

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

## **ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА**

**Методичні рекомендації  
до самостійної роботи студентів  
усіх спеціальностей  
другого (магістерського) рівня**

**Харків  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця  
2019**

УДК 330.1(07.034)

П42

**Укладач В. В. Ушкальов**

Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства та менеджменту.

Протокол № 1 від 25.08.2018 р.

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

**Поведінкова економіка [Електронний ресурс] : методичні**  
П42 рекомендації до самостійної роботи студентів усіх спеціальностей  
другого (магістерського) рівня / уклад. В. В. Ушкальов. – Харків :  
ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. – 52 с.

Викладено основні положення щодо організації самостійної роботи студентів з навчальної дисципліни. Подано питання для самоперевірки, тестові завдання для контролю засвоєння теоретичного матеріалу, практичні завдання за темами, виконання яких сприятиме комплексному формуванню дослідницьких навичок та професійних компетентностей відповідно до програми навчальної дисципліни.

Рекомендовано для студентів магістратури економічних спеціальностей.

**УДК 330.1(07.034)**

© Харківський національний економічний  
університет імені Семена Кузнеця, 2019

## Вступ

Забезпечення стабільності економічного розвитку та потреба у підвищенні достовірності економічних прогнозів потребує подальшого розвитку теоретичних підходів та урахування в економічних моделях когнітивних, емоційних і соціальних чинників. Це, в свою чергу, обумовлює необхідність формування у фахівця-економіста уявлень про закономірності та чинники, які обумовлюють прийняття економічних рішень, а також оволодіння інструментарієм і методологією оцінювання, моделювання та прогнозування економічної поведінки.

"Поведінкова економіка" – навчальна дисципліна, що вивчає чинники, які впливають на процеси ухвалення рішень та економічну поведінку. Фокусуючи свою увагу на можливості передбачити ймовірну появу системних помилок, вона дозволяє підвищити якість управлінських рішень та забезпечити підвищення ефективності діяльності як на індивідуальному рівні, так і на рівні організації, підприємства, держави.

Навчальна дисципліна "Поведінкова економіка" є вибірковою навчальною дисципліною та вивчається згідно з навчальним планом підготовки фахівців економічних спеціальностей освітнього ступеня "магістр" усіх форм навчання. Метою самостійної роботи є закріплення набутих теоретичних знань і сприяння розвитку автономності студентів у процесі формування їхніх професійних та особистісних компетентностей. Структура завдань самостійної роботи відповідає тематиці, що подана у робочій програмі навчальної дисципліни.

Основні види самостійної роботи, які пропонуються студентам:

вивчення лекційного матеріалу й опрацювання літературних джерел з наступним самоконтролем рівня засвоєння теоретичного матеріалу за запитаннями для самодіагностики;

підготовка до практичних занять, виконання практичних завдань із формування вмінь та навичок;

самоперевірка студентом засвоєння теоретичних знань і практичних умінь шляхом виконання тестових завдань за темами.

Оцінювання якості виконання завдань самостійної роботи здійснюється відповідно до системи розподілу балів за формами і методами навчання, що наведена в "Технологічній карті накопичувальних балів" за навчальною дисципліною.

# Змістовий модуль 1

## Загальні основи економічної поведінки

### Тема 1. Поведінкова економіка в системі економічних наук

#### Запитання для самодіагностики

1. Визначте сутність економічної поведінки.
2. Охарактеризуйте еволюцію наукових уявлень про економічну поведінку людини.
3. Визначте зміст поняття "раціональність", що використовується в економіці.
4. Охарактеризуйте ознаки раціональних економічних агентів.
5. Укажіть відмінності реальних економічних агентів.
6. Визначте роль та місце поведінкової економіки в сучасній системі наукового знання.
7. Визначте предмет і завдання поведінкової економіки.
8. Назвіть та охарактеризуйте основні категорії поведінкової економіки.
9. Охарактеризуйте методи наукового дослідження, що використовуються в поведінковій економіці.
10. Охарактеризуйте основні етапи лабораторного експерименту.
11. Назвіть та охарактеризуйте принципи проведення експерименту в поведінковій економіці.
12. Охарактеризуйте переваги та недоліки лабораторних експериментів.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [3; 6; 9; 10; 13; 15; 19; 25; 29].

#### Тестові завдання за темою 1

1. Сукупність дій людини в процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання благ – це:
- а) економічні відносини;
  - б) економічна поведінка;
  - в) організаційна поведінка;

- г) індивідуальна поведінка;
- д) соціальні відносини.

2. Розташуйте події, що зіграли значну роль у формуванні поведінкової економіки в хронологічному порядку:

- а) парадокс Апле;
- б) поява теорії обмеженої раціональності;
- в) поява економічної психології;
- г) поява поведінкової теорії фірми;
- д) поява терміна "поведінкова економіка";
- е) поява теорії перспектив.

3. Згідно з теорією обмеженої раціональності Г. Саймона, людина зазвичай ухвалює рішення:

- а) найкраще;
- б) оптимальне;
- в) прийнятне;
- г) вимушене;
- д) інтуїтивне.

4. Укажіть, що не відноситься до основних завдань у поведінковій теорії фірми:

- а) вирішення конфліктів;
- б) усунення невизначеності;
- в) внутрішній пошук слабких місць і можливостей;
- г) індивідуальне навчання;
- д) організаційне навчання.

5. Теорія перспектив А. Тверські та Д. Канемана пояснює:

- а) систематичні помилки під час ухвалення економічних рішень;
- б) біологічні основи економічної поведінки;
- в) механізми раціональної економічної поведінки;
- г) мотиви раціональної економічної поведінки;
- д) просторово-часовий континуум людської мотивації.

6. Укажіть, що не є ознакою раціонального агента в економіці:

- а) досконалі когнітивні здібності;
- б) логічність міркувань;
- в) транзитивність переваг;
- г) максимізація вигоди;
- д) володіння повною інформацією.

7. *Раціональна поведінка в економіці – це:*

- а) рішення, що ухвалюються на основі минулого досвіду;
- б) дії, що забезпечують доход;
- в) дії відповідно до своїх переваг;
- г) зміна цілей залежно від ситуації;
- д) інтуїтивні рішення в ситуації неповноти інформації.

8. *Укажіть, вплив яких чинників на економічну поведінку вивчає поведінкова економіка:*

- а) когнітивних;
- б) ринкових;
- в) соціальних;
- г) технологічних;
- д) емоційних.

9. *Встановіть відповідність між поняттями, використовуваними в поведінковій економіці і їхнім змістом:*

1) відношення	а) значущий критерій, що визначає відношення до об'єкта, проявляється в ситуації вибору
2) цінність	б) ухвалення рішення про реалізацію однієї з наявних альтернатив
3) перевага	в) сукупність когнітивних і емоційних оцінок об'єкта, що визначає пов'язані з ним дії
4) вибір	г) результат впорядкування наявних альтернатив або об'єктів за критерієм їхньої суб'єктивної корисності, що визначає послідовність вибору

	а)	б)	в)	г)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. *Укажіть, що не відноситься до завдань поведінкової економіки:*

- а) пошук психологічних підстав для пояснення механізмів ухвалення економічних рішень;
- б) обґрунтування неспроможності традиційної економічної теорії;
- в) визначення ситуаційних і особових чинників, що обумовлюють вибір альтернатив;

- г) з'ясування причин систематичних помилок в ухваленні економічних рішень;
- д) побудова ефективних моделей ухвалення рішень;
- е) перевірка застосовності психологічних теорій для опису економічної поведінки.

## Практичне завдання за темою 1

### Завдання 1

Які з ознак раціональності економічних агентів відсутні в поведінці людей у наведених ситуаціях. Відповідь оформіть у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

### Оцінка раціональності поведінки

№ п/п	Ситуація	Порушені ознаки раціональності
1	Маючи абсолютно здорові органи зору, люди здатні спостерігати оптичні ілюзії	
2	Під час проходження анкетування люди частіше погоджуються з варіантом, що стоїть за замовчуванням	
3	Лікарське рішення в ситуації вибору між двома варіантами лікування часто передбачає вибір простішого	
4	Планування вихідних за наявності трьох приблизно однакових за привабливістю альтернативних варіантів, де перший варіант є збідненою версією другого, призводить до вибору між першим та другим, ігноруючи третій	

### Методичні рекомендації до виконання завдання

Для того, щоб зробити висновок про раціональність або ірраціональність поведінки, слід перевірити наявність основних ознак раціональності людини, які склалися у традиційній економічній теорії. До ознак раціональності відносять:

- 1) наявність стабільних переваг;
- 2) транзитивність переваг (тобто якщо  $A > B$  і  $B > C$ , то  $A > C$ );
- 3) точне знання своїх інтересів;
- 4) ухвалення рішень, що максимізують вигоду;
- 5) рішення в різні моменти часу узгоджені;

- 6) правильне оцінювання ймовірностей і досконалі рахункові здібності;
- 7) використання всієї доступної інформації;
- 8) досконале сприйняття і пам'ять;
- 9) егоїстичність.

Знання порушеної ознаки (або ознак) раціональності надає можливість підвищити якість рішень, що ухвалюються, двома шляхами: підвищенням рівня усвідомлення за цією ознакою (усунення ірраціональності); використання знань про типові помилки, що виникають унаслідок порушення певної ознаки.

## **Тема 2. Психофізіологічні основи поведінки та нейроекономіка**

### **Запитання для самодіагностики**

1. Назвіть основні мозкові структури.
2. Охарактеризуйте функції мозкових структур.
3. Охарактеризуйте роль нейронів у мозкових процесах.
4. Охарактеризуйте хімічні та фізичні процеси у роботі нейронів.
5. Поясніть механізм кодування інформації в мозку.
6. Дайте визначення предмета нейроекономіки.
7. Поясніть сутність порога прийняття рішення.
8. Назвіть мозкові структури, що забезпечують процеси самоконтролю людини.
9. Визначте сутність нейроекономічного підходу до оцінювання цінності.
10. Назвіть та охарактеризуйте етапи причинного аналізу.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [14; 20; 21; 22; 27; 32].

