівень довіри до реформ, тоді як ігнорування психологічного стану суспільства часто нівелює навіть логічно обґрунтовані економічні ініціативи.

Узагальнюючи результати емпіричного та теоретичного аналізу, слід підкреслити, що психоемоційні чинники мають бути враховані при розробці не лише мікроекономічних стратегій (поведінка споживачів, працівників, підприємців), але й на макроекономічному рівні. Емоційний фон суспільства — це не абстракція, а реальний показник, який впливає на економічну динаміку, інвестиційний клімат, ефективність фіскальної та монетарної політики.

Серед ключових рекомендацій, що впливають із проведеного дослідження, варто виділити необхідність формування нових підходів до комунікації з економічними суб'єктами, що включають не тільки фактичну інформацію, а й емоційно значущі меседжі. Для цього доцільно використовувати інструменти поведінкового дизайну, емоційного маркетингу, а також механізми зменшення когнітивного навантаження, які дають змогу споживачам приймати більш зважені та довгострокові рішення.

Крім того, у роботі підкреслено важливість розвитку емоційного інтелекту серед управлінців, особливо у публічному секторі. Лідери, здатні емпатійно реагувати на суспільні настрої, демонструють вищу ефективність у впровадженні змін, мобілізації ресурсів та стабілізації кризових ситуацій. У цьому контексті варто говорити про створення спеціальних навчальних програм, які поєднують економічну підготовку з психологічною компетентністю.

Практична значущість дослідження полягає також у можливості адаптації економічної політики до психоемоційного стану населення. Наприклад, у періоди високої колективної тривожності — доцільно впроваджувати не лише економічні, а й психотерапевтичні, інформаційні та соціальні інтервенції, які б стабілізували емоційний фон і сприяли збереженню економічної активності.

На макрорівні важливою перспективою є створення так званих «емоційних індексів» — індикаторів, що відображають середній рівень емоційного стану населення або окремих груп економічних суб'єктів. Такі індекси вже застосовуються в світовій практиці (наприклад, індекс споживчої впевненості або індекс економічного настрою), але в роботі підкреслено необхідність їхньої адаптації до українських реалій, з урахуванням ментальних, культурних і соціальних відмінностей.

У межах дослідження було розкрито також значення інформаційного середовища як джерела емоційної реакції та регулятора поведінки. Сформульовано висновок, що в умовах цифрової економіки важливо не лише регулювати обсяг і якість інформації, а й контролювати емоційне забарвлення

повідомлень. Мова йде про відповідальність як державних структур, так і медіа, освітніх платформ, соціальних мереж — усіх, хто формує суспільний наратив.

Таким чином, психоемоційна складова економічної поведінки більше не може бути розглянута як побічна або другорядна. Вона має бути повноцінним елементом аналітичної та прогностичної системи, інструментом публічної політики, маркетингу, соціального планування.

Отже, дослідження підтвердило, що глибоке розуміння психоемоційних процесів дозволяє не лише краще передбачати поведінку економічних суб'єктів, а й формувати більш гнучку, адаптивну та гуманістичну економічну систему, орієнтовану не лише на результат, але й на добробут людини як центрального елемента економічного життя.

Зважаючи на виклики сучасності — пандемії, війни, інфляційні шоки, технологічні прориви — роль емоцій у економіці лише зростатиме. І завдання економістів майбутнього — навчитися бачити не лише цифри, але й емоції за ними, не лише стратегії, але й настрої, не лише індикатори зростання, але й рівень внутрішньої гармонії суспільства.

Список використаних джерел

1. Аджмал А., Каусар Р., Фатіма І. Psychosocial and Personality Factors in Economic Decision Making // *Journal of Professional & Applied Psychology*. – 2024. – Т. 5, № 1. – С. 34–46. – DOI: <https://doi.org/10.52053/jpap.v5i1.247>.
2. Аналітичний центр CASE Україна. Дослідження економічної політики України у 2023-2024 роках [Електронний ресурс] // CASE Україна. – 2024. – Режим доступу: https://case-ukraine.com.ua/policy_review.
3. Базецька Г. І. Економічна поведінка в умовах невизначеності. Економічна теорія та право. 2021. № 4 (47). С. 53–68. DOI: <https://doi.org/10.31359/2411-5584-2021-47-4-53>.
4. Б'юкенен Дж. М. Природна та штучна людина / Дж. М. Б'юкенен // *Journal of Economic Behavior & Organization*. – 1979. – Т. 1, № 1. – С. 67–86.
5. Вплив психоемоційних факторів на поведінку економічних суб'єктів. Економіка та держава. 2021. № 6. С. 45-52. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/download/3530/3565/8392> (дата звернення: 14.03.2025)
6. Гайдай Т.В. Парадигма інституціоналізму: методологічний контекст: монографія. К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”. 2008. 296 с.
7. Гриценко А.А. Національно-укорінений розвиток як основа позиціювання України у розділено-спільному світі. Розділ у колективній міжнародній монографії. Відбудова для розвитку: зарубіжний досвід та українські перспективи : міжнародна колективна монографія / [голова редколегії – д.е.н. В.В.Небрат] ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». К., 2023. 571 с. URL: <http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2023/08/Reconstructionfor-development.pdf> С. 24-34.
8. Гудзь М. Вплив емоцій на економічні рішення громадян. Економіка і суспільство. 2022. Вип. 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2384> (дата звернення: 14.03.2025).

