

GALICIAN ECONOMIC JOURNAL

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu

Scientific Journal

Issued 6 times a year

Founded in September, 1996

№ 2 (63) 2020

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02

Founder and publisher:

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

List of journals ISSN 2409-8892

Copyright 19.08.2010 KB № 17319-6089П

Approved by the order of Ministry of Education and Science of Ukraine from 06.03.2015 № 261 as a scientific professional edition.

Recommended by the Scientific Council of the Ternopil Ivan Puluj National Technical University, Protocol No 4, 14.04.2020.

Editorialboard:

Rohatynskyy R. M. (chief editor), Pavlykivska O. I. (deputy chief editor), Kiliar O. R. (assistant editor), Marushchak L. I. (technical editor), Buyak L. M., Luchko M. R., Lobodina Z. M., Marynenko N. Yu., Panukhnyk O. V.

International editorialboard:

Zelinska A. (Poland), Ciobanu G. (Romania).

Editorial office address: Ternopil Ivan Puluj National Technical University,
56, Ruska Str.
Ternopil 46001, Ukraine.
Tel. (067) 39474 96.
Fax: (380) 352 254983.
E-mail: galician.visnyk@gmail.com

All rights reserved. Copywrite and translation are allowed only author and editorial staff's agreement.

Editorial staff does not always share the author's opinion and is not responsible and assumes no liability for any mistakes made.

<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/228>

Translation of articles by English language *L. A. Dzhydzhora.*

Managing Editor *N. B. Koval.*

Printers reader *N. B. Koval.*

Art Editor, design, typist *A. P. Katrych.*

ISSN 2409-8892

© Ternopil Ivan Puluj National
Technical University, 2020

Засновник і видавець:

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя.

Реєстраційний номер ISSN2409-8892.

Затверджено наказом Міністерства освіти і науки України від 06.03.2015р., № 261 як наукове фахове видання.

Свідоцтво про реєстрацію друкованого засобу масової інформації КВ № 17319 – 6089 ПР від 19.08.2010 р.

Згідно з наказом Міністерства освіти і науки України № 409 від 17.03.2020 р. науковому фаховому журналу «Галицький економічний вісник» присвоєно категорію «Б».

Рекомендовано до друку вченою радою Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя 14.04.2020 р., протокол № 4.

Редакційна колегія:

Рогатинський Р. М. (головний редактор), Павликівська О. І. (заступник головного редактора), Кіляр О. Р. (відповідальний секретар), Марущак Л. І. (технічний секретар), Буяк Л. М., Лучко М. Р., Лободіна З. М., Мариненко Н. Ю., Панухник О. В.

Міжнародна редакційна колегія:

Зелінська А. (Польща), Чобану Г. (Румунія).

Адреса редакції: 46001, Тернопіль, вул. Руська, 56.
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя.
Телефон: (067) 394 74 96.
E-mail: galician.visnyk@gmail.com

Усі права захищені. Передрук і переклади дозволяються лише зі згоди автора та редакції.

Редакція не завжди поділяє думку автора й не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

<http://elartu.tntu.edu.ua/handle/123456789/228>

Переклад *Л. В. Джиджора*.
Редактор *Н. Б. Коваль*.
Коректор *Н. Б. Коваль*.
Комп'ютерне макетування *А. П. Катрич*.

©Тернопільський національний технічний
університет імені Івана Пулюя, 2020

CONTENT

ECONOMISC

<i>Sergey Baranov</i> . Formation of the private military company's financial security mechanism: conceptual aspects and threat identification	7
<i>Viktor Hanin; Viktoriia Soliar</i> . Main paths for monetary forecasting of personal income	14
<i>Iryna Fedyshyn; Nataliia Harmatiy</i> . Investment and innovation activity of the Ukrainian industrial enterprises	26
<i>Oleksandr Antonov; Oleksandra Laktionova</i> . Evaluation of real estate market value in Ukraine using web-scraping	35
<i>Nataliia Letunovska; Hanna Voda; Svitlana Kadurina; Anna Tsunenka</i> . Peculiarities of innovations implementation on the ukrainian brand example	45
<i>Maryna Melnyk</i> . Enterprise employees competences concerning the abilities for open innovations creation and implementation	56
<i>Olha Nikolaichuk</i> . Tourist branding policy for promoting national tourist products: Central East European countries experience	64
<i>Larisa Tesheva</i> . Labor market analysis in the innovation-investment model of economic growth	78
<i>Mykhailyna Farion; Maria Buta</i> . Poverty reduction – what is more important: growth rate or institutions quality	84
<i>Antonina Farion-Melnyk; Viktor Sernetskyi</i> . The problem of relationship between budget funds decentralization level and regional economy growth	96
<i>Alisa Shevchenko; Olga Petrenko</i> . Trends of dairy breeding development in Ukraine	109
<i>Nataliia Yakymova</i> . Cognitive biases and their impact on behavioral models of labor market entities	118

