

УДК 330.1:658:316.6

DOI: 10.31732/2663-2209-2024-75-36-43

УПЕРЕДЖЕННЯ В БІЗНЕСІ ЯК ПОВЕДІНКОВА РЕАКЦІЯ НА ЕКОНОМІЧНУ НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ

Ірина Радіонова¹, Сергій Гушча²

¹Д.е.н., професор, професор кафедри економічної теорії, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, професор кафедри економіки та фінансів, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», Київ, Україна, e-mail: irina.radionova@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0941-2867>

²Приватний підприємець, Київ, Україна, e-mail: gw113@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4123-8631>

BIAS IN BUSINESS AS A BEHAVIORAL REACTION TO ECONOMIC UNCERTAINTY

Iryna Radionova¹, Sergii Gushcha²

¹Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of Economic Theory, Vadym Hetman Kyiv National University of Economics, Professor of the Department of Economics and Finance, KROK University, Kyiv, Ukraine, e-mail: irina.radionova@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0941-2867>

²Private entrepreneur, Kyiv, Ukraine, e-mail: gw113@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4123-8631>

Анотація. Це дослідження присвячене явищу «упередження в бізнесі», яке є актуальним остільки, оскільки рівень упередженості в прийнятті управлінських рішень зростає відповідно до збільшення рівня невизначеності. Українська економіка та її підприємницький сектор перебувають в стані вищого рівня невизначеності. Метою дослідження є загальне уточнення поняття «упередження» та поняття «упередження в бізнесі», обґрунтування підходу до класифікації упереджень та аналіз деяких упереджень, які нині виявляє українській бізнес. В результаті дослідження, яке спирається на фундаментальні засади теорії «поведінкової економіки», уточнений термін «упередження» та здійснена класифікація упереджень за трьома критеріальними ознаками. З'ясовано, що на основі даних соціологічних опитувань українських підприємців у 2003 та 2004 рр. можна зробити висновок про упередженість в формуванні очікувань підприємницької спільноти як певної цілісності щодо випуску та найму робочої сили. Визначені деякі можливі напрямки зменшення рівня упередженості в прийнятті підприємницьких рішень. В статті використані такі методи досліджень, як порівняння економічних теорій – «поведінкової економіки» та «теорії раціональних сподівань», класифікація з використанням різних критеріїв, узагальнення результатів соціологічних досліджень, візуалізація. Теоретичне значення дослідження, презентованого в цій статті, полягає в розвитку категоріального апарату теорії «поведінкової економіки», а його прикладне значення – в узагальненнях, які можуть бути використані в процесі обґрунтування модифікованих алгоритмів взаємин між українською владою та українським бізнесом з урахуванням високого («екстраординарного») рівня невизначеності економіки та суспільства.

Ключові слова: теорія «поведінкової економіки», упередженість як поведінкова реакція, упередженість в бізнесі, економічна невизначеність.

Формули: 0; рис.: 1; табл.: 2, бібл.: 14

Abstract. This research is dedicated to "bias in business," which is particularly relevant since the level of bias in managerial decision-making increases with uncertainty. The Ukrainian economy and its entrepreneurial sector are currently experiencing a heightened level of uncertainty. The research aims to refine the concepts of "bias" and "bias in business," justify an approach to the classification of biases, and analyze some of the biases currently exhibited by Ukrainian businesses. As a result of the research based on the fundamental principles of "behavioral economics" theory, the term "bias" has been refined, and a classification of biases has been conducted according to three criteria. It was found that, based on sociological surveys of Ukrainian entrepreneurs conducted in 2003 and 2004, there is evidence of bias in the formation of expectations of the entrepreneurial community regarding output and labor hiring. Several possible directions for reducing the level of bias in entrepreneurial decision-making have been identified. The article employs research methods such as comparing economic theories—specifically "behavioral economics" and "rational expectations theory," classification using various criteria, generalization of sociological research results, and visualization. The research presented in this article is theoretically significant in that it developed the conceptual framework of "behavioral economics" theory, while its practical significance is in the generalizations that can be used to substantiate modified algorithms of interaction between the Ukrainian government and Ukrainian businesses, considering the high ("extraordinary") level of economic and societal uncertainty.

