

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Экономика и управление»

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

*Методические рекомендации к семинарским занятиям
для студентов специальности 1–25 80 01 «Экономика»
очной и заочной форм обучения*



Могилев 2020

УДК 330.101.542
ББК 65.012.1
П42

Рекомендовано к изданию
учебно-методическим отделом
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Экономика и управление» «31» мая 2020 г.,
протокол № 15

Составители: доц. Л. В. Наркевич;
ст. преподаватель Н. А. Пекерт

Рецензент доц. Т. В. Романькова

Даны темы семинарских занятий по курсу «Поведенческая и
экспериментальная экономика», тестовые задания для обсуждения.

Учебно-методическое издание

ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ И ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Ответственный за выпуск И. В. Ивановская

Корректор И. В. Голубцова

Компьютерная верстка Е. В. Ковалевская

Подписано в печать . Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.
Печать трафаретная. Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж 16 экз. Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования
«Белорусско-Российский университет».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/156 от 07.03.2019.
Пр-т Мира, 43, 212022, Могилев.

© Белорусско-Российский
университет, 2020

Содержание

Введение.....	4
1 Введение в поведенческую экономику.....	5
2 Рациональность.....	5
3 Методы принятия решений.....	5
4 Альтернативные теории принятия решений.....	6
5 Поведенческая теория игр	6
6 Традиционные и поведенческие финансы.....	6
7 Эвристики или эмпирические правила.....	6
8 Экспериментальная экономика.....	7
9 Неэффективность рынков.....	7
10 Модели, основанные на предпочтениях и убеждениях инвесторов...	7
11 Тестовые задания.....	8
Список литературы.....	13

Введение

Дисциплина «Поведенческая и экспериментальная экономика» представляет собой введение в использование экспериментальных методов в экономике, а также в основы поведенческой экономики. Систематические когнитивные искажения, наблюдаемые у хозяйственных субъектов, приводят к тому, что часть общепринятых теорий в экономике не находят своего эмпирического подтверждения, отсутствие полной рациональности у агентов снижает эффективность проводимой государственной экономической политики. Знания о наиболее частых когнитивных искажениях в свою очередь позволяют не только избежать неэффективных затрат при реализации экономической политики, но и дают возможность создать такие условия и стимулы, которые приведут к необходимым для экономических агентов результатам.

Методологически верное применение экспериментальных методов в экономике позволяет с одной стороны расширить эмпирическую базу для проверки теорий и гипотез, а с другой – дает возможность хозяйственным агентам проанализировать потенциальные результаты их будущих нововведений без существенных первоначальных затрат.

Целью семинарских занятий по курсу «Поведенческая и экспериментальная экономика» является дать учащимся углубленное понимание основных аспектов использования экспериментальных методов в экономической науке и хозяйственной практике, а также теоретических разработок в рамках поведенческой экономики и их практического применения.

Проведение экспериментов и обсуждение их результатов позволит обеспечить углубленное представление у магистрантов о теоретических основах и практических результатах применения поведенческой экономики; развить навыки использования поведенческой экономики для решения вопросов в условиях хозяйственной деятельности; дать представление магистрантам о правилах разработки, проведения и интерпретации результатов экономических экспериментов; привить навыки организации методологически правильных экономических экспериментов.

В результате комплекс лекционного курса и семинарских занятий сформирует у магистрантов: теоретические основы поведенческой экономики; направления и методы использования поведенческой экономики в хозяйственной практике; направления и методы экспериментальной экономики; умения организовать и провести экономический эксперимент; использовать теоретические знания в области поведенческой экономики для разработки экономических механизмов, обеспечивающих эффективное достижение поставленных целей; применять полученные теоретические и инструментальные знания для решения практических экономических задач в условиях динамично меняющейся внешней среды.

1 Введение в поведенческую экономику

1.1 Сущность и методология поведенческой экономической теории.

1.2 Исторический аспект формирования поведенческой экономики.

1.3 Дискуссия: типы экономических экспериментов. Обсуждение основных типов экономических экспериментов и способов их постановки, а также целей задач экспериментальной экономики.