ACCOUNTING AND TAXATION

<i>Olena Moshkovska</i> . Methodological approaches to the financial and economic information quality assessment	126
--	-----

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

<i>Anastasiia Balatska</i> . Directions of credit support improvement for business activity development in Ukraine	136
<i>Artur Zhavoronok</i> . Trends of credit service market development in Ukraine	145
<i>Lesya Kolinets; Serghiy Radynskyy</i> . Investment policy in the FINTECH industry: national and foreign experience	156
<i>Olena Shyshkina</i> . Classification of industrial enterprises in the context of financial risk management	164

MANAGEMENT

<i>Olha Hahaliuk.</i> The ways of the development of entrepreneurship culture or «corporate ethics» as a means of businessman education	176
<i>Olena Dolgalova; Anna Vykhodtseva.</i> Enterprise corporate culture formation for its sustainable development support	183
<i>Maryna Yeshchenko; Anhelyna Hrechko.</i> Modern technologies for team building and staff development in the organization	193
<i>Tetiana Kuz; Liudmyla Maliuta; Galyna Ostrovska.</i> Public and private partnership under joined territorial community conditions (infrastructure development and service organization)	199

MARKETING

<i>Iryna Karabaza.</i> Economic factors of the marketing environment of restaurant business enterprises	208
<i>Liudmyla Zakharkina; Liudmyla Saher; Liubov Syhyda.</i> Investigation of Ukraines readiness for industry 4.0 challenges and innovative activity increase	214
<i>Olena Chygryn; Oleksii Lyulyov; Tetyana Pimonenko; Svitlana Kostornova.</i> Green competitiveness: Ukraine's business sector in the worldwide trends framework	223

BUSINESS, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

<i>Halyna Koshelok; Raisa Hrinchenko.</i> Analysis of cash flows in the enterprise management system	231
<i>Victoriia Stetsenko; Yuliia Berezova.</i> Corporate social responsibility of enterprises in the pandemic conditions	243

INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

<i>Mariia Varlamova; Yuliia Demianova.</i> Main digitalization trends in the global dimension	251
<i>Mariana Lifanova.</i> Transformation of the international investment market in the context of globalization challenges	261
<i>Yuliia Solonenko; Ilya Chkareuli.</i> The phenomenon of family transnational corporations in the world economies system	270
<i>Iegor Chebotarov; Viacheslav Chebotarov.</i> Poland, Lithuania, Ukraine: national business cultures as integration determinant in european and world markets	279

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА

<i>Сергій Баранов.</i> Формування механізму забезпечення фінансової безпеки приватної військової компанії: концептуальні аспекти та ідентифікація загроз	7
<i>Віктор Ганін; Вікторія Соляр.</i> Магістральні траєкторії монетарного прогнозування доходів населення	14
<i>Ірина Федішин; Наталія Гарматій.</i> Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємств промисловості України	26
<i>Олександр Антонов; Олександра Лактіонова.</i> Оцінювання вартості ринку нерухомості в Україні з використанням web-scraping	35
<i>Наталія Летуновська; Ганна Вода; Світлана Кадуріна; Світлана Цуненко.</i> Особливості впровадження інновацій на прикладі українського бренда	45
<i>Марина Мельник.</i> Компетенції співробітників підприємству щодо здатності до створення та впровадження відкритих інновацій	56
<i>Ольга Ніколайчук.</i> Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн Центрально-Східної Європи	64
<i>Лариса Тешева.</i> Аналіз ринку праці в інноваційно-інвестиційній моделі економічного зростання	78
<i>Михайлина Фаріон; Марія Бута.</i> Подолання бідності: що важливіше, темп зростання чи якість інститутів	84
<i>Антоніна Фаріон-Мельник; Віктор Сернецький.</i> Проблема зв'язку між рівнем децентралізації бюджетних коштів та зростанням регіональної економіки	96
<i>Аліса Шевченко; Ольга Петренко.</i> Тенденції розвитку молочного скотарства в Україні	109
<i>Наталія Якимова.</i> Когнітивні упередження та їх вплив на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці	118

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

<i>Олена Мошковська.</i> Методичні підходи до оцінювання якості фінансово-економічної інформації	126
--	-----

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

<i>Анастасія Балацька.</i> Напрямки вдосконалення кредитного забезпечення розвитку підприємницької діяльності в Україні	136
<i>Артур Жаворонок.</i> Тенденції розвитку ринку кредитних послуг в Україні	145
<i>Леся Колінець; Сергій Радинський.</i> Інвестиційна політика у галузі FINTECH: вітчизняний та зарубіжний досвід	156
<i>Олена Шишкіна.</i> Класифікація промислових підприємств у контексті управління фінансовими ризиками	164

