

**Vladyslav LAZARENKO<sup>1</sup>**

*Institute of Agroecology and Nature Management of NAAS, Kyiv, Ukraine*

**Roman HULINCHUK<sup>2</sup>**

*Institute of Agroecology and Nature Management of NAAS, Kyiv, Ukraine*

**Oleksandr BOTSULA<sup>3</sup>**

*Institute of Agroecology and Nature Management of NAAS, Kyiv, Ukraine*

## **The Role of Behavioral Economics in Providing Sustainable Demand for Eco-Friendly Products**

**Abstract.** Behavioral economics theory, generated by a change in the established stereotypes of thinking of classical economists, examines processes and phenomena, taking into account psychological factors related to the processes of making irrational decisions by individuals. The purpose of the article is to determine the place and role of the behavioral economics theory in the formation of demand for eco-friendly food products, taking into account physiological primary and environmental needs and other cognitive factors that directly impact consumer behavior in a competitive market. The high degree of influence of irrational factors that are not under the control of the individual on the efficiency of the functioning of a business entity in the markets was revealed. The neoclassical economic and behavioral approaches were compared, and the shortcomings of the neoclassical economic theory and the problems that cannot be solved in practice by the neoclassical approach were identified. But these problems can be solved by using the behavioral approach. It was determined that one of the main economic components in environmentally oriented agriculture is the pricing process, or rather the impossibility of determining a reasonable price for food products. This aspect requires an assessment of rational economic indicators and consumers' level of readiness and ability to respond to changes in market conditions. Motivation significantly influences the choice of consumers in the markets. So, this study reveals the issues of the general motivational theory as part of the behavioral economics theory. Based on the assessment of the motivational aspect, the structural-logical motivational model of behavioral economics in ecologically oriented agriculture was formed; it includes cultural, economic, socio-informational factors.

**Keywords:** behavioral economics, environmental economics, agriculture, environmentally friendly production, sustainable development, market, consumer behavior.

### **Suggested Citation**

Lazarenko, V., Hulinchuk, R., Botsula, O. (2021). The Role of Behavioral Economics in Providing Sustainable Demand for Eco-Friendly Products. *Oblik i finansi*, 4(94), 109-114. [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-4\(94\)-109-114](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2021-4(94)-109-114)

---

<sup>1</sup> **Vladyslav LAZARENKO**, Institute of Agroecology and Nature Management of NAAS, Kyiv, Ukraine.

**ORCID 0000-0002-8376-4668**

E-mail: vladlaz93@ukr.net (*Corresponding author*)

<sup>2</sup> **Roman HULINCHUK**, Institute of Agroecology and Nature Management of NAAS, Kyiv, Ukraine.

**ORCID 0000-0003-2205-8716**

<sup>3</sup> **Oleksandr BOTSULA**, Institute of Agroecology and Nature Management of NAAS, Kyiv, Ukraine.

**ORCID 0000-0001-7047-0102**

## Роль поведінкової економіки в забезпеченні сталого попиту на екологічно безпечну продукцію

**Анотація.** Поведінкова економічна теорія, породжена зміною усталених стереотипів мислення класичних економістів, досліджує процеси і явища з врахуванням психологічних чинників, які стосуються процесів прийняття індивідами ірраціональних рішень. Метою статті є визначення місця і ролі теорії поведінкової економіки у формуванні попиту на екологічно безпечні продукти харчування з урахуванням фізіологічних первинних потреб та екологічних потреб, а також інших когнітивних чинників, що здійснюють прямий вплив на поведінку споживача в умовах ринку та конкуренції. Виявлено, що існує високий ступінь впливу ірраціональних, не підконтрольних індивіду чинників, на ефективність функціонування суб'єкта господарювання на ринках. Здійснено порівняння неокласичного економічного та поведінкового підходу і, відповідно, визначено недоліки неокласичної економічної теорії і проблеми, які неможливо вирішити на практиці неокласичним підходом, проте є можливим розв'язати їх за допомогою поведінкового підходу. Одним із головних економічних компонентів у екологічно орієнтовному сільському господарстві є процес ціноутворення, а точніше неможливість визначення обґрунтованої ціни на товар. Даний аспект вимагає оцінки не тільки «раціональних» економічних показників, але й рівня готовності та здатності споживачів реагувати на зміни в ринковій кон'юнктурі. На вибір споживачів на ринках суттєво впливає мотивація. У зв'язку з цим в даному дослідженні розкрито питання загальної мотиваційної теорії у складі теорії поведінкової економіки. Виходячи з оцінки мотиваційного аспекту, була сформована структурно-логічна мотиваційна модель поведінкової економіки в екологічно орієнтовному сільському господарстві, що включає в себе культурні, економічні, соціо-інформаційні чинники.