Keywords: behavioral economics theory, bias as a behavioral reaction, bias in business, economic uncertainty.

Formulas:0; fig.: 1; tabl.: 2; bibl.:14

Постановка проблеми. Високий рівень невизначеності, властивий українській економіці, актуалізує проблему упереджень в прийнятті рішень. Українська економіка перебуває на найвищому рівні невизначеності. Тому аналіз економічних упереджень всіх економічних суб'єктів є актуальним предметом дослідження. В цьому дослідженні вирішується наукова проблема більш точної ідентифікації поняття «упередження» та поняття «упередження в бізнесі». На основі цієї уточненої ідентифікації тлумачаться результати соціологічних опитувань українських підприємців саме в контексті з'ясування причин та проявів упереджень в бізнесі. Таке тлумачення є важливим, крім іншого, і тому, що український бізнес, за індексом активності бізнесу UBI (Ukrainian Business Index) демонструє дуже низькі показники - 37,3 (зі 100 можливих) (Дослідження, 2024). Значення індексу свідчить про втому бізнесу від невизначеності й від стагнації ринку. Водночас, кількість замовлень від клієнтів не зазнає суттєвих змін.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Це дослідження спирається, передусім, на роботи з теорії «поведінкової економіки». До таких належать дослідження фундаторів цієї теорії та тих науковців, які розвивають її сьогодні, а саме: Thaler, R. H. (2015), Kahneman, D. (2011, 2021), Akerlof G. (2002). В дослідженні використані роботи, присвячені загальній теорії упереджень та упередженням в бізнесі: Henriksen M. (2020), Ishfaq, M., Nazir, M., Qamar, M. A. J., & Usman, M. (2020), Schwenk, C. H. (1986), Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997), Das, T. K., & Teng, B. (1999), Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Це дослідження спирається на результати соціологічних опитувань українських підприємців та на узагальнення цих результатів, що презентовані в роботах (Бізнес2023, 2023, Дослідження, 2023. Інтеграція, 2024).

Формулювання цілей статті.

Одним з завдань цього дослідження є більш точна ідентифікація феномену й категорії

«упередження». Це має сприяти вдосконаленню та практичному застосуванню теоретичного інструментарію поведінкової економіки. В дослідженні також вирішується завдання класифікації економічних упереджень та аналізу причин та проявів упереджень, які демонструє український бізнес в період війни.

Виклад основного матеріалу дослідження. «Упередженість» (bias – англ.) в прийнятті економічних рішень є однією з базових категорій «теорії поведінкової економіки». Достатньої визначеності щодо змісту цієї категорії в економічній науці ще не досягнуто. Тому доцільно спробувати обґрунтувати та застосувати певний методологічний підхід, який би сприяв досягненню більшої термінологічної визначеності. Ми припускаємо, що зміст явища «упередження», можна пояснити, маючи основу для порівняння, тобто, керуючись певними ознаками того, що *не є упередженням* при прийнятті рішень.

З огляду на те, що «поведінкова економіка» – це теорія, яка сформувалась як альтернатива теорії «раціональних сподівань», то такою основою для порівняння й, відповідно, уточнення поняття «упередженість» можуть ставати вихідні припущення теорії «раціональних сподівань». На наш погляд, йдеться, передусім, про два припущення теорії «раціональних сподівань», а саме:

- уявлення про раціональних економічних суб'єктів, які приймають економічні рішення, спираючись на *повну інформацію*, а також здатні правильно аналізувати цю інформацію й робити точні передбачення майбутнього;

- ідея про раціональних економічних суб'єктів, як таких, що досягають економічної *оптимізації* – найбільшої корисності від споживання, максимальних прибутків від бізнесової діяльності, суспільного добробуту для всіх тощо.