МЕНЕДЖМЕНТ

<i>Ольга Гагалюк.</i> Шляхи підвищення культури підприємництва або «корпоративна етика» як засіб виховання бізнесмена	176
<i>Олена Долгальова; Анна Виходцева.</i> Формування корпоративної культури підприємства з метою забезпечення його сталого розвитку	183
<i>Марина Єщенко; Ангеліна Гречко.</i> Сучасні технології формування колективу та розвитку персоналу організації	193
<i>Тетяна Кузь; Людмила Малюта; Галина Островська.</i> Державне та приватне партнерство в умовах об'єднаних територіальних громад (організація розвитку інфраструктури та сервісного обслуговування)	199

МАРКЕТИНГ

<i>Ірина Карабаза.</i> Економічні фактори маркетингового середовища підприємств ресторанного бізнесу	208
<i>Людмила Захаркіна; Людмила Сагер; Любов Сигида.</i> Дослідження ступеня готовності України до викликів індустрії 4.0 та посилення інноваційної активності	214
<i>Олена Чигрин; Олексій Люльов; Тетяна Пимоненко; Світлана Косторнова.</i> Зелена конкурентоспроможність бізнес-сектора України в рамках глобальних тенденцій	223

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

<i>Галина Кошельок; Райса Грінченко.</i> Аналіз грошових потоків у системі управління підприємством	231
<i>Вікторія Стеценко; Юлія Березова.</i> Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії	243

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

<i>Марія Варламова; Юлія Дем'янова.</i> Основні тенденції діджиталізації у глобальному вимірі	251
<i>Мар'яна Ліфанова.</i> Трансформація міжнародного інвестиційного ринку в умовах глобалізаційних викликів	261
<i>Юлія Солоненко; Ілля Чкареулі.</i> Феномен сімейних транснаціональних корпорацій у системі економік країн світу	270
<i>Єгор Чеботарьов; Вячеслав Чеботарьов.</i> Польща, Литва, Україна: національні ділові культури як детермінанта інтеграції на європейських і світових ринках	279

УДК 330.16:331.5.024.5

КОГНІТИВНІ УПЕРЕДЖЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОВЕДІНКОВІ МОДЕЛІ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПРАЦІ

Наталія Якимова

*Донецький національний університет імені Василя Стуса,
Вінниця, Україна*

Резюме. Досліджено когнітивні упередження та їх вплив на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці. Встановлено, що основними причинами, що зумовлюють вибір помилкових поведінкових моделей суб'єктами ринку праці, є, по-перше, недостатність у суб'єктів необхідної інформації для здійснення раціонального вибору та відсутність обліку обмежень інформації іншими контрагентами; по-друге, наявність зовнішніх чинників, що обмежують дії суб'єкта ринку праці; по-третє, особливості фізичного та психологічного стану суб'єкта, а також обмеженість ресурсів при прийнятті рішень. У даному дослідженні когнітивні упередження суб'єктів ринку праці визначено, як систематичні патерни відхилення від норми або раціональності в судженні, які виникають на основі дисфункціональних переконань, впроваджених у когнітивні схеми. Запропоновано критерії систематизації когнітивних упереджень, що впливають на поведінкові моделі. Було виявлено, що когнітивні упередження впливають на моделі поведінки суб'єктів ринку праці в ситуації вибору. Психологічні ефекти, що обмежують раціональну поведінку суб'єктів, співвіднесені з такими категоріями, як зовнішній вплив, власний досвід, ризик, раціональність, інформація, час, для більш точного опису поведінки суб'єктів ринку праці, які роблять вибір у ситуації з обмеженими ресурсами. Зроблено висновок, що в реальній ситуації суб'єкти ринку праці не завжди діють, виходячи з принципу максимізації корисності, оскільки при прийнятті рішення вони схильні до систематичних помилок. Спроба уникнути ризику призводить до зниження доходу, неправильне трактування інформації або пошук додаткової інформації збільшує витрати суб'єктів ринку праці на прийняття рішення. Доведено, що при прийнятті рішень у ході ринкової взаємодії необхідно враховувати, що досліджені когнітивні упередження призводять до зниження ефективності дії суб'єктів. Зміни, що відбуваються в сучасній економіці, вимагають вивчення, обліку та врахування когнітивних особливостей суб'єктів ринку праці при прийнятті ними рішень.

