

"Global Innovation Index 2021. Executive Summary". *World Intellectual Property Organization*. <https://tind.wipo.int/record/44366>

"Global Innovation Index 2022. Ukraine". *World Intellectual Property Organization*. https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_2000_2022/ua.pdf

"Global Innovation Index 2022. What is the future of innovation-driven growth?" *World Intellectual Property Organization*. <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/>

wipo-pub-2000-2022-en-main-report-global-innovation-index-2022-15th-edition.pdf

[Legal Act of Ukraine] (2002). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2011). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3715-17#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/526-2019-p#Text>

УДК 330.88

JEL: A12; E03; I31; O35; Q32; Q57

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-9-91-97>

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА В РЕАЛІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНИХ ІНІЦІАТИВ НА ПРИКЛАДІ ЕКО-РІШЕНЬ

©2023 МАРКОВИЧ І. Б., ДЕМКУРА Т. В.

УДК 330.88

JEL: A12; E03; I31; O35; Q32; Q57

Маркович І. Б., Демкура Т. В. Поведінкова економіка в реалізації соціальних ініціатив на прикладі еко-рішень

Метою дослідження є виявлення можливостей змін, які стосуються соціальних ініціатив у сфері збереження навколишнього середовища та підтримання здорового способу життя, шляхом застосування досягнень поведінкової економіки. У статті здійснено аналіз особливостей формування архітектури вибору як елементу поведінкової економіки інструментами підштовхування (наджингу) в контексті еко-рішень. Показано, що при формуванні глобальних цілей сталого розвитку багато уваги відводиться завданням збереження навколишнього середовища та ощадного ресурсного споживання. З огляду на це, розробка програм і проєктів, які прискорять досягнення окреслених цілей, є вкрай важливим як для України, так і загалом для світової спільноти. Обґрунтовано доцільність застосування таких підходів до формування архітектури вибору, які можуть підвищити рівень інтенсивності переходу до екологічних рішень: опція «за замовчуванням» має бути із елементом «еко»; важливість застосування принципів еко-дизайну; доступ до «еко-рішень» повинен бути як мінімум не складнішим, ніж до традиційних, а в ідеалі – набагато простішим; «еко-рішення» мають бути вигідні для споживача, причому вигоди не обмежуються виключно економічними. Теоретичні висновки підтверджені практичними кейсами, які вже впроваджені та демонструють свою результативність в Україні. Окреслено труднощі, які стають перешкодами в процесах збереження навколишнього середовища та можуть бути подолані кліматичними стимулами. Загалом доведено, що поведінкова економіка здатна запропонувати свої інструменти для формування звички виважено ухвалювати еко-рішення із урахуванням необхідності збереження довкілля. Перспективними напрямками досліджень є аналіз можливостей імплементації принципів поведінкової економіки до процесів ухвалення рішень у сфері освіти, особистісного розвитку, фінансах і т. ін.

Ключові слова: поведінкова економіка, підштовхування, архітектура вибору, еко-рішення.

Рис.: 1. **Бібл.:** 17.

Маркович Ірина Богданівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки і фінансів, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя (вул. Руська, 56, Тернопіль, 46001, Україна)

E-mail: soriraa@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4585-722X>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/IQU-9577-2023>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorid=56835681100>

Демкура Тарас Володимирович – кандидат економічних наук, віце-президент з питань регіонального

розвитку, керівник регіонального представництва в Тернопільській області Міжнародної Торгової палати «ICC Ukraine» (вул. Кардинала Йосипа Сліпого, 7, Тернопіль, 46001, Україна)

E-mail: tdemkura@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3260-4920>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/JBS-4783-2023>

UDC 330.88

JEL: A12; E03; I31; O35; Q32; Q57

Markovych I. B., Demkura T. V. Behavioral Economics in the Implementation of Social Initiatives on the Example of Eco-Solutions

