

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів усіх спеціальностей
другого (магістерського) рівня**

**Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2018**

УДК 330.16(072)

П42

Укладач В. В. Ушкальов

Затверджено на засіданні кафедри економіки підприємства та менеджменту.

Протокол № 6 від 27.12.2017 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Поведінкова економіка [Електронний ресурс] : методичні рекомендації до практичних завдань для студентів усіх спеціальностей другого (магістерського) рівня / уклад. В. В. Ушкальов. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2018. – 49 с.

Викладено основні положення щодо організації та проведення практичних занять з навчальної дисципліни. Наведено питання для проведення семінарських занять та практичні завдання з формування дослідницьких навичок і професійних компетентностей відповідно до програми навчальної дисципліни.

Рекомендовано для студентів магістратури економічних спеціальностей.

УДК 330.16(072)

© Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2018

Вступ

Розвиток суспільних відносин та зростання людського фактору в сучасних економічних системах обумовили необхідність усунення наявних протиріч традиційної економічної теорії, що виникають внаслідок спрощеного розуміння рушійних сил та факторів економічної поведінки. Тривалий час ґрунтуючись на уявленнях про людину, як раціональну істоту, що має максимізувати корисність, у сучасних умовах традиційна економічна теорія вже не в змозі забезпечити достатній рівень достовірності в прогнозах її економічної поведінки, а отже – і в прогнозах динаміки економічних систем, невід'ємною складовою яких виступає економічна поведінка.

Подоланню розриву, що утворився між традиційною економічною теорією та реальною поведінкою економічних агентів, сприяла поява міждисциплінарної галузі знань, що використовує знання та підходи соціальних наук для пояснення і прогнозування економічної поведінки, і яка дістала назву "Поведінкової економіки". Її завдання полягає в уточненні економічних моделей, що обумовлюють реальну поведінку економічних агентів шляхом урахування дії когнітивних, емоційних і соціальних чинників. Це, у свою чергу, обумовлює необхідність формування у фахівця-економіста уявлень про систему чинників економічної поведінки, оволодіння інструментарієм і методологією їх оцінювання, моделювання та прогнозування.

Пріоритетним напрямом і візитною карткою сучасної поведінкової економіки є методологія виявлення системних помилок як самої особи, що приймає рішення, так і помилок тих осіб, чия економічна поведінка прогнозується. Знання чинників і умов, що призводять до характерних когнітивних викривлень, дозволяють побудувати достовірні прогностичні моделі. Також вони дозволяють попередити або використовувати системні помилки людей, тим самим підвищуючи рівень керованості в соціально-економічних процесах.

Можливість передбачити ймовірну появу системних помилок дозволяє завчасно здійснити заходи щодо їх попередження, врахувати наявні закономірності під час прогнозування економічної поведінки різних суб'єктів ринку, і, таким чином, підвищити якість управлінських рішень і 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 викладання навчальної дисципліни формування у студентів 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.

Основними завданнями вивчення дисципліни "Поведінкова економіка" 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.

"Поведінкова економіка" – навчальна дисципліна, що вивчає інструментарій оцінки факторів, які обумовлюють поведінку економічних суб'єктів, та методи її зміни шляхом впливу на процеси прийняття рішень.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми студенти набувають таких компетентностей:

здатність до здійснення оцінювання впливу когнітивних і соціальних чинників на економічну поведінку та врахування їх під час прийняття управлінських рішень;

здатність до розуміння ролі поведінкових факторів в економічних процесах;

здатність до визначення психофізіологічних основ та факторів, що обумовлюють прийняття економічних рішень;

здатність оцінювати вплив когнітивних процесів економічного агента на якість економічних рішень;

здатність оптимізувати процеси прийняття економічних рішень, ураховуючи психологічні особливості суб'єктів діяльності;

здатність обирати адекватні методи формування та корекції мотивації відповідно до специфіки завдання;

здатність урахувувати поведінкові чинники під час прийняття рішень в умовах ризику;

здатність урахувувати закономірності міжчасового вибору та фреймінгу під час прийняття економічних рішень в умовах ризику;

здатність ідентифікувати помилки в когнітивних процесах, що пов'язані з дією евристик;

здатність обирати методи впливу на економічну поведінку суб'єктів і створювати відповідні умови для підвищення ефективності діяльності;

здатність до здійснення оцінювання впливу чинників спільної діяльності на економічну поведінку суб'єктів.

Мета практичних занять полягає в закріпленні теоретичних знань з навчальної дисципліни та формуванні практичних умінь щодо оцінювання, прогнозування, управління процесами прийняття рішень та змінення економічної поведінки суб'єктів у різних сферах бізнесу і менеджменту.

Для забезпечення оптимальних умов щодо засвоєння навчального матеріалу під час практичних занять робота викладача та студентів буде відповідно до вимог, що висуваються цілями дидактичного й дослідницького характеру в контексті формування професійних компетентностей. Структура кожного практичного заняття передбачає семінарську частину, мета якої – актуалізувати теоретичні знання та створити стан готовності до проведення експериментальної дослідницької діяльності, рефлексії й вирішення практичних завдань, та практичну частину – систему вправ, інтерактивної взаємодії, що призначена сформувати вміння та навички у вирішенні типових проблем, пов'язаних з різними аспектами економічної поведінки.

Підготовка до семінарського заняття полягає в самостійному опрацюванні студентами матеріалу лекцій та інших інформаційних джерел з питань семінару, що виносяться на розгляд.

Проведення семінарської частини заняття відбувається шляхом організації дискусії з проблемних питань, де результати виступів й участі в дискутуванні студентів оцінюються викладачем. Останнє також надає викладачу змогу оперативно змінювати акценти в подальших практичних вправах, урахувуючи наявний рівень готовності студентів.

Проведення практичної частини заняття передбачає використання системи різноманітних активних й інтерактивних форм навчання: експериментальні дослідження, тренінгові вправи, ділові ігри, вирішення кейсів

та практичних завдань, рефлексія індивідуальної поведінки, рефлексія когнітивно-емоційних процесів прийняття рішень.

Тренінгові вправи – вид організації навчальної активності, за якого відбувається формування окремих елементів соціально відповідальної поведінки шляхом занурення у спеціально створене середовище навчання. Метою тренінгових вправ є формування навичок взаємодії з конкретними поведінковими феноменами та підвищення індивідуальної ефективності в прийнятті економічних рішень.

Ділова гра-практикум – метод інтерактивного виявлення, формування та закріплення комплексних поведінкових патернів шляхом моделювання практичних ситуацій. Моделювання типових ситуацій дозволяє сформувати досвід і визначити індивідуальні шляхи модифікації поведінки в залежності від отриманих результатів.

Вирішення практичних завдань і кейсів передбачає застосування студентом алгоритмізованих дій для вирішення проблемних ситуацій, що пов'язані з різними аспектами прояву чинників, які обумовлюють економічну поведінку.

Тематика практичних занять з розподілом годин за видами занять

Перелік тем практичних занять відповідає робочій програмі навчальної дисципліни "Поведінкова економіка". Форми організації практичної роботи наведено в табл. 1. Кожне практичне заняття передбачає попередню теоретичну підготовку студентів, що містить опрацювання лекційного матеріалу, допоміжного матеріалу, інтернет-ресурсів і літературних джерел. Логіка опрацювання літературних джерел й інтернет-ресурсів побудована на розширенні та поглибленні теоретичного матеріалу лекцій. Метою їх опрацювання є виявлення й усвідомлення системних зв'язків, практичне застосування методів аналізу й узагальнення інформації, формування системного бачення дії чинників, що обумовлюють прийняття економічних рішень й економічну поведінку в цілому.

Таблиця 1

Перелік тем практичних занять

Назва теми	Теми практичних занять (за модулями)	Кількість годин	Література
1	2	3	4
Змістовий модуль 1. Загальні основи економічної поведінки			
Тема 1. Поведінкова економіка в системі економічних наук	Практичне заняття 1. Обмеження раціональної економічної моделі (модерація)	2	Основна: [1; 2]. Додаткова: [3; 6; 9; 10; 13; 15; 20; 26; 30; 34; 38]
Тема 2. Психофізіологічні основи поведінки та нейроекономіка	Практичне заняття 2. Нейропсихологія економічної поведінки (тренінг-практикум)	2	Основна: [1; 2]. Додаткова: [14; 19; 21; 22; 23; 28; 33; 38]
Тема 3. Когнітивні процеси в регуляції поведінки	Практичне заняття 3. Оцінювання когнітивних процесів (тренінг)	2	Основна: [1; 2]. Додаткова: [5; 7; 14; 15; 19; 20; 27]
Тема 4. Психологія прийняття рішень споживачем	Практичне заняття 4. Динаміка уподобань під час прийняття рішень (практикум)	2	Основна: [1; 2]. Додаткова: [8; 9; 14; 18; 25; 33]
Тема 5. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності	Практичне заняття 5. Оцінка мотиваційних факторів. Колоквіум за модулем 1	2	Основна: [1; 2]. Додаткова: [9; 24; 28; 34]

