

Демкура Тарас
кандидат економічних наук
Тернопільське регіональне представництво «ICC Ukraine»
м. Тернопіль, Україна

Маркович Ірина
кандидат економічних наук, доцент
доцент кафедри економіки та фінансів
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль, Україна

Taras Demkura
PhD (Economics)
Ternopil Regional Office "ICC Ukraine"
Ternopil, Ukraine

Iryna Markovych
PhD (Economics), Docent
Associate Professor of Economics and Finance Department
Ternopil Ivan Puluj National Technical University
Ternopil, Ukraine

НЕЙРОЕКОНОМІКА В СИСТЕМІ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ NEUROECONOMICS IN THE SYSTEM OF SCIENTIFIC RESEARCH

Науки, які виникають на перетині окремих галузей, завжди викликають особливий інтерес, адже вони поєднують досягнення не тільки одного напрямку досліджень, а відразу декількох.

Загалом, поведінкова економіка намагається пояснити особливості нерациональності поведінки людини, доводить, що ця ірраціональність є системною та її можна прогнозувати.

Важливе місце у дослідженнях такого типу відводиться нейроекономіці. Нейроекономіка (англ. Neuroeconomics) – міждисциплінарний напрямок в науці на перетині предметів економічної теорії, нейробіології та психології. Вона вивчає процес прийняття рішень при виборі альтернативних варіантів, розподілу ризику та винагороди. Нейроекономіка використовує економічні моделі для вивчення мозку й досягнення нейробіології для створення економічних моделей [1].

В літературі можна знайти і таке визначення. Нейроекономіка – напрямок дослідження економічної поведінки, зокрема прийняття рішень, із застосуванням сучасних інструментальних методів спостереження і виміру процесів, які відбуваються в мозку людини [2].

Усю сукупність інструментів, які використовуються в нейроекономіці, можна поділити на інвазивні та неінвазивні.

Інвазивні методи передбачають дослідження поведінки суб'єктів із фізіологічними порушеннями нервової системи, в результаті чого можна простежити, наприклад, яка залежність існує між певними поведінковими патернами та функціональними порушеннями мозку.

Неінвазивні методи є більш зручними для організації та проведення планових контрольованих досліджень, адже можуть враховувати задачі, які ставлять дослідники. Інструментарієм цих методів є магніто-резонансна томографія, транскраніальна магнітна стимуляція мозку і т.д.

Також цікавою групою досліджень є біохімічні та генетичні методи, в основі яких покладено виявлення впливу гормонів та біохімічних процесів на характер поведінки суб'єкта.

Тобто, нейроекономіка показує, як зароджується реакція людини на певний стимул з нейробіологічної точки зору, далі психологічні елементи досліджень вказують на причини конкретного вибору, а економічні підходи дозволяють зрозуміти який вплив це матиме на економічну ситуацію.

Перелік використаних джерел:

1. Consumer Neuroscience [Electronic resource] / H. Plassmann, C. Yoon, F. M. Feinberg, B. Shiv // International Encyclopedia of Marketing (eds. Bagozzi and Ruvio), John Wiley & Sons. URL:http://www.researchgate.net/publication/227991842_Consumer_Neuroscience/file/9c96052264acf84a57.pdf

2. Kalenscher T. Is a bird in the hand worth two in the future? The neuroeconomics of intertemporal decision-making / Tobias Kalenscher, Cyriel M.A. Pennartz / Progress in Neurobiology. 2008. № 84. P. 284–315

УДК 005:658

Кіш Галина

кандидат економічних наук, доцент

доцент кафедри туристичної інфраструктури та готельно-ресторанного господарства

Ужгородський національний університет

м. Ужгород, Україна

Нагорняк Галина

студентка-магістр кафедри туристичної інфраструктури

та готельно-ресторанного господарства

Ужгородський національний університет

м. Ужгород, Україна

Halyna Kish

PhD (Economics), Docent

Associate Professor of Department of Tourist Infrastructure and Hotel and Restaurant Management

Uzhhorod National University

Uzhhorod, Ukraine

Halyna Nahornyak

master's student of Department of Tourist Infrastructure and Hotel and Restaurant Management

Uzhhorod National University

Uzhhorod, Ukraine

СУТНІСТЬ І СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ

ЗАКЛАДАМИ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

У СТРУКТУРІ ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ

ESSENCE AND SPECIFIC FEATURES OF MANAGEMENT INSTITUTIONS OF

HOTEL FACILITY IN THE STRUCTURE OF HOSPITALITY OF UKRAINE

На сучасному етапі розвитку суспільства готельна індустрія змінилася до невпізнанності. Стрімкими темпами вона намагається задовольнити усі зростаючі потреби населення й, звичайно ж, одержати дохід. На сьогоднішній день у цій сфері діяльності є величезні можливості як для успіху, так і для невдач. Для цього на підприємствах готельного господарства створюються нові надавані послуги. Сучасні клієнти очікують від готельного підприємства, чия основна увага донедавна була зосереджено на певному управлінні виробництвом, нових цілей та завдань. Готельна сфера має невичерпний потенціал для прогресу та робить вагомий внесок в економіку країни. Сучасні умови господарювання характеризуються глобалізацією економіки та інформатизацією суспільства, зростанням значення сфери послуг для розвитку економіки країни, пред'явленням нових вимог держави і споживачів до суб'єктів ринкових відносин. Сьогоднішній етап розвитку управління підприємствами готельного господарства неможливий без обізнаності е питань менеджменту, без вміння самостійно й оперативно приймати вірні рішення з урахуванням інноваційних процесів та новітніх тенденцій розвитку бізнесу. Сутність та специфіка