1.3.1 Эксперименты в экономике от невозможности к ключевому методу.

1.3.2 Виды экономических экспериментов.

1.3.3 Условия и проблемы проведения экспериментов.

1.3.4 Современные тенденции в экспериментальной экономике [11].

2 Рациональность

2.1 Истоки концепции рациональности: нормативный, дескриптивный и предписывающий аспекты.

2.2 Нормативная теория рациональности. Субстанциональная и ограниченная рациональность.

2.3 Методология экономического анализа: позитивистская и поведенческая экономика.

2.4 Дискуссия: лабораторные эксперименты и их особенности [11].

2.4.1 Лабораторные эксперименты: преимущества и недостатки.

2.4.2 Правила проведения лабораторных экспериментов. Воспроизводимость экспериментальных результатов.

2.4.2 Дизайн лабораторного эксперимента. А/В и лабораторные эксперименты: схожесть и различие в подходах.

2.4.3 Деньги в лабораторных экспериментах. Эффект экспериментатора [11].

2.4.5 Проведение эксперимента Канемана–Кнетча–Талера с кружками для демонстрации эффекта владения. Обсуждение результатов эксперимента, проведенного на семинаре, как иллюстрации базовых понятий, связанных с эффектом владения.

3 Методы принятия решений

3.1 Парадоксы и ограничения процесса индивидуального принятия решений: зависимость от контекста, самоуверенность.

3.2 Адаптивный подход.

3.3 Дискуссия: полевые эксперименты в экономике [11].

3.3.1 Полевые эксперименты: особенности проведения.

3.3.2 Преимущества и недостатки полевых экспериментов.

3.3.3 Взаимосвязь полевых и лабораторных экспериментов [11].

3.3.4 Проведение эксперимента Канемана–Тверски о выборе между лотереями.

3.3.5 Обсуждение результатов эксперимента, проведенного на семинаре; иллюстрация с их помощью эффектов точки отсчета и избегания потерь.

4 Альтернативные теории принятия решений

4.1 Теория ожидаемой полезности и ее развитие: теория перспектив, ранговая теория полезности, косвенная теория полезности, теория сожаления. Обсуждение достоинства и ограничения данных моделей.

4.2 Процедурные теории принятия решений.

4.3 Эмпирическое тестирование.

4.4 Дискуссия: выявление социального и асоциального поведения [11].

4.4.1 Проведение экспериментов: игра «Ультиматум», игра Диктатора.

4.4.2 Межстрановые сравнения результатов экспериментов по просоциальному поведению.

4.4.3 Обсуждение результатов экспериментов, проведенных на семинаре. Использование их для иллюстрации экономического обоснования альтруизма и избегания несправедливости.

5 Поведенческая теория игр

5.1 Теория социальных предпочтений.

5.2 Парадокс Алле.

5.3 Категория справедливости в теории игр.

5.4 Справедливое равновесие М. Рабина.

5.5 Дискуссия: организация полевого эксперимента [11].

5.5.1 Полевой эксперимент и экономическая политика.

5.5.2 Макроэкономические исследования в полевых экспериментах.

5.5.3 Полевые исследования в микроэкономике [11].

5.5.4 Проведение экспериментов: социологический опрос о доверии к людям в целом, игра «Потерянный кошелек», модифицированная игра Диктатора.

5.5.5 Альтруистическое наказание. Модель «теплого свечения» [11].

6 Традиционные и поведенческие финансы

6.1 Трехмерная модель исследований в финансах.

6.2 Бихевиористские исследования финансовой отчетности.

6.3 Обсуждение результатов экспериментов, проведенных на прошлом семинаре. Обсуждение и обоснование различий между результатами опроса и игровых экспериментов.

7 Эвристики или эмпирические правила

7.1 Причины существования эвристик.

7.2 Погрешности, связанные с эвристиками. Репрезентативность. Корректировка. Память. Когнитивные эвристики.

7.3 Круглый стол: когнитивные искажения [11].

7.3.1 Эффект владения; эффект фрейминга; эффект точки отсчета.

