

УДК 336.7:159.9:631.1+7.01
JEL D91; G41; Q14; O31

ПОВЕДІНКОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ФІНАНСОВИХ ПРОДУКТІВ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ В ХОДІ ДИЗАЙН-МИСЛЕННЯ

О. Шолудько, к. е. н.

ORCID ID: 0000-0003-2264-5638

О. Грицина, к. е. н.

ORCID ID: 0000-0002-1304-0250

Львівський національний університет природокористування

<https://doi.org/10.31734/economics2025.32.030>

Шолудько О., Грицина О. Поведінкові аспекти використання фінансових продуктів у сільському господарстві в ході дизайн-мислення

Дослідження, яке аналізує поведінкові аспекти використання фінансових продуктів у сільському господарстві України через призму дизайн-мислення, є надзвичайно актуальним у контексті сучасних економічних, екологічних та соціальних викликів. Виявлено ключові поведінкові фактори, які впливають на вибір фінансових інструментів аграріями, та розроблено рекомендації для створення інноваційних і адаптованих фінансових продуктів.

Результати дослідження показують, що традиційні підходи до розробки фінансових послуг часто не враховують специфічні потреби та поведінкові особливості аграріїв. Серед таких особливостей – неохочість до ризику, когнітивні упередження, ефект прив'язки, вплив соціальних норм та консерватизм. Фінансовий дизайн, який інтегрує поведінкову економіку, дизайн-мислення та класичні фінансові підходи, спрямований на створення клієнтоорієнтованих рішень, що відповідають реальним потребам користувачів.

Досліджено вплив психологічних, соціальних та контекстуальних чинників на прийняття фінансових рішень в агросекторі. Запропоновано поетапний процес впровадження дизайн-мислення, який охоплює: глибоке розуміння поведінки аграріїв, ретельний аналіз їхніх потреб, розробку відповідних фінансових продуктів та підвищення рівня довіри до фінансових інституцій.

Систематизовано поведінкові чинники, які впливають на вибір фінансових продуктів, а також розроблено модель ефективної комунікації між фінансовими інституціями та аграріями. Запропоновано конкретні заходи для підвищення рівня фінансової інклюзії в агросекторі. Застосування фінансового дизайну сприятиме ефективній адаптації фінансових продуктів до реальних потреб аграріїв, підвищенню рівня їхньої задоволеності та забезпеченню стійкості аграрного сектору в умовах війни та економічної нестабільності. Це дослідження має велике практичне значення для фінансових установ, які прагнуть розширити свою діяльність у сільському господарстві, а також відкриває нові напрями для подальших наукових досліджень у цій галузі.

Ключові слова: поведінкові аспекти, фінансові продукти, сільське господарство, дизайн-мислення, фінансова інклюзія, аграрії, поведінкова економіка, інноваційні рішення.

Sholudko O., Hrytsyna O. Behavioural aspects of using financial products in agriculture through design thinking

A study that analyses the behavioural aspects of the use of financial products in Ukrainian agriculture through the prism of design thinking is extremely relevant in the context of current economic, environmental and social challenges. The purpose of this paper is to identify the key behavioural factors that influence the choice of financial instruments by farmers and to develop recommendations for creating innovative and adapted financial products.

The results of the study show that traditional approaches to the development of financial services often do not take into account the specific needs and behavioural characteristics of farmers. These characteristics include risk aversion, cognitive biases, the anchoring effect, the influence of social norms, and conservatism. Financial design, which integrates behavioural economics, design thinking and classical financial approaches, aims to create customer-centric solutions that meet the real needs of users.

The article examines the impact of psychological, social, and contextual factors on financial decision-making in the agricultural sector. The authors propose a step-by-step process for implementing design thinking, which involves a deep understanding of farmers' behaviour, a thorough analysis of their needs, the development of suitable financial products, and fostering trust in financial institutions.