Зрозуміло, що згадані припущення є абстраціями, які допомагають вибудувати особливу теоретичну конструкцію економічного світу – конструкцію з

раціональними економічними суб'єктами. Попри критику цієї конструкції, вона довгий час була пануючою в економічній науці, а з її використанням обґрунтовувались моделі економічної політики та економічні стратегії.

Керуючись ідеями «теорії раціональних сподівань» - про повноту інформації та економічну оптимізацію - можна пропонувати таке визначення «упередження»: це – спосіб прийняття економічних рішень з відхиленням (девіацією) від рішень з ознаками раціональності. Причому, остання означає використання повної інформації про реальність та досягнення «економічної оптимізації». Під економічною оптимізацією, зазвичай розуміють,

діяльність, спрямовану на максимізацію корисності, прибутку, загального економічного добробуту. При цьому на другому плані в дослідженні перебувають соціальні, політичні, культурні тощо параметри прийняття економічних рішень.

Значним внеском теорії «поведінкової економіки» в розвиток економічної науки XXI ст. стало акцентування уваги на фактах переважання інших (неекономічних) цінностей над економічними при прийнятті економічних рішень.

Підхід до визначення поняття «упередження» через порівняння раціональних та нераціональних (ірраціональних) рішень може бути візуалізований у такий спосіб (рис.1).

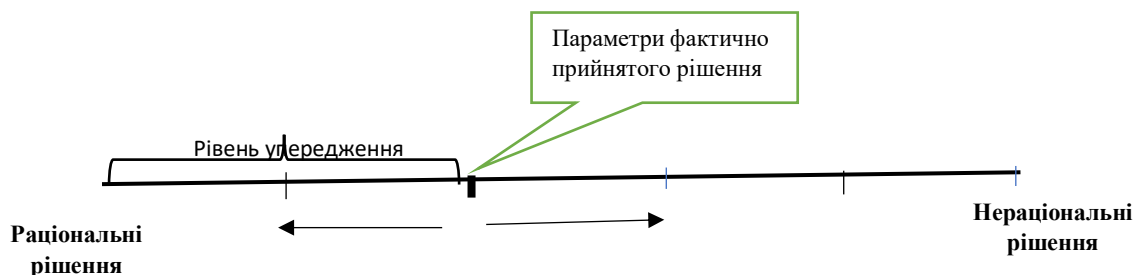


Рис. 1. Візуалізація ідеї визначення феномену «упередження»

Джерело: створено авторами самостійно

На рис. 1 віддзеркалено те, що кожне фактично прийняте рішення в певний спосіб відхиляється/наближається до того, що ідентифікують як «раціональне рішення», тобто як рішення, що прийняте на основі повної інформації та «економічної оптимізації». Кожне рішення умовно може розміщуватись на осі в межах «раціональне рішення» - «нераціональне рішення». Ступінь відхилення від «раціонального» є характеристикою «рівня упередження». З огляду на те, що «упередженість» трактується як певне відхилення від прийняття рішень на засадах «раціональності», вона («упередженість») може ідентифікуватись як «ірраціональність».

Оскільки «раціональність» в тому сенсі, як її розуміли представники теорії раціональних сподівань, є теоретичною

абстракцією, то упередження в розглянутому сенсі існують завжди. Адже реальна дійсність завжди відрізняється від наукових абстракцій. Виникає природне запитання: чому дослідження упереджень особливо активізувались на межі XX та XXI століть?

Можна припускати, що активізація досліджень з проблем упереджень в прийнятті економічних рішень пояснюється нагромадженням фактів існування упереджень, відтак, їх більшою очевидністю. Тому економічна наука для виконання нею позитивної функції – пояснювати економічну дійсність – мала відреагувати, зосередившись саме на цьому явищі.