### **Тестові завдання за темою 2**

1. *Матеріальним субстратом психіки людини є:*
  - а) нейрон;
  - б) мозок;
  - в) кора головного мозку;



- г) півкулі головного мозку;
- д) аксон.

2. Швидкість поширення нервового імпульсу в мозку дорівнює:

- а) від 0,5 до 100 м/с;
- б) від 200 до 300 м/с;
- в) від 330 до 1 000 м/с;
- г) від 1,0 до 7,9 км/с;
- д) 11,2 км/с;
- е) 300 000 км/с.

3. Уся структура зв'язків між нейронами в мозку людини – це:

- а) синапс;
- б) свідомість;
- в) коннектом;
- г) дендрит;
- д) давній мозок.

4. Укажіть, що не відноситься до функцій, які регулюють довгастий мозок і міст:

- а) робота серця;
- б) тонус судин;
- в) зорове сприйняття;
- г) ковтання;
- д) слиновиділення.

5. Укажіть, що не відноситься до видів кори головного мозку:

- а) стародавня;
- б) павутинна;
- в) стара;
- г) нова;
- д) епіфіз;
- е) гіпофіз.

6. Кодування інформації нейронами мозку здійснюється шляхом:

- а) синтезу хімічних речовин нейронами;
- б) накопичення мембранного потенціалу і частоти нервових імпульсів;
- в) забезпечення руху мозкової рідини;
- г) утворення нових мозкових структур;
- д) зміни наявних мозкових структур.

7. Найбільший вплив на розумову діяльність має гормон:

- а) адреналін;
- б) норадреналін;
- в) серотонін;
- г) тестостерон;
- д) дофамін.

8. Укажіть функції зон нової кори:

1) потилична частка	а) слух
2) скронева частка	б) вестибулярна чутливість і смак
3) передня частина тім'яної частки	в) рух
4) острівкова частка	г) зір
5) задня частина лобової частки	д) центр волі та ініціативи
6) передня частина лобової частки	е) шкірна і м'язова чутливість

	а)	б)	в)	г)	д)	е)
1)						
2)						
3)						
4)						
5)						
6)						

9. У нейроекономіці вибір людиною альтернативного варіанта поведінки обумовлений:

- а) накопиченням вирішальним нейроном інформації, що перевищує поріг ухвалення рішення;
- б) дією зовнішнього стимулу;
- в) актуальними потребами людини;
- г) актуальними бажаннями людини;
- д) генними програмами.

10. Укажіть, чим із точки зору нейроекономіки пояснюється зміна в перевагах людини:

- а) зміною актуальності потреб;
- б) зміною дії зовнішніх стимулів;
- в) зміною реакції на зовнішні стимули;
- г) зміщенням активності від однієї нейронної мережі до іншої;
- д) навчанням нейронних мереж.

## Практичне завдання за темою 2

### Завдання 2

На основі аналізу власного досвіду визначте точки ухвалення рішень людиною у наведених ситуаціях та назвіть систематичні помилки, що в них можливі:

- 1) рішення про купівлю нового гаджета, що надавав би можливість оптимізувати процес навчання;
- 2) рішення про пошук нової роботи;
- 3) рішення звернутися до перехожих за допомогою в уточненні маршруту внаслідок того, що опинився в незнайомому місці.

Для кожної з ситуацій охарактеризуйте наявні:

- а) відношення;
- б) цінності;
- в) переваги;
- г) вибір.

### Методичні рекомендації до виконання завдання

До причин, що призводять до помилкових рішень у процесі швидкого вирішення завдань, слід віднести дію тих чинників, що призвели до неповноти сприйняття сутності проблемної ситуації, а також ті чинники, що обумовили "скорочення" значущих для рішення логічних зв'язків.

Точки ухвалення рішення – це моменти часу, у яких людина має обрати один із доступних альтернативних варіантів поведінки для вирішення поточної проблемної ситуації та задоволення актуальної потреби. Отже, визначення точок ухвалення рішення можливе шляхом декомпозиції поведінкової активності людини на окремі усвідомлені дії, що є етапами наближення до усвідомленої мети.

Основними категоріями, що досліджуються поведінковою економікою, є: відношення, цінність, перевага, вибір. Саме ці елементи людської свідомості та поведінки дозволяють визначати можливі варіанти рішень і прогнозувати поведінку.

Відношення – це сукупність когнітивних та емоційних оцінок об'єкта, що визначає пов'язані з ним дії. Завжди містить суб'єктивну оцінку, яка формується на основі суб'єктивного досвіду взаємодії з об'єктом.

Цінність – це:

1) значущий критерій, що визначає відношення до об'єкта і який проявляється в ситуації вибору;

2) кількісна оцінка об'єкта, що виражає відношення до нього.

Для оцінювання індивідуальної абсолютної цінності в економіці використовуються категорії "корисність" і "споживча вартість". Обидві вони використовуються для того, щоб відновити зв'язок між суб'єктивною оцінкою та її грошовим вираженням, до того ж складно вимірюваними на практиці.

Перевага – результат упорядкування наявних альтернатив або об'єктів за критерієм їхньої суб'єктивної цінності (корисності), що визначає послідовність вибору. На відміну від цінності, яка є результатом роботи свідомості людини і яка внаслідок цього безпосередньо не може бути виявлена, перевага завжди проявляється в поведінці. Уявлення про переваги людини у зв'язку з цим легко можна скласти на основі зроблених нею виборів.

Вибір – ухвалення рішення про реалізацію однієї з наявних альтернатив. До того ж важливо пам'ятати, що ухвалення рішення в поведінковій економіці не розглядається як обов'язково логічний раціональний розумовий акт. Ухвалення рішення, наслідком якого стануть дії економічного агента, може бути спричинено і неусвідомленими процесами, а також різноманітними ситуативними чинниками.

### **Тема 3. Когнітивні процеси в регуляції поведінки**

#### **Запитання для самодіагностики**

1. Дайте визначення поняттю "когнітивні процеси".
2. Назвіть когнітивні процеси та охарактеризуйте їхні основні властивості.
3. Охарактеризуйте системність когнітивних процесів.
4. Охарактеризувати чинники, що впливають на перебіг когнітивних процесів.
5. Визначте роль когнітивних процесів в ухваленні рішень.
6. Охарактеризуйте ефекти запам'ятовування.
7. Охарактеризуйте особливості уваги як когнітивного процесу.

8. Дайте визначення поняттю "когнітивні обмеження".
9. Охарактеризуйте обмеження у процесах сприйняття.
10. Охарактеризуйте обмеження, що притаманні процесам пам'яті.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [5; 7; 14; 15; 19; 26].

### Тестові завдання за темою 3

1. *Укажіть, що з перерахованого не є когнітивним процесом:*

- а) пам'ять;
- б) мова;
- в) розвиток;
- г) мислення;
- д) уява.

2. *Мінімальна величина подразника, що викликає ледве помітне відчуття, – це:*

- а) нижній абсолютний поріг відчуття;
- б) відносний поріг відчуття;
- в) верхній абсолютний поріг відчуття;
- г) диференціальний (різницевий) поріг відчуття;
- д) часовий поріг відчуття;
- е) період реакції на подразник.

3. *Укажіть, що не відноситься до властивостей сприйняття:*

- а) цілісність;
- б) константна;
- в) структурність;
- г) свідомість;
- д) вибірковість;
- е) гнучкість.

4. *Систематичні помилки в мисленні або патерни відхилень у судженнях, що відбуваються в певних ситуаціях, – це:*

- а) когнітивні процеси;
- б) когнітивні спотворення;
- в) психічні стани;
- г) генетичні відхилення;
- д) гормональні зрушення.

5. *Здатність тривалий час підтримувати високі рівні концентрованості та інтенсивності уваги – це така властивість уваги, як:*

- а) концентрованість;
- б) інтенсивність;
- в) стійкість;
- г) обсяг;
- д) розподіл.

6. *Тенденція сприймати два варіанти як більш відмінні, коли вони реалізуються одночасно, – це:*

- а) систематична помилка розрізнення;
- б) ефект контрасту;
- в) ефект вкладу;
- г) ефект фокусування;
- д) селективне сприйняття.

7. *Причиною уповільнень і зупинок під час ідентифікації інформації в ефекті Струпа є:*

- а) спотворення розрізнення кольорів;
- б) емоційна насиченість інформації;
- в) особливості пам'яті;
- г) вплив наявних у людини автоматизмів читання;
- д) властивості уявлення.

8. *Ефект фон Ресторфа відносять до ефектів:*

- а) відчуття;
- б) сприйняття;
- в) уявлення;
- г) пам'яті;
- д) мислення.

9. *Потреба робити щось протилежне тому, що хтось спонукає вас робити через потребу протистояти уявним спробам обмежити вашу свободу вибору, – це таке когнітивне викривлення, як:*

- а) потреба в протиріччі;
- б) ефект моральної довіри;
- в) недооцінка бездіяльності;
- г) переоцінка дії;
- д) опір.

10. Встановіть відповідність між когнітивними спотвореннями і їхньою сутністю:

1) відраза до крайніх рішень	а) тенденція перевіряти гіпотези виключно шляхом їхнього прямого тестування
2) систематична помилка узгодженості	б) розгляд проблеми в обмеженому контексті
3) ефект фокусування	в) потреба закінчити цю частину завдання
4) ефект вузьких рамок	г) помилка в пророцтвах, що виникає під час приділення занадто великої уваги якомусь одному аспекту явища
5) перевага цілісних об'єктів	д) тенденція уникати екстремальних рішень, вибираючи проміжні

	а)	б)	в)	г)	д)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Практичні завдання за темою 3

#### Завдання 3

Ідентифікуйте когнітивні викривлення, що мають місце у наведених ситуаціях (табл. 2). Визначте адаптивну функцію кожного з ідентифікованих когнітивних ефектів. Запропонуйте дії щодо подолання когнітивного викривлення та які б підвищували ефективність дій.

