

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ЗАТВЕРДЖЕНО
на засіданні кафедри
економіки підприємства та організації бізнесу

Протокол № 2 від 29.08.2023 р.

ПОГОДЖЕНО
Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО



ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА
робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань **усі**
Спеціальність **усі**
Освітній рівень **третій (освітньо-науковий)**
Освітня програма **усі**

Статус дисципліни **вибіркова**
Мова викладання, навчання та оцінювання **українська**

Розробник:
к.е.н., доцент

Володимир УШКАЛЬОВ

Завідувач кафедри
економіки підприємства та
організації бізнесу

Тетяна ВЛАСЕНКО

Харків
2024

ВСТУП

В умовах глобальних суспільних змін, що торкнулися технологічного, інформаційно-комунікаційного, морально-етичного та соціально-психологічного розвитку, традиційна економічна теорія виявила нагальну потребу в розширенні уявлень про причини та чинники, що зумовлюють поведінку економічних суб'єктів. Відповіддю на цей виклик часу стала поява поведінкової економіки, як міждисциплінарної галузі знань, здатної доповнити існуючі економічні концепції знанням про природу економічного суб'єкта та особливості його рішень.

Вивчення поведінкової економіки спрямоване на формування у фахівця уявлень про системний вплив на економічну поведінку соціальних, когнітивних та емоційних чинників, оволодіння інструментарієм та методологією їх оцінювання, моделювання та прогнозування. В процесі прийняття управлінських та економічних рішень з огляду на існуючу неповноту інформації та специфіку когнітивних процесів, що притаманні людині, можливі системні помилки як самої особи, що приймає рішення, так і помилки тих осіб, чия економічна поведінка прогнозується. Можливість передбачити ймовірну появу системних помилок дозволяє завчасно здійснити заходи щодо їх попередження, врахувати існуючі закономірності під час прогнозування економічної поведінки різних суб'єктів ринку, і, таким чином, підвищити якість рішень, що приймаються, і, таким чином забезпечити підвищення ефективності діяльності як на індивідуальному рівні, так і на рівні організації, підприємства, держави.

Мета навчальної дисципліни: формування у здобувачів знань теорії та практики поведінкової економіки, розуміння поведінкових закономірностей та їх впливу на перебіг економічних процесів, формування на цій основі професійних компетентностей у сфері прийняття економічних рішень.

Завданнями навчальної дисципліни є:

вивчення теоретичних положень поведінкової та експериментальної економіки;

засвоєння правил, принципів, оволодіння інструментами та методами дослідження впливу поведінкових чинників на прийняття економічних рішень;

удосконалення вмінь та навичок застосування поведінкових моделей у розвитку економічних відносин та управлінні економічними суб'єктами.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є система чинників та процесів, що обумовлюють економічну поведінку.

Предметом вивчення навчальної дисципліни є теоретико-методологічні, методичні та організаційно-економічні аспекти управління економічною поведінкою.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

Результати навчання	Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти
Прогнозувати вплив когнітивних, соціальних та емоційних чинників на поведінку економічних суб'єктів	Здатність ідентифікувати вплив когнітивних, соціальних та емоційних чинників на економічну поведінку індивідів та груп
	Здатність використовувати інформацію про когнітивні, соціальні та емоційні чинники в моделюванні економічної поведінки
Розробляти та обґрунтовувати управлінські рішення з урахуванням поведінкових чинників	Здатність використовувати евристичні, точки відліку та фреймінг для підвищення якості ділових комунікацій
	Здатність формувати дизайн ділової взаємодії для унеможливлення виникнення системних помилок в діяльності економічних агентів

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Загальні основи економічної поведінки.

Тема 1. Поведінкова економіка в системі економічних наук.

1.1. Психологізація економіки. Поняття економічної поведінки. Еволюція уявлень про людину в економічних теоріях. Поведінкова економіка як наука про прийняття економічних рішень, реальні економічні стосунки та економічну поведінку. Раціональність, раціональна та ірраціональна поведінка. Відмінності класичної та поведінкової моделей людини в економіці. Ознаки раціональної поведінки.

1.2. Предмет, цілі та завдання поведінкової економіки. Завдання поведінкової економіки. Сфери застосування поведінкових знань в економіці. Основні поняття та категорії поведінкової економіки: відношення, цінності, переваги, вибір. Прогноз в економіці та інших гуманітарних науках.

1.3. Методи дослідження в поведінковій економіці. Особливості досліджень в економіці та психології. Логіка експерименту в поведінковій економіці. Природний та лабораторний експеримент. Принципи проведення лабораторних експериментів у поведінковій економіці. Спостереження.

Тема 2. Прийняття рішення споживачем.