Для пояснення феномену упередження в бізнесі за умов економічної невизначеності, що є предметом

дослідження в цій статті, доцільно систематизувати всі упередження, вже зафіксовані в теорії «поведінкової економіки». Формою такої систематизації

може бути класифікація за декількома критеріальними ознаками. Пропонована авторами класифікація подана у табл. 1.

Таблиця 1. Класифікація видів упереджень за різними критеріальними ознаками

<i>Критерій класифікації</i>	<i>Види упереджень</i>
I. За основними суб'єктами, дії яких містять ознаки упередження	Упередження в бізнесі (з боку підприємців)
	Упередження домашніх господарств
	Упередження органів публічної влади в управлінні економічними процесами
II. За основною причиною формування упередження	Упередження, спричинені технологічними факторами - прискоренням інновацій та інформаційною революцією
	Упередження, спричинені соціально-психологічними факторами
III. За середовищем, в якому формується упередження	Упередження «ординарної» невизначеності
	Упередження «екстраординарної» невизначеності надзвичайних ситуацій

Джерело: створено авторами самостійно

Табл. 1. ілюструє підхід до класифікації «упереджень» за трьома ознаками – за суб'єктами дій з ознаками упереджень, за причинами формування упереджень та за особливостями середовища, яке визначає рівень упереджень.

Згідно з пропонованою класифікацією, упередження, які аналізуються в цій статті, є упередженнями в бізнесовій діяльності (за першим критерієм), що спричинені технологічними факторами (за другим критерієм) та такими, які формуються за умов екстраординарної невизначеності періоду воєнної агресії (за третім критерієм).

Інші види упереджень мають ставати предметом інших досліджень.

Загальні підходи до аналізу окремих груп упереджень, презентованих у табл.1, на думку авторів, полягають у тому що:

- упередження в бізнесі стосуються прийняття рішень щодо основних аспектів підприємницької діяльності: вибору сфери, масштабів діяльності, інвестицій та застосування інновацій, найму персоналу, оцінювання ефективності бізнесу, формування портфелю активів тощо;

- упередження домашніх господарств, передусім, стосуються ідентифікації ними корисності від споживання, визначення пропорцій розподілу доходів на споживання та

заощадження, формування споживчого кошика тощо;

- упередження органів публічної влади, ймовірно, пов'язані з пріоритетами (цінностями) влади, цілями її діяльності, масштабами виробництва суспільних благ, алгоритмами формування бюджетів та їх розподілу за статтями витрат, оцінюванням ефективності діяльності влади тощо;

- упередження, спричинені технологічними факторами, під впливом яких перебувають всі вже згадані суб'єкти прийняття рішень, пов'язані, *по-перше*, зі здатністю (схильністю) пристосування до швидких перманентних технологічних змін. *По-друге*, ці упередження, зазвичай, спричинені інформаційним бумом періоду інформаційної революції, який передбачає обробку великих баз даних й відповідне зростання зусиль та витрат при прийнятті «раціональних» рішень;

- упередження формуються середовищем невизначеності двох рівнів: «ординарного» та «екстраординарного». «Ординарною» невизначеністю ми називаємо ту, яка формується в ринковому середовищу та передбачає конкурентну боротьбу, відтак, - ризики втрати майна та доходів. Ймовірно, що в якості «ординарної» може ідентифікуватись і невизначеність, що спричинена неможливістю релевантного реагування на великі інформаційні потоки «мережевого

суспільства». «Екстраординарною» можна вважати невизначеність в умовах війн, технологічних катастроф, пандемій тощо.

Важливим складником формування визначеності/невизначеності сучасних суспільств є використання штучного інтелекту (ШІ). Відповідь на ключове для сучасної цивілізації питання - знизиться чи підвищиться рівень невизначеності з використанням ШІ - має спиратись на достатньо тривалий досвід використання штучного інтелекту. Поки що такого тривалого досвіду немає. Однак, уже зараз дослідники ШІ фіксують і значні позитивні наслідки використання ШІ в контексті обмеження невизначеності, і негативні результати такого використання (Pethokoukis, J., 2023).