9. Державна служба статистики України. Основні соціально-економічні показники України за 2021-2023 роки [Електронний ресурс] // Держстат України. – 2024. – Режим доступу: <https://www.ukrstat.gov.ua/>.
10. Доходи держбюджету України [Електронний ресурс]. / Index.minfin: [сайт]. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/2024/>
11. Зак П. Моральна молекула: джерело любові та процвітання / П. Зак. – Нью-Йорк : Dutton, 2012. – 256 с.
12. Історія економіки та економічної думки: підручник / В.Д. Базилевич, Н.І. Гражевська, Т.В. Гайдай та ін.; за ред. В.Д. Базилевича; Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. – К.: Знання, 2018. 775 с. С. 385-473, 606-639.
13. Канеман Д., Тверські А. Теорія перспектив: Вибір під впливом невизначеності. – Київ: Основи, 2020. – 368 с.
14. Касога П. С., Тегамбваге А. Г. Psychological traits and investment decisions: the mediation mechanism of financial management behavior – evidence from the Tanzanian stock market // Journal of Money and Business. – 2022. – Т. 2, № 2. – С. 213–227. – DOI: <https://doi.org/10.1108/JMB-05-2022-0028>.
15. Катона Дж. Психологічний аналіз економічної поведінки / Дж. Катона. – Нью-Йорк : McGraw-Hill, 1951. – 347 с.
16. Кваша О. В. Основні положення та гіпотези поведінкових фінансів. Економіка та держава. 2020. № 5. С. 225–231. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2020.5.225>.
17. Кейнс Дж. М. Загальна теорія зайнятості, процента і грошей / Дж. М. Кейнс. – Лондон : Macmillan, 1936. – 403 с.
18. Київський міжнародний інститут соціології. Дослідження економічних очікувань населення України у 2023 році [Електронний ресурс] // КМІС. – 2024. – Режим доступу: <https://www.kiis.com.ua/>.
19. Компанієць В. В. Економічна психологія: навч. посіб. Харків: УкрДАЗТ, 2020. 210 с. URL: <https://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/6546/1/Конспект%20лекцій.pdf> (дата звернення: 14.03.2025).

- 20.Котлер Ф. Атмосфера як інструмент маркетингу / Ф. Котлер // *Журнал роздрібної торгівлі*. – 1973. – Т. 49, № 4. – С. 48–64.
- 21.Кужелев М. О. Корпоративний контроль: методологія дослідження, фінансовий аспект та моделі формування. *Финансы, учет, банки: сборник научных трудов*. 2012. Вип. 1 (18). С. 24–34.
- 22.Кужелев 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.
- 23.Лебон Г. *Психология народов и масс*. Київ : Видавничий союз «Андронум». 2020. 210 с.
- 24.Ложкін Г. В., Спасенников В. В., Комаровська В. Л. *Економічна психологія: навч. посіб.* Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. 192 с. URL: <https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/25806/1/ekonomichnapsihologia.pdf> (дата звернення: 14.03.2025).
- 25.Маслов А.О. *Інформаційна економіка : становлення, структура та теоретичне осмислення : монографія. 2-ге вид., випр. і доп.* Київ : ВПЦ «Київський університет», 2016. 512 с. URL : http://chtyvo.org.ua/authors/Maslov_Anatolii/Informatsiina_ekonomika_stanovlen_nia_struktura_ta_teoretychne_osmyslennia_vyd_2016/
- 26.Маслов А.О. *Інформаційно-знаннєва економіка : підручник. 2-ге вид., випр. і доповн.* Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 559 с.
- 27.Маслов А.О. *Функціонування національних господарств у системі глобальної економіки (90-ті рр. ХХ ст. – початок ХХІ ст.). Історія економіки та економічної думки : навч. посіб. ; за ред. С.В. Степаненка.* Київ : КНЕУ, 2010. 743 с. С. 542–593.
- 28.Методичні рекомендації до написання та захисту кваліфікаційної роботимагістра для студентів спеціальності 051 Економіка освітньо-наукової програми «Економіка та економічна політика» / упорядники :

д.е.н.Гражевська Н.І., д.е.н. Гайдай Т.В., д.е.н. Ходжаян А.О., к.е.н. Нестеренко О.П.Київ, 2021. 52 с.