Ключові слова: когнітивні упередження, поведінкові моделі, суб'єкти ринку праці.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.118

Отримано 10.04.2020

UDC330.16:331.5.024.5

COGNITIVE BIASES AND THEIR IMPACT ON BEHAVIORAL MODELS OF LABOR MARKET ENTITIES

Nataliia Yakymova

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

Summary. Cognitive biases and their impact on behavioral models of labor market entities are investigated in this paper. It is determined that the main reasons for the choice of wrong behavioral models by the labor market entities are, firstly, the lack of necessary information for the entities to make the rational choices and the absence of accounting restrictions on the information by other contractors; secondly, the existence of external factors limiting the actions of the labor market entities; thirdly, the peculiarities of the entities physical and psychological characteristics, as well as limited resources in decision making. Cognitive biases of labor market entities are defined in the given investigation as systematic patterns of deviation from norm or rationality in judgments arising from dysfunctional beliefs applied in cognitive schemes. The criteria of systematization of cognitive biases influencing the behavioral models are proposed in this paper. It is determined that cognitive biases influence the behavior models of labor market entities their choice. Psychological effects limiting the

rational behavior of labor market entities, related to such categories as external influence, own experience, risk, rationality, information, time, for more accurate description of the behavior of labor market entities who make choices in situations with limited resources. It is concluded that in real situation, labor market entities do not always act according to the principle of advantage maximization, since they are disposed to systematic errors in decision making. The effort to avoid risk results in income decrease, information misinterpretation or search for more information increase the expenses of labor market entities in decision making. It is proved that in decision making during market interaction it is necessary to take into account the fact that the investigated cognitive biases result in the decrease of labor market entities actions effectiveness. Changes taking place in modern economy require investigation, accounting, and consideration of the cognitive characteristics of labor market entities in their decision making.

Key words: *cognitive biases, behavioral models, labor market entities.*

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.118

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки стає очевидним, що існуюча концепція реалізації економічного вибору суб'єктів ринку праці не може бути вписана тільки в положення теорії раціонального вибору. Парадигма економічної поведінки суб'єктів ринку праці будується на припущеннях, що визначають ірраціональну компоненту процесу прийняття рішень. Водночас методологія поведінкової економіки є конструктивною та дозволяє визначити, осмислити та систематизувати когнітивні упередження, тобто виокремити такі особливості мотиваційного комплексу суб'єктів ринку праці, які впливають на стратегії індивідуальної економічної поведінки, а також можуть пояснювати мотиви поведінки суб'єктів у рамках економічних взаємин. На основі аналізу когнітивних упереджень можливий пошук інструментів згладжування ірраціональних ефектів економічної поведінки суб'єктів ринку праці в різних сферах їх діяльності. За таких умов систематизація існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці є актуальною та потребує подальших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній теорії сформувався цілком стійке уявлення про незмінність властивих суб'єкту ринку праці переваг і його відособленості від зовнішніх умов господарювання. Однак, у сучасних реаліях переваги суб'єкта ринку праці перестають бути постійними і мають неоднорідний випадковий характер, так як можуть будуватися як на раціональній, так і ірраціональній основі. Тому, найбільш значущим теоретичним базисом, що дозволяє пояснити подібні трансформації в системі формування переваг суб'єкта ринку праці є поведінкова економіка, категоріальний апарат якої розробляється такими дослідниками, як М. Аллі, Д. Арієлі, Г. Беккер, Р. Зельтен, Д. Канеман [1], Г. Марковіц, М. Рабін, П. Словіч, Р. Талер, А. Тверські [2], Ю. Фама, Е. Фер, Р. Шиллер та ін. Однак, незважаючи на наявність публікацій і ґрунтовних наукових розробок у цьому напрямку, дослідженню існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці приділяється недостатньо уваги, що зумовлює вибір теми дослідження.

Метою дослідження є систематизація існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: розкрити сутність когнітивних упереджень, що виникають в процесі прийняття рішень та вибору моделі поведінки суб'єктами ринку праці; виокремити, проаналізувати та систематизувати існуючі когнітивні упередження, що впливають на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці; дати рекомендації щодо зменшення впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці для здійснення їх ефективного коригування.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, аналогія, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Під впливом процесів глобалізації та інтеграції відбуваються зміни умов господарювання, що призводять до трансформації поведінкових моделей суб'єктів ринку праці. Подібні економічні зміни задають інші параметри економічних відносин, які ускладнюють процес прийняття рішень, провокуючи зміну базових критеріїв і модифікацію мотиваційного комплексу суб'єктів ринку праці. В силу цього у сучасній економічній системі суб'єкт ринку праці перестає бути повним раціоналізатором власних рішень, так як до критерію раціональності додаються інші параметри вибору, які стають пріоритетними для суб'єкта. Тому економічний вибір суб'єктів ринку праці стає менш передбачуваним, що вимагає від економічної науки осмислення альтернативних детермінант, здатних вплинути на процес прийняття рішень у контексті реальної, а не абстрактної моделі поведінки.