**Ключові слова:** поведінкова економіка, економіка природокористування, сільське господарство, екологічно безпечне виробництво, сталий розвиток, ринок, поведінка споживача.

**Постановка проблеми.** Події, що відбулися в світовій економіці за останні 20 років поставили суспільство перед глобальною проблемою – пошуку універсальної економічної моделі, яка водночас задовольняє інтереси бізнесу, членів соціуму та забезпечує доступ до ресурсів і їх ефективне використання. Зокрема, фінансово-економічна криза, яка відбулася у 2008 році поставила під сумнів твердження Адама Сміта [3] про «невидиму руку ринку». Також серйозним ударом для світової економіки стала економічна криза 2020 року, що була спричинена пандемією у зв'язку з поширенням коронавірусної інфекції в усьому світі, де в результаті великі підприємства змушені були припинити свою діяльність, або працювати з суттєвими обмеженнями впродовж невизначеного терміну, оскільки світове працездатне населення не створювало доданої вартості продукту в необхідному обсязі.

Впродовж тривалого часу неокласична теорія економіки вважалася тією самою «універсальною» економічною парадигмою, оскільки для даної економічної течії є притаманний так званий «ринковий фундаменталізм», тобто здатність будь якого ринку самостійно вирішити ті чи інші економічні та соціальні проблеми. Однак, сучасна практика ведення національної економіки, глобалізація світу і, відповідно, підвищення ступеня

потреб пересічних споживачів, доводить, що вивчення фундаментальних показників ринкової і економічної кон'юнктури вимагає оцінки додаткових, когнітивно-індивідуальних чинників, що зумовлюють ту чи іншу поведінку споживача на ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вагомий внесок у становлення та розвиток теоретико-методологічних засад поведінкової економіки внесли такі іноземні вчені як: Д. Канемана та А. Тверські [9, 10], А. Маслоу [13], Р. Шиллер [5], Ф. Герцбер [14].

Відаючи належне науковим та практичним результатам досліджень, проведених зазначеними вченими, вважаємо, що подальшого розвитку потребують оцінка поведінкових аспектів саме в екологічно орієнтовному сільському господарстві, де найбільш повно відображаються принципи поведінкової економіки.

**Мета статті** полягає у висвітленні та обґрунтуванні принципів поведінкової економіки в екологічно орієнтовному сільському господарстві у вирішенні ключових економічних проблем.

**Методика дослідження.** Для досягнення поставленої мети авторами використано такі методи і прийоми теорії пізнання як аналіз і синтез, встановлення причинно-наслідкових зв'язків розвитку процесів і явищ, моделювання, табличні методи, а також методи порівняння.

**Вклад основного матеріалу.** Не піддається сумніву той факт, що неокласична економічна теорія внесла суттєвий вклад в пояснення сутності цілої групи макроекономічних явищ. Зокрема, було обґрунтовано неможливість передбачити та прогнозувати рівень цін в короткостроковий період часу, а також більш високу ступінь стабільності внутрішньої економічної системи в довгостроковому періоді.

Однак, дана теорія виявилася на практиці недостатньо ефективною через те, що в своїй основі спирається виключно на раціональні економічні чинники (рівень цін, зростання або зменшення доходів населення, загальні показники рівня попиту і пропозиції тощо) і те, що вибір конкретного споживача на ринку обумовлюється лише «раціональними» мотивами. При цьому не враховуються особистісні чинники окремо взятого індивіда, тобто ірраціональні (ті, що спричинені емоційним станом індивіда).