1	2	3	4
Змістовий модуль 2. Експериментальна поведінкова економіка			
Тема 6. Прийняття рішень в умовах ризику	Практичне заняття 6. Прийняття рішень в умовах ризику (експеримент-практикум)	2	Основна: [1; 2] Додаткова: [7; 9; 10; 14; 16; 18; 29; 33]
Тема 7. Точки відліку та фреймінг	Практичне заняття 7. Точки відліку та фреймінг (експеримент-практикум)	2	Основна: [1; 2] Додаткова: [9; 11; 12; 17; 18; 25; 33; 40]
Тема 8. Евристики в прийнятті економічних рішень	Практичне заняття 8. Евристики у прийнятті рішень (експеримент-практикум)	2	Основна: [1; 2] Додаткова: [8; 9; 15; 16; 20; 26; 33; 36]
Тема 9. Методи впливу на економічну поведінку	Практичне заняття 9. Надж – модифікація економічної поведінки (експеримент-практикум)	2	Основна: [1; 2] Додаткова: [6; 7; 9; 13; 15; 16; 20; 28; 30; 34]
Тема 10. Соціальні аспекти економічної поведінки	Практичне заняття 10. Вплив соціальних факторів. Колоквіум за модулем 2	2	Основна: [1; 2] Додаткова: [3; 10; 11; 14; 26; 28; 34; 37; 38]
Усього		20	

Методичні рекомендації до проведення практичних занять за темами

Змістовий модуль 1 Загальні основи економічної поведінки

Тема 1. Поведінкова економіка в системі економічних наук

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про роль, сутність та місце поведінкової економіки в системі економічних наук; формування умінь ідентифікації порушень раціональності при прийнятті економічних рішень; розвиток критичності мислення, удосконалення навичок рефлексії та самоконтролю когнітивної сфери.

Запитання семінарської частини заняття

1. Відмінності традиційної та поведінкової моделей людини в економіці.
2. Обмеження традиційної та неокласичної моделей людини в економіці.
3. Особливості й ознаки раціональної поведінки.
4. Чинники, що обумовлюють людську ірраціональність.

Література: основна: [1; 2]; додаткова: [3; 6; 9; 10; 13; 15; 20; 26; 30; 34; 38].

Практичні завдання за темою

Завдання 1

1. Надати відповіді на наступні запитання, намагаючись витратити якнайменшу кількість часу на пошук рішення. Граничний час пошуку відповіді на кожне із запитань не повинен перебільшувати 10 секунд. У ході рішення завдань звертайте увагу на усі думки й асоціації, що виникають. Також слід звертати увагу на виникаючі емоції та почуття:

- 1) на двох руках 10 пальців. Скільки пальців на 10 руках?
- 2) блокнот і олівець разом коштують 1.10 \$. Блокнот стоїть на 1.00 \$ дорожче чим олівець. Скільки коштує олівець?
- 3) 5 машин за 5 хвилин виробляють 5 деталей. За скільки хвилин 100 таких же машин вироблять 100 таких же деталей?
- 4) озеро, якщо його не чистити, заростає ряскою, причому заросла поверхня озера подвоюється щодня. Темп заростання озера не змінюється, і за 48 днів воно заростає цілком. За скільки днів озеро заросте наполовину?
- 5) обрати, що для Вас прийнятніше:
 - а) гарантовані 99 доларів (вірогідність 100%);
 - б) 100 доларів з вірогідністю 99%.

2. Після виконання швидкого пошуку рішення, повернутися до запитань ще раз, і, тепер вже у вільному темпі, до кожного з них записати хід рішення письмово. Порівняти початкові варіанти відповідей і відповіді після письмової фіксації рішення. Якщо будуть виявлені відмінності – пояснити їх причини.

3. Зробити висновок про власну раціональність або ірраціональність при рішенні вище приведених завдань й окреслити напрями підвищення якості прийняття рішень.

Методичні рекомендації до виконання завдання 1

Прийняття рішень людиною є складним процесом, що заснований на системній взаємодії внутрішніх та зовнішніх чинників, і який може відбуватися шляхом використання різних когнітивних механізмів. На думку Д. Канемана, у загальному випадку пошук рішення може відбуватися двома шляхами: з опорою на інтуїцію (швидкий пошук прийняттого рішення й низькими вимогами до достовірності) та з опорою на логічні міркування (повільний пошук кращого рішення з високими вимогами до достовірності). Прийняття рішення з опорою на інтуїцію відбувається зі значним скороченням сприйняття та логічних умовиводів. Переважну роль у таких процесах набувають емоційні чинники та чинники, що базуються на минулому досвіді.

Отже, до причин, що призводять до помилкових рішень при швидкому вирішенні завдань, слід віднести дію тих факторів, що призвели до неповноти сприйняття суті кожного із запитань, а також ті фактори, що обумовили "скорочення" значимих для рішення логічних зв'язків.

Для того, щоб зробити висновок про раціональність або ірраціональність поведінки, слід перевірити наявність основних ознак раціональності економічних агентів відповідно до традиційної економічної теорії. У економічних моделях раціональні агенти:

- 1) мають стабільні переваги;
- 2) їх переваги транзитивні (тобто якщо $A > B$ і $B > C$, то $A > C$. Наприклад: якщо купівля квартири привабливіша, ніж купівля автомобіля, а купівля автомобіля привабливіша, ніж купівля комп'ютера, то купівля квартири привабливіша за купівлю комп'ютера);
- 3) завжди точно знають свої інтереси;
- 4) приймають рішення, що максимізують вигоду;
- 5) їх рішення в різні моменти часу погоджені;
- 6) мають імовірнісну модель світу і досконалі рахункові здібності;
- 7) повністю використовують доступну інформацію;
- 8) мають досконале сприйняття і пам'ять;
- 9) (як правило) егоїстичні.

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

Завдання 2

Встановити, які з ознак раціональності порушені у людей в наступних ситуаціях. Назвати категорії поведінкової економіки, у кожній з ситуацій. Результати оформити у вигляді табл. 2.

Таблиця 2

Ознаки раціональності та поведінкові категорії

Ситуація	Порушені ознаки раціональності	Поведінкові категорії, що задіяні
Ситуація 1		
Ситуація 2		
Ситуація 3		
Ситуація 4		
Ситуація 5		
Ситуація 6		

Опис ситуацій:

- 1) продавці товарів і послуг у більшості випадків оцінюють їх вище, ніж покупці;
- 2) люди охоче витрачають час, щоб заощадити 1 грн на пакеті молока – але не на парі туфель;
- 3) працівник радіє надбавці до платні, а потім засмучується, дізнавшись, що колегам додали більше;
- 4) люди, що вирішили кинути палити (чи що вирішили сісти на дієту), пізніше частенько діють врозріз зі своїми рішеннями;
- 5) люди, що вирішили відправитися в дорогий ресторан, більш охоче перенесуть це на пізнішу дату, ніж на більш ранню;
- 6) багато людей, заплативши за обід одну і ту ж суму, переїдають, якщо діє система "Шведський стіл".

Методичні рекомендації до виконання завдання 2

Для визначення порушених ознак раціональності економічних агентів доцільно скористатися переліком ознак із завдання 1.

Для визначення категорій поведінкової економіки, що задіяні у кожній з наведених ситуацій, доцільно мати на увазі, що основними категоріями поведінкової економіки є: відношення, цінність, перевага, вибір.

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

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

В економіці цінність розглядається як порівняльна категорія для оцінки благ. Цінність блага в економіці завжди відносна: не існує абсолютної шкали цінності, за якою можна було б оцінити усі доступні об'єкти – цінність будь-якого з них визначається лише один відносно одного та інших благ, яких людина потребує в конкретній ситуації. Ціна може бути легко виражена в грошовому еквіваленті. На відміну від ціни, цінність – поняття суб'єктивне, яке має внутрішню ієрархію, та яке виражає міру відповідності об'єкта оцінки актуальним потребам суб'єкта.

Для оцінки 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, при цьому є складно вимірюваними на практиці.

Перевага – результат впорядкування наявних альтернатив або об'єктів за критерієм їх 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. При цьому 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.

Завдання 3

Визначити, які з ознак раціональності відсутні у людей в приведених розмірковуваннях та діалогах. Визначити основні цінності, що застосовані суб'єктами. Результати оформити у вигляді табл. 3.

Ознаки раціональності та цінності суб'єктів

Ситуація	Порушені ознаки раціональності	Цінності суб'єктів, що задіяні
Ситуація 1		
Ситуація 2		
Ситуація 3		
Ситуація 4		

Опис ситуацій:

1. На весіллі свідок заявила:

– На жаль, я зовсім не знаю нареченого, і тому я не можу поздоровити наречену. Проте, я дуже добре знаю наречену, і тому не можу поздоровити нареченого.

2. – Ти образилась?

– Ні.

– А сильно?

– Так.

3. Млинці краще вічного кохання. Адже що може бути краще вічного кохання? Звісно, нічого. А млинці – це краще, ніж нічого!

4. – Або зробимо так, як я сказав.

– Або?

– Або як я сказав, так і зробимо.

Методичні рекомендації до виконання завдання 3

Для вирішення завдання доцільно скористатися переліком ознак раціональності економічних агентів, наведеним у методичних рекомендаціях до виконання завдання 1.