2.1. Моделі прийняття рішень споживачем. Чинники, що обумовлюють купівлю за Ж. Кролару. Модель Андріасена. Модель Ховарда-Шеса. Модель Бетмана. Модель імпульсивної купівлі.

2.2. Психологія ціносприйняття. Суб'єктивність сприйняття ціни. Чинники, що впливають на співвідношення між ціною та її суб'єктивною цінністю. Ментальна бухгалтерія. Співставлення прибутку та витрат. Оцінка

часу. Ефект володіння. Вплив контексту. Оцінка залежності від ціни. Участь у процесі ціноутворення.

2.3. Вплив доступності продукту та альтернатив. Вплив дефіциту на суб'єктивну цінність продукту. Принцип дефіциту. Інструменти впливу на сприйняття товару через дефіцит. Структура дефіциту як психологічного явища. Захист від ефекту дефіциту. Ефект доступності альтернатив. Ефект уникнення крайнощів. Ефект контрасту. Можливості корекції сприйняття альтернатив.

Тема 3. Когнітивні процеси в регуляції поведінки.

3.1. Свідома та невідома регуляція поведінки. Свідомість і контроль дій. Поняття несвідомого. Види несвідомого. Експеримент А. Дейкстергюйса. Експеримент The Iowa Gambling Task. Обсяг свідомості. Ефективність свідомого та несвідомого вибору.

3.2. Властивості когнітивних систем. Режими мислення Система 1 та Система 2 за К. Становичем та Р. Вестом. Функції систем мислення. Завдання, що вирішуються системами мислення. Цілі та результати роботи систем мислення. База для прийняття рішення. Характеристики систем мислення. Конфлікти систем мислення. Робота систем мислення в умовах виснаження. Чинники виснаження систем мислення.

3.3. Прикладні аспекти використання когнітивних систем. Привернення уваги та інформування як два процеси, що обумовлюють купівлю. Чинники привернення уваги для Систем 1 та 2. Особливості інформування в роботі з Системами 1 та 2. Типові індикатори метрик.

Тема 4. Емоційні аспекти регуляції поведінки.

4.1. Поняття та види емоцій. Емоційні процеси: емоція, афект, настрій, почуття, переживання. Еволюційна теорія емоцій Ч. Дарвіна. Еволюція поглядів на емоції. Компоненти переживань. Функції емоцій. Функції емоцій за Х. Пфістером і Г. Бемом. Системність емоцій.

4.2. Активація емоцій. Способи активації емоцій. Активація через сприйняття. Афективне прогнозування. Чинники когнітивної активації: імплікація, атрибуція. Помилкова атрибуція. Модеруючий когнітивний вплив.

4.3. Вплив емоцій на прийняття рішень. Структура емоції за С. Шехтером. Експеримент С. Шехтера. Вплив емоцій на продуктивність. Класифікація емоцій Левенштейна-Лернера. Контрфактуальне порівняння. Вплив безпосередніх та очікуваних емоцій. Гіпотеза соматичного маркера А. Дамасіо.

Тема 5. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності.

5.1. Динаміка мотивації. Рушійні сили людської поведінки. Поняття мотивації, мотиву, стимула, компенсації. Базові елементи мотивації. Структура внутрішньої мотивації за Г. Гекгаузенем. Позитивне та негативне підкріплення. Теорії мотивації. Модель потреб ТАНКІ. Негативна мотивація. Чинники, що

руйнують мотивацію. Типи мотиваційних конфліктів за М. Соломоном.

5.2. Імпліцитна активація поведінки. Праймінг. Імпліцитні цілі. Механізм імпліцитної активації поведінки. Вплив усвідомлення цілі на мотивацію. Експеримент К. Дункера. Експеримент С. Глюксберга. Чинники мотивації до творчості та рутинної роботи. Алгоритм мотивації до рутинних завдань. Теорія самодетермінації Е. Десі та Р. Райана. Теорія мотивації "поток" М. Чиксентміхайі. Критичні моделі поведінки.

5.3. Мотиваційні ефекти. Ефект бумеранга. Ефект формулювання наміру. Кайнерастія. Прояви кайнерастії. Парадокс Р. Тітмуса. Вплив зростання винагороди.

Змістовий модуль 2. Прикладні аспекти поведінкової економіки.

Тема 6. Прийняття рішень в умовах ризику.

6.1. Концепції прийняття рішень в умовах ризику. Поняття ризику. Концепція очікуваної корисності. Відраза до ризику. Міра неприйняття ризику Ерроу-Пратта. Парадокс М. Алле. Парадокс Елсберга. Стандартна функція корисності. Функція корисності Фрідмана-Севіджа. Функція корисності Марковіца. Функція корисності теорії перспектив.