The purpose of the study is to identify opportunities for changes related to social initiatives in the field of environmental preservation and maintaining a healthy lifestyle, through the application of the achievements of behavioral economics. The article analyzes the features of the formation of the architecture of choice as an element of behavioral economics by the tools of nudging in the context of eco-solutions. It is shown that in the formation of the global goals of sustainable development, much attention is paid to the tasks of preserving the environment and saving resource consumption. In view of this, the development of programs and projects that will accelerate the achievement of these goals is extremely important both for Ukraine and for the world community in general. The expediency of applying such approaches to the formation of the architecture of choice, which can increase the level of intensity of the transition to ecological solutions, is substantiated: the option of «default» should include the element of «eco»; the importance of applying the principles of eco-design; access to eco-solutions should be at least no more difficult than traditional ones, and, speaking of an ideal, much easier; eco-solutions should be beneficial for the consumer, and the benefits are not limited to purely economic ones. The theoretical conclusions are justified by practical cases that have already been implemented and

are demonstrating their effectiveness in Ukraine. The difficulties that become obstacles in the processes of environmental conservation and can be overcome by climate incentives are outlined. In general, it has been proved that behavioral economics is able to offer its tools for forming the habit of making eco-decisions in a balanced way, taking into account the need to preserve the environment. Promising directions of research are the analysis of the possibilities of implementing the principles of behavioral economics in decision-making processes in the field of education, personal development, finance, etc.

Keywords: behavioral economics, nudging, choice architecture, eco-solutions.

Fig.: 1. Bibl.: 17.

Markovych Iryna B. – PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Finance, Ternopil Ivan Pului National Technical University (56 Ruska Str., 46001, Ukraine)

E-mail: soriraa@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4585-722X>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/IQU-9577-2023>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=56835681100>

Demkura Taras V. – PhD (Economics), Vice President for Regional Development, Head of the Regional Representative Office in Ternopil Region of the International Chamber of Commerce "ICC Ukraine" (7 Kardynala Iosypa Slipoho Str., 46001, Ukraine)

E-mail: tdemkura@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3260-4920>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/JBS-4783-2023>

Основою поведінкової економіки можна вважати 70-ті роки 20 століття, коли почалися ґрунтовні дослідження процесів ухвалення рішень та їх наслідків на рівні окремої особи, компанії, цілих галузей і держав, які доповнювали та розширювали висновки неокласичної економічної теорії.

Неокласична економічна теорія розглядала людину як «Homo economicus», тобто раціонального суб'єкта, який завжди зважає витрати та вигоди від своїх дій, намагається максимізувати прибутки та уникає втрат, здатен залишатися стабільним у своєму виборі. Звичайно, такий підхід до розуміння поведінки людини був надто спрощеним і потребував уточнення.

Акцент у дослідженнях у поведінковій економіці ставиться на когнітивних особливостях людського сприйняття та поведінки, які доволі часто є помилковими з точки зору дотримання раціональності, проте, водночас, ці помилки є системними та досить передбачуваними.

Урахування результатів досліджень поведінкової економіки дають можливість удосконалювати системи державного управління та регулювання, оптимізувати діяльність підприємств, переводячи їх на нові рівні розвитку, а також підвищувати особисту ефективність у різних сферах життя.

З огляду на це, інтеграція поведінкової економіки зі сферою збереження навколишнього середовища та поліпшення стану екології як елементу системи підтримки здоров'я людини, потребує розгляду, досліджень і напрацювання рекомендацій щодо практичних процедур реалізації.

Важливий внесок у розвиток поведінкової економіки здійснили такі вчені, як Деніел Канеман (*D. Kahneman*) [1; 2], Амос Тверські (*A. Tversky*) [2], Річард Талер, Касс Санстейн (*R. H. Thaler; C. R. Sunstein*) [3; 4] та інші, які вивчали процеси прийняття економічних рішень в умовах невизначеності та ризику.

Завдяки цим та іншим дослідникам можна говорити про розквіт у 21 столітті біхевіористичної

економіки, тобто такої, що зосереджується на поведінкових, когнітивних аспектах людської поведінки в економіці за умов невизначеності, яка сьогодні спостерігається практично в усіх сферах. Тобто поведінкова економіка є фактично об'єднанням досягнень економічної науки та когнітивістики.

Метою дослідження є виявлення можливостей змін, які стосуються реалізації соціальних ініціатив у сфері поліпшення екології та підтримання здорового способу життя шляхом застосування результатів досліджень поведінкової економіки.

Важливим досягненням поведінкової економіки є розробка та обґрунтування теорії перспектив Р. Талера, відповідно до якої рішення приймаються переважно не зважуванням можливих вигод і втрат, а емоційними станами, прагненням бути причетним до певної суспільної групи, фреймінгом (стереотипністю), впливом інших осіб і таке інше.

Це пов'язано з тим, що людина намагається знизити рівень інформаційного тиску на себе, уникає обтяжливих розрахунків, особливо якщо умови є складно детермінованими, а ризики – мало прогнозованими.