The authors have systematically organised the behavioural factors that influence the selection of financial products and have developed a model to facilitate effective communication between financial institutions and farmers. Additionally,

they proposed specific measures aimed at enhancing financial inclusion within the agricultural sector. The implementation of financial design is expected to significantly improve the alignment of financial products with the genuine needs of farmers, thereby increasing their satisfaction and ensuring the sustainability of the agricultural sector during times of war and economic instability. This study holds substantial practical significance for financial institutions looking to expand their operations in agriculture and presents new avenues for further research in this field.

Keywords: behavioural aspects, financial products, agriculture, design thinking, financial inclusion, farmers, behavioural economics, innovative solutions.

Постановка проблеми. Сільськогосподарські підприємства в сучасних умовах економічної нестабільності та кліматичних змін потребують ефективних фінансових рішень для підтримки своєї діяльності. Традиційні фінансові продукти часто не відповідають специфічним потребам аграріїв, що призводить до необхідності розробки нових, адаптованих рішень. Використання інструментів дизайн-мислення дозволяє виявити ключові поведінкові чинники, які впливають на вибір фінансових продуктів сільськогосподарськими підприємствами. Розробка фінансових продуктів з урахуванням цих поведінкових аспектів за допомогою інструментів дизайн-мислення може суттєво покращити якість обслуговування клієнтів з аграрного сектору та підвищити ефективність їхньої фінансової діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вибір фінансових продуктів у сільському господарстві залежить від економічних, екологічних, соціальних і технологічних умов, але дослідження поведінкових аспектів цього процесу є новим напрямом у фінансовій теорії. Концепція дизайн-мислення важлива для створення інноваційних фінансових продуктів, адаптованих до потреб аграріїв, як показали дослідження Д. Нормана [2] та Дж. Джонсона [10]. Наукові праці І. Осадчука [3], І. Лютого [8], А. Яцуна, В. Вдовенка [6] та В. Русана [5] розкривають вплив поведінкових, соціальних, екологічних і воєнних факторів на фінансові рішення в агросекторі. Проте комплексні підходи до використання фінансових продуктів із урахуванням поведінки, особливо в умовах війни та економічної нестабільності в Україні, залишаються недостатньо вивченими.

Постановка завдання. Проблема вибору фінансових продуктів сільськогосподарськими підприємствами є актуальною в умовах сучасних економічних реалій. Традиційні підходи до розробки фінансових продуктів часто не враховують специфічних потреб та поведінкових особливостей сільськогосподарських виробників. Наше завдання – за допомогою інструментів дизайн-мислення виявити ключові поведінкові фактори, які впливають на вибір фінансових продуктів сільськогосподарськими підприємствами. Це дозволить розробити більш ефективні та адаптовані до потреб аграрного сектору фінансові інструменти, а також розробити ре-

комендації для фінансових установ щодо покращення якості обслуговування клієнтів з аграрного сектору.

Виклад основного матеріалу. Фінансовий дизайн як міждисциплінарна концепція поєднує елементи поведінкових фінансів, дизайн-мислення та класичних підходів до розробки фінансових продуктів. Його мета – створення ефективних, адаптивних та клієнтоорієнтованих фінансових інструментів, які відповідають реальним потребам споживачів. Особливу увагу слід приділити поведінковим аспектам прийняття фінансових рішень та використанню інноваційних підходів до розробки продуктів [1].

Фінансовий дизайн базується на інтеграції користувачького досвіду, емоційного сприйняття та раціональних підходів до управління фінансами [8]. Він спрямований на подолання поведінкових упереджень, що впливають на вибір фінансових продуктів.

Фінансові продукти, створені за принципами фінансового дизайн-мислення, здатні забезпечити ефективні рішення для споживачів (рис.). Сучасні фінансові продукти все більше адаптуються до індивідуальних потреб, звичок і ризиків споживачів, пропонуючи інтуїтивні, гнучкі та персоналізовані рішення.