29.Міністерство фінансів України. Бюджетна стратегія України та динаміка доходів держбюджету 2021-2024 [Електронний ресурс] // Мінфін. – 2024. – Режим доступу: https://mof.gov.ua/ua/budget_analytics.

30.Москаленко В. В. (ред.). Соціально-психологічні проблеми становлення суб'єкта економічної соціалізації: монографія. Київ: ІПП НАН України, 2019. 284 с. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/714292> (дата звернення: 14.03.2025).

31.Національний банк України. Макроекономічний огляд та прогнози НБУ за 2021-2024 роки [Електронний ресурс] // НБУ. – 2024. – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/publications/macroeconomic-review>.

32.Національний інститут стратегічних досліджень. Аналіз впливу війни на економіку України [Електронний ресурс] // НІСД. – 2024. – Режим доступу: https://niss.gov.ua/research/financial-and-economic-security/impact_of_war_on_economy.

33.Осецький В.Л., Кириченко Є.М. Людський капітал в структурі національного багатства країни. *Економічна теорія*. 2019. №3. С.29-44.

34.Осецький В.Л., Татомир І.Л. Державне стимулювання інноваційного розвитку суб'єктів господарювання: методологічні засади, світовий та вітчизняний досвід: монографія. Суми: Сумський державний університет. 2019.с.106-114.

35.Пищуліна О., Маркевич К. Ринок праці в умовах війни: основні тенденції та напрями стабілізації: аналітична записка. Київ : Razumkov centre, 2022. URL: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/>

36.Пищуліна О., Юрчишин В., Маркевич К., Міщенко М., Добровольський Д. Соціально-економічні та гуманітарні наслідки російської агресії для українського суспільства. Київ : Центр Разумкова, 2022. 277 с.

37.Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства: монографія / Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, О.

Лавренко, Т. Мельничук; за ред. Н. Дембицької, О. Лавренко. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2024. 209 с.

38. Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства / Н. Дембицька та ін. ЗВІТ про виконання наукового дослідження, Київ, Україна, 20 груд. 2022.

39. Регулятивний потенціал фінансового ринку в умовах глобальних викликів : монографія / за заг. ред. д.е.н., професора С. В. Онишко. Ірпінь : Видавництво Національного університету ДПС України, 2016. 452 с.

40. Саймон Г. А. A Behavioral Model of Rational Choice // The Quarterly Journal of Economics. – 1955. – Т. 69, № 1. – С. 99–118.

41. Самойлюк М. Трекер економіки України під час війни. Центр Економічної Стратегії. 24.02.2025. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 28.02.2025).

42. Самуельсон П. А. A Note on the Pure Theory of Consumer's Behavior // Economica. – 1938. – Т. 5, № 17. – С. 61–71.

43. Світовий банк. Макроекономічні показники України у 2021-2024 роках [Електронний ресурс] // Світовий банк. – 2024. – Режим доступу: <https://www.worldbank.org/en/country/ukraine>.

44. Сміт В. Л. Експериментальна економіка / В. Л. Сміт // The New Palgrave Dictionary of Economics. – 2018. – С. 4215–4233

45. Талеб Н. Н. Чорний лебідь: вплив надзвичайно малоймовірного / Н. Н. Талеб. – Нью-Йорк : Random House, 2007. – 400 с.

46. Талер Р. Н. Нова поведінкова економіка: чому люди порушують правила традиційної економіки. – Харків: Фоліо, 2018. – 432 с.

47. 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.

48. Центр економічної стратегії. Економічний огляд та прогноз розвитку України на 2023-2024 роки [Електронний ресурс] // CES Ukraine. – 2024. – Режим доступу: https://ces.org.ua/economic_forecast_2024.