На думку авторів цієї статті, всі упередження мають *когнітивну* природу в тому сенсі, що вони породжені *обмеженою здатністю* людей як суб'єктів прийняття рішень *реагувати* на нові фактори та нові обставини. Виокремлення «когнітивних упереджень» в якості окремої групи поряд з іншими групами не є конструктивним. Обмежена здатність реагування, ймовірно, має дві групи причин: технологічні і психологічні. Якщо технологічні пов'язані з браком інструментів аналізу інформації в умовах її стрімкого нагромадження, то психологічні виявляються у свідомому ігноруванні певної інформації. Причому, таке ігнорування виявляється способом пристосування до нової реальності й надмірної інформації. Дослідники поведінкових реакцій економічних суб'єктів фіксують в процесі опитувань респондентів масові факти прийняття рішень з упередженнями, що спираються на часткове ігнорування інформації, коли рішення приймаються:

- за звичними й раніше апробованими алгоритмами,
- з копіювання певних моделей поведінки інших суб'єктів,
- за поведінковими стереотипами,
- на основі вибіркового підходу до інформації, коли ігноруються дані, що спростовують усталені погляди.

Пріоритетним інструментом теорії «поведінкової економіки», в якій поняття «упередження» стало одним з центральних, є емпіричні соціологічні дослідження. Це відрізняє теорію «поведінкової економіки» від теорії «раціональних сподівань», в якій переважає інструментарій умовиводів та абстракцій. Тому, досліджуючи упередження в українському бізнесі, автори цієї статті спирались на результати соціологічних опитувань українських підприємців під час активної фази воєнних дій у 2023 та 2024 рр. Узагальнюючі результати цієї частини опитувань, що дотична до формування упереджень в середовищі малого та середнього бізнесу (МСБ), подані у табл.2.

У табл.2. подана інформація про оцінювання українськими підприємцями фактичного стану зовнішнього та внутрішнього середовища бізнесу під час війни (перші три колонки таблиці) та інформація про очікування підприємців (четверта та п'ята колонки).

Проявом упереджень в українському бізнесі, на нашу думку, є певна невідповідність між оцінюванням стану та середовища бізнесу, з однієї сторони, й очікуваннями перспектив бізнесу, - з іншої.

Показовим результатом опитувань українських підприємців є те, що вони фіксують в якості основних параметрів невизначеності і ті, що названі в пропонуваній класифікації (табл.1.) «екстраординарними», тобто, спричиненими війною (непрогнозованість ситуації, брак платоспроможного попиту), і, так звані «ординарні» (дії держави щодо бізнесу, перешкоди з боку регуляторних органів, брак кредитних ресурсів, застаріле обладнання тощо).

Українські підприємці усвідомлюють і ранжують (за ступенем важливості, що виявляється у відсотках відповідей) фактори, які заважають формуванню нової якості бізнесу. Серед цих факторів: брак трудових ресурсів, брак зв'язків з європейськими клієнтами та партнерами, брак фінансових ресурсів, якість кадрів, недостатня гармонізованість українського та європейського законодавства тощо.

Таблиця 2. Параметри діяльності українських підприємців та їх очікування в 2023 та 2024 рр.