На нашу думку, фінансове дизайн-мислення є ефективним засобом для розробки продуктів, які враховують поведінкові особливості прийняття фінансових рішень і відповідають реальним потребам споживачів. Його подальший розвиток сприятиме підвищенню фінансової інклюзивності, ефективному управлінню ризиками та покращанню взаємодії між фінансовими установами та клієнтами. Впровадження принципів фінансового дизайну у фінансовий сектор сприяє залученню більш адаптивних, інноваційних та зручних фінансових продуктів для користувачів.

Поведінкова економіка допомагає глибше зрозуміти, як люди приймають фінансові рішення, та дає змогу адаптувати фінансові продукти для підвищення їхньої ефективності. Використання поведінкових принципів у фінансовій сфері сприяє більш відповідальному ставленню до заощаджень, зменшенню боргового навантаження та покращанню фінансового добробуту суспільства.



Рис. Персоналізовані фінансові продукти в різних сферах економіки, створені за принципами фінансового дизайн-мислення

Джерело: Систематизовано авторами за результатами теоретичних узагальнень

На прийняття фінансових рішень впливають психологічні фактори (емоції, когнітивні упередження), соціальні аспекти (вплив сім'ї та громади) та контекстуальні умови (економічна ситуація, доступність фінансових послуг) [9].

Під час дослідження ми вирішили акцентувати свою увагу на поведінкові чинники, які впливають на прийняття фінансових рішень у сільському господарстві (табл. 1), адже на нього впливає безліч чинників, як раціональних, так і емоційних. Розуміння поведінкових факторів – ключове для розробки ефективних фінансових продуктів та послуг. Застосування методів поведінкової економіки та дизайн-мислення дає змогу створювати фінансові інструменти, які відповідають потребам і особливостям фермерів, сприяючи розвитку сільського господарства та підвищенню добробуту сільських громад.

Прийняття фінансових рішень сільськогосподарськими виробниками має свої специфічні особливості, які відрізняють їх від інших секторів економіки. Ці особливості зумовлені низкою чинників, включно з природними умовами, циклічністю сільськогосподарського виробництва, обмеженістю фінансових ресурсів тощо. Ми вважаємо, що ключовими особливостями фінансової поведінки сільськогосподарських виробників є високий ступінь ризику, сезонність, обмеженість доступу до фінансування, консерватизм, вплив соціальних норм, низький рівень фінансової грамотності. На їхні фінансові рішення можуть впливати погодні умови, ціни на сільськогосподарську продукцію, доступність кредитних ресурсів, державні програми підтримки сільського господарства, впровадження нових технологій.

Таблиця 1

Поведінкові чинники, що впливають на прийняття фінансових рішень у сільському господарстві

Чинники		Опис
Психологічні	емоції	страх невдачі, бажання стабільності, оптимізм або песимізм впливають на вибір фінансових інструментів (наприклад, консервативні інвестиції під час посухи)
	когнітивні спотворення	спрощення складних рішень, опора на евристичні, недооцінка ризиків; ефект втрат призводить до уникнення ризикованих, але потенційно вигідних інвестицій
Соціальні	вплив родини та спільноти	рекомендації родичів, друзів, колег по кооперативу мають вирішальне значення при виборі фінансових продуктів; вплив традицій і звичаїв
	соціальні норми	норми поведінки в сільській спільноті впливають на сприйняття фінансових інструментів (наприклад, уникнення кредитів через суспільний тиск або сором)
	довіра до фінансових установ	рівень довіри до банків та фінансових інститутів визначає готовність фермерів використовувати їхні послуги; негативний досвід може призвести до недовіри
Контекстуальні	економічна ситуація	економічні цикли, ціни на продукцію, доступність кредитів впливають на фінансові рішення фермерів
	кліматичні умови	нестабільність клімату, природні катаклізми створюють ризики, вимагаючи обережного підходу до фінансів
	доступність фінансових послуг	відстань до банків, обмежений вибір продуктів, високі відсоткові ставки ускладнюють доступ до фінансових послуг
	рівень фінансової грамотності	низька фінансова грамотність обмежує розуміння складних фінансових продуктів і прийняття обґрунтованих рішень.