Основними причинами, що зумовлюють вибір нетипових, а іноді й помилкових поведінкових моделей суб'єктами ринку праці, є, по-перше, недостатність інформації та відсутність обліку обмежень інформації іншими контрагентами; по-друге, наявність зовнішніх чинників, що лімітують дії суб'єкта; по-третє, особливості фізичного та психологічного стану суб'єкта, а також обмеженість ресурсів при прийнятті рішень. За умови коли когнітивні здібності суб'єкта ринку праці обмежені, існує невідповідність його компетенцій зі ступенем складності розв'язуваних ним проблем, а також він здійснює великі витрати на пошук інформації, суб'єкт схильний робити систематично помилки, що призводить до економічних втрат [3].

Тобто нетипові, ірраціональні моделі поведінки суб'єктів ринку праці зумовлені значним впливом існуючих у суспільстві когнітивних упереджень. У даному дослідженні під когнітивними упередженнями слід розуміти систематичні патерни відхилення від норми або раціональності в судженні, які виникають на основі дисфункціональних переконань, впроваджених у когнітивні схеми.

На основі існуючих досліджень [4, 5, 6, 7] виокремлено когнітивні упередження, які, по-перше, підтверджені і загальноновизнані, по-друге, впливають на прийняття рішень саме в економічній сфері. З метою визначення впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці, а також на рішення, що ними приймаються для мінімізації ризиків і втрат у ході ринкової взаємодії, в дослідженні систематизовано когнітивні упередження, що пов'язані з: зовнішнім впливом на суб'єкти ринку праці; урахуванням суб'єктом ринку праці власного досвіду; ризиком втрати доходу; відсутністю раціональності при прийнятті рішень; неповноціним обробленням інформації; недооцінкою часу вирішення певних завдань, які зображені на рисунку 1. Розглянемо детальніше систематизовані когнітивні упередження.

До когнітивних упереджень, що пов'язані з зовнішнім впливом на суб'єкти ринку праці, можна віднести упередженість авторитету, упередження зовнішнього впливу, ефект наслідування (ефект приєднання до більшості).

Упередженість авторитету – схильність приймати рішення на основі авторитетної думки та залежати від цієї думки. У зв'язку з цим суб'єкти ринку праці роблять вибір, ґрунтуючись не на своїх перевагах і можливостях, а на уявленнях осіб, яких вони вважають авторитетними [8]. Інформація від експерта не підлягає критичному аналізу.

Упередження зовнішнього впливу – виняток до «фундаментальної похибки атрибуції», коли суб'єкти ринку праці розглядають інших як таких, що мають (ситуаційні) зовнішні впливи і (диспозиційні) внутрішні мотиви для себе. Це упередження атрибуції, коли суб'єкти ринку праці надають більше ваги «зовнішнім стимулам» (наприклад, грошова винагорода), ніж «внутрішнім стимулам» (наприклад, отримання нової навички) в інших, але не в собі.

Ефект наслідування (ефект приєднання до більшості) – тенденція робити речі, тому що багато інших індивідів роблять те ж саме. Пов'язано з груповим мисленням та стадною поведінкою. Тобто, рішення, ухвалене суб'єктом ринку праці, залежить таким чином від думки та поведінки інших суб'єктів.

При прийнятті рішень суб'єкт ринку праці враховує власний досвід. Тому для нього притаманний прояв таких когнітивних упереджень: ефект Даннінга-Крюгера, упередження погляду в минуле, ефект ілюзії правди.

КРИТЕРІЙ	КОГНІТИВНЕ УПЕРЕДЖЕННЯ	СУТНІСТЬ КОГНІТИВНОГО УПЕРЕДЖЕННЯ
Зовнішній вплив	Упередженість авторитету	схильність приймати рішення на основі авторитетної думки та залежати від цієї думки
	Упередження зовнішнього впливу	індивіди розглядають інших як таких, що мають (ситуаційні) зовнішні впливи і (диспозиційні) внутрішні мотиви для себе
	Ефект наслідування	тенденція робити речі, тому що багато інших індивідів роблять те ж саме
Власний досвід	Ефект Даннінга-Крюгера	тенденція для некваліфікованих осіб переоцінювати свої здібності, а експертів недооцінювати свої здібності
	Упередження погляду в минуле	схильність розглядати події, що вже сталися, як більш передбачувані, ніж вони були до того, як трапилися
	Ефект ілюзії правди	тенденція вірити, що інформація правдива, якщо суб'єкти ринку праці її почули/побачили багато разів
Раціональність	Раціоналізація після здійснення вибору	схильність переконувати себе, що вибір був раціональним вже після того, як він був зроблений
	Ефект обмеженої раціональності	коли приймаються рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору та часом, доступним для прийняття
	Прийняття бажаного за дійсне	формування переконань і прийняття рішень, не звертаючись до їх раціональності, а ґрунтуючись на власному баченні
Інформація	Помилка інформації	схильність шукати додаткову інформацію, навіть коли вона не може вплинути на рішення або змінити вже прийняте
	Ефект формулювання	ситуація в якій зроблені висновки залежать від того, як спочатку була подана інформація
	Ефект невизначеності	схильність уникати альтернатив, ймовірність яких невизначена через брак недостатньої інформації
Ризики	Ефект неприйняття ризику	суб'єкт при однаковому очікуваному значенні доходу віддає перевагу встановленому доходу, аніж доходу з ризиком
	Ефект переваги нульового ризику	суб'єкт віддає перевагу зменшенню невеликого ризику до нуля замість того, щоб значно зменшити великий ризик
	Ефект псевдовпевненості	схильність уникати ризику, коли результат позитивний, та готовність ризикувати, щоб уникнути негативних результатів
Час	Помилка планування	схильність суб'єктів ринку праці недооцінювати час, що необхідний для вирішення завдання
	Помилка гравця	помилкове розуміння суб'єктами ринку праці випадкових подій
	Упередження поширеної інформації	схильність витратити більше часу на обговорення інформації, яка відома всім, і менше – на ту, яка відома одиницям