Для визначення основних цінностей, що використані людьми як критерії для обрання певної лінії поведінки, слід скористатися переліком цінностей сучасного ділового світу. До основних цінностей, що найчастіше представлені серед суб'єктивних критеріїв людей у сучасному суспільстві, можуть бути віднесені:

1) комфорт;

2) гроші;

3) краса;

4) здоров'я;

5) успіх;

6) любов;

7) азарт;

8) відпочинок;

9) сім'я;

10) діти;

11) взаєморозуміння;

12) довіра;

- | | | |
|---------------------|------------------------|------------------|
| 13) справедливість; | 17) статус; | 21) свобода; |
| 14) справа; | 18) особистісний ріст; | 22) щастя; |
| 15) кар'єра; | 19) професіоналізм; | 23) задоволення; |
| 16) влада; | 20) безпека; | 24) розвиток. |

Тема 2. Психофізіологічні основи поведінки та нейроекономіка

Мета заняття: уточнення уявлень про психофізіологічні основи економічної поведінки та процесів прийняття рішень; закріплення знань про функціонування мозкових структур; формування умінь ідентифікації чинників, що детермінують поведінку; розвиток рефлексії власної діяльності та удосконалення навичок самомоніторингу.

Запитання семінарської частини заняття

1. Основні функції структур мозку та їх взаємодія під час прийняття рішень.
2. Значення знань про фізіологічні основи розумової діяльності для оцінювання й управління економічною поведінкою.
3. Зміст етапів нейроекономічної моделі прийняття рішення та її відмінності від традиційної теорії прийняття рішень.
4. Напрями та перспективи практичного використання нейроекономічних знань.

Література: основна [1; 2]; додаткова [14; 19; 21 – 23; 28; 33; 38].

Практичні завдання за темою

Завдання 4

Виконати інтелектуальне завдання та провести рефлексію чинників, що обумовляють його результат. Інтелектуальне завдання [4] являє собою 16 тестових запитань. Для кожного з них необхідно вказати правильну відповідь, обравши її зі запропонованих.

1. Коли народжуються останні клітини головного мозку?
 - а) до народження;
 - б) у віці 6 років;
 - в) у віці між 18 і 23 роками;
 - г) в дорослому віці.

2. У чоловіків і жінок є природжені відмінності в:

- а) просторовому мисленні;
- б) способі орієнтування;
- в) здатності опустити кришку, виходячи з туалету;
- г) пункти А і Б;
- д) Пункти Б і В.

3. Що з перерахованого не сприятиме поліпшенню діяльності головного мозку в літньому віці?

- а) споживання жирної риби;
- б) регулярне фізичне навантаження;
- в) щоденне вживання одного-двох келихів червоного вина;
- г) щоденне вживання цілої пляшки червоного вина.

4. Яка з перерахованих стратегій є найбільш ефективною для подолання порушення добового ритму організму:

а) прийняти мелатонін наступного дня після прибуття в пункт призначення;

- б) уникати денного світла впродовж декількох діб;
- в) посидіти на сонці увечері в пункті прибуття;
- г) спати при включеному світлі.

5. Головний мозок споживає приблизно стільки ж електрики, як:

- а) лампочка в холодильнику;
- б) ноутбук;
- в) машина на холостому ході;
- г) машина, що мчить на великій швидкості.

6. Ваш друг лоскоче ваш живіт. Ви можете зменшити відчуття лоскоти...

- а) поклавши свої руки на його і повторюючи усі рухи;
- б) кусаючи кісточки пальців;
- в) лоскочучи його у відповідь;
- г) випивши склянку води.

7. Який з наступних видів діяльності, швидше за все, підвищить ваші успіхи в школі?

- а) прослуховування класичної музики уві сні;
- б) прослуховування класичної музики під час занять;
- в) навчання в дитинстві грі на музичному інструменті;
- г) змінні заняття та ігри на комп'ютері;
- д) обидва: В і Г.

8. До чого з перерахованого, швидше за все, не приведе удар по голові?

- а) втрата свідомості;
- б) втрата пам'яті;
- в) відновлення пам'яті після амнезії;
- г) зміна особистості.

9. У шумній кімнаті ви говорите з другом по мобільному телефону.

Щоб чути краще, вам слід:

- а) говорити голосніше;
- б) закрити одне вухо і слухати іншим;
- в) закривати вухо в той час, коли ви говорите;
- г) прикривати мікрофон слухавки, коли ви слухаєте співрозмовника.

10. Що з перерахованого допоможе зняти занепокоєння?

- а) антидепресанти;
- б) фізичне навантаження;
- в) поведінкова терапія;
- г) все разом.

11. Що з перерахованого є для мозку найскладнішим завданням?

- а) ділення в стовпчик;
- б) розглядання фотографій;
- в) гра в шахи;
- г) сон.

12. Сліпі люди краще, ніж зрячі, можуть:

- а) розрізняти слова;
- б) чути звуки;
- в) запам'ятовувати історії;
- г) дресирувати собак.

13. Ваша мама поліпшила роботу вашого мозку, сказавши вам:

- а) "вимкни класичну музику!";
- б) "йди на вулицю і пограй";
- в) "пограй на музичному інструменті";
- г) усе, вище перелічене.

14. У якому віці пам'ять людини починає слабшати?

- а) у віці від 30 до 40 років;
- б) у віці від 40 до 50 років;
- в) у віці від 50 до 60 років;
- г) у віці від 60 до 70 років.

15. Скільки відсотків об'єму свого головного мозку ми використовуємо?

- а) 10%;
- б) 5% під час сну і 20% під час пильнування;
- в) 100%;
- г) коливається в залежності від інтелекту.

16. Коли мозок Ейнштейна порівняли з мозком середньої людини, виявилось, що...

- а) він був більшим;
- б) різниця в розмірі була непомітна;
- в) у ньому було більше звивин;
- г) у нього була додаткова частина.

Описати послідовність (чи механізм, принципи) своїх дій у процесі виконання інтелектуального завдання. Проаналізувати, які ситуативні чинники впливали на працездатність мозку та кінцевий результат. Визначити характер впливу чинників (позитивний чи негативний, сильний чи слабкий), а також навести можливі дії щодо оптимізації впливу чинника (дії щодо посилення чи послаблення впливу чинника). Результати аналізу та висновки занести в таблицю (табл. 4).

Таблиця 4

Чинники ситуативного поліпшення роботи мозку

№ з/п	Чинник	Характер впливу	Оперативні дії з оптимізації впливу чинника

Методичні рекомендації до виконання завдання 4

Результат виконання інтелектуального завдання значною мірою обумовлюється роботою зон мозку, що забезпечують ефективне функціонування таких процесів, як сприйняття, пам'ять, мислення, увага. Відповідно, аналіз впливу чинників доцільно розпочати з ідентифікації усього того, що впливало на ці процеси упродовж виконання завдання. При цьому

доцільно виділяти чинники зовнішнього середовища (зміни контексту) та внутрішні чинники (події, що обумовлені власною активністю та поведінкою).

Управління чинниками зовнішнього середовища полягає в: їх виключенні (елімінації), зміні інтенсивності чи знятті/зменшенні наявних для них обмежень.

Внутрішні чинники можуть підлягати прямому чи непрямому впливу. Зміна дії внутрішніх чинників можлива або завдяки залученню додаткових зовнішніх джерел, або за умови реорганізації внутрішніх (когнітивних) процесів.

Завдання 5

Визначити фактори, що зумовлюють наявність у поведінці наступних поведінкових проявів (табл. 5). Відповідь занести до таблиці.

Таблиця 5

Фактори, що обумовлюють поведінку

№ з/п	Поведінковий прояв	Гормональний вплив	Генетичний вплив
1.	Альтруїзм		
2.	Агресія		
3.	Больова чутливість		
4.	Жага пригод		
5.	Інтелект		
6.	Мужність		
7.	Політичні уподобання		
8.	Постійність у почуттях		
9.	Радість		
10.	Щастя		

Методичні рекомендації до виконання завдання 5

Оскільки матеріальним субстратом психічної діяльності є мозок, то притаманні йому системи регуляції (гормональна та генетична) також впливають і на поведінку людини. Гормональна регуляція відбувається шляхом підсилення поведінкових проявів (за умови підвищення синтезу певного виду гормонів), чи їх послаблення (за умови зменшення синтезу).

Програми регуляції поведінки, що містяться в генах, обумовлюють наявність стійких поведінкових проявів чи властивостей. Їх дія може

посилюватися чи послаблятися під впливом інших систем регуляції поведінки: гормональної, соціальної, емоційної, вольової.

Завдання 6

Зробити опис поведінки односторонника в ситуації необхідності швидкої відповіді на незвичне запитання. Виділити стереотипи в реагуванні. Обрати будь-який з виявлених стереотипів та здійснити його причинний аналіз за алгоритмом, запропонованим Н. Тінбергеном. Зробити висновки щодо причин виникнення та функціонування стереотипу.

Методичні рекомендації до виконання завдання 6

Причинний аналіз передбачає з'ясування взаємозв'язків між поведінковими реакціями, що досліджуються, та подіями, що передували їм у часі. При цьому основним завданням вважається відокремлення випадкових послідовностей та одночасностей подій від систематичних, що утворюють структуру причинно-наслідкових зв'язків, яка й обумовлює дію. До етапів причинного аналізу поведінки за Н. Тінбергеном належать:

- визначення адаптивної функції, тобто того, як поведінковий акт впливає на здатність живого організму адаптуватися;
- з'ясування причини, яка запускає поведінковий акт;
- аналіз розвитку в онтогенезі: як поведінка змінюється в процесі індивідуального розвитку, і який попередній досвід передував появі поведінки;
- аналіз еволюції розвитку: відмінностей та ідентичності схожих поведінкових актів у споріднених видів, і того, як ці поведінкові акти могли виникнути і розвиватися в процесі філогенезу (розвитку виду).