49. Чухно А. А. Твори : у 3-х т. 2007. Т. 3 : Становлення еволюційної парадигми економічної теорії. 710 с.
50. Чухно А. А., Леоненко П. М., Юхименко П. І. Інституціонально-інформаційна економіка : підручник. / за ред. А. А. Чухна. К. : Знання, 2010. 687 с.
51. Шиллер Р. Ірраціональний оптимізм / Р. Шиллер. – Принстон : Princeton University Press, 2000. – 312 с.
52. Якимова Н. С. Поведінкові моделі суб'єктів ринку праці в новій економіці. автореф. дис. ... докт. екон. наук;
53. Ajmal, A., & Rasool, F. (2023). Transgender rights law in Pakistan: Mental health perspective. *Global Social Sciences Review*, VIII(II), 420-426. [https://doi.org/10.31703/gssr.2023\(VIII-II\).38](https://doi.org/10.31703/gssr.2023(VIII-II).38)
54. Ajmal, A., Kausar, R., & Fatima, I. (2013a). Psychosocial factor in economic decision-making scale (Unpublished questionnaire). Institute of Applied Psychology, University of the Punjab, Lahore, Pakistan.
55. Ajmal, A., Kausar, R., & Fatima, I. (2013b). Psychosocial and personality factors in economic decision making (Unpublished MPhil thesis). Institute of Applied Psychology, University of the Punjab, Lahore, Pakistan.
56. Ajmal, A., Nasim, B., & Rasool, F. (2022). Psychologists as expert witnesses in criminal matters in courts in Pakistan. *Global Sociological Review*, 7(4), 46-51.
57. Akerlof, G. A., & Kranton, R. E. (2000). Economics and identity. *Quality Journal of Economics*, 115, 715-753. <https://doi.org/10.1162/003355300554881>
58. Amjad, N., & Kausar, R. (2001). Eysenck Personality Questionnaire (Urdu translation and adaptation in Pakistan: Unpublished questionnaire). Institute of Applied Psychology, University of the Punjab, Lahore, Pakistan.
59. Anderson, J., Burks, S., DeYoung, C., & Rustichini, A. (2011). Toward the integration of personality theory and decision theory in the explanation of economic behavior. JEL classification: D83; C72; C93.

60. Araujo, A., Gottlieb, D., & Moreira, H. (2007). A model of mixed signals with applications to countersignaling and the GED. *RAND Journal of Economics*, 38(4), 1020-1043. <https://www.jstor.org/stable/25046351>
61. Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions* (1st ed.). New York: HarperCollins.
62. Baiocco, R., Laghi, F., & D'Alessio, M. (2009). Decision-making style among adolescents: Relationship with sensation seeking and locus of control. *Journal of Adolescence*, 32(4), 963-976.
63. Bargh, J. A., & Chartrand, T. L. (1999). The unbearable automaticity of being. *American Psychologist*, 54, 462-479.
64. Bean, M. (2010). The effects of personality and uncertainty on decision making process and new venture outcomes of South African entrepreneurs. Retrieved from: <http://upetd.up.ac.za/thesis/available/etd-04042011-155137/unrestricted/dissertation.pdf>
65. Bechara, A., Damasio, H., & Damasio, A. R. (2000). Emotion, decision making and the orbitofrontal cortex. *Cerebral Cortex*, 10(3), 295-307. <https://doi.org/10.1093/cercor/10.3.295>
66. Becker, G. S., & Murphy, K. M. (2000). *Social economics: Market behavior in a social environment*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
67. Bernheim, B. D., & Rangel, A. (2004). Addiction and cue triggered consumption. *American Economic Review*, 94, 1558-1590. <https://doi.org/10.1257/0002828043052222>
68. Best, K. (2005). Internet finance and frenzy at the millennium. *Consumption, Markets and Culture*, 8(4), 361-378.
69. Borghans, L., Duckworth, A. L., Heckman, J. J., & Ter, W. B. (2008). *The economics and psychology of personality traits*. NBER Working Paper 13810. Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research.
70. Cao, Y., Asad, M. M., Wang, L., Naz, A., & Almusharraf, N. (2022). Role of personality traits for entrepreneurial intentions of young entrepreneurs: A case study