Рисунок 1. Систематизація когнітивних упереджень за напрямом їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці

Figure 1. Systematization of cognitive biases according to their influence on behavioral models of labor market entities

Ефект Даннінга-Крюгера – тенденція для некваліфікованих суб'єктів ринку праці переоцінювати свої здібності та схильність висококваліфікованих спеціалістів недооцінювати свої здібності. Суб'єкти з низькою кваліфікацією роблять помилкові висновки та невдалі рішення, але некомпетентність не дозволяє їм це усвідомити. Через це такі суб'єкти ринку праці зверхні до інших та вважають свої здібності вищими за пересічні.

Упередження погляду в минуле – схильність розглядати події, що вже сталися, як більш передбачувані, ніж вони були до того, як трапилися. Таке когнітивне упередження може спричинювати викривлення пам'яті, коли пригадування та відтворення може призвести до неправильних теоретичних висновків.

Ефект ілюзії правди – це тенденція вірити, що інформація правдива, якщо суб'єкти ринку праці її почули/побачили багато разів.

При прийнятті рішень суб'єкт ринку праці не завжди діє раціонально. У даному випадку можливий прояв наступних когнітивних упереджень: раціоналізація після здійснення вибору, прийняття бажаного за дійсне, ефект обмеженої раціональності.

Раціоналізація після здійснення вибору – схильність суб'єктів ринку праці переконувати себе за допомогою аргументів, що вибір був раціональним вже після того, як він був зроблений. Тому дуже часто суб'єкт прагне виправдати свій вибір [9]. Раціональність замінюється на легітимізацію вибору в очах суб'єкта, який здійснив вибір, причому якщо зовнішній спостерігач запитає безпосередньо у суб'єкта, чи були прийняті у процесі вибору ним до уваги висловлені в ході раціоналізації міркування, негативної відповіді він не отримає.

Ефект обмеженої раціональності полягає в тому, що коли суб'єкти ринку праці приймають рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору, пізнавальними обмеженнями їх розуму та часом, доступним для прийняття рішення. Приймачі рішень у цьому випадку виступають агентами, що задовольняють свої потреби, намагаючись знайти задовільний, а не оптимальний варіант.

Прийняття бажаного за дійсне – формування переконань і прийняття рішень суб'єктом ринку праці, не звертаючись до доказів або раціональності, а ґрунтуючись на власному баченні та бажанні [10, с. 44]. Прийняття бажаного за дійсне може привести до небажаних наслідків, вводити в оману. В окремому випадку наслідки такого упередження можуть проявлятися відразу й приносити збитки в короткотерміновій перспективі, суб'єкт вибору зможе проаналізувати причини і сліdstва того, що відбулося, після чого, можливо, ним буде скоригована його поведінка. У загальному ж випадку дуже часто справжніх причин своєї невдачі суб'єкт зрозуміти не зможе і буде відтворювати таку модель поведінки при прийнятті майбутніх рішень.

Обмеження інформації або неправильне її трактування здатні привести до наступних когнітивних упереджень: помилка інформації, упередженість підтвердження, евристика доступності, ефект формулювання, ефект невизначеності, якоріння тощо.

Помилка інформації – схильність суб'єктів ринку праці шукати додаткову інформацію, навіть коли вона не може вплинути на рішення або змінити вже прийняте рішення [10, с. 258–259]. Такого роду схильність може виявлятися в упередженому оцінюванні інформації, коли економічні агенти вважають, що чим більше отримано інформації для прийняття рішень, тим краще, навіть якщо ця додаткова інформація не має принципового значення.

Ефект формулювання – ситуація, в якій зроблені суб'єктами ринку праці висновки залежать від того, як спочатку була подана інформація [8]. Також виникає

можливість маніпулювання вибором, коли інформація може бути подана в позитивному або негативному ключі, що впливає на результат вибору суб'єктів ринку праці.