Тема 3. Когнітивні процеси в регуляції поведінки

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про фізіологічні основи функціонування свідомості та чинники, що обумовлюють поведінку; формування умінь та навичок причинного аналізу; розвиток здатності до системного сприйняття поведінкових чинників у процесах прийняття рішень.

Запитання семінарської частини заняття

1. Основні когнітивні процеси у прийнятті рішень.
2. Мозкові структури та когнітивні функції.
3. Системи регуляції поведінки людини.

4. Співвідношення біологічних і соціальних систем регуляції поведінки.
5. Обмеження когнітивних процесів та заходи щодо їх подолання.
6. Спадкові чинники та гормональна регуляція поведінки.

Література: основна [1; 2]; додаткова [5; 7; 14; 15; 19; 20; 27].

Практичні завдання за темою

Завдання 7

Ідентифікувати когнітивні викривлення, що мають місце у наведених ситуаціях (табл. 6). Визначити адаптивну функцію кожного з ідентифікованих когнітивних ефектів. Запропонувати дії щодо подолання когнітивного викривлення та які б підвищували ефективність дій.

Таблиця 6

Когнітивні викривлення процесів сприйняття

№ з/п	Опис ситуації	Вид когнітивного викривлення	Адаптивна функція	Дії з подолання
1.	Перші весняні сонячні дні здаються більш яскравими, аніж наступні			
2.	Економісти більше переймаються показниками проекту, аніж його інноваційністю			
3.	Неможливість досконало вивчити іноземну мову за місяць			
4.	Труднощі з вибором що краще: купити авто чи відпочити в Єгипті			
5.	Люди схильні їсти більше, якщо порції їжі більші			
6.	Труднощі з пригадуванням матеріалу лекції, якщо при їх відвідуванні фокусуватися на комунікації з одногрупниками			
7.	Очікування кризи завжди закінчується її настанням			
8.	Віра у те, що можна домогтися тих самих результатів, що й відомий земляк			
9.	Самостійно зроблене цінується вище, аніж таке саме, зроблене іншими			
10.	Склянка, наполовину повна, завжди й наполовину порожня			
11.	Тенденція до введення старого паролю, що тривалий час використовувався			

Методичні рекомендації до виконання завдання 7

Когнітивні викривлення, що властиві процесу сприйняття, є достатньо чисельними, мають свої особливості прояву та 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.

Кожний із зазначених ефектів, незважаючи на хибне представлення інформації у свідомості людини, виконує адаптивну функцію, дозволяючи людині спростити реагування в 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 8

Найпоширеніші когнітивні викривлення, що притаманні процесам пам'яті – це ефект фон Ресторффа та викривлення у сприйнятті зробленого вибору. Визначити адаптивні функції цих ефектів і запропонувати дії щодо їх використання для підвищення ефективності процесу навчання.

Методичні рекомендації до виконання завдання 8

Ефект фон Ресторффа проявляється як схильність людей краще запам'ятовувати об'єкти, що значно відрізняються від інших. Позитивним наслідком цього ефекту є краще запам'ятовування певної інформації. Тож підвищення ефективності процесу навчання має бути здійснене з використанням цієї особливості.

Викривлення у сприйнятті зробленого вибору – тенденція пам'ятати свої вибори як правильніші, ніж вони були насправді. Отже, цільовим орієнтиром впливу даного ефекту є самооцінка людини.

Враховуючи те, що помилкові дії викликають негативні емоції та збільшують тривожність, даний ефект дозволяє людині більш спокійно ставитися до власних помилок. Отже, використання ефекту має бути спрямоване на закріплення стану, відношення та настрою відповідно до тих елементів навчання, які не повинні розглядатися як помилкові.

Тема 4. Психологія прийняття рішень споживачем

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про особливості та закономірності, що притаманні процесу прийняття рішень споживачем; формування умінь ідентифікації чинників, що обумовлюють поведінку споживача, та навичок застосування моделей споживацької поведінки; розвиток здатності до прогнозування систематичних помилок у поведінці споживача.

Запитання семінарської частини заняття

1. Чинники, що обумовлюють динаміку уподобань.
2. Основні моделі споживацької поведінки.
3. Теоретичні постулати, на яких базується модель квазігіперболічного дисконтування.
4. Когнітивні викривлення, що характерні для поведінки споживача.

Література: основна [1; 2]; додаткова [8; 9; 14; 18; 25; 33].

Практичні завдання за темою

Завдання 9

Визначити, чи існують певні тенденції в суб'єктивному сприйнятті ваги та розміру монет. Для вирішення завдання скористуватися методом кореляційного аналізу.

1. На аркуші нерозлінованого паперу намалювати по пам'яті кола з діаметром, рівним діаметру монет номіналом : 1 коп, 2 коп, 5 коп, 10 коп, 25 коп, 50 коп і монети 1 грн.

2. За допомогою лінійки виміряти діаметр кожного кола. Отримані дані занести до табл. 7.

3. Порівняти з реальними значеннями діаметра та ваги. Зробити висновок про наявні тенденції суб'єктивного сприйняття розміру монет на основі розрахунку вибіркового коефіцієнту рангової кореляції Спірмена.

Таблиця 7

Оцінка суб'єктивного сприйняття діаметра монет

Номінал	Суб'єктивна оцінка (СО), мм	Реальний розмір (РР), мм	Ранг СО	Ранг РР	Різниця рангів, d	Квадрат різниці рангів, d ²
1 коп						
2 коп						
5 коп						
10 коп						
25 коп						
50 коп						
1 грн						

4. Аналогічно провести аналіз тенденцій суб'єктивного сприйняття монет: для цього поряд з кожним намальованим колом записати передбачувану вагу монети. Результати вимірів та розрахунків занести до таблиці (табл. 8). Зробити висновок.

Таблиця 8

Оцінка суб'єктивного сприйняття ваги монет

Номінал	Суб'єктивна оцінка (СО), г	Реальна маса (РР), г	Ранг СО	Ранг РР	Різниця рангів, d	Квадрат різниці рангів, d ²
1 коп						
2 коп						
5 коп						
10 коп						
25 коп						
50 коп						
1 грн						

Методичні рекомендації до виконання завдання 9

Встановити суб'єктивні залежності, що існують у сприйнятті, можливо шляхом використання методів статистичного аналізу. Найбільш доступним з яких є кореляційний аналіз.

Кореляція між двома ознаками досліджується шляхом перевірки двох гіпотез. Гіпотези, що перевіряються:

H_0 (нульова): кореляція між показниками не відрізняється від нуля.

H_1 (альтернативна): кореляція між показниками статистично значимо відрізняється від нуля (змінні взаємозв'язані).

Для перевірки сформульованих гіпотез необхідно:

1. Провести ранжирування досліджуваних змінних (в даному випадку – суб'єктивної оцінки та реальних значень показника).

2. Знайти різницю рангів для кожного з вимірів (d), та отримати квадрат її значення (d^2).

3. Визначити коефіцієнт рангової кореляції Спірмена, що характеризує силу зв'язку між змінними, який розраховується за формулою:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum (d^2)}{N(N^2 - 1)}$$

де d – різниця між рангами двох змінних для кожного випадку;

N – кількість значень, що ранжуються.

4. Для розрахованого коефіцієнту перевірити рівень значущості. Рівень значущості – це вірогідність того, що припущені гіпотезою відмінності є істотними, а вони насправді випадкові.

Правило відхилення H_0 і прийняття H_1

Якщо емпіричне значення критерію дорівнює критичному значенню, відповідному рівню достовірності $p < 0,05$ або перевищує його, то H_0 відхиляється. Якщо емпіричне значення критерію дорівнює критичному значенню, відповідному $p < 0,01$ або перевищує його, то H_0 відхиляється і приймається H_1 .

Значення вибіркового коефіцієнта кореляції рангів, як правило, беруться зі статистичних таблиць, які містять граничні значення для рівнів достовірності $p < 0,05$ та $p < 0,01$ через різну кількість досліджуваних випадків.

Для кількості випадків $N = 7$ критичні значення вибіркового коефіцієнта кореляції рангів становлять: $p_{0,05} = 0,78$; $p_{0,01} = 0,94$.

Завдання 10. Ментальна бухгалтерія

Здійснити прогноз поведінки людини (вибір найбільш ймовірного варіанту) в наступних ситуаціях. Пояснити зроблений вибір з позицій концепції "ментальної бухгалтерії":

1. У якому випадку людина більш імовірно придбає квиток на спектакль, що коштує $x\$$:

- а) якщо перед цим у неї був такий квиток – але вона його загубила;
- б) якщо квитка у неї не було, але перед цим вона втратила $x\$$?

2. Пояснити, чому більшості людей подобаються подарунки у вигляді гаджетів, подорожей, одягу, дорогого вина?

3. Яка зі стратегій залучення клієнтів є більш ефективною:

а) робити для клієнта велику кількість невеликих послуг та подарунків;

б) зробити для клієнта коштовний подарунок або безплатно надати ексклюзивну послугу?

4. Фірма вирішує актуальне питання "Як підвищити ефективність розпродажів?" Попередні дослідження дозволили сформувати 3 можливі варіанти розпродажів, які доцільно запропонувати споживачам:

1) "два за ціною одного";

2) "-50 % від звичайної ціни";

3) "кожному покупцеві – подарунок" (у вигляді іншого доповнюючого товару, наприклад, до тюбика зубної пасти – безкоштовна щітка).