Джерело: Систематизовано авторами за результатами теоретичних узагальнень

У табл. 2 згруповано основні фінансові продукти, які пропонують сільськогосподарським товаровиробникам в Україні, розроблені з урахуванням

принципів дизайн-мислення для врахування їхніх унікальних потреб, сезонності доходів та можливих ризиків.

Таблиця 2

Основні фінансові продукти, які пропонують сільськогосподарським товаровиробникам в Україні із застосуванням ідей дизайн-мислення

Назва	Сфера застосування	Мета	Прояв дизайн-мислення
Банківське кредитування	кредитувати від комерційних банків для фінансування аграрних проєктів	покриття витрат на виробництво, закупівлю техніки	визначення потреби в капіталі та вибір оптимальних умов
Державні програми кредитування	програма «5-7-9», що надає кредити на вигідних для аграріїв умовах	підтримка малих і середніх підприємств	стратегічний підхід для отримання фінансування з урахуванням ризиків
Лізинг	фінансування обладнання через лізингові компанії	доступ до сучасної техніки без значних початкових витрат	оцінка вигідності оренди обладнання проти купівлі
Страховання врожаю	поліси, які захищають від фінансових втрат через природні катастрофи або інші ризики	мінімізація фінансових ризиків	аналіз ризиків та вибір адекватного страхового покриття

Продовження табл. 2

Назва	Сфера застосування	Мета	Прояв дизайн-мислення
<i>Інвестиційні фонди</i>	залучення інвестицій від фондів для розвитку агробізнесу	розширення виробництва та впровадження інновацій	створення інвестиційних пропозицій, що підкреслюють потенціал прибутковості
<i>Кредитні спілки</i>	альтернативне джерело фінансування через кооперативи, що об'єднують аграріїв для отримання кредитів	підтримка малих фермерських господарств	спільне використання ресурсів та зниження витрат на кредитування
<i>Фінансові технології (FinTech)</i>	використання цифрових платформ для управління фінансами та отримання кредитів	автоматизація фінансових процесів, швидкість транзакцій	інновації в обслуговуванні клієнтів та оптимізація витрат

Джерело: Систематизовано авторами за результатами теоретичних узагальнень

Використання фінансових продуктів у сільському господарстві України в ході дизайн-мислення стикається з численними бар'єрами, зокрема з непередбачуваністю регуляторного середовища, високими ризиками через кліматичні умови та високими кредитними ставками, що обмежують доступ аграріїв до фінансування. Водночас спостерігаємо нерозвинену інфраструктуру, недостатню фінансову грамотність товаровиробників сільськогосподарської продукції, обмежений доступ до інформації та консерватизм галузі, що також ускладнює впровадження інноваційних фінансових рішень. Тому подолання цих перешкод вимагає комплексного підходу, зокрема стабілізацію законодавства, розвиток інфраструктури та підвищення фінансової обізнаності аграріїв.

Сільськогосподарські виробники в Україні мають чіткі очікування від фінансових послуг, які формуються через унікальні потреби та виклики аграрного сектору, зокрема в ході дизайн-мислення. Вони прагнуть доступного фінансування із низькими процентними ставками та спрощеними умовами, а також гнучких кредитів, які враховують сезонність виробництва. Аграрії розраховують і на підтримку у ризик-менеджменті через страхування врожаю та інноваційні цифрові рішення, а також на консультаційні послуги для оптимізації фінансових процесів. Крім того, вони очікують стабільності у фінансових відносинах та підтримки від держави в умовах невизначеності, як-от природні катастрофи чи економічні кризи [4].

Очікування сільськогосподарських виробників від фінансових послуг комплексні й багатоаспектні. Вони потребують доступності, гнучкості, підтримки у ризик-менеджменті та інноваційних

рішень для успішного ведення бізнесу в умовах постійних змін на ринку [7].