Таблиця 2

#### Когнітивні викривлення процесів сприйняття

№ п/п	Опис ситуації	Вид когнітивного викривлення	Адаптивна функція	Дії з подолання
1	2	3	4	5
1	Люди більш негативно сприймають термін "кредит" аніж "розстрочка", але зміст понять є тотожним			
2	Купівля техніки того ж виробника, що і у знайомих			

1	2	3	4	5
3	Люди залежні від грошей, але багато хто з них говорить, що гроші – не головне			
4	Купивши дешевий чайник, що швидко зламався, купити такий саме			
5	Тенденція залишатися на робочому місці, яке не цілком задовольняє, замість того, щоб шукати нову роботу			
6	Маючи високі результати на роботі та будучи на хорошому рахунку в керівництва, сподіватися на те, що воно вибачить за періодичні запізнення			
7	Купувати косметику завжди в одному і тому ж магазині, будучи впевненим, що там точно знаєш співвідношення ціни та якості			
8	Чекати від людей у формі етичної поведінки, думаючи, що представники правоохоронних органів не можуть порушувати загальновизнані норми			
9	Номери світських журналів зі скандальними статтями мають найбільший попит			
10	Молодь часто вступає не на ту спеціальність, не в ті ЗВО лише для того, щоб іти наперекір настановам батьків			
11	Замовляти піцу з однією і тією ж начинкою, не бажаючи змін			

### Методичні рекомендації до виконання завдання

Когнітивні викривлення, що властиві процесу сприйняття, є достатньо чисельними, мають свої особливості прояву й умови виникнення. До найбільш відомих когнітивних викривлень процесу сприйняття відносять такі когнітивні ефекти, як:

- 1) систематична помилка розрізнення;
- 2) генералізація окремих випадків;
- 3) ефект контрасту;
- 4) ефект вкладу;
- 5) професійна деформація;
- 6) ефект фокусування;
- 7) ефект вузьких рамок;
- 8) ефект дії рамок;



- 9) селективне сприйняття;
- 10) перевага цілісних об'єктів;
- 11) ефект Струпа.

Кожен із зазначених ефектів, незважаючи на хибне представлення інформації у свідомості людини, виконує адаптивну функцію, дозволяючи людині спростити реагування у певних ситуаціях взаємодії з навколишнім середовищем. Прояви адаптивної функції когнітивних викривлень найбільшою мірою можуть спостерігатися як полегшення дій, що містять такі категорії поведінкової економіки, як: відношення, цінність, перевага, вибір.

#### **Завдання 4**

Відомий фахівець у галузі менеджменту Філ Розенцвейг стверджує, що існують принаймні 9 бізнес-ілюзій, які притаманні керівникам. Кожна з них здатна призводити менеджера до помилкових висновків та рішень. Визначте адаптивну функцію кожної з ілюзій. Запропонуйте заходи щодо подолання їхнього впливу.

#### **Методичні рекомендації до виконання завдання**

До поширених ілюзій, що притаманні менеджерам, Філ Розенцвейг відносить такі:

ефект ореолу – здатність робити висновки про культуру, цінності, лідерство у компанії на основі загальних результатів її діяльності;

ототожнення кореляції та причинності – одночасні зміни чинників, що спостерігаються, далеко не завжди свідчать про те, що одна зі змінних є причиною зміни іншої. Так, задоволеність працівників у багатьох випадках не є причиною успіху компанії. Часто ж буває навпаки: успіх компаній впливає на задоволеність співробітників;

схильність до пошуку однофакторних пояснень – успіх компанії пояснюється як дія стратегії, лідерства чи організаційної культури тощо. У реальності ж успіх часто є результатом спільної дії чинників, а отже, існує схильність до перебільшення значення одного чинника та применшення ролі інших;

ілюзія постійних перемог – спроба визначити чинники успіху за результатами аналізу діяльності лише успішних компаній приречена на невдачу, адже втрачається можливість порівняння їх з менш успішними компаніями;

ілюзія ретельного дослідження – якщо якість даних є низькою, то стає неважливим, скільки їх зібрано та наскільки досконалі методи дослідження застосовувалися;

ілюзія тривалого успіху – результати майже всіх успішних компаній з часом погіршуються. Спроба визначити гарантовані дії щодо забезпечення тривалого успіху є нереалістичною;

ілюзія абсолютного результату – результати діяльності компанії завжди відносні. До того ж результати можуть зростати, а компанії – усе більше відставати від конкурентів;

ілюзія упередженого тлумачення – успішні компанії часто використовують надто сфокусовану стратегію, проте це не означає, що саме така стратегія є запорукою успіху;

помилка організаційної фізики – діяльність компанії не підкорюється усталеним законам, а результати такої діяльності не можуть бути передбачені з великою точністю.

Незважаючи на те, що ілюзії спотворюють сприйняття реальності, вони можуть надавати менеджеру певні переваги в економії тих або інших ресурсів. Визначення виду ресурсу і буде характеризувати адаптивну функцію ілюзії. Подолання ілюзії ж передбачатиме усвідомлення обмежень, які вона накладає на сприйняття ситуації, та пошук інших засобів задоволення адаптивної функції.

## **Тема 4. Психологія прийняття рішень споживачем**

### **Запитання для самодіагностики**

1. Визначте суб'єктивну сутність сприйняття економічним агентом вартості та ціни.
2. Охарактеризуйте роль цінностей у процесах ухвалення рішень.
3. Назвіть чинники, що впливають на сприйняття ціни.
4. Охарактеризуйте вплив контексту на ухвалення рішення.
5. Охарактеризуйте чинники, що обумовлюють задоволеність ціною.
6. Назвіть чинники, що обумовлюють зміну індивідуальних переваг та охарактеризуйте їхню дію.
7. Поясніть вплив досвіду на схильність ухвалювати рішення за аналогією.

8. Назвіть методи виявлення ієрархії критеріїв.

9. Дайте характеристику соціальним чинникам, що впливають на ухвалення рішення.

10. Охарактеризуйте механізм дії репрезентативних систем на сприйняття та вибір альтернатив.

11. Охарактеризуйте вплив морально-етичних систем на процес ухвалення рішення.

12. Назвіть соціальні чинники, що використовуються для впливу на споживача у рекламі.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [8; 9; 14; 18; 24; 32].

#### Тестові завдання за темою 4

1. *Укажіть, що з перерахованого не відноситься до найбільш значущих форм впливу ринкового суспільства на особу:*

- а) нав'язані потреби;
- б) прискорене споживання;
- в) випереджальне споживання;
- г) вибір із несуттєвих відмінностей;
- д) реклама.

2. *Укажіть, що з перерахованого не відноситься до чинників, що впливають на ухвалення рішення про купівлю відповідно до концепції Ж. Кролару:*

- а) безпека;
- б) влада;
- в) комфорт;
- г) гордість;
- д) новизна;
- е) прихильність.

3. *Основним рушійним чинником імпульсивної купівлі, переважно, є:*

- а) сприйняття товару;
- б) наявні установки;
- в) фізичні характеристики товару;
- г) особисті якості;
- д) підтримка іміджу;
- е) пізнавання.

4. Суб'єктивна цінність прибутку і витрат у міру підвищення суми:

- а) не змінюється;
- б) підвищується;
- в) знижується;
- г) залежить від ситуаційних чинників;
- д) залежить від актуальних потреб.

5. Цінність власного часу під час купівлі дешевого продукту порівняно з купівлею дорогого люди оцінюють:

- а) нижче;
- б) вище;
- в) однаково;
- г) залежно від задоволеності купівлею;
- д) залежно від кількості вільного часу;
- е) залежно від величини витрат.

6. Приписування людиною більшої цінності предмету, який їй належить, пояснюється тим, що:

- а) людина сприймає продаж цього предмета як втрату;
- б) людина сприймає продаж цього предмета як прибуток;
- в) втрата переживається сильніше, ніж отримання прибутку;
- г) отримання прибутку переживається сильніше, ніж втрата;
- д) володіння предметом не викликає у людини переживань.

7. Люди схильні орієнтуватися на ціну продукту як на інформацію про його цінність або якість у випадку:

- а) наявності великої кількості альтернатив;
- б) дефіциту часу;
- в) якщо продукт має мало значення для покупця;
- г) бажання придбати якісний товар;
- д) імпульсивної купівлі.

8. До мовних зворотів продавців, що використовують під час продажу ефект впливу дефіциту на суб'єктивну цінність продукту, не відноситься:

- а) "це ексклюзивний продукт";
- б) "залишилося тільки декілька екземплярів";
- в) "чудова якість";
- г) "термін акції закінчується";
- д) "на цей товар дуже великий попит".

9. Встановіть відповідність між ефектами впливу альтернатив і їхніми проявами:

1) доступність альтернатив	а) після купівлі дорогої речі люди більше схильні купити ще і дешеві товари
2) додаткові альтернативи	б) боязнь втрат або витрат
3) уникнення крайнощів	в) рівноцінні альтернативи викликають відстрочення ухвалення рішення про купівлю
4) ефект контрасту	г) зміна переваг між альтернативними варіантами під час введення ще одного

	а)	б)	в)	г)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Для того, щоб не потрапити під вплив ефекту дефіциту, необхідно:

- а) звертати увагу на послідовність подання альтернатив;
- б) оцінювати споживчі властивості "крайніх" варіантів;
- в) звертати увагу на використовувані ментальні категорії;
- г) встановлювати ліміт на ціну і дивитися на товар, начебто він був загальнодоступним;
- д) здійснювати опір.