7.3.2 Эвристика доступности.

7.3.3 Теория внутренних (ментальных) счетов. Внутренняя и внешняя мотивация.

7.3.4 Задача выбора оптимальных стимулов для агента при наличии внутренней мотивации [11].

7.3.5 Проведение эксперимента: игра «Общественное благо» в различных модификациях. Обсуждение результатов эксперимента, проведенного на семинаре.

8 Экспериментальная экономика

8.1 Тестирование поведенческих допущений.

8.2 Предположение о равновесии.

8.3 Агрегированное поведение рынков.

8.4 Круглый стол: парадоксы и ограничения процесса индивидуального принятия решений.

8.4.1 Обсуждение результатов экспериментов, проведенных на прошлых семинарах.

8.4.2 Определение различных видов кооперации на основе этих результатов и масштабов их влияния на исход взаимодействия.

9 Неэффективность рынков

9.1 Гипотезы об эффективности рынков.

9.2 Тестирование неэффективности рынков.

9.3 Аспекты поведения инвесторов, влияющие на цены.

9.4 Круглый стол: анализ рыночного поведения в экспериментах [11].

9.4.1 Эксперименты на рынке труда.

9.4.2 Анализ дискриминации экспериментальными методами.

9.4.3 Полевые исследования в маркетинге.

9.4.4 Рыночные структуры в полевых и лабораторных экспериментах [11].

9.4.5 Проведение эксперимента «Выбор дантиста» с различными уровнями рекламного воздействия. Обсуждение результатов эксперимента, проведенного на прошлом семинаре. Интерпретация их с различных точек зрения на рекламное воздействие.

10 Модели, основанные на предпочтениях и убеждениях инвесторов

10.1 Модель сентиментального инвестора. Модель DHS. Модель Хонга и Стейна.

10.2 Модели сдвига отношения к риску.

10.3 Модель ошибочного восприятия вероятности.

10.4 Обобщенная поведенческая модель оценки стоимости активов.

10.5 Ошибки обработки информации.

10.6 Обобщение предсказаний GBM.

10.7 Тестирование поведенческих допущений.

10.8 Круглый стол: области применения поведенческих исследований и их эффективность [11].

10.8.1 Общественные финансы финансовые рынки.

10.8.2 Защита потребителей.

10.8.3 Экономика труда, здоровья и образования.

10.8.4 Экология и энергетика [11].

11 Тестовые задания

Тема 1.

1 Прочтите описание поведения.

Эксперимент 1:

А – 100-процентная вероятность получить 1 млн долл.; В – 89-процентная вероятность получить 1 млн долл.; 1-процентная вероятность получить 0, 10-процентная вероятность получить 5млн долл.

Эксперимент 2:

А – 89-процентная вероятность получить 0, 11-процентная вероятность получить 1 млн долл.; В – 90-процентная вероятность получить 0, 10-процентная вероятность получить 5 млн долл.

В эксперименте 1 люди выбирают А, в эксперименте 2 – В.

Выберите парадокс, который описывает данное поведение:

- а) парадокс Алле –парадокс Эджоурта;
- б) парадокс Элесберга –парадокс Питерса.

2 Как можно использовать «избегание потерь» для мотивации людей:

- а) предоставить запутанную инструкцию и люди выберут опцию по умолчанию;
- б) заставить людей платить за то, что они не следуют диете;
- в) увеличить сбережения сотрудника вдвое;
- г) обеспечить людей дополнительной информацией для того, чтобы они сделали лучший выбор.

3 Прочтите описание поведения.

Индивиды А и В решили сходить на концерт. А купил билет заранее.

Когда они пошли на концерт, А обнаружил, что потерял билет, В – деньги.

А решил не ходить на концерт, В пошел на концерт.

Выберите эффект, который описывает данное поведение:

- а) опция по умолчанию;
- б) эффект контекста;
- в) ментальные подсчеты;
- г) боязнь потерь.