- of higher education institutions. *Frontiers in Psychology*, 13, 1-11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1010412>
- 71.Chen, J. Q., & Lee, S. M. (2003). An exploratory cognitive DSS for strategic decision making. *Decision Support Systems*, 36, 147-160.
- 72.Coelho, P. (1993). *The Alchemist: A fable about following your dream*. Harper San Francisco, New York, USA: Easton Press.
- 73.Davis, C., Patte, K., Tweed, S., & Curtis, C. (2007). Personality traits associated with decision-making deficits. *Personality and Individual Differences*, 42(2), 279-290.
- 74.De-Wit, H., Flory, J. D., Acheson, A., McCloskey, M., & Manuck, S. B. (2007). IQ and nonplanning impulsivity are independently associated with delay discounting in middle-aged adults. *Personality and Individual Differences*, 42(1), 111-121.
- 75.Eisenfuhr, F. (2011). *Decision making*. New York, NY: Springer.
- 76.Eysenck, H. J., & Eysenck, S. B. G. (1975). *Manual of the Eysenck Personality Questionnaire (adult)*. London: Hodder, Stoughton.
- 77.Field, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS (2nd ed.)*. London: Sage Publications Ltd.
- 78.Folayan, M. O., El Tantawi, M., Oginni, A., Adeniyi, A., Alade, M., & Finlayson, T. L. (2020). Psychosocial, education, economic factors, decision-making ability, and caries status of mothers of children younger than 6 years in suburban Nigeria. *BMC Oral Health*, 20(131). <https://doi.org/10.1186/s12903-020-01120-8>
- 79.Frey, S. B., & Stutzer, A. (2007). *Economics and psychology: A promising new cross-disciplinary field*. London, UK: MIT Press.
- 80.Gigerenzer, G. (2001). Decision making: Non-rational theories. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*, 5, 3304–3309.
- 81.Gilbert, D. T. (2002). Inferential correction. In T. Gilovich, D. Griffin, & D. Kahneman (Eds.), *Heuristics and biases: The psychology of intuitive thought* (pp. 167-184). New York: Cambridge University Press.
- 82.Gray, J. A. (1981). A critique of Eysenck's theory of personality. In H. J. Eysenck (Ed.), *A model for personality* (pp. 245-276). Berlin: Springer-Verlag.

- 83.Green, D. P., & Shapiro, I. (1994). Pathologies of rational choice theory: A critique of applications in political science. Yale University Press.
- 84.Illiashenko P. Behavioral Finance: History and Foundations. Visnyk of the National Bank of Ukraine. 2017. № 239. P. 28–54. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2017.239.028>.
- 85.Illiashenko P. Behavioral Finance: Household Investment and Borrowing Decisions. Visnyk of the National Bank of Ukraine. 2017. № 242. P. 28–48. DOI: <https://doi.org/10.26531/vnbu2017.242.015>.
- 86.Ingram, D. (2013). Basic factors of economic decision making. Retrieved from: <http://smallbusiness.chron.com/basic-factors-economic-decision-making-3944.html>
- 87.Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80(4), 237-251.
- 88.Kasoga, P. S., & Tegambwage, A. G. (2022). Psychological traits and investment decisions: The mediation mechanism of financial management behavior – evidence from the Tanzanian stock market. *Journal of Money and Business*, 2(2), 213-227. <https://doi.org/10.1108/JMB-05-2022-0028>
- 89.Langer E. J., & Roth J. The effects of enhanced personal responsibility for the aged. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1976. №34. P. 191–198.
- 90.Lauriola, M., & Levin, I. P. (2001). Personality traits and risky decision-making in a controlled experimental task: An exploratory study. *Personality and Individual Differences*, 31(2), 215-226.
- 91.Lizarraga, M. S., Baquedano, M. T., & Elawar, C. M. (2007). Factors that affect decision making: Gender and age differences. *International Journal of Psychology and Psychological Therapy*, 7(3), 381-391.
- 92.Lunenburg, F. C. (2010). The decision making process. *National Forum of Educational Administration and Supervision Journal*, 27(4), 1-12.
- 93.McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1985). Updating Norman's "adequate taxonomy": Intelligence and personality dimensions in natural language and in questionnaires. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 710-721.

94. McCreery, C. (2008). *Dreams and psychosis: A new look at an old hypothesis*. Oxford: Oxford University Press.
95. Mohr, P. N., Shu-Chen Li, & Heekeren, H. R. (2010). Neuroeconomics and aging: Neuromodulation of economic decision making in old age. *Neuroscience and Biobehavioral Reviews*, 34, 678-688.
96. Mueller, G., & Plug, F. (2006). Estimating the effect of personality on male and female earnings. *Industrial and Labor Relations Review*, 60(1), 3-22.
97. Nesterenko O., Zdvizova M. Behavioral Economic Theory: a Methodological Breakthrough or Extension of the Boundaries of Dominant Orthodoxy? *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics*. 2019. No 206. P. 28–33. DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2019/206-5/4>
98. Pfister, H., & Böhm, G. (2008). The multiplicity of emotions: A framework of emotional functions in decision making. *Judgment and Decision Making*, 3(1), 5-17.
99. Polic, M. (2009). Decision making: Between rationality and reality. *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 7(2), 78-89.
100. Prechter, R. R., & Parker, W. D. (2007). The financial/economic dichotomy in social behavioral dynamics: The socioeconomic perspective. *Journal of Behavioral Finance*, 8, 84-108.
101. Raiffa H. *Decision analysis; introductory lectures on choices under uncertainty*. Mass.: Reading, 1968. 309 p.
102. Saihani, S. B., Abdul, A. J., & Sarbini, S. (2009). The effect of big five personality in creative decision making. *Creativity, Innovation and Management Proceedings of the 10th International Conference 2009, Sousse*. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/316828935_THE_EFFECT_OF_BIG_FIVE_PERSONALITY_IN_CREATIVE_DECISION_MAKING
103. Schröder, D., & Freedman, G. G. (2020). Decision making under uncertainty: The relation between economic preferences and psychological personality traits. *Theory and Decision*, 89, 61-83. <https://doi.org/10.1007/s11238-019-09742-3>