## Практичні завдання за темою 4

### Завдання 5

Здійсніть прогноз поведінки людини (вибір найбільш імовірного варіанта) в наведених ситуаціях. Поясніть зроблений вибір із позицій концепції "ментальної бухгалтерії".

1. Люди часто готові заплатити більшу ціну за товари, що купуються ними в дорогих готелях чи ресторанах, і відмовляються від купівлі того ж самого продукту за таку саму ціну в супермаркетах чи кафе.

2. Люди, що купують абонемент на відвідування фітнес-клубу на півроку, збільшують кількість відвідувань фітнес-клубу з наближенням

до терміну чергової оплати, але після оплати протягом наступних п'яти місяців кількість відвідувань надалі спадає.

### **Методичні рекомендації до виконання завдання**

Суб'єктивна вартість товару може змінюватися у сприйнятті людини під дією різноманітних зовнішніх чинників. Зокрема, поширеними ситуаціями є вплив ефекту контексту, в якому здійснюється купівля.

Суб'єктивна цінність продукту залежно від його ціни також є поширеним явищем. До того ж на сприйняття ціни можуть впливати й інші ефекти, зокрема міркування, обумовлені ментальною бухгалтерією та дисконтуванням часу.

## **Тема 5. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності**

### **Запитання для самодіагностики**

1. Визначте роль мотивації в структурі діяльності.
2. Охарактеризуйте змістовні відмінності понять "мотивація" та "стимулювання".
3. Охарактеризуйте чинники, що обумовлюють динаміку мотивації.
4. Охарактеризуйте основні етапи мотиваційного процесу.
5. Охарактеризуйте вплив самооцінки на мотивацію.
6. Визначте можливості зміни мотивації впливом зовнішніх чинників.
7. Поясніть відмінність у мотивації до стереотипної та творчої діяльності на прикладі експерименту К. Дункера.
8. Охарактеризуйте механізм створення мотивації потокового стану за теорією М. Чікцентміхайї.
9. Назвіть основні мотиваційні парадокси та охарактеризуйте їхню сутність.
10. Визначте роль емоцій у процесі ухвалення рішень.
11. Поясніть дію афективних механізмів підкріплення поведінки.
12. Охарактеризуйте напрями управління емоціями.
13. Охарактеризуйте напрями використання емоцій у рекламі.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [9; 23; 27; 30].

## Тестові завдання за темою 5

1. *Укажіть, який із процесів лежить в основі формування мотиву:*

- а) відчуття;
- б) сприйняття;
- в) усвідомлення;
- г) уявлення;
- д) уява.

2. *Розташуйте елементи структури діяльності в логічному порядку:*

- а) результат;
- б) потреба;
- в) мотив;
- г) поведінка.

3. *Укажіть, яка з ознак людської поведінки в теорії "Х" Д. Мак-Грегора не є властивою людині з вираженим мотивом матеріальної вигоди:*

- а) пасивність;
- б) прагнення до мінімізації зусиль;
- в) прагнення до зняття з себе відповідальності;
- г) прагнення реалізувати свої здібності;
- д) сприйняття роботи як засобу для отримання грошей.

4. *Укажіть, яка (чи які) із людських потреб не властива теорії мотивації А. Маслоу:*

- а) фізіологічні;
- б) потреба у безпеці;
- в) соціальні;
- г) потреба в повазі;
- д) потреба у владі;
- е) потреба в самоактуалізації.

5. *Укажіть основні джерела внутрішньої мотивації:*

- а) інтерес;
- б) задоволення від отриманого результату;
- в) задоволення від умов праці;
- г) задоволення від діяльності;
- д) задоволення від очікуваного результату;
- е) задоволення від винагороди.

6. *Експеримент К. Дункера свідчить про те, що матеріальна мотивація:*

- а) підвищує продуктивність нетворчої праці;
- б) знижує продуктивність нетворчої праці;

в) підвищує продуктивність творчої праці;

г) знижує продуктивність творчої праці.

7. Укажіть, які з ефектів відносять до мотиваційних:

а) ефект вкладу;

б) систематична помилка розрізнення;

в) ефект бумеранга;

г) ефект фокусування;

д) ефект формулювання наміру.

8. Дія ефекту формулювання наміру виражається логічною формулою:

а) "або – або";

б) "так, але...";

в) "якщо..., то...";

г) "ні..., ні...";

д) "..., зате".

9. Укажіть чинники, що сприяють імпліцитній активації поведінки:

а) конфронтація зі стереотипними атрибутами;

б) відсутність чітких цілей;

в) громадська думка;

г) підвищена доступність концепцій, що асоціюються зі стереотипом;

д) легкість активації поведінки, що відповідає стереотипу.

10. Встановіть відповідність між теоріями мотивації і їхніми чинниками:

1) теорія А. Маслоу	а) справедливість
2) теорія Ф. Герцберга	б) різноманітність
3) теорія С. Адамса	в) відповідальність
4) теорія Р. Хакмана	г) афіліація
5) теорія Д. Макклелланда	д) безпека

	а)	б)	в)	г)	д)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## Практичні завдання за темою 5

### Завдання 6

Проведіть аналіз власних мотиваторів. Для цього: складіть перелік справ, які виконуються вами впродовж звичайного робочого дня (тривалість справи – більше 5 хвилин); визначте причини, які спонукають кожну зі справ виконувати; визначте чинники і теорії мотивації, які ці причини пояснюють. Дані занесіть у табл. 3. На основі підрахунку частоти прояву чинників зробіть висновок про найбільш значущі мотиватори.

Таблиця 3

#### Аналіз персональних мотиваторів

№ п/п	Справи (що роблю?)	Причини (чому роблю?)	Теорії мотивації	Чинники	Стимули, принципи, ресурси

Для найбільш значущих чинників визначте необхідні стимули, принципи і ресурси, що підвищують мотивацію.

#### Методичні рекомендації до виконання завдання

Для визначення основних чинників, що обумовлюють мотивацію людини, доцільно використати контент-аналіз його вербальної сфери. Виходячи з психоаналітичного припущення про те, що актуальні потреби завжди знаходять прояв у мові, для виявлення найбільш актуальних мотиваторів слід визначити мовні звороти, що пов'язані з відомими чинниками мотивації основних мотиваційних теорій. Частота згадувань того чи іншого мотиваційного чинника буде характеризувати рівень актуальності його для людини. Основні теорії мотивації та притаманні їм мотиваційні чинники наведено в табл. 4.

Таблиця 4

#### Теорії мотивації та мотиваційні чинники

Назва теорії	Мотиваційні чинники
1	2
Теорія "Х" Д. Макгрегора	Матеріальна вигода
Теорія "У" Д. Макгрегора	Соціальні відносини

1	2
Теорія Ф. Герцберга	Трудові мотиви: відповідальність, почуття виконаного завдання, досягнення мети і почуття свого професійного вдосконалення. Гігієнічні мотиви (чинники, що викликають незадоволення): недостатня заробітна плата, погані умови праці, напружені відносини, обмеження свободи
Теорія А. Маслоу	Потреби: 1) фізіологічні; 2) у безпеці; 3) соціальні (спілкування, приналежність до групи); 4) у повазі та визнанні; 5) у самоактуалізації
Теорія Д. Макклеланда	1. Потреба у владі. 2. Потреба в афіліації (приємних відносинах, розумінні, прихильності). 3. Потреба в успіху
Теорія очікувань В. Врума	Очікування щодо доступності результату; очікування щодо винагороди за досягнутий результат; очікування щодо значущості винагороди
Теорія справедливості С. Адамса	Справедливість як відповідність між власним внеском та винагородою, внеском і винагородою інших людей
Теорія характеристик роботи Д. Хакмана	Різноманіття, значущість, завершеність, автономність, зворотний зв'язок

## Змістовий модуль 2. Експериментальна поведінкова економіка

### Тема 6. Прийняття рішень в умовах ризику

#### Запитання для самодіагностики

1. Назвіть та охарактеризуйте наявні концепції ухвалення рішень в умовах ризику.
2. Поясніть сутність концепції очікуваної корисності.
3. Охарактеризуйте обмеження теорії Неймана – Моргенштерна.
4. Дайте визначення мірі неприйняття ризику Ерроу – Пратта.
5. Поясніть сутність парадоксу Алле та назвіть ознаки раціональності, які в ньому порушуються.
6. Охарактеризуйте постулати теорії перспектив Канемана – Тверські.
7. Охарактеризуйте функцію цінності в теорії перспектив.
8. Поясніть вплив "точки відліку" на подальший вибір.
9. Охарактеризуйте шляхи формування "точки відліку".
10. Назвіть ефекти, що притаманні ризикованому вибору.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [7; 9; 10; 14; 16; 18; 28; 32].

### **Тестові завдання за темою 6**

*1. Під ризиком в економіці прийнято розуміти:*

- а) невизначеність результату;
- б) вірогідність збитку внаслідок невизначеності результату;
- в) відношення фактичного збитку до прогнозованого;
- г) втрати, що зазнали;
- д) вірогідність виграшу.

*2. Твердження про те, що існує певний невисокий рівень доходу, за якого відбувається зміна моделі поведінки з уникнення ризику до прийняття ризику, є наслідком концепції корисності:*

- а) Неймана – Моргенштерна;
- б) Фрідмана – Севіджа;
- в) Г. Марковіца;
- г) теорії перспектив.

*3. Укажіть джерела ризикофобії згідно з теорією перспектив:*

- а) властивості функції суб'єктивної корекції вірогідності;
- б) властивості функції індивідуального розподілу вірогідності;
- в) гранична чутливість, що зменшується, до виграшів і втрат;
- г) убуюча гранична корисність багатства;
- д) максимізація виграшу.