Однак саме індивідуальні, не підконтрольні чинники окремого індивіда (ірраціональні) формують суттєву частку дохідності окремо взятого суб'єкта господарювання, а подекуди – й цілої галузі. Саме теорія поведінкової економіки, яка була реалізована на практиці у версії Д. Канемана та А. Тверські [10] запропонувала глобальній економічній системі альтернативне бачення у вирішенні складних сучасних проблем. В основі ідеї теорії поведінкової економіки лежать емпіричні дослідження поведінки індивіда в економічному середовищі, ґрунтуючись на побудові моделей та алгоритмів.

Також саме в межах вищезазначеної теорії можливий розгляд питання участі державних інституцій одночасно в економічних і соціальних процесах держави, тобто доцільності обґрунтування різних моделей протекціонізму (тобто, цілеспрямованої політики держави на обмеження експортно-імпорتنих операцій). Враховуючи той факт, що дана наукова течія в економіці є відносно новим напрямком, необхідне наукове обґрунтування місця і ролі поведінкової економіки в сучасних економічних реаліях із урахуванням викликів, що стоять перед суспільством.

Отже, враховуючи вищевикладене, теорія поведінкової економіки є суттєвим допоміжним інструментом неокласичної економічної теорії, зокрема в частині узагальнення існуючих знань про економічні явища, спираючись в першу чергу на когнітивну складову індивіда (при цьому, інтегруючи в себе знання, які набуті іншими дисциплінами). Особливої ваги вивчення поведінкових (когнітивних) аспектів набуває на нових або вже існуючих ринках та галузях, які набувають великого значення в контексті трансформації споживчої поведінки і зміни економічної культури споживача, як-от ринки екологічно безпечної продукції.

Що стосується екологічно орієнтовного сільського господарства, то в умовах ринкової економіки виникає необхідність мати ефективні інструменти охорони довкілля, що задовольняють потреби громадян в якісному навколишньому природному

середовищі і не створюють надмірного навантаження, що підриває ефективне функціонування економічної системи.

Відмітимо, що саме в сільському господарстві недоліки неокласичної економічної теорії, про які відзначено вище, мають яскраве вираження. Проблема полягає в тому, що представники різних течій неокласичної школи не дійшли згоди у процесі формування справедливої ціни, створивши методологічний хаос. Керуючись теоріями регіональних цін, та теорією вартості, формування ціни ґрунтувалося лише фундаментальними економічними категоріями, проте не враховувалися в достатній мірі природні чинники, надмірне використання, і, як наслідок – швидке зношення природних ресурсів. І особливо нехтувалися базові потреби індивідів, які безпосередньо впливали на стабільність (або нестабільність) попиту, у тому числі й екологічні потреби, що були сформовані в сучасному вигляді в кінці ХХ ст. Зокрема, в екологічно орієнтовному господарстві екологічні потреби досить ґрунтовно описані в публікаціях Н.В. Зіновчук та А.В. Раценко [4], де також, з-поміж іншого, авторка наголошує на соціальному значенні та значенні навколишнього природного середовища в житті індивіда, зазначаючи, що «людство, усвідомивши себе його складовою частиною (навколишнього природного середовища), вже прагне захистити від негативних наслідків науково-технічної революції не тільки себе, але й зберегти довкілля. Екологічні потреби з'являються як вимоги, що висуваються умовами існування та життєдіяльності особистості, соціальної групи, суспільства в цілому до умов природного середовища» [4].

Ґрунтуючись на даних фактах, можна стверджувати, що неокласична економічна теорія не здатна вирішити подібних проблем екологічно орієнтовного сільського господарства та їх соціуму, оскільки видається неможливим описати та викласти у вигляді економіко-математичних моделей так званій «людський раціоналізм». У зв'язку з цим, враховуючи неокласичні недоліки в макроекономічній площині, заслуговують уваги гіпотези, які були запропоновані лауреатом нобелівської премії Джорджем Акелрофом та Робертом Шиллером [5]. Ними було виділені ключові проблеми соціально-економічних систем, які не здатна вирішити неокласична економічна теорія, проте запропонована концепція «асиметричної інформації» має необхідні моделі. Власне, сама запропонована концепція за своєю суттю полягає в декларуванні того, що суб'єкти економічних процесів володіють нерівномірним об'ємом інформації про певний товар або послугу, що є предметом інтеракції (тобто, міжсуб'єктної взаємодії).