Тобто у своїх діях частіше ми керуємося не тематично-статистичним розрахунком імовірностей настання певних подій, а власним ставленням до можливих втрат і здобутків. Варто звернути увагу на те, що це сприйняття є дуже мінливим. Загальною закономірністю є те, що у своїх судженнях ми більшої ваги надаємо можливості уникнення втрат, ніж отриманню вигод. Поведінкові аномалії є одним із великих пластів досліджень поведінкової економіки. До найбільш поширених із них належать: ефект володіння; неприйняття втрат; міжчасовий вибір; групова поведінка; перевага поточного споживання тощо.

Надзвичайно цікавою в системі поведінкової економіки є концепція «підштовхування» («наджингу» – від англ. *nudge*) (Р. Талер і К. Санстейн [3]),

суть якої зводиться до створення умов, в яких буде здійснюватися раціональний вибір, із більшою ймовірністю, ніж без нього. Акцентується увага на тому, що підштовхування є системою м'якого впливу, без примусу чи обмеження вибору. Потреба в наджингу може виникати передусім у держави, коли вона прагне домогтися від громадян бажаних економічних рішень. Політика реалізації наджингу на рівні держави, за визначенням Р. Талера та К. Сансейна, носить назву «лібертаріанський патерналізм».

Лібертаріанський патерналізм – це підхід, який зберігає свободу вибору, але дозволяє як приватним, так і державним установам спрямовувати людей у напрямку, який сприятиме їхньому добробуту [4].

Архітектура вибору допомагає людям краще зрозуміти всі можливості й обрати оптимальний варіант. Архітектор вибору – це той, хто відповідає за організацію контексту, в якому людина приймає рішення. Прикладом архітектури вибору є подання інформації в більш доступному вигляді. Навіть правдива інформація (наприклад, щодо статистики злочинності) може підштовхнути до певних дій (підвищується схильність до злочинів, якщо починають вважати це соціальною нормою). Деякі підштовхування можуть бути шкідливі як для добробуту людини, так і для навколишнього середовища. Наприклад, забруднення довкілля є наслідком несприятливої архітектури вибору [5].

У яких сферах такий патерналізм потрібен?

Звичайно, неможливо заперечити той факт, що в бізнесі конкуренція та ринок за невтручання держави великою мірою здатні відфільтрувати нераціональні підприємницькі рішення.

Проте раціональність з точки зору суб'єкта господарювання та суспільного добробуту – це різні сторони одного процесу. Може виникати ситуація, в якій підприємства будують свою роботу на використанні людських слабкостей – наприклад, виробники шкідливої їжі, алкоголю, тютюнових виробів тощо. Або організації не враховують довгострокові впливи своєї діяльності на стан екології.

Поведінкові інтервенції, які враховують передбачувані моделі мислення та механізми прийняття рішень, можуть мати потужний вплив на дії людей. Особливо це важливо в контексті збереження навколишнього середовища та еко-рішень. Для уникнення екологічно та соціально критичних наслідків надмірного або нераціонального використання ресурсів варто системно змінити поведінку як окремих індивідів, так і підприємств цілих галузей. І на допомогу цьому може прийти поведінкова економіка [6].

Здійснимо аналіз інструментів поведінкової економіки, які варто застосувати, щоб рішення у сфері збереження навколишнього середовища були більш раціональними в довгостроковій перспективі.

За словами експерта ООН зі зміни клімату Нікла Хегельберга (*Niklas Hagelberg*) [7], наука про поведінку необхідна для боротьби з діями, які виснажують навколишнє середовище. Респонденти, як правило, підтримують зміни в бік вуглецевої нейтральності, але реальність зміни повсякденної поведінки для досягнення цих цілей часто може здаватися невизначеною або надто складною.

У звіті ООН про зміну клімату [8] говориться: «досягнення сталого споживання потребуватиме великих глобальних зусиль – надзвичайно важливо, щоб ми використовували всі інструменти, які є в нашому розпорядженні. Використовуючи глибоке розуміння процесу прийняття рішень, запропоноване поведінковою економікою, політики можуть розробити більш ефективну політику для зміни моделей споживання та досягнення Цілей сталого розвитку».

До глобальних цілей сталого розвитку до 2030 року належать такі (*рис. 1*).