Вказати, яка з наведених форм розпродажу буде найбільш ефективною.

Методичні рекомендації до виконання завдання 10

"Ментальний облік" – це набір когнітивних операцій, які індивіди й домогосподарства використовують для кодування, класифікації й оцінки своїх фінансових транзакцій. Залежно від того, до якої ментальної категорії людина відносить свої витрати, одна й та ж сума грошей може розцінюватися людиною по-різному. Тож для вирішення завдання необхідно визначити, до яких ментальних категорій людиною будуть занесені втрачені гроші або отримані надходження (подарунки). Акумуляування подій за певною ментальною категорією призводить до зміни переваг. Значна кількість невеликих надходжень переважає ефект від одного надходження, але великого за розміром.

Завдання 11. Ефекти споживацького вибору

Виходячи зі знання закономірностей, що притаманні ефектам споживацького вибору, запропонуйте ефективну лінію поведінки у кожній із запропонованих ситуацій.

1. Літнім спекотним днем двоє друзів знаходяться на пляжі і їм дуже хочеться пити. Один пропонує іншому сходити за холодним напоєм для обох. Купити його ймовірно можливо тільки у двох місцях: у маленькому супермаркеті неподалік або в п'ятизірковому готелі. Він запитує, за яку ціну купити? Яка ціна буде занадто високою, щоб відмовитися від напою?

2. Почуття дефіциту може стимулювати людину до купівлі. Запропонувати варіанти формування суб'єктивного відчуття дефіциту за кожним з чотирьох традиційних напрямів його створення для товарів: калькулятор, чашка кави, автомобіль.

лімітація кількості екземплярів (наприклад, обмежений наклад);
великий попит (конкуренція);
ліміт часу;
ексклюзивність.

3. Не менш дієвим методом продажів є використання ефекту контрасту. Запропонувати використання ефекту контрасту для продуктів з п. 2.

Методичні рекомендації до виконання завдання 11

До поширених ефектів споживацького вибору належать: суб'єктивна цінність транзакції в залежності від контексту, ефект дефіциту, ефект контрасту.

Залежно від контексту, одна і та ж ціна може здатися "вигідною", а може і "високою". Місця продажу, що характеризуються як "високо престижні" підіймають рівень "допустимої ціни" до більш високого.

Почуття, що продукт складно дістати, можна викликати з допомогою:
лімітації кількості екземплярів (наприклад, обмежений наклад);
великого попиту (конкуренція);

ліміту часу (розпродаж товарів за зниженими цінами або розпродаж знижених в ціні товарів). Якщо продукти доступні впродовж обмеженого часу, наприклад, у рамках акції, яка триває до певної дати, це також підвищує їх цінність для покупця;

ексклюзивності (у разі обмеження цільової групи): ексклюзивні продукти, які пропонують тільки певній групі клієнтів або членам якогось клубу, здаються через таке "обмеження" привабливішими.

Демонстрація клієнту дорогих товарів на фоні дешевих – підвищить їх суб'єктивну цінність. І навпаки, після звертання уваги покупця на дорогий товар, товари з меншою ціною будуть вважатися більш прийнятними.

Тема 5. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про види та форми детермінації поведінки; формування умінь ідентифікації мотиваторів й оцінки впливу чинників внутрішньої мотивації та підтримки діяльності; розвиток здатності до управління активністю.

Запитання семінарської частини заняття

1. Мотивація в системі чинників детермінації активності людини.
2. Зміна джерел активності як чинник зміни індивідуальних переваг.
3. Ефекти та закономірності мотивації.
4. Методи управління чинниками, що детермінують активність людини.
5. Практичні аспекти моделей людської активності в прогнозуванні та поясненні економічної поведінки.

Література: основна [1; 2]; додаткова [9; 24; 28; 34].

Практичні завдання за темою

Завдання 12

Визначити основні чинники мотивації претендента на посаду. Назвати теорії мотивації, що можуть бути використані для пояснення його поведінки.

На підприємстві створюється проектна група з розробки нового продукту, який повинен якісно змінити положення на ринку. Служба з персоналу залучена до пошуку кращого кандидата на посаду керівника проекту. Основна робота, яку він має виконувати, полягає в оперативній оцінці конструкторської документації й наступної координації дій трьох підвідділів конструкторського бюро. Претендент на посаду в ході співбесіди відзначив наступне:

– Я більше 15 років працюю на підприємстві, знаю специфіку кожного підрозділу і достатньо компетентний, щоб помітити помилки у виконуваний роботі. У той же час, маю достатній авторитет у цих підрозділах, щоб не дозволити їм серйозну справу перетворити в арену для суперництва. Знаю, що там працюють розумні молоді хлопці, з якими можна знайти спільну

мову. За останній час ситуація з дисципліною, звичайно, сильно погіршилася, але, система преміювання за кінцевим результатом, думаю, зробить свою справу. До того ж, час, відведений на розробку, достатньо обмежений, і це можна використати як вагомий аргумент для припинення неконструктивних комунікацій.

Методичні рекомендації до виконання завдання 12

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 при цьому буде характеризувати рівень актуальності його для людини. Основні теорії мотивації та притаманні їм мотиваційні чинники наведено в табл. 9.

Таблиця 9

Теорії мотивації та мотиваційні чинники

Назва теорії	Мотиваційні чинники
Теорія "Х" Д. Макгрегора	Матеріальна вигода
Теорія "У" Д. Макгрегора	Соціальні стосунки
Теорія Ф. Герцберга	Трудові: відповідальність, почуття виконаного завдання, досягнення мети і почуття свого професійного вдосконалення. Гігієнічні (чинники, що викликають незадоволення): недостатня заробітна плата, погані умови праці, напружені стосунки, обмеження свободи
Теорія А. Маслоу	Потреби: 1) фізіологічні; 2) у безпеці; 3) соціальні; 4) у повазі та визнанні; 5) в самоактуалізації.
Теорія Д. МакКлеланда	1. Потреба у владі. 2. Потреба в афіліації (приємних стосунках, розумінні, прихильності. 3. Успіх.
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, та внеском і винагородою інших людей
Теорія характеристик роботи Д. Р. Хакмана	Різноманіття, значимість, завершеність, автономність, зворотний зв'язок

Завдання 13

Окреслити коло засобів, що можуть бути застосовані для мотивації співробітника (із завдання 12) у майбутньому.

Методичні рекомендації до виконання завдання 13

Для створення ефективної мотиваційної програми мотивації співробітника використовуються результати мотиваційного аналізу. На основі чинників, що мають найбільшу частоту представленості у досліджуваного, визначаються відповідні їм стимули й заходи, що дозволяють мотивувати працівника. Відповідність деяких стимулів виявленим мотивам представлена в табл. 10.

Таблиця 10

Відповідність стимулів мотивам працівника

Мотив	Стимули
Фізіологічні потреби	Підвищення заробітної плати, відрядна оплата праці, надбавки до заробітної плати. Премії, матеріальна допомога, участь в прибутках. Надання пільгового кредиту. Оплата транспорту, медичних послуг, занять фізкультурою та спортом, клубних витрат
Соціальні стосунки	Спілкування на робочому місці, участь в управлінні, демократичний стиль керівництва, справедливість у встановленні норм виробітку, розподіл робіт, оцінок і винагороди. Рівні можливості – рівність шансів. Єдиний статус працівників. Дотримання техніки безпеки
Мотиви самоактуалізації: самовираження, допитливість, творчість, розвиток	Надання роботи за покликанням. Підвищення творчого характеру праці. Надання широких можливостей для навчання, оволодіння новими знаннями. Премії за новаторство, відкриття, винахід
Влада. Повага та визнання	Надання керівної роботи. Персональні блага: автомобіль, секретар тощо. Участь в ухваленні рішень. Просування службовими сходами
Успіх	Значимі цілі та ресурси для їх досягнення. Автономність
Матеріальна вигода	Чітка постановка цілей, значимий розмір матеріальної винагороди, контроль виконання завдання

Завдання 14

Подякувати будь-кому зі студентів навчальної групи за досягнуті результати на практичному занятті, використовуючи мотиваційний інструмент "Однохвилинна подяка".

Методичні рекомендації до виконання завдання 14

Для забезпечення ефективності мотиваційного впливу може бути використаний мотиваційний інструмент "Однохвилинна подяка". Цей інструмент використовується для підкріплення успішних дій та підвищення мотивації у завданнях поточної діяльності. Ключове правило: "Хвалити відразу за досягнутий результат". Сама подяка будується та висловлюється в такій послідовності:

1. Сказати, що збираєтеся висловити свою думку про роботу людини.
2. Сказати конкретно про те, що зроблено нею правильно.
3. Сказати про значущість зробленого.
4. Виразити упевненість в подальших успіхах.

Змістовий модуль 2

Експериментальна поведінкова економіка

Тема 6. Прийняття рішень в умовах ризику

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про особливості та закономірності поведінки людей в умовах ризику; формування умінь ідентифікації систематичних помилок під час оцінки ризику; формування умінь щодо зменшення ризику та невизначеності при прийнятті рішень; розвиток критичного мислення та навичок самоконтролю.