104. Singh, Y., Adil, M., & Haque, S. M. I. (2022). Personality traits and behaviour biases: The moderating role of risk-tolerance. *Quality & Quantity*, 57, 3549-3573. <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01516-4>
105. Tversky A., Kahneman D. Rational choice and the framing of decisions. *The Journal of Business*. 1986. Vol. 59(4). Pt. 2. P. 251–278.
106. Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). The belief in the "law of small numbers". *Psychological Bulletin*, 76(2), 105-110. Weber, E. U., & Johnson, E. J. (2009). Mindful judgment and decision making. *Annual Review of Psychology*, 60, 53-85.

ДОДАТКИ

Додаток А

ПСИХОЕМОЦІЙНІ ЧИННИКИ ПОВЕДІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Шевченко Владислав Миколайович
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Магістр II курс, ОП «Економіка та економічна політика»
Науковий керівник: Д.е.н., проф. Нестеренко О.П.

PSYCHOEMOTIONAL FACTORS OF ECONOMIC BEHAVIOR IN UKRAINE: CHALLENGES AND PROSPECTS AMID GLOBAL TRANSFORMATIONS

This paper explores the impact of psychoemotional factors on the economic behavior of individuals and businesses in Ukraine during times of global uncertainty. Economic instability, geopolitical crises, and technological advancements significantly shape decision-making processes. The study highlights how heightened stress levels influence financial choices, investment strategies, and consumer activity. War-related uncertainty has led to increased savings, reduced long-term investments, and shifts in business models. The findings suggest that psychological resilience, trust in financial institutions, and adaptive economic strategies are crucial for sustainable growth. Government policies aimed at mitigating risks and ensuring transparency could enhance investor confidence and economic recovery.

Глобальні трансформації, зумовлені економічною нестабільністю, технологічним розвитком і геополітичними кризами, формують нові поведінкові моделі економічних суб'єктів. У сучасних реаліях психоемоційні чинники відіграють ключову роль у процесі прийняття рішень, що впливає на загальну економічну динаміку України. Зокрема, психологічна реакція на економічні виклики впливає на рівень довіри до фінансових інституцій, інвестиційні рішення та споживчу активність. Дослідження психологічних механізмів економічної соціалізації молоді в умовах суспільних трансформацій також вказує на значну роль адаптивних стратегій у формуванні економічної поведінки.

Постійна невизначеність, пов'язана з військовими діями та економічною кризою, призводить до змін у поведінці бізнесу та населення. За даними досліджень, в умовах високого рівня стресу економічні суб'єкти скорочують витрати на інвестиції та надають перевагу короткостроковим фінансовим рішенням. Наприклад, у 2022 році рівень заощаджень серед домогосподарств зріс на 12% у порівнянні з 2021 роком, а у 2023 зріс на 15% у порівнянні з 2021 роком [1].

В умовах нестабільності підприємці демонструють або підвищену схильність до ризику, інвестуючи в короткострокові проекти, або, навпаки, ухиляються від ризикових інвестицій, що гальмує розвиток інновацій. Згідно з дослідженням НАПН України, 38% українських підприємців у 2022 та 42% українських підприємців у 2023 році змінили свою бізнес-стратегію, скорочуючи довгострокові інвестиційні проекти через невизначеність [1].

Фінансова поведінка домогосподарств характеризується прагненням до ліквідності. Попит на готівку зріс на 18% в 2022 та 25% в 2023 у порівнянні з довоєнним періодом, що впливає на кредитну активність і загальну економічну динаміку [1].