Можна побачити, що багато цілей стосуються безпосередньо завдань збереження навколишнього середовища та ощадного ресурсного споживання. Отже, розробка програм і проектів, які прискорять досягнення намічених цілей, є вкрай важливим як для України, так і загалом для світової спільноти.

Принципи поведінкової економіки в площині формування архітектури вибору, які знаходять своє застосування в забезпеченні охорони навколишнього середовища, називаються «зеленим наджингом» (або «зеленим підштовхуванням») [6].

З 01.01.2020 р. вступив у дію Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» (від 28 лютого 2019 р. № 2697-VIII) [9]. Серед основних цілей, які визначаються на період до 2030 р., є встановлення екологічної суспільної свідомості, популяризація сталого виробництва та використання, налагоджування зв'язків між науковими діями та державними інституціями, залучення громадського сектора до процесу прийняття рішень та якісне поінформування громадян щодо екологічних питань (детальніше – у [10]).

В Україні вже успішно реалізовується проект «Життя в стилі ЕСО» [11], який пропонує комплексне рішення для оптимізації витрат та екологізації. Заходи цієї еко-спільноти покликані підвищувати рівень обізнаності населення України в питаннях еко-культури: збалансованого харчування, використання безпечних для здоров'я та довкілля товарів, створення соціально орієнтованого підприємництва та еко-середовища. Даний проект – це ініціатива Міжнародної торгової палати [12], яка створена в 1919 р. у Парижі та активно впроваджує світові стандарти якості, а також Національної туристичної організації України [13], місією якої є популяризація активного та здорового способу життя. Саме цей еко-проект розглянемо як приклад ефективного використання можливостей



Рис. 1. Глобальні цілі сталого розвитку [8]

інструментів поведінкової економіки в практичній діяльності в Україні.

Наведемо деякі пропозиції, які можна застосувати для підвищення екологічності.

1. Опція «за замовчуванням» повинна бути з елементом «еко».

Наприклад, вилучення із безкоштовного обігу в торговельних мережах поліетиленових пакетів і запровадження додаткової плати за них є успішним кроком використання поведінкових стимулів для зміни сталої поведінки. Незважаючи на низьку ціну пакетів, їхнє використання скорочується, і люди все частіше користуються багаторазовими сумками.

У межах проекту «Життя в стилі ЕСО» популяризується встановлення в навчальних закладах або офісних приміщеннях питних фонтанчиків, які комплектуються фільтром або бутилем з нержавіючої сталі всередині корпусу та фактично «підштовхує» людей перейти на споживання якісної води, причому спостерігається зміна культури споживання води – зникає потреба в регулярному постачанні бутильованої води та використанні одноразового посуду, виробництво та утилізація яких є процесами доволі неекологічними (детальніше – у [11]).

Аналогічні альтернативи можна будувати й у сфері захисту навколишнього середовища. Наприклад, прийняття рішення про використання певного обсягу ресурсів як «базового пакета» із різким зростанням вартості за перевитрачання в межах населеного пункту або групи підприємств чи домогосподарств. Якщо ця опція буде встановлюватися «за замовчуванням», існує велика ймовірність, що вона і буде прийнятою, залишатиметься незмінною, формуючи певні стійкі звички споживання.

2. Ще одним інструментом підштовхування є еко-дизайн.

Наприклад, у конструкції водопровідних кранів є можливість встановлення базової конфігурації змішувачів, у яких вода насичується повітрям і, таким

чином, її споживання скорочується. Також можливим варіантом є зменшення тиску у внутрішній водопровідній системі певного об'єкта з метою уникнення перевитрат ресурсів. Установлення душевих камер замість ванни здатне суттєво зекономити власникам кошти, які витрачаються за споживання води, оскільки для прийняття душу витрачається набагато менше води, ніж для ванни.

Принципам еко-дизайну та еко-структури відповідають також засоби для прибирання та прання, які випускаються в концентрованому вигляді. Після розведення концентрованого засобу його вистачає на значно більше циклів застосувань, таким чином зменшується потреба у виготовленні додаткових пакувальних матеріалів, скорочуються витрати на транспортування.

3. Доступ до «еко-рішень» повинен бути як мінімум не складнішим, ніж до традиційних, а в ідеалі – набагато простішим.

Прикладом такої концепції є формування пропозицій готелями так званих «еко-номерів», які оздоблені екологічно чистими матеріалами, базуються на використанні повністю «екологічно дружніх» засобів догляду за житлом, раціональним електро- та водоспоживанням тощо. Готель відразу може будувати свою роботу із дотриманням усіх екологічних норм найвищих стандартів і позиціонувати це як ключову перевагу на ринку для гостей.