Запитання семінарської частини заняття

1. Ризик і невизначеність у контексті прийняття рішень.
2. Обмеження теорії прийняття рішень Неймана-Моргенштерна.
3. Фактори нетранзитивності переваг в умовах ризику.
4. Парадокс Елсберга.
5. Парадокс Алле з точки зору Теорії перспектив Канемана-Тверські.

Література: основна [1; 2]; додаткова [7; 9; 10; 14; 16; 18; 29; 33].

Практичні завдання за темою

Завдання 15

Дати відповіді на запитання, що наведені в табл. 11 в колонці "Експеримент". Пояснити їх з точки зору теорії представлених ефектів ризикованого вибору. Визначити умови, необхідні для прояву ефектів.

Ефекти ризикованого вибору

Назва ефекту	Експеримент	Умови виникнення
1	2	3
1. Переоцінка вірогідності окремих випадків	Що ймовірніше: а) студент МЕО грає в баскетбол; б) студент МЕО, що грає в баскетбол і знає іноземну мову	
2. Віра в тотожність репрезентації локальних подій	Яка послідовність народження дітей здається вірогіднішою: а) ДХХХДД; б) ДДДХХХ	
3. Ігнорування об'єктивної інформації про частоту подій	Вірогідність чого здається більш високою: а) команда-аутсайдер, вигравши три гри поспіль, програє наступну; б) виграє четверту	
4. Нерегресивне прогнозування (відхилення від середнього)	Яка з гіпотез здається правдоподібнішою: а) незвично жарке літо – це ознака глобального потепління; б) незвично жарке літо – ознака того, що наступне буде холоднішим	
5. Ефект якоріння	Якою буде товщина аркуша паперу, якщо його скласти 100 разів навпіл?	
6. Ефект нав'язаного вибору	Оцініть вірогідність того, чи зробите Ви покупку: а) зібралися купити собі пакет кефіру, але термін придатності на пакеті учора закінчився; б) Вас попросили купити кефір для дитини, але термін придатності на пакеті учора закінчився	
7. Інерційний ефект	Хто з тварин має більшу швидкість: а) лев; б) левиця	
8. Ефект надмірної упевненості після ухвалення рішення	Оцініть вірогідність, наскільки правильним було Ваше останнє рішення про: а) купівлю телефону; б) купівлю продуктів	
9. Ефект відрази до втрат	а) отримати 100 тис. б) з шансами 50:50 виграти 200 тис.	
10. Ефект початкового багатства	а) Ви виграли 30 доларів. Можете забрати їх або з вірогідністю 50/50 виграти ще 9 або програти 9. б) З вірогідністю 50:50 можете виграти 39 доларів або 21, або не грати зовсім й отримати 30	
11. Ефект відображення	Що краще: а) 1 шанс з тисячі виграти 5000 або б) отримати 5; в) 1 шанс з тисячі втратити 5000 чи г) втратити 5	
12. Ефект достовірності	Який варіант лотереї здається привабливішим: а) 10 доларів з вірогідністю 99%; б) 20 доларів з вірогідністю 49%?	
13. Ефект цільового підношення	Віспа є одним з серйозних захворювань. Від чого людей помирає більше: а) від віспи; б) від щеплень від віспи	

1	2	3
14. Ефект підношення ризикованого вибору	Що краще: а) інвестувати в підприємство 200 000 і гарантовано втратити 100 000; б) інвестувати в підприємство 300 000 і 50% шансом повернути 200 000	
15. Ефект ретроспективного спотворення	Де у людини більше шансів проявити себе: а) у справі, якою вона вже займається; б) у справі, якою вона ще не займається	
16. Ефект наростання прихильності	Який варіант здається найбільш вірогідним для людини, що купила бракований товар: а) витратити таку ж суму, щоб покращити настрій, купивши собі інший; б) витратити таку ж суму на тяжбу в суді	

Методичні рекомендації до виконання завдання 15

Ефекти ризикованого вибору виникають унаслідок недосконалості розрахункових здібностей людини, неповноти інформації для прийняття раціонального рішення й обумовлені певними ситуативними чинниками, які можливо визначити з огляду на сутність кожного ефекту (табл. 12).

Таблиця 12

Сутність ефектів ризикованого вибору

Назва ефекту	Суть 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 в 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 значима інформація
5. Ефект якоріння	Вплив безпосередньо передуючих або одночасних подій на результат
6. Ефект нав'язаного вибору	Зниження схильності до ризику при нав'язаному виборі 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 прийнятих рішень і занижувати вірогідність неправильних. У важких завданнях – упевненість більша
9. Ефект відрази до втрат	Відраза до ризику при значних сумах доходу

1	2
10. Ефект початкового багатства	Чим більше багатство – тим схильність до ризику вища
11. Ефект відображення	Уникнення ризику при потенційних виграшах, прийняття – при програшах
12. Ефект достовірності	Тенденція здійснювати Вибір на користь достовірнішого варіанту
13. Ефект цільового підношення	Більше значення надається інформації, представленій негативно
14. Ефект підношення ризикованого вибору	Схильність до ризику при акценті на втратах
15. Ефект ретроспективного спотворення	Тенденція оцінювати результат подій як більше неминучий після того, як воно сталося.
16. Ефект наростання прихильності	Продовження невдалих дій у силу небажання визнати втрату раніше вкладених коштів

Завдання 16

Встановити, які з ефектів ризикованого вибору представлені в наступних ситуаціях. Аргументувати своє рішення.

1. Почувши зі ЗМІ інформацію про погіршення економічної ситуації, більшість людей переглядають своє ставлення до узятих кредитів.

2. Прагнення "золотої молоді" (дітей із заможних сімей) до екстремальних розваг: нічним перегонам на автомобілях міськими вулицями.

3. Інформація про недорогі готелі привертає увагу відпочивальників частіше, ніж інформація про дешеві.

4. Більшість людей не схильна різко розривати стосунки з людиною, навіть якщо повністю розчарувалися в партнерові.

Методичні рекомендації до виконання завдання 16

Для виконання завдання скористатися методичними рекомендаціями до виконання завдання 15.

Тема 7. Точки відліку та фреймінг

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про вплив контексту на прийняття рішень; формування уявлень про механізми дії точки відліку та фреймінгу; оволодіння уміннями використання лінгвістичних фреймів для зміни ставлення та корекції переконань; розвиток сенсорної чутливості до факторів контексту.

Запитання семінарської частини заняття

1. Точка відліку як елемент системи суб'єктивного оцінювання.
2. Основні теоретичні постулати, на яких базується модель впливу через лінгвістичні фрейми.
3. Механізм дії нелінгвістичних фреймів й особливості їх впливу на процес прийняття рішення.
4. Засоби протидії впливу точок відліку та фреймінгу.

Література: основна [1; 2]; додаткова [9; 11; 12; 17; 18; 25; 33; 40].

Практичні завдання за темою

Завдання 17

Визначити, який саме "фокус мови" було використано у кожній з представлених ситуацій під час діалогу у відповідь на проблемне висловлювання? Результати занести до табл. 13.

Таблиця 13

"Фокуси мови" як відповідь на проблемні висловлювання

Проблемне висловлювання	Відповідь	"Фокус мови", що застосовано
1	2	3
1. – Цей звіт містить масу помилок!	– Так, мені він здається схожим на швейцарський сир. І ось адже, дивні люди швейцарці: у них чим діри більше – тим сир дорожчий!	
2. – У цьому завданні розрахунки виконані неправильно	– Ви праві, виконання цього завдання швидше сприяло розвитку завзятості і витривалості, чим умінню виконувати арифметичні дії	
3. – У цьому завданні розрахунки виконані неправильно	– Мені здається, арифметика, безумовно важлива, але розуміння суті методу – набагато важливіше	
4. – У цьому завданні розрахунки виконані неправильно	– Цікаво, чи були ще люди, які також неправильно виконали розрахунки?	
5. – Ви сьогодні абсолютно не готові!	– Чи не здається Вам це твердження надто поспішним і малообґрунтованим?	
6. – Ваш рівень знань дуже низький!	– У Таїланді з таким рівнем знань цілком можна бути професором	

1	2	3
7. – Ви не підготували домашнє завдання!	– Я завжди турбуюся за якість результату і не можу здати завдання, що не повною мірою відповідає стандартам	
8. – Якщо і далі займатиметеся цією нісенітницею – з цього нічого хорошого не вийде	– Так, але ж тільки повторення дій і докладання зусиль дозволяють людині розвиватися, стати особистістю та досягти успіху	
9. – Ви дуже неухажні	– Іноді концентрація уваги мене, дійсно, підводить, і я починаю здаватися неухажним	
10. – Ви нічому не здатні навчитися!	– Цікаво, чи здатне це твердження мене хоч чомусь навчити?	
11. – Ви постійно спізнюєтесь!	– А мені здавалося, що я завжди устигаю вислухати Ваші зауваження	
12. – Ця робота нікуди не годиться	– Ви хочете сказати, що жодну з її частин вже неможливо зробити краще?	
13. – Виконане Вами завдання нікуди не годиться	– Так, система завдань для підготовки фахівців явно недосконала і потребує змін	
14. – Ця робота нікуди не годиться	– Яким чином Ви дійшли до такого категоричного висновку?	

Методичні рекомендації до виконання завдання 17

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. Для ідентифікації "фокусів мови" доцільно скористатися визначенням сутності кожного з них:

1. Аналогія – пошук взаємозв'язку, який був би подібний заявленою в проблемі, але при цьому ставила б під сумнів (чи зміцнювала) 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 використаний у переконанні.