Післякризовий період вимагатиме від бізнесу адаптації до змін у споживчих вподобаннях. Компанії зосередяться на цифрових рішеннях, персоналізації продуктів і послуг. Дослідження НАПН України (2024) показують, що 64% в 2022 році та 68% в 2023 році українських споживачів готові перейти на онлайн-торгівлю навіть після стабілізації ситуації [1].

Психоемоційна стабільність впливає на рівень довіри інвесторів. Прозорість економічної політики та гарантії стабільності стануть основними факторами залучення інвестицій. Урядові ініціативи щодо страхування ризиків для інвесторів можуть сприяти залученню капіталу в 2025 році. Врахування психоемоційних факторів у розробці економічної політики є необхідною умовою для стійкого розвитку України в умовах глобальних викликів. Управління очікуваннями економічних суб'єктів, підтримка стабільності та сприяння довірі до державних інституцій допоможуть закласти основу для економічного зростання в 2025 році.

Таблиця 1

Фактор/Показник	2022	2023	2024	Джерело
Інфляція	22%	19%	12,9% (січень 2025)	НАПН, НБУ, Мінекономіки [1]
Зміна ВВП	-28,8%	+5,3%	+3,4% – +3,6%	Центр економічної стратегії [3]
Рівень безробіття	-	-	17,2%	Держстат
Дефіцит держбюджету	-	-	\$41,4 млрд	Міністерство фінансів України
Обсяг міжнародної допомоги	-	-	\$37,1 млрд	Світовий банк
Курс гривні (USD/UAN)	-	-	41,2 грн/\$ (лютий 2025)	НБУ
Рівень промислового виробництва	-	-	+2,1%	Держстат
Прямі іноземні інвестиції (ПІІ)	-18%	-22%	-	НАПН [1]
Довіра до банківської системи	32%	35%	-	Дембицька [2]
Доступ до кредитів для МСП	-	-30%	-	НАПН [1]

Джерело: складено автором на основі даних [1,2,3]

Постійна військова загроза та економічна нестабільність призводять до зростання рівня тривожності серед населення та бізнесу. Це, в свою чергу, впливає на зменшення споживчих витрат та інвестиційної активності. За даними Центру економічної стратегії, після падіння ВВП на 28,8% у 2022 році, економіка відновилася на 5,3% у 2023 році, проте темпи зростання сповільнилися до 3,4-3,6% у 2024 році [3].

Зростання цін на товари та послуги під час війни посилює відчуття нестабільності. У жовтні 2022 року інфляція досягла піку в 26,6% рік-до-року, що було спричинено руйнуванням виробництв та порушенням ланцюгів постачань [3].

В умовах війни довіра до фінансових установ є критично важливою. Нестабільність та ризики призводять до того, що населення та бізнес обирають більш консервативні стратегії управління фінансами, зокрема збільшують обсяги заощаджень у готівці та зменшують інвестиційну активність. Це може обмежувати доступність кредитних ресурсів та уповільнювати економічне зростання.

Міжнародна фінансова підтримка є ключовою для стабілізації економіки України. За даними Світового банку, для повоєнного відновлення та реконструкції країни необхідно \$524 млрд [3].

Психологічна підтримка населення та розвиток програм ментального здоров'я сприятимуть підвищенню економічної активності. Формування психічної стійкості та навичок саморегуляції допоможе економічним суб'єктам ефективніше адаптуватися до викликів воєнного часу та приймати обґрунтовані економічні рішення.

Психоемоційні чинники відіграють визначальну роль у формуванні економічної поведінки суб'єктів в Україні під час війни. Основними викликами залишаються: Високий рівень невизначеності та ризиків, що стримує довгострокові інвестиції; Інфляційний тиск, що знижує купівельну спроможність домогосподарств; Високий рівень безробіття та дефіцит кваліфікованих кадрів через міграцію; Залежність від міжнародної фінансової підтримки. [1,2].

Для стабілізації економічної ситуації та зниження впливу психоемоційних чинників необхідні такі заходи: **Зміцнення фінансової системи:** розширення доступу до кредитування, покращення довіри до банківських установ; **Диверсифікація економіки:** розвиток нових галузей, орієнтованих на експорт; **Підтримка бізнесу:** податкові стимули та державні гранти для підприємців; **Розширення програм психологічної підтримки:** створення державних ініціатив з ментального здоров'я для працівників і підприємців.

З урахуванням зазначених факторів, Україна має перспективи для поступового економічного відновлення, однак цей процес значною мірою залежатиме від ситуації на фронті, рівня міжнародної підтримки та ефективності внутрішніх реформ.