Переваги, які отримує споживач і бізнес, є очевидними. Споживач реалізовує свою потребу в причетності до великої еко-спільноти людей, які дбають про довкілля, бізнес – здобуває лояльність клієнтів та економічні вигоди від оптимізації витрат завдяки раціональному споживанню ресурсів.

4. «Еко-рішення» повинні бути вигідні для споживача, причому вигоди не обмежуються виключно економічними.

Проаналізуємо ефективність кейса практичного застосування зміни підходу до споживання води, який реалізується проектом «Життя в стилі ЕСО», а саме – встановлення систем очищення води з використанням фільтрів [11].

Для споживача чітко окреслені вигоди, причому не тільки ті, що стосуються поліпшення здоров'я (адже загальновідомим є той факт, що якісна вода підтримує стан людського організму), але і розраховані економічні вигоди (протягом 1 року використання системи очищення води eSPRING за споживання 5 000 л на рік вартість 1 л води становитиме 4,03 грн, кожного наступного року 1 л води вартуватиме 1,00 грн, що суттєво менше, ніж аналогічний об'єм бутильованої води. Зниження вартості води пов'язано із можливістю закупівлі виключно змінних картриджів (розрахунки автора Т. Демкури).

Ще одним стимулом застосування описаної системи очищення води є те, що таким чином можна реалізувати власну соціально відповідальну функцію, тобто знизити потребу у виробництві та використанні пластику, адже очищена вода отримується із проточної.

Акценти на збереженні здоров'я родини, які поєднуються із інформуванням про реалізацію соціальної складової відповідальності людини, дозволяють мотивувати потенційних клієнтів до використання цього продукту.

Свою ефективність показують поведінкові впливи, які базуються на зверненні до самооцінки людини.

Оскільки в більшості країн цивілізованого світу вже розгорнуті широкі інформаційні кампанії із пріоритетності раціонального використання природних ресурсів, громадяни переважно добре обізнані з можливими позитивними наслідками еко-споживання. Варто підкреслювати таку мотивацію, щоб підштовхнути до реальних екологічних виборів.

Усвідомлення людиною того, що вона причетна до важливої соціально значущої справи, дає їй відчуття задоволеності собою та стимулює до наступних екологічно чистих виборів. Таким чином формуються стійкі патерни поведінки, чого і прагне держава.

Проходження сертифікації на основі еко-аудиту, який здійснюється в межах реалізації проекту «Життя в стилі ЕСО», є додатковим стимулом до підвищення екологічності виробництва або споживання ресурсів суб'єктами підприємництва та домогосподарствами.

Такий підхід буде мати довгострокові ефекти, адже здійснюватиметься поширення цих поведінкових патернів в окремих соціальних групах. Достатньо, щоб критична маса людей у соціальній групі демонструвала певну поведінку, і вона стане нормою для цього колективу, бо спрацює людська потреба бути відповідним своїй соціальній групі.

Ще одним прикладом підштовхування, який ґрунтується на формуванні «моди» на «еко-рішен-

ня», є використання специфічного маркування, яке засвідчує екологічність товару та демонструє, що його споживання здійснює позитивний вклад у екологічний стан навколишнього середовища.

Для того, щоб «зелений наджинг» працював ще ефективніше, можна звертати увагу людей на те, що енергоощадне поводження вже є нормою для великої спільноти. Бажання бути причетним до цієї спільноти, хоча б маючи спільні звички, є доволі сильним внутрішнім мотиватором. Тому інформування щодо екологічних норм із уст авторитетних персон є набагато дієвішим, ніж інформаційні кампанії за участю невідомих чи неавторитетних людей.

Складність у «зеленому підштовхуванні» полягає в тому, що зазвичай ефект від прийняття «еко-рішень» може бути помітним лише в довгостроковій перспективі. Тому інструменти наджингу можуть бути корисними. Існує навіть поняття «ресурсної дилеми», під якою пропонується розуміти «...конкурентну пастку за природні ресурси, в якій індивідуальні короткострокові потреби суперечать довгостроковим колективним потребам» [14].