Ефект невизначеності – схильність суб'єктів ринку праці уникати альтернатив, ймовірність яких невизначена через брак недостатньої інформації [10, с. 372]. При цьому можуть бути відкинуті з самого початку вигідні та перспективні ідеї та новації.

Суб'єкти ринку праці, що опиняються в ситуації, яка пов'язана з ризиком, приймають рішення по-різному. В умовах, коли існують ризики, знаходять своє відображення певні когнітивні упередження, наприклад, неприйняття ризику, перевага нульового ризику, ефект псевдовпевненості.

Ефект неприйняття ризику – суб'єкт ринку праці при одному і тому ж очікуваному значенні доходу віддає перевагу певному встановленому доходу, аніж доходу, що пов'язаний з ризиком [11]. Суб'єкт оцінює корисність, яку він може отримати від запропонованих альтернатив. Для несхильних до ризику суб'єктів втрати будуть важливіші, ніж прибуток, що не дозволяє вибрати їм варіанти інвестування неупереджено.

Ефект переваги нульового ризику – суб'єкт віддає перевагу зменшенню невеликого ризику до нуля замість того, щоб значно зменшити великий ризик. При цьому ймовірність настання несприятливої події з невеликим ризиком незначна, але суб'єкти ринку праці вважають за краще страхувати саме його, не обираючи і часто навіть не розглядаючи більш вигідні альтернативи, в яких початково високий ризик у 30–50% можна знизити практично з тими ж витратами до 10–20% [12].

Ефект псевдовпевненості – схильність суб'єктів уникати ризикованих ситуацій, коли очікуваний результат позитивний, та готовність йти на ризик, щоб уникнути негативних результатів [12, с. 137]. Цей ефект спостерігається у багатоетапних рішеннях, в яких на попередніх етапах вирішення відмовляються від оцінювання результатів та здійснюють вибір на наступних етапах. Тобто сприйняття ризику відбувається контекстуально, математичного розрахунку ймовірності суб'єкти не здійснюють, а замість цього схилиються до гарантованих альтернатив.

Обмеження або неправильне оцінювання часу при прийнятті економічних рішень може бути пов'язана з наступними когнітивними упередженнями: помилка планування, помилка гравця.

Помилка планування – схильність суб'єктів ринку праці недооцінювати час, що необхідний для вирішення завдання [8]. Суб'єкти недооцінюють, скільки часу їм знадобиться для виконання завдання, навіть якщо вони вже мали досвід вирішення подібних завдань. При цьому цей ефект впливає тільки на прогнози власних рішень, в той час як сторонній спостерігач, як правило, переоцінює час.

Помилка гравця – помилкове розуміння суб'єктами ринку праці випадкових подій. Помилка пов'язана з тим, що, як правило, суб'єкт ринку праці не усвідомлює того факту, що ймовірність бажаного результату не залежить від попередніх результатів випадкової події.

Упередження поширеної інформації – схильність суб'єктів ринку праці витрачати більше часу та енергії на обговорення інформації, яка відома всім (тобто поширеної інформації), і менше – на обговорення інформації, яка відома тільки одиницям (непоширена інформація).

Висновки. Виходячи з вищезазначеного, доцільно зробити висновок, що прояв поведінкових феноменів надає значний вплив на формування переваг економічного вибору в сучасних умовах, у результаті чого суб'єкт ринку праці може включати в стратегію своєї поведінки ірраціональні компоненти, що призводять до наростання

загальної економічної невизначеності. В реальній ситуації суб'єкти ринку праці не завжди діють, виходячи з принципу максимізації корисності, оскільки при прийнятті рішення вони схильні до систематичних помилок. Спроба уникнути ризику призводить до зниження доходу, неправильне трактування інформації або пошук додаткової інформації, що збільшує витрати на прийняття рішення. Тому при прийнятті рішень у ході ринкової взаємодії необхідно враховувати, що наведені вище ефекти призводять до зниження ефективності дій суб'єктів. Незважаючи на те, що прийняті на основі поведінкових компонент рішення є складно прогнозованими, дослідження загальних тенденцій у відхиленні від раціональної поведінки дозволяє сучасній економічній науці виробити систему ефективного управління суб'єктивною ірраціональністю, тим самим знизити економічні ризики. Зміни, що відбуваються в економічній ситуації, вимагають обліку когнітивних особливостей суб'єктів ринку праці при прийнятті ними рішень. Подальші дослідження впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці дозволять сформулювати конкретні рекомендації щодо створення нових і зміни існуючих норм ринкової взаємодії, які враховуватимуть механізми ірраціональної поведінки суб'єктів.