4. Зміна розміру фрейму – зміна розміру контексту, в якому розглядається проблема.
5. Метафрейм – створення переконання відносно 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, який стоїть за поведінкою, що описується.
8. Наслідки – перемикання уваги на ефект від наявного переконання.
9. Перевизначення – заміна ключового слова іншим, яке має дещо інше значення.
10. Застосування до себе – оцінка самого формулювання переконання через критерії цього переконання.
11. Протилежний приклад – пошук виключення 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 включення даної проблеми в систему, що її, включає.
14. Стратегія реальності – перемикання уваги з переконання на сам процес його виникнення.

Завдання 18

Сформулювати обмежуюче переконання з наступною структурою: "Моя здатність "X" означає(чи є причиною) невдачі у сфері "Y"". Конструктивно переформулювати отримане твердження за допомогою 14-ти мовних патернів "фокусів мови", відповівши на запропоновані питання. Зробити висновок щодо того, як змінювалось ставлення до проблемного висловлювання в процесі переформулювання.

1. Намір: Яка позитивна мета або намір цього переконання?

2. Перевизначення: Яким словом можна замінити одне з використаних у формулюванні цього переконання, щоб зберегти сенс висловлювання, але наділити його новим позитивним підтекстом?

3. Наслідки: До якого позитивного результату може привести це переконання або визначуваний ним взаємозв'язок?

4. Розділення: Які менші елементи або складові знаходяться в цьому переконанні, взаємозв'язки, усередині яких були б багатіші або позитивніші, ніж ті, що визначаються переконанням?

5. Об'єднання: Які більші елементи або складові знаходяться в цьому переконанні, взаємозв'язки усередині яких були б багатіші або позитивніші, ніж ті, що визначаються переконанням?

6. Аналогія: Яка ситуація містить взаємозв'язок, аналогічний наведеному в переконанні (метафора для переконання), але має інший підтекст?

7. Зміна розміру фрейму: Який часовий фрейм (триваліший або коротший), чи яка зміна кількості людей, залучених в ситуацію, яка широта перспективи можуть змінити підтекст переконання на позитивніший?

8. Інший результат: Який інший результат (чи проблема) може мати більшу значущість, ніж та, що міститься в цьому переконанні?

9. Модель світу: З точки зору кого представлена в переконанні проблема виглядає в абсолютно іншому ракурсі?

10. Стратегія реальності: Які розмірковування призвели до появи цього переконання?

11. Протилежний приклад: Який приклад або переживання є виключенням з правила, визначуваного цим переконанням?

12. Ієрархія критеріїв: Який критерій має потенційно більшу значущість, ніж ті, з якими пов'язано це переконання?

13. Застосування до себе: Як можна оцінити формулювання переконання за основним критерієм, що в ньому міститься?

14. Метафрейм: Яке переконання відносно цього переконання може змінити або розширити його сприйняття?

Методичні рекомендації до виконання завдання 18

Для виконання завдання скористатися методичними рекомендаціями до виконання завдання 17.

Тема 8. Евристики в прийнятті економічних рішень

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про сутність та види скороченого пошуку рішень; формування умінь ідентифікації евристик у власних розмірковуваннях та когнітивній діяльності інших; оволодіння методами перевірки евристик на достовірність; розвиток здатності до рефлексивного контролю інтелектуального пошуку та підвищення його результативності.

Запитання семінарської частини заняття

1. Роль евристик в процесі прийняття рішень.
2. Механізми скорочення даних в евристичних процесах.
3. Основні помилки умовиводу та засоби протидії хибним розмірковуванням в евристичних процесах.
4. Поєднання евристичних та неевристичних процесів для підвищення результативності розумової діяльності.

Література: основна [1; 2]; додаткова: [8; 9; 15; 16; 20; 26; 33; 36].

Практичні завдання за темою

Завдання 19

У наведених ситуаціях вкажіть вид евристики, який ймовірно був присутнім у момент ухвалення рішення людиною: евристика доступності, евристика репрезентативності або евристика емоційності. Результати занести до табл. 14.

Таблиця 14

Види евристик

Ситуація	Вид евристики
1. Купівля товару в магазині під впливом побаченої напередодні реклами	
2. Переконаність студента в тому, що якщо перевірка присутності вже була на першій напівпарі, то на другій вона вже маловірогідна	
3. Вибір з двох рівноцінних харчових продуктів того, де на етикетці наведений склад інгредієнтів, інформація про технологію та історія фірми	
4. Вибір при вступі до вчз "популярної" спеціальності	
5. Оцінка того, що відбувається як "незадовільне", оскільки день з ранку "не задався"	
6. Переживання неприємних емоцій у зв'язку з несприятливими економічними прогнозами: ріст інфляції, падіння курсу валюти, яке призводить до відмови від зберігання грошей у банку	
7. Відмова від продукції певної фірми унаслідок того, що раніше придбаний у фірми товар виявився бракованим, і вірогідність купівлі наступного бракованого товару в цієї фірми здається високою	
8. Віра в існування чорних і білих смуг у житті, а також прагнення встигнути якомога більше "доки щастить"	
9. Прагнення укласти угоди і домовленості в ході ділових зустрічей у ресторанах	
10. Острах дії радіоактивного випромінювання в рентген-кабінеті	

Методичні рекомендації до виконання завдання 19

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

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

Евристика репрезентативності – це оцінка вірогідності чого-небудь виходячи з того, наскільки подія або об'єкт представлені в суб'єктивному досвіді людини. При цьому людині відома певна статистична інформація щодо вирішуваної проблеми, проте яка ігнорується в наслідок надання переваги чиннику особистого досвіду.

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

Завдання 20

У спортивній секції займається 33 студенти: 21 студент технічного факультету і 11 студентів юридичного. До якого факультету можна з більшою вірогідністю віднести одного зі студентів, що відвідує секцію, про якого відомо, що він багато читає, любить легку музику, вечорами часто засиджується допізна, у нього є собака та у вільний час він любить проводити хімічні дослідження? Визначити вид евристики, що застосований при пошуку відповіді на завдання. Перевірити визначену евристику на достовірність.

Методичні рекомендації до виконання завдання 20

Визначення виду евристики доцільно здійснювати з використанням методичних рекомендацій до виконання завдання 19. Кожному з трьох видів евристик притаманний свій алгоритм перевірки на достовірність.

Для евристики доступності:

Крок 1. Відповісти на питання: "Чи була присутньою на момент ухвалення рішення вказівка на частоту події?"

Крок 2. У разі позитивної відповіді на попереднє питання, назвіть таку ж кількість антонімичних прикладів.

Крок 3. На основі цих даних прийняти нове рішення, сформулювати новий висновок.

Для евристики репрезентативності:

Крок 1: Відповісти на питання: чи є статистична інформація про цей конкретний випадок?

Крок 2: Якщо відповідь "так": сформулювати новий висновок з урахуванням цієї інформації.

Для евристики емоційності:

Крок 1: Усвідомити, що відчували в момент ухвалення рішення?

Крок 2: Зрозуміти, чи пов'язано це відчуття з вирішуваною проблемою?

Крок 3: Якщо відповідь "ні": сформулювати новий висновок, прийняти нове рішення, попередньо позбувшись виявлених переживань.

Тема 9. Методи впливу на економічну поведінку

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про види ефективності соціальної відповідальності та методи її оцінки в контексті підвищення якості стратегічного управління організацією; формування умінь та навичок оцінювання ефективності соціальної відповідальності організації.

Запитання семінарської частини заняття

1. Цілі та завдання "підштовхування" в соціальних процесах.
2. Природа основних аномалій ринкової поведінки.
3. Методи непрямого впливу на поведінку й прийняття рішень.
4. Етика непрямого впливу й архітектури вибору.

Література: Основна [1; 2]; додаткова [6; 7; 9; 13; 15; 16; 20; 28; 30; 34].

Практичні завдання за темою

Завдання 21

Користувачі електронних поштових сервісів часто пересилають файли, прикріплюючи їх до електронного листа. Втім, інколи вони забувають прикріпити файли, які зібрались відіслати. Запропонувати архітектуру вибору для цієї ситуації, що унеможливила б таку помилку.

Методичні рекомендації до виконання завдання 21

Архітектура вибору – це така організація середовища для об'єкта впливу, яка робить це середовище більш зручним, яка передбачає врахування

найбільш ймовірних дій і 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 наступні 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 (їх відповідність цілям об'єкта).

Завдання 22

Значна кількість тарифних планів, що пропонують мобільні оператори України, мають короткий термін існування. Після закінчення дії тарифу, клієнту пропонується здійснити перехід на інший тарифний план з новими умовами. Як правило, новий тариф, що пропонується, вимагає більших щомісячних витрат і часто містить функції, які не є актуальними для користувача. Користувач також має можливість довільно здійснити перехід до інших наявних тарифів, проте для цього йому необхідно ознайомитися з умовами кожного з них окремо. Значна чисельність можливих тарифів і відсутність бажання гаяти час на незаплановану процедуру часто призводить до того, що клієнт мобільного оператора погоджується на тарифний план за замовчуванням, який не є для нього оптимальним. Запропонувати архітектуру вибору тарифного плану для даної ситуації.

Методичні рекомендації до виконання завдання 22

Для виконання завдання скористатися методичними рекомендаціями до виконання завдання 21.