*4. Укажіть етапи когнітивного процесу, які властиві людині під час ухвалення рішення в ситуації ризику:*

- а) прийняття;
- б) редагування;
- в) уникнення;
- г) оцінювання;
- д) опір.

*5. Укажіть головні висновки теорії перспектив, що характеризують відношення людини до ризику:*

- а) маловірогідні програші та дуже вірогідні виграші ведуть до ризикофобії;

б) маловірогідні програші та дуже вірогідні виграші ведуть до ризи-кофілії;

в) маловірогідні виграші та дуже вірогідні програші ведуть до ризи-кофілії;

г) маловірогідні виграші та дуже вірогідні програші ведуть до ризи-кофобії.

*6. Згідно з теорією перспектив людина схильна малу вірогідність:*

а) значно завищувати;

б) трохи занижувати;

в) значно занижувати;

г) оцінювати об'єктивно;

д) ігнорувати.

*7. Укажіть, у чому проявляється ефект нав'язаного вибору:*

а) відношення людей до ризику визначається заздалегідь встанов-леним "якорем";

б) найбільш вірогідною вважається альтернатива, що першою при-йшла в голову;

в) у ситуації делегованого людині ухвалення рішення вона прагне вибрати найменш ризикований варіант;

г) у ситуації делегованого людині ухвалення рішення її схильність ризикувати визначається наявним рівнем початкового багатства;

д) у ситуації делегованого людині ухвалення рішення її схильність ризикувати визначається інформацією, яка подана в негативній формі.

*8. Ефект підношення ризикованого вибору полягає у:*

а) тенденції ухилятися від ризикованих дій під час акцентування на можливих позитивних результатах і в прийнятті ризику під час акцен-тування на втратах;

б) виборі найбільш достовірного варіанта;

в) уникненні ризику в разі потенційних виграшів і прийнятті – у разі можливих програшів;

г) заниженні вірогідності невдалого результату події;

д) ігноруванні інформації про частоту випадкових подій.

*9. Встановіть відповідність між ефектами ризикованого вибору та їхніми проявами:*

1) ефект відрази до втрат	а) збільшення схильності до ризику зі збільшенням рівня добробуту
2) ефект початкового багатства	б) тенденція оцінювати результат подій як більш неминучий після того, як вони сталися
3) ефект атрибутивного підношення	в) відмова від ризику на користь меншого, але гарантованого доходу
4) ефект ретроспективного спотворення	г) тенденція підтримувати попередні невдалі дії під впливом небажання визнати втрату раніше вкладених коштів
5) ефект наростання прихильності	д) тенденція оцінювати характеристики позитивніше, коли вона подана в позитивних термінах

	а)	б)	в)	г)	д)
1)					
2)					
3)					
4)					
5)					

10. Метою фази редагування в теорії перспектив є:

- а) перетворення проблеми в сукупність простих перспектив;
- б) максимізація прибутку;
- в) оцінювання вірогідності різних результатів;
- г) оцінка достовірності отриманої інформації;
- д) оцінка релевантності отриманої інформації.

## Практичні завдання за темою 6

### Завдання 7

Типовою формою відходу від раціональної поведінки є зміна переваг, що пов'язана з відмовою від ризику, або навпаки – з обранням надзвичайно ризикованої поведінки. Хибна оцінка ризику людиною значною мірою залежить від впливу ефектів ризикованого вибору, що спотворюють її сприйняття й провокують обрання нераціональних варіантів поведінки. У наведених ситуаціях встановіть, які з ефектів ризикованого вибору обумовлюють поведінку людини (табл. 5). Охарактеризуйте умови, за яких зростає вірогідність ризикованої поведінки у зазначених ситуаціях. Запропонуйте заходи щодо зваженого оцінювання ризику та раціоналізації поведінки людини в контексті досягнення цілей.

### Ефекти ризикованого вибору

№ п/п	Опис ситуації	Назва ефекту	Заходи з подолання
1	Більшість людей з легкістю наважуються змінити місце роботи на нове, проте менш схильні до зміни роботи, яка не задовольняє, за високої оплати праці		
2	Люди звертають більше уваги на негативні новини та події		
3	Здійснивши купівлю товару, більшість людей говорить про те, що були впевнені в її необхідності, навіть якщо до цього тривалий час відчували сумніви з приводу її доцільності		
4	Стикаючись зі статистикою нещасних випадків чи захворювань, більшість людей схильна вважати, що з ними такого відбутися не може		
5	Нарешті отримавши нову роботу після тривалого стажування, люди не схильні продовжувати пошуки, навіть якщо нова робота значною мірою їх не задовольняє		

### Методичні рекомендації до виконання завдання

Ефекти ризикованого вибору виникають унаслідок недосконалості розрахункових здібностей людини, неповноти інформації для ухвалення раціонального рішення та обумовлені певними ситуативними чинниками, які можливо визначити з огляду на сутність кожного ефекту (табл. 6).

Таблиця 6

### Сутність ефектів ризикованого вибору

Назва ефекту	Сутність ефекту
1	2
1. Переоцінка вірогідності окремих випадків	Вірогідність приватних і конкретних подій оцінюється вище
2. Віра в тотожність репрезентації локальних подій	Віра в те, що закономірність розподілу однаково представлена у будь-якій частині вибірки
3. Ігнорування об'єктивної інформації про частоту подій	Ігнорування частоти подій під впливом наявного стереотипу
4. Нерегресивне прогнозування (відхилення від середнього)	Випадкове значення, що істотно відрізняється від норми, сприймається як значуща інформація
5. Ефект якоріння	Вплив безпосередньо передуючих або одночасних подій на результат

1	2
6. Ефект нав'язаного вибору	Зниження схильності до ризику під час нав'язаного вибору через небажання відповідальності за невдачу
7. Інерційний ефект	Самопідсилення першої альтернативи, що прийшла на згадку
8. Ефект надмірної упевненості після ухвалення рішення	Схильність завищувати правильність вже ухвалених рішень і занижувати вірогідність неправильних. У важких завданнях – упевненість більша
9. Ефект відрази до втрат	Відраза до ризику за значних сум доходу
10. Ефект початкового багатства	Чим більше багатство, тим схильність до ризику вища
11. Ефект відображення	Уникнення ризику в разі потенційних виграшів, прийняття – у разі програшів
12. Ефект достовірності	Тенденція здійснювати вибір на користь достовірнішого варіанта
13. Ефект цільового підношення	Більше значення надається інформації, що подана негативно
14. Ефект підношення ризикованого вибору	Схильність до ризику під час акцентування на втратах
15. Ефект ретроспективного спотворення	Тенденція оцінювати результат подій як більш неминучий після того, як вони сталися
16. Ефект зростання прихильності	Продовження невдалих дій через небажання визнати втрату раніше вкладених коштів

## Тема 7. Точки відліку та фреймінг

### Запитання для самодіагностики

1. Дайте визначення поняттю "точка відліку".
2. Охарактеризуйте сутність ефекту прив'язки під час здійснення вибору.
3. Охарактеризуйте механізм конструювання переваг під час дисконтування.
4. Поясніть механізм впливу контексту на ухвалення рішення.
5. Охарактеризуйте можливості впливу на вибір через модифікацію контексту.
6. Охарактеризуйте відмінності суб'єктивного оцінювання наслідків позитивних та негативних подій.
7. Сформулюйте психологічні принципи використання фреймів.
8. Визначте сутність фреймінгу як процесу, що спрощує вибір.

9. Охарактеризуйте залежність вибору від контексту.
10. Назвіть основні види фреймів та поясніть шляхи їхнього формування.
11. Охарактеризуйте види лінгвістичних фреймів.
12. Охарактеризуйте механізм ментального обліку.
13. Визначте, чим обумовлюється вибір у ситуації вільного вибору.
14. Визначте, чим обумовлюється вибір у ситуації елімінації варіантів.
- Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [9; 11; 12; 17; 18; 24; 32].

### Тестові завдання за темою 7

1. *Точка відліку в теорії перспектив – це:*

- а) асоціації, що виникають у процесі ухвалення рішення;
- б) міра впевненості в правильності прийнятої альтернативи;
- в) кількісне вираження корисності альтернативи;
- г) співвідношення вигод і втрат;
- д) суб'єктивний критерій, що визначає корисність.

2. *В основі формування точки відліку лежить:*

- а) ефект відрази до втрат;
- б) ефект прив'язки;
- в) ефект "прокляття знання";
- г) когнітивні спотворення сприйняття.

3. *Найбільш частими джерелами формування точки відліку є:*

- а) крайні значення стимулу;
- б) результати ранжування переваг;
- в) випадкові величини;
- г) ірраціональні очікування;
- д) оцінювання корисності.

4. *Укажіть способи протистояння ефекту прив'язки:*

- а) обдумування протилежного;
- б) релаксація;
- в) концентрація на корисності;
- г) оцінювання джерела інформації;
- д) пошук аргументів "проти".



5. *Фреймінг у теорії перспектив – це:*

- а) вплив когнітивних спотворень на ухвалення рішення;
- б) вплив когнітивних спотворень на оцінку варіантів;
- в) вплив опису, подання інформації;
- г) процес усвідомлення власних обмежень.

6. *Метою рамкового аналізу є:*

- а) формування уявлення про проблему;
- б) зміна відношення до проблеми;
- в) виявлення фреймів;
- г) посилення, послаблення чи обернення опису ситуації;
- д) семантична маніпуляція над суб'єктом.

7. *Укажіть, що не відноситься до елементів фреймінгу:*

- а) видимість;
- б) форматування;
- в) якоріння;
- г) важливість;
- д) корисність.

8. *Укажіть, що не відноситься до основних напрямів застосування фреймінгу:*

- а) усвідомлення власних обмежень і вихід за рамки стереотипів, що склалися, збільшення творчого потенціалу;
- б) полегшення розуміння і прийняття ідей у процесі комунікації;
- в) зміна відношення до певного об'єкта, події або процесу;
- г) збільшення міри раціональності суб'єкта;
- д) протистояння маніпуляціям і вирішення конфліктів.