Психоемоційні фактори економічної поведінки в Україні у 2022-2024 роках визначаються такими викликами: Невизначеність та страх втрати доходів – спонукає громадян до заощаджень замість активного споживання. Дефіцит довіри до фінансових установ – через кризові явища населення уникає довгострокових інвестицій. Курсова нестабільність – спричиняє зростання попиту на іноземну валюту, що додатково тисне на гривню. Військовий фактор – створює високий рівень економічного песимізму, що обмежує підприємницьку активність. Зміна споживчих звичок – зростання витрат на базові потреби, зменшення витрат на розваги, подорожі та великі покупки[1,2].

Перспективи: Збільшення міжнародної підтримки може стабілізувати фінансову систему. Адаптація бізнесу до кризових умов сприяє розвитку нових економічних моделей (наприклад, цифрової економіки). Зміни у поведінці споживачів створюють попит на нові товари та послуги (наприклад, бюджетні альтернативи або продукти з підвищеною стійкістю).

1. Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства: монографія / Н. Дембицька, І. Зубіашвілі, О. Лавренко, Т. Мельничук; за ред. Н. Дембицької, О. Лавренко. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2024. 209 с.

2. Психологічні механізми економічної соціалізації молоді в умовах трансформації суспільства / Н. Дембицька та ін. *ЗВІТ про виконання наукового дослідження*, Київ, Україна, 20 груд. 2022.

3. Самойлюк М. Трекер економіки України під час війни. *Центр Економічної Стратегії*. 24.02.2025. URL: <https://ces.org.ua/tracker-economy-during-the-war/> (дата звернення: 28.02.2025).

Для програми конференцій:

Author	Subject of the report /the supervisor
<p>Shevchenko Vladyslav, Master II course, Taras Shevchenko National University of Kyiv</p>	<p>PSYCHOEMOTIONAL FACTORS OF ECONOMIC BEHAVIOR IN UKRAINE: CHALLENGES AND PROSPECTS AMID GLOBAL TRANSFORMATIONS (Doctor of Sciences (Economics), Prof. O.P. Nesterenko)</p>
<p>Шевченко В.М., Магістр II курс , Київський національний університет імені Тараса Шевченка</p>	<p>ПСИХОЕМОЦІЙНІ ЧИННИКИ ПОВЕДІНКИ ЕКОНОМІЧНИХ СУБ'ЄКТІВ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ (Д.е.н., проф. Нестеренко О.П.)</p>

Додаток Б

Рисунок Б.1

Демографічна характеристика вибірки

Demographic Characteristics of the Sample (N=150)

Characteristics	Men (n=90)		Women (n=60)		Total (N=150)	
	M (SD)	f (%)	M (SD)	f (%)	M (SD)	f (%)
Age	40.13 (14.41)		39.42 (11.69)		39.85 (13.35)	
Education						
Matriculation		32 (35.6%)		14 (23.3%)		46 (30.7%)
Intermediate		22 (24.4%)		15 (25%)		37 (24.7%)
Graduation		22 (24.4%)		21 (35%)		43 (28.7%)
Masters and above		14 (15.6%)		10 (16.7%)		24 (16%)
Marital Status						
Married		69 (76.7%)		49 (81.7%)		118 (78.7%)
Unmarried		21 (23.3%)		11 (18.3%)		32 (21.3%)

Джерело [53]

Рисунок Б.2

Тривалість бізнесу

Duration of Business	Men	Women	Total
5 to 10 years	45(50%)	38 (63.3%)	83 (55.3%)
11 to 15 years	12 (13.3%)	6 (10%)	18 (12.0%)
16 to 20 years	9 (10%)	8 (13.3%)	17 (11.3%)
21 to 25 years	4 (4.4%)	5 (8.3%)	9 (6%)
26 to 30 years	12 (13.3%)	3 (5%)	15 (10%)
30 and above	8 (8.9%)	0 (0%)	8 (5.3%)

Джерело [53]

Додаток В

Рисунок В.1

Розподіл по критеріям опитування

Variable	High (%)	Min	Max	Mean	SD
Self-control	41.5	2.18	3.95	3.52	0.36
Optimism	44.7	2.83	3.76	3.47	0.58
Deliberative thinking	66.8	3.49	3.65	3.62	0.45
Financial management behavior	41.5	1.91	4.63	3.45	0.21
Investment decisions	68.8	3.46	3.68	3.57	0.49
Financial literacy	38.6	3.21	3.34	3.23	0.99
Age (years)	NA	26	75	48	0.75
Income per household/month (Tshs)* (in million)	NA	0.7	10	1.9	1.28

Note(s): *Income was reported as household's monthly income before tax

Джерело [54]