Завдання 23

Люди, що приймають ліки, часто змушені приймати їх через певний інтервал часу. Проте внаслідок недосконалості людської пам'яті багато

хто забуває прийняти ліки у встановлений час. Через це ефективність лікування зменшується. Запропонувати архітектуру вибору для ситуації прийому ліків, що унеможлиблювала б їх несвоєчасний чи неритмічний прийом.

Методичні рекомендації до виконання завдання 23

Для виконання завдання скористатися методичними рекомендаціями до виконання завдання 21.

Тема 10. Соціальні аспекти економічної поведінки

Мета заняття: закріплення теоретичних знань про вплив соціальних чинників на економічну поведінку та процеси прийняття рішення; формування умінь ідентифікації та використання соціальних чинників для підвищення результативності групової діяльності; розвиток здатності до прогнозування економічної поведінки за умови дії соціальних чинників.

Запитання семінарської частини заняття

1. Види групових процесів та їх вплив на економічну поведінку.
2. Умови прояву ефекту фасилітації й ефекту "соціальних лінощів".
3. Роль конформності в детермінації економічної поведінки.
4. Вплив групової динаміки й індивідуального статусу на перебіг процесу прийняття рішень.

Література: основна [1; 2]; додаткова [3; 10; 11; 14; 26; 28; 34; 37].

Практичні завдання за темою

Завдання 24

Запропонувати заходи щодо попередження виникнення ефекту "соціальних лінощів" під час групового створення презентацій у студентських групах.

Методичні рекомендації до виконання завдання 24

Для попередження ефекту "соціальних лінощів" необхідно мінімізувати дію усіх 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 (чоловіки більш схильні до прояву ефекту).

Завдання 25

Запропонувати комунікативну стратегію застосування принципів соціальних відносин для вирішення наступної проблемної ситуації: працівник бажає, щоб його керівник приділив йому час на детальне пояснення специфіки виконання нових посадових обов'язків на робочому місці.

Методичні рекомендації до виконання завдання 25

Застосування принципів формування соціальних відносин дозволяє полегшити отримання комунікативних результатів за рахунок використання закономірностей, що притаманні соціальній системі регуляції поведінки. До основних принципів відносять:

1) принцип взаємного обміну : первинна послуга або поступка спонукає іншу людину зробити послугу у відповідь або поступку. Різновидом є техніка: "відмова-потім-поступка": спочатку завищене прохання викликає відмову і, одночасно – деяку незручність у того, хто відмовив. Наступне менше прохання у зв'язку з цим буде зустрінуте позитивно в силу прагнення "згладити свою провину" за попередню відмову;

2) послідовність (зобов'язання): узявши на себе зобов'язання, люди схильні погоджуватися з вимогами, які йому відповідають. Найбільш дієві публічні та письмові зобов'язання;

3) соціальна перевірка: для того, щоб вирішити, чому вірити і як діяти в ситуації, орієнтуються на те, чому вірять і що роблять в аналогічній ситуації інші люди;

4) дружба й симпатія: переконують схожість, похвала, асоціація з приємним;

5) дефіцит: цінність чого-небудь позитивного істотно збільшується, якщо воно стає недоступним або важкодоступним. Дія принципу дефіциту посилюється під впливом двох чинників:

а) дефіциту, що тільки утворився;

б) в умовах конкуренції за дефіцитний ресурс.

б) авторитет: люди схильні автоматично реагувати на символи авторитету, а не на авторитет як такий. Основними символами авторитету є титули (чим вище титул – тим більш значною та високою здається і сама людина), одяг (більше довіри людям в уніформі), атрибути (айфон, дороге авто тощо).

Рекомендована література

Основна

1. Методические рекомендации к практическим занятиям по учебной дисциплине "Экономическая психология" для студ. всех спец. всех форм обуч. / сост. Е. Г. Наумик ; Харьковский национальный экономический университет. – Харьков : ХНЭУ, 2007. – 119 с.

2. Наумік К. Г. Економічна психологія : навч. посіб. / К. Г. Наумік ; Харківський національний економічний університет. – Харків : ХНЕУ, 2007. – 274 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 ; под научн. ред. А. Суворова ; вступ. ст. С. Гуриева. – Москва : ООО "Юнайтед Пресс", 2010. – 273 с.

4. Амофт С. Тайны нашего мозга, или Почему умные люди делают глупости / С. Амофт. – 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 / Дэн Ариели ; пер. с англ. Павла Мирнова. – 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 / Алан 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 : Изд. 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. Когнитивная психология : учебник для вузов / под ред. В. Н. Дружинина, Д. В. Ушакова. – Москва : ПЕР СЭ, 2002. – 480 с.
20. Левитт С. Д. Фрикономика. Мнение экономиста-диссидента о неожиданных связях между событиями и явлениями / С. Д. Левитт, С. Дж. Дабнер ; пер. с англ. – Москва : ООО "И.Д. Вильямс", 2007. – 288 с.
21. Льюис Д. Нейромаркетинг в действии. Как проникнуть в мозг покупателя / Д. Льюис. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 304 с.

22. 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.
23. 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.
24. Пинк Д. Драйв: Что на самом деле нас мотивирует / Д. Пинк ; пер. с англ. – Москва : Альпина Паблишер, 2013. – 274 с.
25. Рудык Н. Б. Поведенческие финансы или между страхом и алчностью / Н. Б. Рудык. – Москва : Дело, 2004. – 272 с.
26. Смит В. Экспериментальная экономика (комплекс исследований, по совокупности которых автору присуждена Нобелевская премия) / В. Смит ; пер. с англ., под научн. ред. Р. М. Нуреева. – Москва : ИРИСЭН; Мысль, 2008. – 808 с.
27. Солсо Р. Когнитивная психология / Р. Солсо. – 6-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2011. – 589 с.
28. Сэйтл С. Нейромания. Как мы теряем разум в эпоху расцвета науки о мозге / Салли Сэйтл, Скотт О. Лилиенфельд ; [пер. с англ. Ю. В. Рябининой]. – Москва : Изд. "Э", 2016. – 368 с.
29. Талеб Н. Одураченные случайностью. Скрытая роль шанса в бизнесе и жизни / Нассим Талеб ; пер. с англ. Сергея Филина. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 320 с.
30. 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.
31. Талер Р. Новая поведенческая экономика. Почему люди нарушают правила традиционной экономики и как на этом заработать / Р. Талер. – Москва : Эксмо, 2017. – 577 с.
32. 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.
33. Шабри К. Невидимая горилла, или История о том, как обманлива наша интуиция / К. Шабри, Д. Саймонс ; пер. с англ. ООО "Пароль". – Москва : Карьера Пресс, 2011. – 384 с.
34. Шаститко А. Е. Модели человека в экономической теории : учеб. пособ. / А. Е. Шаститко. – Москва : ИНФРА-М, 2006. – 142 с.

35. Higgins E. T. The aboutness principle: A pervasive influence on human inference / E. T. Higgins // *Social Cognition*. – 1998. – № 16. – P. 173–198.
36. Kahneman D. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases / D. Kahneman, P. Slovic, A. Tversky. – New York : Cambridge University Press, 1982. – 555 p.
37. Pfister H.-R. The multiplicity of emotions: A framework of emotional functions in decision making / H.-R. Pfister, G. Bohm // *Judgment and Decision making*. – 2008. – № 3. – P. 5–17.
38. Simon H. A. A behavioral model of rational choice / A. H. Simon // *The Quarterly Journal of Economics*. – 1955. – № 69(1). – P. 69–99.
39. Tversky A. Judgment under uncertainty: Heuristics and biases / A. Tversky, D. Kahneman // *Science*. – 1974. – № 185. – P. 1124–1131.
40. Wang X. T. Social cues and verbal framing in risky choice / X. T. Wang, F. Simons, S. Bredart // *Journal of Behavioral Decision Making*. – 2001. – № 14(1). – P. 1–15.

Інформаційні ресурси

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

Зміст

Вступ.....	3
Тематика практичних занять з розподілом годин за видами занять.....	7
Методичні рекомендації до проведення практичних занять за темами	8
Змістовий модуль 1. Загальні основи економічної поведінки.....	8
Тема 1. Поведінкова економіка в системі економічних наук	8
Тема 2. Психофізіологічні основи поведінки та нейроекономіка	14
Тема 3. Когнітивні процеси в регуляції поведінки	19
Тема 4. Психологія прийняття рішень споживачем	22
Тема 5. Внутрішня мотивація та механізми підтримки діяльності	27
Змістовий модуль 2. Експериментальна поведінкова економіка	30
Тема 6. Прийняття рішень в умовах ризику	30
Тема 7. Точки відліку та фреймінг	33
Тема 8. Евристики в прийнятті економічних рішень	37
Тема 9. Методи впливу на економічну поведінку.....	40
Тема 10. Соціальні аспекти економічної поведінки	42
Рекомендована література.....	44
Основна.....	44
Додаткова.....	44
Інформаційні ресурси	47

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА

**Методичні рекомендації
до практичних завдань
для студентів усіх спеціальностей
другого (магістерського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладач **Ушкальов Володимир Васильович**

Відповідальний за видання *Д. В. Шиян*

Редактор *О. І. Черненко*

Коректор *В. Ю. Труш*

План 2018 р. Поз. № 193 ЕВ. Обсяг 49 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.*