9. *Фокус мови "стратегія реальності" припускає:*

- а) оцінювання формулювання судження шляхом застосування до нього критерію, що міститься в самому судженні;
- б) перемикання уваги на іншу мету;
- в) зміна контексту, в якому розглядається проблема;
- г) апеляція до критерію, що перевершує за значущістю використаний у судженні;
- д) перемикання уваги з висловленого переконання на процес його виникнення.

10. *Встановіть відповідність між лінгвістичними фреймами ("фокусами мови") і їхнім змістом:*

1) перевизначення	а) переоцінка судження шляхом погляду на ситуацію з іншої точки зору
2) намір	б) перемикання уваги на мету, приховану за демонстрованою поведінкою або судженням
3) протилежний приклад	в) заміна поняття схожим за значенням, але що має інший підтекст
4) модель світу	г) створення переконання щодо висловленого судження
5) метафрейм	д) пошук винятку, що спростував би висловлене судження

	а)	б)	в)	г)	д)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Практичні завдання за темою 7

### Завдання 8

Визначте, який саме "фокус мови" було використано в кожній з поданих ситуацій під час діалогу у відповідь на проблемне висловлювання? Результати занесіть до табл. 7.

Таблиця 7

### "Фокуси мови" як відповідь на проблемні висловлювання

Проблемне висловлювання	Відповідь	"Фокус мови", що застосовано
1	2	3
1. Нова модель пристрою не вражає суттєвими відмінностями від попередньої	Це дійсно так: прихильність традиціям якості є одним із пріоритетних напрямів діяльності нашої фірми	
2. Строки поставки обладнання абсолютно не витримані	Згоден, визначення реалістичних термінів є найслабшим місцем нашого планування	
3. Жоден з претендентів однаково не відповідає вимогам!	Втім, кожен із претендентів володіє значним потенціалом розвитку та здатністю до навчання	
4. Відсоток прибутку є мізерним	В умовах економічної кризи такий відсоток можна вважати добрим результатом	

1	2	3
5. Тенденції розвитку галузі дуже туманні	Інколи використані метафори можуть значно впливати на ясність сприйняття реальності...	
6. Що заважає вам виконувати завдання в строк?	В арабських країнах таке запізнення навіть ніхто б і не помітив	
7. Скільки ще ми будемо вислуховувати пусті обіцянки?	Як я розумію, зараз ви точно не хочете почути ще одну	
8. Головна відмінність наших працівників – це креативність!	Навряд чи креативність чого-небудь варта, якщо в компанії не буде людей, здатних доводити справу до кінця!	
9. Одного разу ми вже погодилися на ваші пропозиції...	Погодьтеся, пропозиції були не найгіршими	
10. Ризик у цьому варіанті дуже великий	Розумний ризик може мати будь-які розміри	
11. У вас є дві хвилини на те, щоб викласти свою думку і звільнити приміщення!	Мені це нагадує біблійську ситуацію, коли верблюду має пройти крізь вушко голки	
12. Зараз ви пропонуєте зовсім неприйнятні дії	Оцінка дій з часом, зазвичай, змінюється	
13. Індивідуальний підхід – це не те, на що ми маємо витрачати час	Великі групи людей наслідують поведінку лідерів думок, саме тому, працюючи з ними, ми впливаємо на групи	
14. Прагнув від вас кращої результативності...	Яким чином вам вдалося так точно оцінити мій особистий професійний потенціал?	

### Методичні рекомендації до виконання завдання

Дослідник лінгвістичних фреймів Р. Ділтс виділяє 14 мовних патернів, що за системного застосування здатні змінювати фокус уваги співрозмовника й переводити його на інші аспекти ситуації. Це дозволяє уникати зайвого емоційного протистояння й переходити до більш конструктивної комунікації, у якій може відбуватися зміна ставлення й поглядів співрозмовника. До "фокусів мови" належать:

1. Аналогія – пошук взаємозв'язку, що був би подібний заявленому в проблемі, але який ставив би під сумнів (чи зміцнював) відповідне узагальнення.

2. Інший результат – перемикання уваги на іншу мету (відмінну від заявленої в переконанні), для того, щоб поставити під питання (чи зміцнити) проблемне переконання.

3. Ієрархія критеріїв – переоцінка переконання з точки зору важливішого критерію, ніж використаного в переконанні.

4. Зміна розміру фрейму – зміна розміру контексту, в якому розглядається проблема.

5. Метафрейм – створення переконання щодо переконання.

6. Модель світу – переоцінка переконання з іншої точки зору, з позиції суб'єкта, для якого окреслена ситуація не є такою проблемною.

7. Намір – концентрація уваги на цілі або намірі, які стоять за описуваною поведінкою.

8. Наслідки – перемикання уваги на ефект від наявного переконання.

9. Перевизначення – заміна ключового слова іншим, яке має дещо інше значення.

10. Застосування до себе – оцінювання самого формулювання переконання через критерії цього переконання.

11. Протилежний приклад – пошук винятку з правила, яке спростовує переконання.

12. Розділення – дроблення переконання на менші частини і розгляд частини що не містить проблему.

13. Укрупнення – зняття проблематики переконання шляхом вміщення цієї проблеми в систему, що її містить.

14. Стратегія реальності – перемикання уваги з переконання на сам процес його виникнення.

## **Тема 8. Евристики в прийнятті економічних рішень**

### **Запитання для самодіагностики**

1. Дайте визначення поняттю "евристика".
2. Поясніть вплив евристик на оцінювання частоти та вірогідності під час ухвалення рішень.
3. Охарактеризуйте вплив доступності події на подальший вибір.
4. Поясніть механізм якоріння та його вплив на ухвалення рішення.
5. Охарактеризуйте чинники, що зумовлюють ретроспективне викривлення.

6. Визначте сутність евристики емоційності та умови її виникнення.
7. Поясніть механізм формування евристики репрезентативності та її вплив на подальший вибір.
8. Охарактеризуйте феномен вибіркості сприйняття під час ухвалення рішень.
9. Назвіть основні помилки умовиводу та охарактеризуйте чинники, що їх зумовлюють.
10. Назвіть чинники, що впливають на виникнення помилок в оцінюванні втрат.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова: [8; 9; 15; 16; 19; 25; 32].

### Тестові завдання за темою 8

1. *Евристика – це спосіб ухвалення рішення:*

- а) з опорою на логіку;
- б) з опорою на інтуїцію і емоційні процеси;
- в) з опорою на громадську думку;
- г) з опорою на теорію вірогідності;
- д) без усвідомлення власних цілей.

2. *Основними перевагами застосування евристик є:*

- а) досягнення найкращого результату;
- б) мінімізація часу;
- в) мінімізація зусиль;
- г) максимізація прибутку;
- д) систематичні суб'єктивні зміщення.

3. *Евристика доступності – це:*

- а) відчуття прямого суб'єктивного зв'язку між суб'єктивним досвідом і оцінкою частоти події;
- б) оцінювання вірогідності чого-небудь виходячи з того, наскільки подія або об'єкт представлені в суб'єктивному досвіді людини;
- в) вплив суб'єктивних переживань і емоцій на оцінку альтернативи;
- г) вплив методів оброблення інформації на якість рішення;
- д) генерування альтернативних варіантів на основі доступних ресурсів.

4. *Укажіть чинник суб'єктивного досвіду, який не впливає на евристику доступності:*

- а) легкість доступу до інформації, що міститься в пам'яті;
- б) суб'єктивна яскравість події;

- в) особисте знайомство з подією;
- г) популярність події;
- д) кількість повторень події;
- е) близькість події в часі та/або просторі.

5. *Перевірка достовірності евристики доступності можлива шляхом:*

- а) усвідомлення емоційного стану, в якому ухвалюється рішення;
- б) ухвалення рішення після аналізу ситуацій із протилежною спрямованістю;
- в) концентрації уваги на утриманні проблеми;
- г) ухвалення рішення на основі нейтральної інформації;
- д) ухвалення рішення на основі інформації, яка вважається достовірною.

6. *Укажіть, що не відноситься до чинників, що погіршують самоконтроль, і таких, що підвищують вірогідність ухвалення рішень із використанням евристики доступності:*

- а) заняття іншою справою, що потребує зусиль;
- б) гарний настрій через радісні спогади;
- в) відсутність депресії;
- г) високий рівень компетентності;
- д) висока довіра до інтуїції;
- е) володіння владою.

7. *Укажіть, що не відноситься до основних проявів евристики репрезентативності:*

- а) зневага основними ознаками;
- б) кон'юнктивні логічні помилки;
- в) зневага даними вибіркової перевірки;
- г) неправдиве сприйняття випадковості;
- д) суб'єктивна легкість доступу до інформації в пам'яті.

8. *Поняття "репрезентативність", здебільшого, не застосовують до такої категорії, як:*

- а) елемент;
- б) дія;
- в) вибіркова перевірка;
- г) повнота інформації;
- д) вплив або наслідки.

9. До помилок евристики емоційності, переважно, приводить:

- а) висока міра концентрації на предметі розмови;
- б) зниження концентрації уваги;
- в) поява переживань, не пов'язаних із предметом розмови;
- г) високий самоконтроль емоційного стану;
- д) одночасне виконання декількох справ.

10. Класифікуйте переживання, що викликають евристику емоційності:

1) афективні	а) настрій; б) втома; в) злість; г) гнів;
2) неафективні	д) упевненість; е) тривожність; є) легкість; ж) голод

	а)	б)	в)	г)	д)	е)	є)	ж)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Практичні завдання за темою 8

### Завдання 9

У наведених ситуаціях укажіть вид евристики, який, імовірно, був присутнім у момент ухвалення рішення людиною: евристика доступності, евристика репрезентативності або евристика емоційності. Результати занесіть до табл. 8.