Якщо накласти дане твердження на площину екологічно орієнтовного сільського господарства, можна виділити ключові економічні проблеми, які нездатна вирішити неокласична економічна теорія, а здатна вирішити теорія поведінкової економіки (табл. 1).

**Аналіз підходів до вирішення ключових соціально-економічних проблем екологічно орієнтовного сільського господарства через призму поведінкової економіки**

Проблеми екологічно орієнтовного сільського господарства України	Неокласичний підхід	Поведінковий підхід
Високий ступінь безробіття	Передбачається готовність індивіда користуватися наявними альтернативами зайнятості із зменшеним рівнем доходу у порівнянні з очікуваним	Відсутність рівноваги та кадрового забезпечення ринку праці передбачає, що роботодавець залишає за собою право оплачувати працю робітника вище за ринкові показники з метою утримання його на робочому місці (за наявності більш високої кваліфікації)
Рівень дотацій та державних субсидій	Фактична відсутність в українських реаліях ринкова рівновага та не відповідність критеріям оптимальності Парето. Субсидії і дотації є поширеним саме неокласичним інструментом	Передбачається вплив на економіку на основі поведінкових чинників, зокрема інерцію та соціальні порівняння, які засновані на теорії підштовхування (тобто без прямих фінансових стимулів)
Рівень інфляції	Передбачається відсутність такого явища в довгостроковому періоді	Передбачається можливість збільшення рівня інфляції пропорційно до рівня безробіття
Рівень витрат і наявного капіталу у сільського населення	Раціоналізм у поведінці і максимізація корисності індивіда призводить до оптимального рішення щодо того, скільки буде споживати і скільки буде заощаджувати. Ефективно працює в стабільному економічному середовищі	Здебільшого на ступінь витрат впливають не стільки і не скільки раціональні чинники, скільки ірраціональні, які індивід може сам не контролювати
Ціноутворення	Ціна формується виходячи з рівня витрат і загальної собівартості	Непередбачуваність поведінки споживача може корегувати ціну і навіть за потреби зробити її демпінгуючою
Рівень доходів інших верств населення	Низький рівень доходів переважно пояснюється об'єктивними ринковими чинниками	Низький рівень доходів може бути зумовлений високими витратами в результаті власного віднесення індивіда до класу, з яким він себе асоціює

Джерело: побудовано авторами за даними [5].

Що стосується субсидіювання і відмінності в поведінковому підході, то тут варто відмітити реальні сучасні приклади впровадження таких ініціатив. Так, в урядах США та Великобританії створені спеціальні підрозділи, так звані «pudge units», які займаються тестуванням та оцінкою інструментів «поштовху» без залучення фінансових інструментів.

Також з таблиці 1 видно, що у вирішенні ключових проблем поведінкова економіка проходить через поняття «ірраціональність». Попри широке розуміння і віднесення даного поняття до психологічних аспектів, слід наголосити на тому, що ірраціональність є складовою системного економічного підходу і є інструментом для вивчення системних явищ, а не лише потреб.

Безумовно, основоположними чинниками в формуванні мотивації є потреби індивіда. В поведінковій економіці головною базою мотиваційних теорій є ієрархія базових потреб А. Маслоу [13], що пізніше дало можливість іншому американському вченому Ф. Герцбергу [14],

сформуванню основну теорію мотивацій, яка заснована на побудові двох-факторної моделі. Дана мотиваційна теорія поведінкової економіки є найбільш оптимальною саме для екологічно орієнтовного сільського господарства, адже за своєю суттю до першої групи чинників відноситься навколишнє природне середовище, де суб'єкт господарювання здійснює свою діяльність, а для споживачів продукції – ступінь її «екологічності» (тобто, гігієнічна група чинників).

Зважаючи на аналіз, який був здійснений вище, однією з головних економічних проблем екологічно орієнтовного сільського господарства є ціноутворення, а точніше – неможливість визначення обґрунтованої ціни на товар. Це також пов'язано з мотиваційним аспектом, оскільки як було вже відзначено, в більшості випадків природа поведінки споживача неусвідомлена, тобто «ірраціональна». А отже, мова йде про ірраціональність ринків. Варто також відмітити, що поняття «ірраціональність

ринків» було відображено в працях Джорджа Акелрофа і Роберта Шиллера [5].