Основні фактори невизначеності для українських підприємств МСБ (опитування липня 2023 р.)	Перепони в інтеграції на європейські ринки – ресурси, яких бракує (опитування грудня 2023 р.)	Частка роботодавців, які відчують брак робочої сили (опитування жовтня 2023 р. та квітня 2024 р.)	Очікуване зростання оборотів бізнесу в 2024 р. у порівнянні з 2023 р. (опитування грудня 2023 р.)	Очікуване зростання персоналу в 2024 р. у порівнянні з 2023 р. (опитування грудня 2023 р.)
1. Відсутність достатньої кількості платоспроможних клієнтів – 46,9% 2. Непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку – 46,9% 3. Непередбачувані дії держави, що можуть погіршити стан бізнесу – 42,8% 4. Відсутність достатнього капіталу – 42,8% 5. Перешкоди з боку регуляторних -та/чи фіскальних органів – 32,0% 6. Високі податки та збори – 25,1% 7. Недоступність кредитних коштів, у тому числі - програми 5-7-9 й т.ін. – 24,0%	1. Зв'язки з європейськими клієнтами та партнерами – 35,6% 2. Фінансові ресурси – 34,5% 3. Кваліфіковані спеціалісти – 21,8% 4. Бажання/необхідність виходу на міжнародні ринки – 32,0% 5. Негармонізоване з європейським вітчизняне законодавство – 17,1% 6. Конкурентна здатність – 14,9% 7. Доступність інформації – 14,8% 8. Застаріле обладнання – 13,9%	Відчують брак робочої сили у жовтні 2023 – 55% Відчують брак робочої сили у квітні 2024 – 74%	Загальні позитивні очікування зростання оборотів бізнесу в середовищі середніх підприємств – 126,0% Загальні позитивні очікування зростання оборотів бізнесу в середовищі малих підприємств – 108,7%	Зростання персоналу очікують 44,5% опитаних підприємців, в тому числі: 20% опитаних очікують зростання персоналу до 10%, 14,5% - зростання персоналу в межах 20-40%, 4% - зростання персоналу на понад 50%

Джерело: створено авторами самостійно на основі *Бізнес2023 (2023), Дослідження (2023), Інтеграція (2024)*.

Попри об'єктивне оцінювання фактичного стану речей та існуючих перешкод бізнесу, українські підприємці виявляють (якщо довіряти опитуванням) надмірно високий оптимізм в очікуваннях щодо зростання оборотів в бізнесі та щодо збільшення залучених трудових ресурсів. Про це, зокрема, свідчить завищений відсоток тих, хто мають позитивні очікування. Причому, поглиблене дослідження проблеми інклюзії на ринку трудових ресурсів, яких тотально бракує, що проведене у 2024 р. (Інтеграція, 2024) свідчить про таке. Попри незадоволений попит на працівників взагалі й працівників певних кваліфікацій, зокрема, українські підприємці психологічно, фінансово, організаційно не готові до залучення в виробничий процес наявний трудовий потенціал - людей з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб, представників інших вразливих верств українців. Відтак, оптимізм щодо перспектив виглядає як упередження.

Для обмеження упереджень в українському бізнесі мають використовуватись, передусім, загальні засоби, що вже апробовані на практиці і в інших країнах, і в Україні, а саме: адаптивне управління та планування, аналітика великих баз даних без штучного відбору одержаної інформації, вибудовування «систем зворотного зв'язку» та постійного навчання персоналу тощо. В ситуації «екстраординарної» невизначеності в діяльності українського бізнесу особлива роль належить такому засобу обмеження упереджень, як недовіра до влади – до її окремих дій, змін у законодавстві, прийнятих нею стратегій та планів тощо. Зрозуміло, що недовіра/довіра бізнесу до влади є похідною від якості економічної політики та інститутів державної влади.

Висновки. За запропонованим підходом до уточнення визначення змісту економічних упереджень, упередження ідентифікуються як особливий спосіб прийняття економічних рішень, в

результаті якого, рішення втрачають ознаки раціональності або не набувають таких ознак. Причому, раціональність тлумачиться як те, що передбачає повноту інформації про економічну реальність, а також спрямованість на «економічну оптимізацію» - корисність від споживання товарів, максимальний прибуток в бізнесовій діяльності та максимальний загальний економічного добробут від суспільних благ. Упередження в бізнесі, як відхилення від раціональності, можуть стосуватися основних аспектів бізнесової діяльності – прийняття рішень про масштаби виробництва, сфери діяльності, інвестиції та інновації, залучення персоналу, портфелю активів тощо.