Таблиця 8

### Види евристик

Ситуація	Вид евристики
1	2
1. Рішення переглянути фільм, тому що його рекомендував друг	
2. Упевненість у тому, що твоя особистість є унікальною, а отже, і твої вибори – також	
3. Рішення не йти голосувати на виборах, адже голос однієї людини нічого не змінить	

1	2
4. Під час пошуку інформації в мережі Інтернет звертати увагу на перші позиції, немовби система дійсно знає, що потрібно людині	
5. Рішення "випробувати долю" у лотереї, оскільки здається, що великий виграш міг би значно змінити життєву ситуацію	
6. Ухвалення рішення продовжувати пошук інформації, адже зранку він вже приніс кілька жаданих знахідок	
7. Відкладення візиту до стоматолога після ознайомлення зі статистикою нещасних випадків у дорожньо-транспортних пригодах	
8. Віра в успіх нової справи, адже попередні три закінчилися невдало, а людині не може постійно не щастить	

### Методичні рекомендації до виконання завдання

Для визначення виду евристики, що був використаний людиною під час розмірковувань, доцільно скористатися їхніми визначеннями та ключовими ознаками.

Евристика доступності – це відчуття прямого суб'єктивного зв'язку між суб'єктивним досвідом і оцінкою частоти події. Їй супутні легкість та яскравість спогадів, що стосуються вирішуваної проблеми, та які призводять до переоцінки частоти та ймовірності подій.

Евристика репрезентативності – це оцінювання вірогідності чогонебудь виходячи з того, наскільки подія або об'єкт представлені в суб'єктивному досвіді людини. До того ж людині відома певна статистична інформація щодо вирішуваної проблеми, проте яка ігнорується внаслідок надання переваги чиннику особистого досвіду.

Евристика емоційності – це ухвалення рішення під впливом емоцій та відчуттів, що безпосередньо не пов'язані з вирішуваною проблемою. Емоції можуть бути афективними (настрій, афект, емоційний стан) або неафективними (відчуття втоми, легкості, голоду, напруги тощо).

## Тема 9. Методи впливу на економічну поведінку

### Запитання для самодіагностики

1. Охарактеризуйте особливості системних помилок та аномалій в економічній поведінці.
2. Поясніть механізм архітектури вибору.



3. Поясніть доцільність застосування архітектури вибору.
  4. Визначте критерії та обмеження застосування архітектури вибору.
  5. Поясніть існування протиріччя між свободою вибору та ефективністю поведінки.
  6. Охарактеризуйте методи недирективного впливу на економічну поведінку.
  7. Охарактеризуйте відмінності архітектури вибору від маніпулювання.
  8. Поясніть економічний смисл альтруїзму.
  9. Назвіть основні аномалії ринкової поведінки.
  10. Визначте цілі втручання під час використання архітектури вибору.
- Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [6; 7; 9; 13; 15; 16; 19; 27].

### Тестові завдання за темою 9

1. *Архітектура вибору – це:*
  - а) наявні альтернативні варіанти поведінки;
  - б) наявні безальтернативні варіанти поведінки;
  - в) організація середовища, яка зменшує ймовірність помилкових дій;
  - г) сукупність засобів ухвалення рішення;
  - д) сукупність чинників, що можуть викликати помилкові рішення.
2. *Необхідними елементами формування архітектури вибору є:*
  - а) виявлення оптимального способу дій;
  - б) визначення чинників, що можуть викликати помилки;
  - в) обрання засобів зворотного зв'язку для корекції послідовного руху суб'єкта, що приймає рішення, етапами оптимальної поведінки;
  - г) виявлення мотивів поведінки суб'єкта;
  - д) підвищення рівня усвідомлення суб'єктом власної поведінки та її наслідків.
3. *Розташуйте заходи з побудови архітектури вибору в правильній послідовності:*
  - 1) структурувати вибір;
  - 2) визначити стимули, що забезпечать активність об'єкта в процесі вибору;

- 3) здійснити картування дій об'єкта;
- 4) обрати форми зворотного зв'язку та визначити інформацію, яка буде ними надаватися;
- 5) визначити очікувані помилки;
- 6) перевірити екологічність застосованих засобів (їхню відповідність цілям об'єкта).

4. *Визначте приналежність характеристик до автоматичної чи аналітичної систем ухвалення рішень людиною:*

1) автоматична	а) неконтрольована; б) не вимагає зусиль; в) асоціативна; г) дедуктивна; д) повільна;
2) аналітична	е) несвідома; є) працює за правилами; ж) свідомо; з) винахідлива; и) працює за правилами

	а)	б)	в)	г)	д)	е)	є)	ж)	з)	и)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. *Укажіть приклади поведінки, що обумовлюються дією автоматичної системи ухвалення рішень людиною:*

- а) спілкування рідною мовою;
- б) розрахунки варіантів під час гри у шахи;
- в) нервування під час іспитів;
- г) множення чисел подумки;
- д) обрання маршруту навчання в університеті.

6. *Укажіть запитання, які є важливими для обрання стимулів корекції когнітивних процесів в архітектурі вибору:*

- а) хто використовує?
- б) хто вибирає?
- в) хто платить?
- г) хто має владу?
- д) хто отримує вигоду?

7. Метою стандартного аналізу стимулів є:

- а) визначення величини їхнього впливу;
- б) визначення способів надання їм виразності;
- в) формування факторної моделі впливу;
- г) визначення індивідуальних реакцій суб'єкта;
- д) уточнення часу дії стимулів.

8. На думку Р. Талера, проблеми самоконтролю пояснюються дією:

- а) генетики людини;
- б) ефектом міжчасового вибору;
- в) силою мотивів;
- г) силою стимулів;
- д) рівнем усвідомлення мети.

9. Особливостями етичного підштовхування за Р. Талером є:

- а) правдивість інформації, що подається;
- б) використання точних даних;
- в) прозорість інформації;
- г) висвітлення тенденцій, що притаманні більшості;
- д) персоналізоване звернення.

10. Гіпотеза ефективного ринку базується на чинниках:

- а) ринок неможливо переграти;
- б) інвестиції в малі компанії більш ризиковані;
- в) ціна коректна;
- г) інвестиції в малі компанії менш ризиковані;
- д) раптовість зміни настрою інвесторів.

## Практичні завдання за темою 9

### Завдання 10

Користувачі електронних поштових сервісів, що змушені робити розсилки, часто пересилають листи, додаючи адресатів у поле "Копія". Втім, у випадку, якщо від адресата потрібен зворотний зв'язок у вигляді відгуку, то натиснення ним на кнопку "Відповісти" призводить до того, що його відповідь отримують усі учасники розсилки. Запропонуйте архітектуру вибору для цієї ситуації, що унеможливила б таку помилку.

## Методичні рекомендації до виконання завдання 10

Архітектура вибору – це така організація середовища для об'єкта впливу, яка робить це середовище більш зручним, яка передбачає врахування найбільш імовірних дій та реакцій об'єкта, яка зменшує ймовірність його помилкових дій і яка забезпечує гарантоване отримання необхідного результату. Формування архітектури вибору полягає у виявленні оптимального способу дій, визначенні чинників, що можуть викликати помилки, обранні засобів, що забезпечують ефективний зворотний зв'язок для корекції послідовного руху об'єкта впливу етапами алгоритму оптимальної поведінки.

Для побудови архітектури вибору необхідно здійснити такі заходи:

- 1) структурувати вибір;
- 2) визначити очікувані помилки;
- 3) здійснити картування дій об'єкта;
- 4) обрати форми зворотного зв'язку та визначити інформацію, яка буде ними надаватися;
- 5) визначити стимули, що забезпечать активність об'єкта в процесі вибору;
- 6) перевірити екологічність застосованих засобів (їхню відповідність цілям об'єкта).

## Тема 10. Соціальні аспекти економічної поведінки

### Запитання для самодіагностики

1. Охарактеризуйте етапи групової динаміки та їхній вплив на індивідуальну поведінку членів групи.
2. Охарактеризуйте вплив статусу в групі на індивідуальні рішення.
3. Визначте вплив когнітивних процесів на формування феномену соціальної лінивості.
4. Поясніть дію механізму соціальної компенсації.
5. Охарактеризуйте феномен групового мислення.
6. Поясніть причини виникнення та цілі використання такого когнітивного явища, як раціоналізація.
7. Поясніть вплив конформності на індивідуальні рішення.
8. Назвіть чинники, що обумовлюють конформність індивіда.

9. Охарактеризуйте чинники, що обумовлюють просоціальну поведінку.

10. Поясніть вплив суб'єктивних оцінок справедливості та свободи на індивідуальні рішення в групі.

**Рекомендована література:** основна [1; 2]; додаткова [3; 10; 11; 14; 25; 27; 30; 31].

### Тестові завдання за темою 10

1. *Укажіть, що не відноситься до ознак групи:*

- а) три і більше людей;
- б) інтеракція;
- в) спільні цілі;
- г) загальні результати;
- д) почуття "ми".

2. *Укажіть головні причини об'єднання людей у групи:*

- а) забезпечення безпеки;
- б) матеріальна вигода;
- в) психологічна корисність;
- г) влада;
- д) симпатія.

3. *Укажіть, що не відноситься до структурних характеристик групи:*

- а) статус;
- б) ролі;
- в) рольові очікування;
- г) групові норми;
- д) групові ефекти.

4. *Укажіть, що відноситься до функцій статусу:*

- а) винагорода;
- б) мотивація;
- в) цінність;
- г) влада;
- д) полегшення спілкування.

5. *Укажіть, що не відносять до небезпек прийняття соціальних ролей:*

- а) рольові конфлікти;
- б) обмеження свободи;

- в) нерелевантність ролі ідентичності або цінностям;
- г) групові санкції;
- д) деіндивідуалізація.