6.2. Теорія перспектив Канемана-Тверскі. Основні постулати теорії. Принципи оцінки ризику в теорії перспектив. Стадії когнітивного процесу в теорії перспектив. Функція корекції ймовірності в теорії перспектив. Причини ризикофобії та ризикофілії відповідно до теорії перспектив. Зміна переваг як адаптивний механізм саморегуляції поведінки.

6.3. Ефекти ризикованого вибору. Ефекти оцінки ймовірності. Ефекти оцінки та вибору альтернатив. Ефект якоріння. Ефект нав'язаного вибору. Ефект самопідкріплення. Ефект первинного багатства. Ефект відображення. Ефект достовірності. Ефект цільового представлення. Ефект зростання прихильності. Ефект антиприманки.

Тема 7. Оцінка та формування довіри в бізнесі.

7.1. Довіра як чинник результативності взаємодії. Поняття довіри. Свідома та несвідома природа довіри. Експеримент «Trust Game». Реципрокність. Атрибути довіри. Переваги довіри. Індекси довіри. Зв'язок довіри з економічними показниками. Загрози довіри. Проблеми довіри. Види та рівні довіри. Чинники, що обумовлюють довіру.

7.2. Структура та оцінка довіри. Складові довіри за С. Кові. Модель довіри Д. Майстера, Ч. Гріна та Р. Галфорда. Модель довіри ABCD К. Бланшара, С. Олмстида та М. Лоуренса. Компоненти довіри компанії за С. Сачер.

7.3. Методи формування довіри. Методи, що орієнтовані на свідомість. Методи, що орієнтовані на підсвідомість. Етапи формування довіри. Навички формування довіри. Методи формування симпатії. Підстроювання як технологія формування довіри. Об'єкти та зони підстроювання. Інструменти підстроювання.

Тема 8. Поведінкові теорії особистості споживача.

8.1. Структура особистості споживача. Поняття особистості. Двоїстість сутності індивіда. Структура особистості. Спрямованість особистості. Характеристики особистості. Ідентичність. Роль ідентичності за Дж. Акерлофом.

8.2. Особистісні якості та їх вплив на поведінку споживача. Характерні риси. Темперамент та його види. Шляхи прогнозування поведінки споживача. Цінності. Цінності суспільства та мотиваційні цінності. Життєвий стиль споживача. Модель оцінки життєвого стилю АЮ.

8.3. Психологічні моделі особистості. Психоаналітичні моделі З. Фрейда та Е. Берна. Соціальні моделі (К. Хорні). Моделі особистісних рис Р. Кетел, Т. Лірі. Моделі самоконцепції К. Хорні, К. Роджерс. Архетипи К. Пірсон.

Тема 9. Соціальні аспекти економічної поведінки.

9.1. Поняття соціального контексту. Соціальний контекст. Передумови контекстуального впливу. Контекстуально обумовлені стратегії поведінки споживача. Основи контекстуального вибору: індуктивні висновки, принцип бритви Оккама, прогнозування Байєса.

9.2. Соціальний інтелект. Поняття соціального інтелекту. Складові соціального інтелекту за Д. Гоулманом. Соціальна обізнаність та соціальні вміння. Співпереживання. Співнастроювання. Емпатична точність. Соціальне пізнання.

9.3. Навички соціального інтелекту. Структура соціального інтелекту. Моделі соціального інтелекту. Техніки спілкування. Техніки слухання та техніки говоріння. Види слухання: пасивне та активне. Техніки активного слухання. Типи запитань.

Тема 10. Методи впливу на економічну поведінку.

10.1. Структурний опис поведінки. Моделювання поведінки. Структурні моделі. Модель BAGEL. Модель ROLE. Модель "Лінія часу". Модель "Ворота сортування". Модель "Ключі очного доступу".

10.2. Причинні моделі поведінки споживача. Модель SCORE. Модель нейрологічних рівнів Р. Ділтса.

10.3. Інтуїтивно-аналітичні моделі. Калібрування. Види калібрування. Зони калібрування. Підстроювання. Об'єкти підстроювання. Інструменти підстроювання. Рапорт. Ведення.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1	Ознаки раціональної поведінки
Тема 2. Завдання 2	Оцінка чинників цінсприйняття
Тема 3. Завдання 3	Виявлення та використання систем мислення
Тема 4. Завдання 4	Системний аналіз емоційних реакцій
Тема 5. Завдання 5	Діагностика мотивації економічного агента
Тема 6. Завдання 6	Прийняття рішень в умовах ризику
Тема 7. Завдання 7	Оцінка та формування довіри
Тема 8. Завдання 8	Діагностика особистісних характеристик
Тема 9. Завдання 9	Виявлення чинників соціального впливу
Тема 10. Завдання 10	Моделювання впливу на поведінку

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3.