Проблема в тому, що розуміючи масштаб екологічних проблем, маючи інформацію про можливості збереження навколишнього середовища та власного здоров'я, люди часто продовжують жити звичним життям (використовують багато пластику, створюючи відходи, які є складними для переробки; споживають продукти, які вимагають суттєвих затрат природних ресурсів; користуються транспортом із перевищенням дозволених норм викидів та інше). Тобто люди обирають короткострокові власні вигоди, ігноруючи довгострокову перспективу. А якщо поширити цю модель поведінки на населення всіх країн, підприємств та організацій, стає цілком зрозуміло, чому стан екології в деяких місцевостях є катастрофічним.

Отже, слід працювати із індивідуальними змінами та поєднувати їх із переглядом колективного поводження з ресурсами.

Специфічні інструменти поведінкової економіки, які зосереджені на «еко-рішеннях», можна назвати «кліматичними стимулами».

Кліматичний стимул – це будь-яка навмисна модифікація архітектури вибору, спрямована на те, щоб змінити поведінку громадян у напрямку дій, сприятливому для клімату, зберігаючи попередні альтернативи. Що стосується кліматичних стимулів, то вони:

- 1) заохочують способи поведінки, які сприяють пом'якшенню кліматичних змін;
- 2) мотивовані кліматичними проблемами [15].

Прикладом такого підходу є, наприклад, пропозиція проекту «Budmall», у рамках якого пропонується готове, мобільне, комфортне, доступне, енергоефективне, екологічно безпечне житло «під ключ» від українських виробників [16].

Budmall Center тісно співпрацює з ГО «Жива планета» [17], яка є представником ООН у сфері екологічного маркування, адаптованого до вимог ЄС. Учасники кластера Budmall Center можуть одержати сертифікат «Зелений журавлик», що надасть конкурентні переваги як на ринку України, так і за її межами, що є елементом поведінкових стимулів для клієнтів.

Право на застосування цього знака може отримати власник сертифіката відносно екологічно сертифікованої продукції згідно з вимогами міжнародного стандарту ISO 14024. Цей знак підтверджує, що продукція пройшла незалежну експертну оцінку дотримання вимог екологічних стандартів на всіх етапах життєвого циклу: від сировини до готового товару чи виробу, і навіть його споживчої тари чи пакування.

Кожен власник будиночка, за бажанням, може отримати відзнаку «Життя в стилі ЕСО». Цим самим власник житла долучається до команди однодумців, яка активно використовує та поширює в суспільстві ідеї збереження довкілля, оптимізації витрат на господарську діяльність, екологізації домівки та бізнесу.

Оскільки бізнес працює для вирішення проблем і задоволення потреб клієнтів із отриманням прибутку, слід на цьому будувати інформаційну та рекламну кампанію. Важливо звернути увагу клієнтів на можливість задоволення своїх базових потреб, користуючись товарами та послугами, які пропонує бізнес. Наприклад, у даному кейсі виробники будиночків враховують базові потреби клієнтів у безпеці й акцентують на цьому увагу, що підвищує цінність пропозиції.

ВИСНОВКИ

Поведінкова економіка, яка інтегрована із окремими напрямками соціальних досліджень, своїми інструментами здатна здійснити суттєвий поштовх до відходу від звичних, обтяжливих для екології, процесів виробництва та споживання і таким чином сприяти поліпшенню стану навколишнього середовища.

Перспективним напрямками досліджень є аналіз можливостей імплементації принципів поведінкової економіки до процесів ухвалення рішень у сфері освіти, особистісного розвитку, фінансах і т. ін. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Kahneman D. *Thinking, Fast and Slow*. London: Penguin Books, 2012.
2. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 1979. Vol. 47. No. 2. P. 263–291. DOI: <https://doi.org/10.2307/1914185>
3. Thaler R. H., Sunstein C. R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. London: Penguin Books, 2009. 312 p.
4. Thaler R. H., Sunstein C. R. Libertarian paternalism. *American Economic Review*. 2003. Vol. 93. No. 2. P. 175–179. DOI: 10.1257/0002828033321947001.