У сучасному світі, де конкуренція на ринку фінансових послуг зростає, важливо не тільки розробляти нові фінансові продукти, але й адаптувати їх до конкретних потреб клієнтів. Для сільськогосподарських виробників, які стикаються з унікальними викликами та ризиками, особливо актуальне створення персоналізованих фінансових продуктів, що вимагає глибокого розуміння їхніх поведінкових особливостей. Застосування принципів дизайн-мислення дозволяє адаптувати продукцію до реальних потреб аграріїв, підвищуючи їхні задоволеність і лояльність. Упровадження інноваційних рішень на основі аналізу поведінки клієнтів може стати ключем до успіху в конкурентному середовищі фінансового сектору [9].

У ході дослідження ми схематично зобразили процес створення персоналізованих фінансових продуктів для сільськогосподарських виробників з урахуванням їхніх поведінкових особливостей за дизайн-мислення (табл. 3).

У сучасному аграрному секторі, де сільськогосподарські виробники стикаються з численними викликами, ефективна комунікація між фінансовими установами та аграріями стає критично важливою. Застосування фінансового дизайн-мислення може суттєво її покращити, забезпечуючи більш глибоке розуміння потреб клієнтів і створюючи продукти, які максимально відповідають їхнім вимогам.

Перш ніж розпочати детальну комунікацію, важливо дослідити потреби і поведінку аграріїв. Це забезпечує використання методів дизайн-мислення, які передбачають: залучення аграріїв до відкритих дискусій щодо їхніх потреб і проблем,

Таблиця 3

Поетапний процес створення персоналізованих фінансових продуктів для сільськогосподарських виробників з урахуванням їхніх поведінкових особливостей за дизайн-мислення

Етап	Сутність	Поведінкові особливості	Фінансові продукти та технології
1. Розуміння поведінки	визначення ключових поведінкових характеристик аграріїв, як-от неохочість до ризику, ефект прив'язки, стабільність та когнітивне зростання	неохочість до ризику, ефект прив'язки, когнітивне упередження	-
2. Дослідження потреб	збір інформації через інтерв'ю, опитування та фокус-групи для розуміння фінансових потреб аграріїв	сезонність виробництва, обмежений доступ до фінансування	використання цифрових платформ для збору даних
3. Розробка персоналізованих продуктів	створення фінансових рішень з урахуванням поведінки та потреб клієнтів, зокрема гнучкість умов, прозорість інформації, індивідуальний підхід, використання технологій та навчання	гнучкість умов, прозорість інформації, індивідуальний підхід	кредит із гнучкими умовами, фінансовий лізинг, факторинг, інтеграція фінансових послуг у цифрові платформи
4. Підвищення довіри та задоволеності	реалізація персоналізованих рішень для підвищення довіри та задоволеності аграріїв	вплив соціальних норм, консерватизм	програми навчання фінансової грамотності, консультативні послуги, використання інноваційних технологій для підвищення прозорості та ефективності фінансових операцій

Джерело: Систематизовано авторами за результатами теоретичних узагальнень

аби зрозуміти, які фінансові продукти їм потрібні; організація зустрічей із групами фермерів для обговорення їхніх очікувань від фінансових продуктів може дати цінну інформацію, як краще комунікувати; вивчення реальних ситуацій, у яких аграрії приймають фінансові рішення, дають змогу визначити ключові фактори, що впливають на їхній вибір.

Отже, покращання комунікації із сільськогосподарськими підприємствами – ключовий елемент успішного впровадження фінансового дизайн-мислення. Зосередження на потребах клієнтів, спрощення інформації, використання візуальних засобів та інтерактивних платформ допоможуть створити ефективнішу комунікацію між фінансовими установами та аграріями. Це не лише підвищить рівень задоволеності клієнтів, але й сприятиме розвитку аграрного сектору загалом через більш обґрунтоване використання фінансових продуктів. Пропонуємо для фінансових установ модель покращання комунікації з клієнтами (табл. 4). Кожен компонент описує ключові аспекти,

які можуть бути реалізовані різними методами, що сприяють ефективному донесенню інформації про фінансові продукти до аграріїв. Ця модель може слугувати основою для розробки стратегій комунікацій, які відповідають потребам сільськогосподарських товаровиробників і сприяють успішному впровадженню фінансових рішень у їхню діяльність.