Перелік самостійної роботи

Назва теми та / або завдання	Зміст
Тема 1. Завдання 1	Есе "Гуманізація економіки: прояви та проблеми"
Тема 2. Завдання 2	Розробка заходів впливу на цінсприйняття
Тема 3. Завдання 3	Управління когнітивними процесами
Тема 4. Завдання 4	Розробка стратегії управління емоціями
Тема 5. Завдання 5	Виявлення мотиваційних чинників
Тема 6. Завдання 6	Діагностика ефектів ризикованого вибору
Тема 7. Завдання 7	Розробка заходів формування довіри
Тема 8. Завдання 8	Профілювання за психологічними моделями
Тема 9. Завдання 9	Аналіз стратегії комунікації
Тема 10. Завдання 10	Розробка заходів впливу

Кількість годин лекційних та практичних занять, та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні (лекція (Тема 1-10), проблемна лекція (Тема 1, 5, 8, 9), лекція-діалог (Тема 1, 4, 7).

Наочні (демонстрація (Тема 1-10)).

Оволодіння практичними вміннями та навичками відбувається шляхом застосування експериментальних та дослідницьких методів (теми 1 – 10), роботи в малих групах (теми 3, 5, 7), кейс-стаді (теми 8 – 10), інтроспективної рефлексії (теми 1, 4), індивідуальних проєктів (теми 1, 6), тренінгів (теми 2, 7).

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних та практичних занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів: максимальна сума – 100 балів; мінімальна сума – 60 балів.

Форми поточного контролю і система оцінювання рівня сформованих компетентностей:

тести за темами лекцій – 20 балів;

практичні завдання – 20 балів;

самостійні завдання – 24 бали;

есе – 6 балів;

модульні контрольні роботи – 30 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Семестровий контроль проводиться у формі диференційованого заліку.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною здобувачів денної форми навчання визначається шляхом сумування балів, отриманих здобувачем під час поточного контролю.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Безгін К. С., Ушкальов В. В. Поведінкова економіка: епістемічний поворот у трактуванні раціональності. *Економіка України*. 2019. № 7–8 (692–693). С. 3 – 15. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/22335>

Додаткова

2. Аріелі Д. Добре бути ірраціональним. Львів: Видавництво Старого Лева, 2021. 352 с.

3. Канеман Д., Санстейн К., Сібоні О. Шум. Хибність людських суджень. Київ: Наш формат, 2022. 352 с.

4. Литвиненко А. В. Розвиток концепції людини у контексті поведінкової економіки [Електронний ресурс] *Topical issues of modern science, society and education*. Proceedings of the 4th International scientific and practical conference. SPC «Sci-conf.com.ua». Kharkiv, Ukraine, 2021. P. 1677 – 1681. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/27509>
5. Лугова В. М., Литовченко І. В., Голубев С. М., Білоконенко Г. В. Психологія [Електронний ресурс]: навч. посіб. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 298 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26057>
6. Талер Р. Поведінкова економіка. Чому люди діють ірраціонально і як отримати з цього вигоду. Київ: Наш формат, 2021. 440 с.
7. Bernheim B. D., DellaVigna S., Laibson D. Handbook of Behavioral Economics. Foundations and Applications 2. Amsterdam; Oxford: North-Holland, 2019. 515 p.
8. Chaudhuri A. Behavioural Economics and Experiments. London; New York: Routledge, 2021. 428 p.
9. Corr P., Plagnol A. Behavioral economics. London; New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2019. 260 p.
10. Earl A. E. Principles of Behavioral Economics. Cambridge: Cambridge University Press, 2022. 542 p.
11. Kahneman D. Noise: A Flaw in Human Judgment. New York: Little, Brown Spark, 2021. 464 p.
12. Orrell D. Behavioural Economics: Psychology, neuroscience, and the human side of economics. London: Icon Books, 2021. 176 p.
13. Ptaschunder J. Behavioral Economics and Finance Leadership Nudging and Winking to Make Better Choices. Cham: Springer, 2020. 188 p.
14. Rauscher S., Zielke A. Nudging in Management Accounting Assessment of the Relevance of Nudging in the Corporate Context. Wiesbaden: Springer Gabler, 2019. 134 p.
15. Social Trust Foundational and Philosophical Issues / Eds. K.Vallier, M. Weber. New York: Routledge, 2023. 256 p.
16. Sunstein C. R. Conformity The Power of Social Influences. New York: NYU Press, 2019. 198 p.
17. Thaler R. H. Nudge: The Final Edition. London: Penguin Books, 2021. 384 p.

Інформаційні ресурси

18. Поведінкова економіка. Інформаційне забезпечення курсу [Електронний ресурс]. URL: <https://pns.hneu.edu.ua/course/view.php?id=4502>.
19. BehavioralEconomics.com. The official site of Behavioral Economics Group. [Electronic resource]. URL: <https://www.behavioraleconomics.com>