6. *Укажіть принципи встановлення продуктивних взаємовідносин у групі:*

- а) взаємність;
- б) послідовність;
- в) справедливість;
- г) соціальна перевірка;
- д) дружба і симпатія;
- е) авторитет;
- є) дефіцит.

7. *Проявами ефекту фасилітації є:*

- а) підвищення продуктивності в процесі вирішення складних завдань;
- б) підвищення продуктивності в процесі вирішення простих завдань;
- в) оцінні очікування;
- г) зниження пильності;
- д) зниження зусиль.

8. *Укажіть, що не відноситься до чинників, що викликають ефект Рингельмана:*

- а) відсутність можливості оцінити індивідуальний вклад;
- б) незначність вкладу;
- в) індивідуалізм;
- г) конструктивна конкуренція;
- д) дифузія відповідальності.

9. *Укажіть чинники, від яких залежить міра конформності людини під впливом інформаційного впливу:*

- а) потреба в підтримці;
- б) потреба у визнанні;
- в) незалежність;
- г) важливість мислити "правильно";
- д) уникнення відмови.

10. Класифікуйте переживання, що викликають евристику емоційності:

1) статус	а) соціально нормована поведінка людини, що займає певне положення в групі
2) соціальні ролі	б) механізми, за допомогою яких група примушує або стимулює свого члена до дотримання групових норм
3) рольові очікування	в) правила або стандарти, які група розробляє додатково до чітко обумовлених/встановлених правил усередині організації
4) групові норми	г) ранг, престиж, позиція або посада у рамках групи
5) групові санкції	д) сукупності уявлень групи про ту поведінку, яка відповідає тій або іншій ролі

	а)	б)	в)	г)	д)
1)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## Практичні завдання за темою 10

### Завдання 11

Запропонуйте заходи щодо попередження виникнення ефекту "соціальної лінії" під час групового створення презентацій у студентських групах.

### Методичні рекомендації до виконання завдання 11

Для попередження ефекту "соціальної лінії" необхідно мінімізувати дію всіх чинників, що призводять до його появи. Такими чинниками є:

відсутність можливості ідентифікувати або оцінити індивідуальний вклад;

відносна незначність власного вкладу;

дифузія відповідальності;

ілюзія групової продуктивності;

сприйманий дисбаланс вкладів у загальну справу;

індивідуалістичний культурний фон;

стать (у чоловіків ефект спостерігається частіше).

## Рекомендована література

### Основна

1. Наумік К. Г. Економічна психологія : навч. посіб. / К. Г. Наумік ; Харківський національний економічний університет. – Харків : ХНЕУ, 2007. – 274 с.
2. Поведінкова економіка : методичні рекомендації до практичних занять для студентів усіх спеціальностей другого (магістерського) рівня / уклад. В. В. Ушкальов. – Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 48 с.

### Додаткова

3. Акерлоф Дж. Spiritus Animalis, или как человеческая психология управляет экономикой и почему это важно для мирового капитализма / Дж. Акерлоф, Р. Шиллер ; пер. с англ. Д. Прияткина. – Москва : ООО "Юнайтед Пресс", 2010. – 273 с.
4. Амодт С. Тайны нашего мозга, или почему умные люди делают глупости / С. Амодт. – Москва : Эксмо, 2014. – 384 с.
5. Андерсон Дж. Когнитивная психология / Дж. Андерсон. – Санкт-Петербург : Питер, 2002. – 496 с.
6. Ариели Д. Позитивная иррациональность. Как извлекать выгоду из своих нелогичных поступков / Д. Ариели ; пер. с англ. П. Миронова. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 304 с.
7. Ариели Д. Предсказуемая иррациональность. Скрытые силы, определяющие наши решения / Д. Ариели ; пер. с англ. П. Миронова. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 296 с.
8. Бейтсон Г. Экология разума. Избранные статьи по антропологии, психиатрии и эпистемологии / Г. Бейтсон ; пер. с англ. – Москва : Смысл, 2000. – 476 с.
9. Верт Л. Экономическая психология. Теоретические основы и практическое применение / Л. Верт ; пер. с нем. – Харьков : Изд. "Гуманитарный Центр", 2013. – 432 с.
10. Грейвс Ф. Клиентология. Чего на самом деле хотят ваши покупатели / Ф. Грейвс. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 256 с.
11. Гринспен А. Карта и территория: риск, человеческая природа и проблемы прогнозирования / А. Гринспен ; пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2015. – 411 с.



12. Дилтс Р. Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП / Р. Дилтс. – Санкт-Петербург : Питер, 2012. – 256 с.
13. История экономических учений / под ред. В. Автономова и др. – Москва : ИНФРА-М, 2002. – 784 с.
14. Каммингс И. Живой ум. Преодоление ментальных, эмоциональных и профессиональных ограничений / И. Каммингс. – Санкт-Петербург : ИГ "Весь", 2011. – 480 с.
15. Канеман Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. – Москва : АСТ, 2014. – 653 с.
16. Канеман Д. Принятие решений в неопределенности: правила и предубеждения / Д. Канеман, П. Словик, А. Тверски ; пер. с англ. – Харьков : Институт прикладной психологии "Гуманитарный Центр", 2005. – 632 с.
17. Канеман Д. Рациональный выбор, ценности и фреймы / Д. Канеман, А. Тверски // Психологический журнал. – 2003. – Т. 24. – № 4. – С. 31–42.
18. Кирхлер Э. Принятие решений в организациях / Э. Кирхлер, А. Шротт // Психология труда и организационная психология. Т. 4. – Харьков : Изд. "Гуманитарный Центр", 2004. – 160 с.
19. Левитт С. Д. Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями / С. Д. Левитт, С. Дж. Дабнер. – Москва : ООО "И. Д. Вильямс", 2007. – 288 с.
20. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Д. Льюис. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.
21. Мозг, познание, разум: введение в когнитивные нейронауки : в 2 ч. Ч. 1 / под ред. Б. Баарса, Н. Гейдж ; пер. с англ. под ред. проф. В. В. Шульговского. – Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 541 с.
22. Мозг, познание, разум: введение в когнитивные нейронауки : в 2 ч. Ч. 2 / под ред. Б. Баарса, Н. Гейдж ; пер. с англ. под ред. проф. В. В. Шульговского. – Москва : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014. – 464 с.
23. Пинк Д. Драйв: что на самом деле нас мотивирует / Д. Пинк ; пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2013. – 274 с.
24. Рудык Н. Б. Поведенческие финансы или между страхом и алчностью / Н. Б. Рудык. – Москва : Дело, 2004. – 272 с.

25. Смит В. Экспериментальная экономика (комплекс исследований, по совокупности которых автору присуждена Нобелевская премия) / В. Смит. – Москва : ИРИСЭН ; Мысль, 2008. – 808 с.
26. Солсо Р. Когнитивная психология / Р. Солсо. – 6-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 589 с.
27. Сэйтл С. Нейромания. Как мы теряем разум в эпоху расцвета науки о мозге / С. Сэйтл, С. Лилиенфельд ; [пер. с англ. Ю. В. Рябиной]. – Москва : Изд. "Э", 2016. – 368 с.
28. Талеб Н. Одураченные случайностью. Скрытая роль шанса в бизнесе и жизни / Н. Талеб ; пер. с англ. С. Филина. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 320 с.
29. Талеб Н. Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости / Н. Талеб ; пер. с англ. В. Сонькина, А. Вердичевского, М. Костионовой, О. Попова под ред. М. Тюнькиной. – Москва : КоЛибри, 2009. – 528 с.
30. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Р. Талер. – Москва : Эксмо, 2017. – 577 с.
31. Талер Р. Nudge. Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье / Р. Талер, К. Санстейн ; пер. с англ. Е. Петровой [науч. ред. С. Щербаков]. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 240 с.
32. Шабри К. Невидимая горилла, или история о том, как обманчива наша интуиция / К. Шабри, Д. Саймонс ; пер. с англ. ООО "Пароль". – Москва : Карьера Пресс, 2011. – 384 с.

### **Інформаційні ресурси**

33. Когнитивист. Когнитивный подход, когнитивные методы и технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.cognitivist.ru>.
34. Поведенческая экономика // HR-portal. HR-сообщество и публикации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://hr-portal.ru>.
35. Поведенческая экономика: актуальные проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psyfactor.org/news/psy-conf-5.htm>.

## Зміст

Вступ.....	3
Змістовий модуль 1. Загальні основи економічної поведінки.....	4
Тема 1. Поведінкова економіка в системі економічних наук.....	4
Тема 2. Психофізіологічні основи поведінки та нейроекономіка .....	8
Тема 3. Когнітивні процеси в регуляції поведінки .....	12
Тема 4. Психологія прийняття рішень споживачем.....	18
Тема 5. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності.....	22
Змістовий модуль 2. Експериментальна поведінкова економіка .....	26
Тема 6. Прийняття рішень в умовах ризику.....	26
Тема 7. Точки відліку та фреймінг.....	31
Тема 8. Евристики в прийнятті економічних рішень.....	36
Тема 9. Методи впливу на економічну поведінку .....	40
Тема 10. Соціальні аспекти економічної поведінки.....	44
Рекомендована література.....	48
Основна .....	48
Додаткова .....	48
Інформаційні ресурси .....	50

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

# ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА

**Методичні рекомендації  
до самостійної роботи студентів  
усіх спеціальностей  
другого (магістерського) рівня**

*Самостійне електронне текстове мережеве видання*

Укладач **Ушкальов Володимир Васильович**

Відповідальний за видання *Д. В. Шиян*

Редактор *В. Ю. Степаненко*

Коректор *В. Ю. Степаненко*

План 2019 р. Поз. № 120 ЕВ. Обсяг 52 с.

---

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61166, м. Харків, просп. Науки, 9-А

---

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру  
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*