В умовах воєнної агресії росії та постійних викликів, які стоять перед аграрним сектором України, залучення фінансової інклюзії особливо актуальне. Сільське господарство є одним із ключових секторів економіки, і забезпечення доступу до фінансових послуг (саме для сільськогосподарських товаровиробників) може суттєво вплинути на їхню стійкість та розвиток. У цьому плані розробка заходів, які можна вжити для підвищення фінансової інклюзії в сільській місцевості з акцентом на поведінкові аспекти, може передбачати в себе застосування дизайн-мислення для створення фінансових продуктів.

Таблиця 4

Модель покращання комунікації фінансових установ із клієнтами (сільськогосподарськими підприємствами) через фінансове дизайн-мислення

Компонент	Сутність компоненту	Методи реалізації
Розуміння потреб клієнтів	глибоке дослідження потреб і поведінки аграріїв	- інтерв'ю та опитування - фокус-групи - спостереження
Простота та зрозумілість	надання інформації у простій та доступній формі	- використання чітких термінів - уникнення складної термінології
Візуалізація даних	використання графіків, діаграм та інфографіки для спрощення сприйняття інформації	- створення візуальних матеріалів - інфографіка для пояснення складних концепцій
Персоналізований підхід	індивідуальні консультації для аграріїв з урахуванням їхніх потреб	- індивідуальні зустрічі - онлайн-консультації
Інтерактивні платформи	створення цифрових платформ для надання інформації про фінансові продукти	- вебплатформи - мобільні додатки з калькуляторами та порівняннями
Навчальні програми	організація семінарів і вебінарів для підвищення фінансової грамотності аграріїв	- проведення навчальних заходів - розробка навчальних матеріалів
Зворотний зв'язок	забезпечення механізмів отримання відгуків від аграріїв щодо фінансової продукції	- опитування після консультацій - онлайн-платформи для збору відгуків

Джерело: Систематизовано авторами за результатами теоретичних узагальнень

Перш ніж шукати заходи для розширення доступу до фінансових послуг, важливо зрозуміти особливі потреби сільськогосподарських товаровиробників. Вони часто стикаються з такими проблемами як високі процентні ставки на кредити, невизначеність у доходах через сезонність виробництва, відсутність достатньої інформації про доступні фінансові продукти. Застосування методів дизайн-мислення дозволяє глибше зрозуміти ці потреби через дослідження, опитування та фокус-групи, що сприяє створенню продукту, який відповідає реаліям аграрного сектору.

Розширення доступу до фінансових послуг у сільській місцевості України забезпечить стабільність аграрного сектору в умовах воєнної агресії та економічних викликів. Застосування поведінкових аспектів відбору фінансових продуктів у ході дизайн-мислення дозволяє ухвалювати рішення, які відповідають реальним потребам аграріїв. Реалізація запропонованих заходів сприятиме підвищенню позитивної фінансової інклюзії, що натомість

вплине на розвиток сільського господарства України.

Вважаємо, що для підвищення фінансової інклюзії сільськогосподарських виробників необхідно впровадити комплекс заходів, які враховують специфіку аграрного сектору:

- розвиток фінансової інфраструктури, що передбачає покращання доступності банківських послуг у сільських районах через відкриття нових відділень або використання мобільних банківських сервісів, що дозволить аграріям отримувати консультації та проводити операції з мінімальними витратами часу й ресурсів;
- запровадження мікрокредитування з гнучкими умовами погашення та низькими ставками, яке стане підтримкою для малих фермерів, що не можуть скористатися традиційними кредитами;
- створення програм державної підтримки, як-от субсидії на відсоткові ставки чи гранти на роз-

виток агробізнесу, що допоможе зменшити фінансовий тягар на фермерів і стимулювати інвестиції в сучасні технології;

- підвищення фінансової грамотності через організацію семінарів, вебінарів та онлайн-курсів, що сприятиме кращому розумінню аграріями можливостей управління фінансами та використання фінансових продуктів.