Conclusions. On the basis of the above mentioned, it is reasonable to conclude that manifestation of behavioral phenomena provides a significant influence on the formation of economic choice advantages in modern conditions, making it possible for the labor market entities to include irrational components in their behavior strategies, resulting in overall economic uncertainty increase. That is, in real situation, that in real situation, labor market entities do not always act according to the principle of advantage maximization, since they are disposed to systematic errors in decision making. The effort to avoid risk results in income decrease, information misinterpretation or search for more information increase the expenses of labor market entities in decision making. Therefore, in decision making during market interaction it is necessary to take into account the fact that the above mentioned effects result in the decrease of labor market entities actions effectiveness. Despite the fact that decisions made on the basis of behavioral components are difficult to predict, the investigation of general trends in the deviation from rational behavior makes it possible for modern economic science to develop the system of effective subjective irrationality management, thereby reducing economic risks. Changes taking place in modern economy require investigation, accounting, and consideration of the cognitive characteristics of labor market entities in their decision making. Therefore, further investigations of the cognitive biases influence on the behavioral models of labor market entities will allow us to formulate specific recommendations for the creation and modification of existing market interaction norms taking into account the mechanisms of entities irrational behavior.

Список використаної літератури

1. Kahneman D., Tversky A. Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. *TIMS Studies in Management Science*. 1979. Vol. 12. P. 313–327.
2. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions. *The Journal of Business*. 1986. Vol. 59. № 4. Part 2. P. 251–278. <https://doi.org/10.1086/296365>
3. Tversky A., Kahneman D. Judgment under Uncertainty. *Heuristics and Biases*. *Science*. 1974. № 185. P. 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
4. List of Cognitive Biases. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases.
5. Baer D., Lubin G. 58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do. Business Insider Inc. URL: <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1>.

6. Ritholtz B. Investors' 10 most common mistakes. The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/investors-10-most-common-mistakes/2012/07/09/gJQAZQh1cW_story.html.
7. Nickerson R. S. Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*. 1998. Vol. 2. № 2. P. 175–220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
8. Sanna L. J., Schwarz N. Integrating Temporal Biases: The Interplay of Focal Thoughts and Accessibility Experiences. *Psychological Science*. American Psychological Society. 2004. № 15 (7). P. 474–481. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00704.x>
9. Cohen J. B., Goldberg M. E. The Dissonance Model in Post-Decision Product Evaluation. *Journal of Marketing Research*. 1970. Vol. 7. № 3. P. 315–321. <https://doi.org/10.1177/002224377000700305>
10. Baron J. *Thinking and Deciding*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 570 p.
11. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *The Journal of Economic Perspectives*. 1991. № 5 (1). P. 193–206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
12. Hardman D. *Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. 221 p.

References

1. Kahneman D., Tversky A. Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. *TIMS Studies in Management Science*. 1979. Vol. 12. P. 313–327. [In English].
2. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions. *The Journal of Business*. 1986. Vol. 59. № 4. Part 2. P. 251–278. <https://doi.org/10.1086/296365>
3. Tversky A., Kahneman D. Judgment under Uncertainty. Heuristics and Biases. *Science*. 1974. № 185. P. 1124–1131. [In English]. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
4. List of Cognitive Biases. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases (accessed: 06.04.2020). [In English].
5. Baer D., Lubin G. 58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do. *Business Insider Inc*. URL: <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1> (accessed: 05.04.2020). [In English].
6. Ritholtz B. Investors' 10 most common mistakes. The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/investors-10-most-common-mistakes/2012/07/09/gJQAZQh1cW_story.html (accessed: 04.04.2020). [In English].
7. Nickerson R. S. Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology*. 1998. Vol. 2. № 2. P. 175–220. [In English]. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
8. Sanna L. J., Schwarz N. Integrating Temporal Biases: The Interplay of Focal Thoughts and Accessibility Experiences. *Psychological Science*. American Psychological Society. 2004. № 15 (7). P. 474–481. [In English]. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00704.x>
9. Cohen J. B., Goldberg M. E. The Dissonance Model in Post-Decision Product Evaluation. *Journal of Marketing Research*. 1970. Vol. 7. № 3. P. 315–321. [In English]. <https://doi.org/10.1177/002224377000700305>
10. Baron J. *Thinking and Deciding*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 570 p. [In English].
11. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *The Journal of Economic Perspectives*. 1991. No. 5 (1). P. 193–206. [In English]. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
12. Hardman D. *Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. 221 p. [In English].

ГАЛИЦЬКИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК

Науковий журнал

№ 2 (63) 2020

Переклад *Л. В. Джиджора*
Редактор *Н. Б. Коваль*.
Коректор *Н. Б. Коваль*.
Комп'ютерне макетування *А. П. Катрич*.

Тираж 100 пр. Зам. № 3308.

Видавець Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001
E-mail: vydavnytstvo@tu.edu.te.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 4226 від 08.12.2011 р.