

**Д. філос. н. Павлова Т. С., канд. екон. наук Павлов Р. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ВПЛИВ МОРАЛЬНОЇ ЕМОЦІЇ ПОДЯКИ  
НА ПРОЦЕС ПРИЙНЯТТЯ ЕКОНОМІЧНИХ РІШЕНЬ**

Незважаючи на ще давній інтерес з боку таких філософів як, Цицерон [4], Адам Сміт [3], емоція подяки залишалася в тіні наукових досліджень сучасної філософії, економіки та психології аж до початку XXI століття [8]. Подяка – це моральна емоція, яка переживається людиною, що отримала користь (вигоду) в результаті значного в широкому сенсі слова, цілеспрямованого добровільного вчинку іншого індивіда, без зобов'язання фінансової компенсації благодійнику [8].

Подяка, яку Цицерон [4] вважав найважливішою чеснотою, довгий час не знаходила належного дослідницького інтересу, втім як й інші моральні емоції з позитивною валентністю (перш за все, радість та захоплення). Це може бути пов'язано з тим, що вчені сфокусували увагу на дослідженні моральних емоцій з негативною валентністю (особливо таких, як вина, гнів та сором), оскільки вважали, що саме такого роду емоції мають найбільший вплив на процес прийняття економічних рішень індивідами [6].

В цілому, реакції на негативні події мають бути більш сильними, ніж реакції на більш позитивний досвід, тому що стосовно перших вважається, що вони сприяють кращій адаптації на еволюційному рівні. Такий тип мислення поширюється також на виникнення емоцій, які є природними людськими реакціями на виникнення негативних і позитивних подій.

Дійсно, здатність людини адаптуватися до власного середовища може, мабуть, в більшій мірі пов'язана з тим, щоб справлятися з потенційними загрозами, а не знаходити нові можливості. У той же час труднощі, з якими стикаються індивідууми, необхідно вирішувати для подолання наслідків даної проблеми, тоді як при виникненні позитивних подій втручання не потрібно, що логічно привертає меншу увагу. Таким чином, дослідження особливої ролі позитивних моральних емоцій (особливо емоції подяки) в процесі прийняття рішень економічними агентами є актуальним, зокрема в контексті розвитку соціального співробітництва.

Огляд наукових робіт з експериментальної економіки, соціальної філософії та менеджменту тощо, які присвячені дослідженню впливу моральних емоцій на економічну поведінку, зокрема [2; 6-7; 9] дав змогу запропонувати системне бачення ролі моральної емоції подяки з точки зору сукупності різноманітних та взаємодоповнюючих інструментів підтримки прийняття економічних рішень.

Аналіз досліджень з поведінкової економіки дозволив нам зробити висновок про те, що поступова інтеграція особливої ролі емоційних процесів та механізмів сприяла появі моделей «соціальних переваг», що дало змогу більш реалістично уявити процес прийняття рішень економічними агентами в ситуаціях, коли економічна поведінка досліджується експериментально, ставлячи під сумнів егоїстичне та матеріалістичне уявлення про людину. Також визначено напрями удосконалення економіко-математичного моделювання

процесу прийняття рішень на основі більш реалістичного уявлення про економічну поведінку, зокрема завдяки спеціальному дослідженню впливу позитивних емоцій (особливо емоції подяки).

**Список використаних джерел:**

1. Павлов Р.А. Кредитні рейтингові агентства та фінансова безпека емітентів цінних паперів з позицій моделі “Les economies de la grandeur” французького соціологічного неоінституціоналізму / Р.А. Павлов, Т.С. Павлова, О.В. Левкович // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України: колект. моногр. / за заг. ред. Т.В. Гринько. – Дніпро: Біла К.О., 2017. – 487 с. – С. 417-435.
2. Павлова Т. С. Етична емоція як основа права і моралі: соціально-філософський аспект. Культура народів Причорномор'я. 2013. № 245. С. 179-181.
3. Смит А. Теория нравственных чувств. М.: Республика, 1997. 352 с.
4. Цицерон. О пределах блага и зла. Парадоксы стоиков. / Пер. Н. А. Фёдорова, комм. Б. М. Никольского, вступ. ст. Н. П. Гринцера. (Серия «Памятники мировой культуры»). М.: РГГУ. 2000. 480 с.
5. Camerer, C., & Ho, T.-H. (2015). Behavioral game theory, experiments and modeling. In H. P. Young & S. Zamir, (Eds.), *Handbook of game theory* (pp. 517-573). Amsterdam: Elsevier. doi: 10.1016/B978-0-444-53766-9.00010-0.
6. Feldman, G., Wong, K. F. E., & Baumeister, R. F. (2016). Bad is freer than good: Positive-negative asymmetry in attributions of free will. *Consciousness and Cognition*, 42, 26-40.
7. Grynko T. V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises / T. V. Grynko, O. P. Krupskyi, I. V. Timar // National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph. – Poland, Kielce: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. – V. 3. – P. 252-270.
8. McCullough, M. E., Kilpatrick, S. D., Emmons, R. A., & Larson, D. B. (2001). Is gratitude a moral affect? *Psychological Bulletin*, 127(2), 249-266.
9. Smith, V. (1962). An experimental study of competitive market behavior. *The Journal of Political Economy*. 70(2), 111-137.

**Пастарнак Р. М.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*  
**ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ  
СТВОРЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Категорія «економічний потенціал» полягає в узагальненій оцінці потенційних можливостей в процесі використання наявних ресурсів, іншими словами, в ступені ефективності їх застосування для досягнення економічного ефекту. Отже, економічний потенціал буде тим вище, чим ефективніше будуть використовуватися наявні ресурси, можливості або засоби [1]. Питання аналізу економічного потенціалу підприємств, залишається актуальним, так як існуючі методики оцінки потенціалу дозволяють сформувати лише загальне уявлення про стан підприємства, при цьому залишаючи поза увагою важливі фактори, які необхідно враховувати в процесі прийняття управлінських рішень.

Пропонується розглядати економічний потенціал з точки зору динамічного підходу як сукупність визначальних компетенцій взаємодіючих між собою. Методологічна суть даного підходу дозволяє визначити економічний потенціал як категорію, функціонування якої забезпечує формування умов для зростання і розвитку конкурентоспроможності