5. Пилипенко Н. М., Беляєва В. В. Можливості застосування інструментарію поведінкової економіки при проведенні економічної політики в Україні. *Економіка та держава*. 2019. № 5. С. 95–100. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.5.95>.
6. Koomen R. What's a Green Nudge? 24.02.2020. <https://thebehaviouralist.com/whats-a-green-nudge/>
7. Five ways behavioural science can transform climate change action. 13.02.2019. <https://www.unep.org/news-and-stories/story/five-ways-behavioural-science-can-transform-climate-change-action>
8. Як ООН підтримує Цілі сталого розвитку в Україні / Організація Об'єднаних Націй. Україна. URL: <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>
9. Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року» від 28.02.2019 р. № 2697-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>
10. Тарас Демкура розповів про основні положення екологічної стратегії України до 2030 року / TeNews. 15.01.2020. URL: <https://www.tenews.org.ua/post/show/1579097623-taras-demкура-rozpoviv-pro-osnovni-polozhennya-ekologichnoi-strategii-ukraini-do-2030-roku#>
11. Життя в стилі ECO. URL: <https://iameco.com.ua/>
12. ICC Ukraine. URL: <https://iccua.org/>
13. Національна туристична організація України. URL: <https://www.ntoukraine.org/>
14. Koomen R. Can we nudge green cooperation? 14.10.2019. URL: <https://thebehaviouralist.com/can-we-nudge-green-cooperation/>
15. Siipi H., Koi P. The Ethics of Climate Nudges: Central Issues for Applying Choice Architecture Interventions to Climate Policy. *European Journal of Risk Regulation*. 2022. Vol. 13. Iss. 2. P. 218–235. DOI: <https://doi.org/10.1017/err.2021.49>
16. Budmall – модульні будинки в Україні. URL: <https://budmall.center>
17. «Жива планета». Всеукраїнська громадська організація. URL: <https://livingplanet.org.ua/>

REFERENCES

- “Budmall – modulni budynky v Ukraini” [Budmall – Modular Houses in Ukraine]. <https://budmall.center>
- “Five ways behavioural science can transform climate change action”. February 13, 2019. <https://www.unep.org/news-and-stories/story/five-ways-behavioural-science-can-transform-climate-change-action>
- ICC Ukraine. <https://iccua.org/>
- Kahneman, D. *Thinking, Fast and Slow*. London: Penguin Books, 2012.
- Kahneman, D., and Tversky, A. “Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk”. *Econometrica*, vol. 47, no. 2 (1979): 263–291. DOI: <https://doi.org/10.2307/1914185>
- Koomen, R. “Can we nudge green cooperation?” October 14, 2019. <https://thebehaviouralist.com/can-we-nudge-green-cooperation/>
- Koomen, R. “What’s a Green Nudge?” February 24, 2020. <https://thebehaviouralist.com/whats-a-green-nudge/>
- [Legal Act of Ukraine] (2019). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2697-19#Text>

Natsionalna turystychna orhanizatsiia Ukrainy. <https://www.ntoukraine.org/>

Pylypenko, N. M., and Bieliaieva, V. V. "Mozhlyvosti zastovsuvannia instrumentarii povedinkovoi ekonomiky pry provedenni ekonomichnoi polityky v Ukraini" [The Possibility of Applying the Tools of Behavioral Economics for Economic Policy in Ukraine]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 5 (2019): 95-100.

DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.5.95>

Sijpi, H., and Koi, P. "The Ethics of Climate Nudges: Central Issues for Applying Choice Architecture Interventions to Climate Policy". *European Journal of Risk Regulation*, vol. 13, no. 2 (2022): 218-235.

DOI: <https://doi.org/10.1017/err.2021.49>

"Taras Demkura rozpoviv pro osnovni polozhennia ekolohichnoi stratehii Ukrainy do 2030 roku" [Taras Demkura Talked about the Main Provisions of Ukraine's Ecological Strategy until 2030]. *TeNews*. January 15, 2020.

<https://www.tenews.org.ua/post/show/1579097623-taras-demkura-rozpoviv-pro-osnovni-polozhennia-ekologichnoi-strategii-ukraini-do-2030-roku#>

Thaler, R. H., and Sunstein, C. R. "Libertarian paternalism". *American Economic Review*, vol. 93, no. 2 (2003): 175-179.

DOI: 10.1257/000282803321947001

Thaler, R. H., and Sunstein, C. R. *Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness*. London: Penguin Books, 2009.

"Yak OON pidtrymuie Tsili staloho rozvytku v Ukraini" [How the UN Supports the Sustainable Development Goals in Ukraine]. *Orhanizatsiia Obiednanykh Natsii*. Ukraina. <https://ukraine.un.org/uk/sdgs>

"Zhyttia v styli ESO" [Life in the ESO Style]. <https://iameco.com.ua/>

«Zhyva planeta». Vseukrainska hromadska orhanizatsiia. <https://livingplanet.org.ua/>