Оскільки питання ірраціональності ринків є питанням макроекономічної площини, першочерговим є інституційний аспект у визначенні рівня мотивації на екологічно орієнтованих ринках, що і є причиною нестабільного (або стабільного) попиту

на ринках. І оперування такими чинниками дає можливість більшого розуміння в тому, що саме необхідно аналізувати для виправлення ситуації на ринку. Таким чином, мотиваційна модель поведінкової економіки буде мати наступний вигляд (рис. 1):

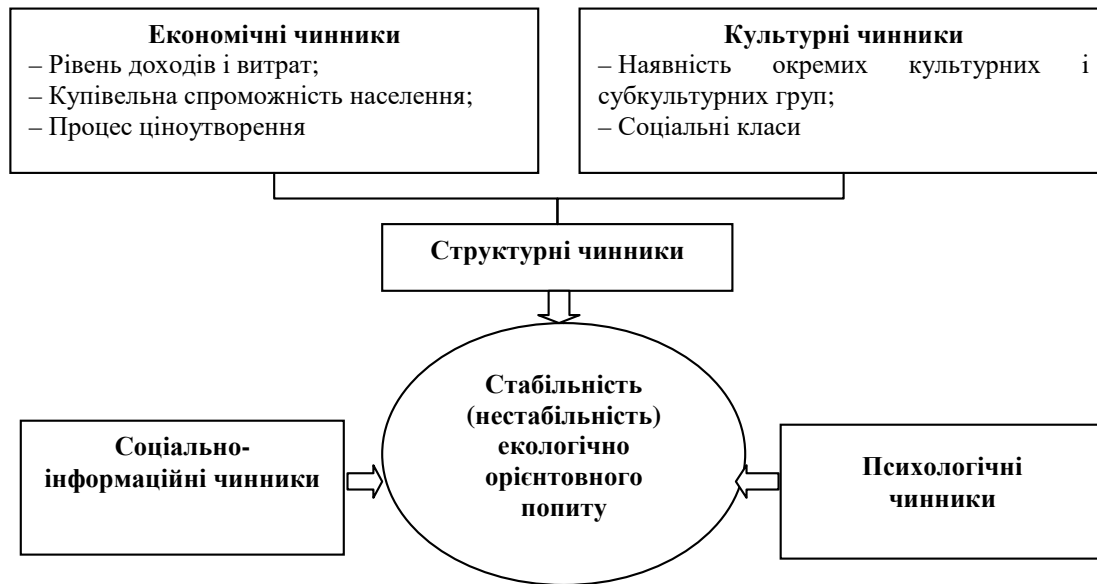


Рис. 1. Структурно-логічна мотиваційна модель поведінкової економіки в екологічно орієнтовному сільському господарстві

Джерело: сформовано авторами.

До структурних чинників слід віднести економічні явища і процеси, що призводять до зростання того чи іншого ринку, зокрема зростання обсягів торгівлі, сприятлива економічна кон'юнктура, оптимістичні прогнози в довгостроковому періоді. До соціально-інформаційних чинників відносяться екологічна освіта і екологічно-пропагандистська діяльність, а також загальний суспільний оптимістичний настрій, який стосується як окремого суб'єкта господарювання так і споживчого сегменту. Психологічні чинники представлені такими категоріями як так звані «кількісні якорі» (порівняння цін з деякими стійкими показниками) і «морально-етичні якорі» [9], за допомогою яких люди порівнюють інтуїтивну або емоційну переконливість аргументів на користь того чи іншого товару на даний момент можливостями і необхідністю витратити гроші.

**Висновки.** В даному дослідженні на основі аналізу підходів до вирішення ключових соціально-

економічних проблем екологічно орієнтовного сільського господарства, розкрито переваги поведінкового підходу у порівнянні з неокласичним, а також елементи, що доповнюють неокласичну теорію.

Неокласичний підхід не дозволяє визначити сутність виникнення потреби в тому чи іншому товарі або послугі на когнітивному рівні індивіда, в той час як теорія поведінкової економіки детально описує і характеризує даний аспект. Доведено, що теорія поведінкової економіки має суттєві переваги у порівнянні з неокласичною теорією, оскільки спирається не лише на раціональні чинники, але й враховує індивідуальні та невідконтрольні особливості споживача.

