



УДК 338.1

Калініченко Дмитро Ігоревич,
здобувач третього (PhD)
рівня вищої освіти,
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»,
м. Київ, Україна
ORCID ID 0009-0008-8922-7573

РОЛЬ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ В СТИМУЛЮВАННІ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Наслідки воєнного часу можуть створювати величезні виклики для загального добробуту країни, порушуючи повсякденну економічну діяльність та сталі соціальні структури, вони руйнують глобальні моделі та системи, які створювались роками. Але окрім безумовних негативних аспектів, такі виклики також дають імпульс унікальним можливостям для підприємництва, яке може відігравати ключову роль у стійкості, адаптації та, зрештою, відновленні економічних процесів країни.

Під час війни традиційні види економічної діяльності страждають внаслідок руйнування, переміщення та невизначеності. В ідеальних моделях, підприємницький кластер може заповнити ці прогалини, впроваджуючи інноваційні рішення та нові бізнес-моделі, які швидко адаптуються до мінливих обставин. Прикладом цього може слугувати виробництво товарів першої необхідності або надання критично важливих послуг, тим самим стабілізуючи економіку країни.

Окрім того, однією з найбільш важливих місій, яку покликаний вирішити підприємницький кластер – дефіцит робочих місць [1]. Бізнес допомагає полегшити економічне навантаження на постраждале населення сприяючи стабілізації доходів. Створення робочих місць має вирішальне значення для громад, де звичайні можливості працевлаштування зменшилися внаслідок ведення бойових дій.

Умови воєнного часу вимагають інновацій. Такий підхід може варіюватися від розробки нових технологій для посилення безпеки та зв'язку до створення продуктів, що задовольняють нагальні потреби населення у воєнний час, таких як мобільні укриття, медикаменти та продукти харчування.



Важливою складовою залишається і розвиток соціального підприємництва, які ставлять на перше місце соціальний вплив, а не фінансову вигоду. Такі компанії вирішують конкретні соціальні проблеми, що загострилися внаслідок конфлікту, такі як охорона здоров'я, освіта та житло. Орієнтуючись на ці сфери, соціальні підприємства сприяють підвищенню добробуту та відновленню постраждалого населення.

У даному контексті саме поведінкова економіка може відігравати вирішальну роль у розвитку підприємництва в Україні, особливо під час кризових ситуацій, таких як війна.

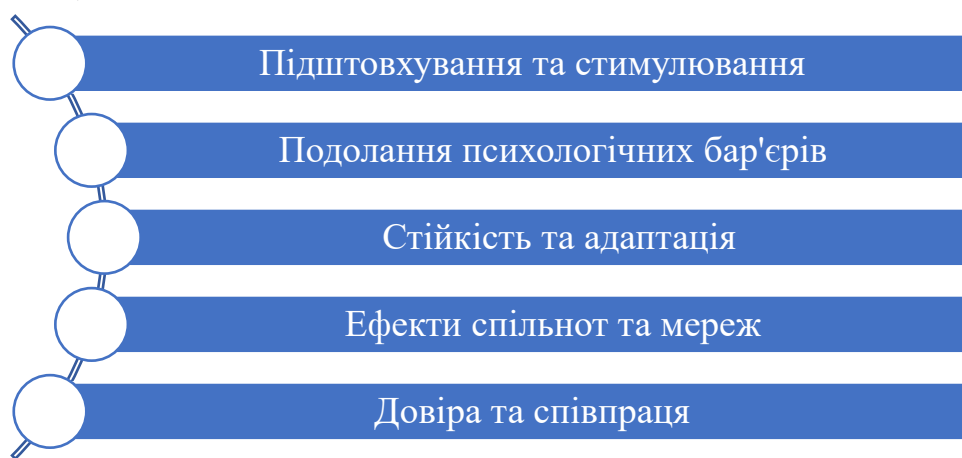


Рисунок 1 – Роль поведінкової економіки у стимулюванні підприємництва
Джерело: складено автором за даними [2].

Розуміючи, як люди приймають рішення в умовах стресу, підприємці можуть адаптувати свої стратегії та рішення для ефективного охоплення цільового ринку. Опіраючись на висновки “теорії підштовхування” підприємці в Україні можуть розробляти заходи, які можуть спрямувати людей до певного вибору, вигідного як для них самих, так і для суспільства. Наприклад, даний механізм можна використовувати для заохочення підприємництва, інвестицій у місцевий бізнес або прийняття інноваційних рішень.

Поведінкова економіка може допомогти підприємцям в Україні зрозуміти, як люди сприймають і реагують на ризик під час конфлікту. Визнаючи ставлення людей до ризику, підприємці можуть розробляти бізнес-моделі та стратегії, які пом'якшують сприйняття ризиків та заохочують участь у підприємницькій діяльності.

Під час війни довіра та співпраця між окремими особами та бізнесом є життєво важливими для економічної стійкості. Поведінкові дослідження можуть дати уявлення про побудову та зміцнення довірчих відносин, а також посилення співпраці між підприємцями, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами екосистеми.



Секція 2

Розвиток підприємництва в Україні під час війни: внутрішній потенціал, умови, державна політика

Загалом, використовуючи принципи поведінкової економіки, підприємці в Україні можуть долати виклики війни, стимулювати економічне зростання та сприяти стійкості й відновленню економіки країни.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD) (2018). *War and Entrepreneurship: Evidence from Ukraine*. EBRD Working Paper No. 220.
2. Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291.