Економічні упередження мають класифікуватись за різними критеріями, включно з критеріями суб'єктності (упередження підприємців, споживачів, органів публічної влади), основної причини формування (внаслідок дії технологічних та соціально-психологічних факторів), середовища формування упередження («ординарної» та «екстраординарної» невизначеності).

Окремі прояви упереджень українського бізнесу як спільноти, що функціонує в умова «екстраординарної» невизначеності періоду війни, виявляються в соціологічних опитуваннях. Опитування 2023 та 2024 рр. дають певні підстави для

висновків про упередження перевищених очікувань на тлі об'єктивного оцінювання критичного стану середовища українського бізнесу та чинних перешкод для його існування. Особливої уваги заслуговує факт, приблизно, однакового оцінювання негативного внеску «екстраординарних» факторів періоду війни та «ординарних факторів», пов'язаних зі взаєминами бізнесу та влади.

Майбутні дослідження в царині упереджень в бізнес за умов невизначеності, на думку авторів статті, мають зосереджуватися на таких проблемах, як:

- аналіз причин та видів упереджень в бізнесі, їх класифікація за різними ознаками та оцінювання внеску різних факторів в формування упереджень,
- поглиблені соціологічні дослідження поведінкових реакцій бізнесу, які дають можливість ідентифікувати нові види упереджень, з'ясовувати їх причини, визначити пріоритетні фактори економічної невизначеності,
- обґрунтування стратегій та програм обмеження впливу невизначеності, пов'язаної з діями уряду щодо бізнесу, які (дії) стають причинами упереджень в прийнятті рішень українських підприємців.

Література:

1. Thaler, R. H. (2015). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. W. W. Norton & Company.
2. Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Farrar, Straus and Giroux.
3. Kahneman, D., Sibony, O., & Sunstein, C. R. (2021). *Noise: A flaw in human judgment*. William Collins.
4. Akerlof, G. A. (2002). Behavioral macroeconomics and macroeconomic behavior. *The American Economic Review*, 92(3), 411–433. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/3083349>
5. Henriksen, M. (2020). Variational free energy and economics optimizing with biases and bounded rationality. *Frontiers in Psychology*. Retrieved from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.549187/full>
6. Ishfaq, M., Nazir, M., Qamar, M. A. J., & Usman, M. (2020). Cognitive bias and the extraversion personality shaping. *Frontiers in Psychology*. Retrieved from <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.556506/full>
7. Schwenk, C. H. (1986). Information, cognitive biases, and commitment to a course of action. *Academy of Management Review*, 11(2), 298–310.
8. Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Journal of Business Venturing*, 12(1), 9–30.
9. Das, T. K., & Teng, B. (1999). Cognitive biases and strategic decision processes: An integrative perspective. *Journal of Management Studies*, 36(6), 757–778.
10. Simon, M., Houghton, S. M., & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*, 15(2), 113–134.

11. Pethokoukis, J. (2023). Could AI really generate explosive economic growth? *American Enterprise Institute*. Retrieved from <https://www.aei.org/articles/could-ai-really-generate-explosive-economic-growth/>
12. Бізнес2023-12-хвиля-v1.4. (2023). *Дослідження стану бізнесу в Україні, Червень 2023*. Доступ через <https://drive.google.com/file/d/1X4e53R9UZs7IuXwAyPyOxrrAhhNy5rkL/view>
13. *Інтеграція вразливих верств населення 2024*. (2024). Доступ через <https://drive.google.com/drive/folders/1P3F3KfJ4QfrQN2ZWiax6LsJAJNU6mK3>
14. *Дослідження стану та потреб бізнесу в умовах війни: результати опитування в грудні 2023 — січні 2024 року*. (2024). Доступ через <https://business.dii.gov.ua/cases/novini/doslidzenn-a-stanu-ta-potreb-biznesu-v-umovah-vijni-rezultati-opituvanna-v-grudni-2023-sicni-2024-roku>