Подальший розвиток екологічно орієнтовного сільського господарства можливий лише за рахунок оцінки та моделювання «ірраціональних» аспектів, зокрема у вирішенні проблеми оптимальної моделі ціноутворення.

#### 4 Список використаних джерел

1. Слуцький Є. С. Теорія граничної корисності. К.: КНЕУ, 2006. 528 с.
2. Саблук П. Т. Ціноутворення в період ринкового реформування в АПК: монографія. К.: ННЦ ІАЕ, 2006. 440 с.
3. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Москва: Наука, 1993. 570 с.
4. Зіновчук Н. В., Ращенко А. В. Екологічний маркетинг: навч. посібн. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. 190 с.
5. Шиллер Р. Иррациональный оптимизм. Как безрассудное поведение управляет рынками. М.: Альпина Паблицер, 2013. 422 с.
6. Todd P. Ecological Rationality Intelligence in the World. Oxford University Press, 2012. 590 p.

7. Tomer J. What is behavioral economics?. *The Journal of Socio-Economics*. 2007. № 36(3). pp. 463–479.
8. Thompson H. Ignorance and Ideological Hegemony: A Critique of Neoclassical Economics. *Journal of Interdisciplinary Economics*, 1997. No. 8(4). pp. 291-305.
9. Tversky A. Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*. 1971. № 76(2). pp. 105–110.
10. Kahneman D. Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. Cambridge: University Press, 1982. pp. 3–20.
11. Hayek F. A. The use of knowledge in society. *The American economic review*. 1945. No. 35(4). pp. 519–530.
12. Eucken W. What kind of economic and social system?. *Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution* (pp. 27-45). London: Palgrave Macmillan, 1989.
13. Maslow A. Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 1943. №50. pp. 370–396.
14. Ouchi W. Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge. Addison-Wesley, 1981. 244 p.
15. Zamula I. Profitability analysis for eco-friendly products within marketing research. *Actual problems of the economy*. 2016. № 8(179). С. 317-322.

#### 4 References

1. Slutskyy, E. (2006). Teoriya hranychnoyi korysnosti [The theory of marginal utility]. Kyiv: KNEU.
2. Sabluk, P. (2006). Tsinoutvorenniya v period rynkovoho reformuvannya v APK [Pricing in the period of market reform in agroindustrial complex]. Kyiv: NSC IAE.
3. Smith, A. (1993). Issledovaniye o prirode i prichinakh bogatstva narodov [Research on the nature and causes of the wealth of peoples]. Moscow: Science.
4. Zinovchuk, N., Rashchenko, A. (2015). Ekolohichnyy marketynh [Ecological marketing]. Zhytomyr: ZhDU im. I. Franka.
5. Schiller, R. (2013). Irratsionalnyy optimizm. Kak bezrassudnoye povedeniye upravlyayet rynkami [Irrational optimism. How reckless behavior manages markets]. Moskva: Alpina Publisher.
6. Todd, P. (2012). Ecological Rationality Intelligence in the World. Oxford University Press.
7. Tomer, J. (2007). What is behavioral economics? *The Journal of Socio-Economics*, 36(3), 463–479.
8. Thompson, H. (1997). Ignorance and Ideological Hegemony: A Critique of Neoclassical Economics. *Journal of Interdisciplinary Economics*, 8(4), 291-305.
9. Tversky, A. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*, 76(2), 105–110.
10. Kahneman, D. (1982). Judgment Under Uncertainty: Heuristics and Biases. Cambridge: University Press.
11. Hayek, F. A. (1945). The use of knowledge in society. *The American economic review*, 35(4), 519–530.
12. Eucken, W. (1989). What kind of economic and social system? *Germany's Social Market Economy: Origins and Evolution*. London: Palgrave Macmillan.
13. Maslow, A. (1943). Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50, 370–396.
14. Ouchi, W. (1981). Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge. Addison-Wesley.
15. Zamula, I. (2016) Profitability analysis for eco-friendly products within marketing research. *Actual problems of the economy*, 8(179), 317-322.