Водночас упровадження цифрових платформ, як-от мобільні додатки або вебсайти, забезпечить аграріям зручний доступ до інформації про кредити, страхування та інші послуги. Нарешті, формування сільськогосподарських кооперативів як посередників дозволить малим виробникам об'єднувати ресурси для отримання вигідніших умов кредитування, доступу до ринків та співпраці з фінансовими установами..

Висновки. Дослідження поведінкових аспектів використання фінансових продуктів у сільському господарстві України показало, що вибір цих продуктів залежить від економічних, екологічних, соціальних та технологічних умов, а також від особливостей поведінки аграріїв. Нестабільність економічної ситуації, кліматичні зміни та воєнна агресія вказують на необхідність адаптації фінансових інструментів до потреб сільськогосподарських виробників. Застосування принципів дизайн-мислення та поведінки економіки дає змогу створити персоналізовані фінансові продукти, як-от гнучкі кредити та мікрокредитування. Основними перешкодами розвитку фінансових послуг є непередбачуваність регуляторного середовища та недостатня фінансова грамотність суб'єктів господарювання. Розвиток інфраструктури, державна підтримка та підвищення фінансової грамотності можуть покращити доступ до фінансових послуг у сільському господарстві.

Бібліографічний список

1. Кучер Л. та ін. Розвиток інноваційної діяльності аграрних підприємств: на шляху до агробізнесу 4.0.

Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2023. Т. 9, № 4. URL: <https://doi.org/10.51599/are.2023.09.04.11> (дата звернення: 16.02.2025).

2. Норман Д. А. Дизайн для кращого світу. Київ: ArtHuss, 2024. 376 с.

3. Осадчук І. Поведінкові аспекти в процесі управління агроформуваннями. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2019. № 1 (20). С. 97–106. URL: <https://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2019/19oivpua.pdf> (дата звернення: 10.02.2025).

4. Русан В. М., Жураковська Л. А., Жаліло Я. А. Перспективи розвитку аграрного сектора України в умовах кліматичних змін: аналітична доповідь / [за наук. ред. Я. А. Жаліло. Київ: НІСД, 2024. 47 с. URL: <https://doi.org/10.53679/NISS-analytrep.2024.09>.

5. Русан В. М. Перспективи розвитку аграрного сектора України в умовах кліматичних змін: аналітична доповідь: монографія / за ред. Я. А. Жаліло. Київ: Нац. ін-т стратег. дослідж., 2024. 47 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2024-07/ad_klimagrosetektor_03_07_24_zminena.pdf (дата звернення: 06.02.2025).

6. Яцун А. Фінансові інструменти сталого розвитку в аспекті моделювання аграрного сектору економіки України. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2024. № 5. С. 230–245. URL: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2024-5-230-245> (дата звернення: 16.02.2025).

7. Психологія і процес прийняття рішень взаємозв'язок та механізми впливу [Електронний ресурс]. Факти аналітика коментарі тенденції. URL: <https://fact-news.com.ua/psixologiya-vplivae-na-protses-prijnyattya-rishen-yak-tse-vidbuvaetsya/> (дата звернення: 20.02.2025).

8. Lyutyy I., Knir M., Plieshakova N., Plieshakova O. Behavioral finance: theoretical background and empirical evidence. *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*. 2019. Vol. 4, No 31. P. 385–393. Access mode: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v4i31.190955> (дата звернення: 16.02.2025).

9. Hurst Z. M. Design Thinking for Responsible Agriculture 4.0 Innovations in Rangelands. 2023. URL: <https://doi.org/10.1016/j.rala.2023.03.003> (дата звернення: 16.02.2025).

10. Jonson J. Designing with the Mind in Mind: Simple Guide to Understanding User Interface Design Guidelines. Kyiv: Elsevier, 2020. 304 p.

Стаття надійшла 20.02.2025