4 Что не подходит для решения проблемы самоконтроля с помощью создания точки принятия решения:

- а) выключение кондиционера каждые несколько часов;
- б) размещение здоровой еды на видном месте;
- в) покупка большого пакета чипсов;
- г) рассылка напоминаний.

5 Прочтите описание поведения.

У людей есть выбор между 10 долл. сегодня и 11 долл. через неделю. Многие выбирают 10 долл. сегодня. Однако, когда выбор 10 долл. через 52 недели или 11 долл. через 53 недели. Многие выбирают 11 долл.

Выберите эффект, который описывает данное поведение:

- а) проблема самоконтроля;
- б) SS- и LL- стратегия;
- в) нет верного ответа;
- г) оба варианта верны.

6 Какое из высказываний верно в отношении ситуации перегрузки выбора:

- а) у людей меньше шансов отложить выбор;
- б) используется более прозрачный механизм оплаты;
- в) люди более склонны выбирать консервативные варианты;
- г) люди более эмоционально относятся к продукту, который они выбрали.

7 Что описывает ментальные подсчеты:

- а) мы больше думаем о прошлом;
- б) мы распределяем деньги по различным категориям;
- в) мы больше думаем о настоящем;
- г) мы можем перераспределять деньги между различными категориями.

8 Что из следующего влияет на количество доноров органов в стране:

- а) законы;
- б) количество денег, которое выдается донорам;
- в) культура;
- г) опция по умолчанию.

9 Как нужно оформить программу, чтобы люди захотели в ней участвовать:

- а) сделать опцию по умолчанию «не участвовать в программе»;
- б) дать людям запутанные инструкции;
- в) сократить количество шагов для вступления в данную программу;
- г) дать возможность сравнить варианты.

10 Что лучше всего описывает эффект асимметричного доминирования:

- а) из трех представленных вариантов вы будете выбирать самый дешевый;
- б) не имеющая значения опция может создать контекст для выбора нужного варианта;
- в) если вы заметите подделку, то это привлечет ваше внимание;
- г) вы не сможете выбрать лучший из трех вариантов.

Темы 2, 4 – 6.

1 Что из ниже приведенного НЕ является признаком рационального агента в неоклассической экономике:

- а) всегда выбирает вариант, который максимизирует выгоду;
- б) имеет постоянные потребительские предпочтения;
- в) в своем выборе ориентируется как на поставленную цель, так и на жизненный опыт, мнение знакомых, свои эмоции и впечатления;
- г) всегда предпочитает большее количество товаров меньшему;
- д) способен сравнить между собой товары и однозначно проранжировать их от более предпочтительного к менее предпочтительному.

2 Какие из данных утверждений характеризуют ключевые положения поведенческой экономики:

- а) поведенческая экономика стремится описать поведение реального человека;
- б) индивид в процессе принятия решения всегда стремится собрать как можно больше полезной информации;
- в) ошибки, совершаемые индивидами, носят систематический характер;
- г) поведенческая экономика носит скорее теоретический, нежели практический характер;
- д) люди в процессе принятия решения подвержены разнообразным поведенческим ошибкам, поэтому пытаться строить какие-либо модели бессмысленно;
- е) поведенческая экономика находит применение исключительно в области фондовых рынков и корпоративных финансов.

3 Некто А получил по акции билет лотереи, в которой непременно выиграют 5 билетов из 1000. По каждому выигравшему билету выплачивается 2 000 000 р. Друг предлагает А продать ему этот билет за 7 000 р. и не дороже. Какое решение и почему примет А, являясь среднестатистическим индивидом с типичным отношением к риску:

- а) А согласится продать билет за 7 000 рублей, так как он предпочтет получить гарантированный выигрыш, чем рисковать и не получить ничего;
- б) А откажется от предложения друга и примет участие в лотерее, так как продавать билет дешевле, чем за 10 000 р. невыгодно.

4 В ходе одного эксперимента посетителям выставки «Эксплораториум» рассказали об ущербе, который наносят окружающей среде нефтяные танкеры, и спросили, готовы ли они ежегодно платить некоторую сумму, чтобы спасти 50 000 морских птиц тихоокеанского побережья от разливов нефти в море, пока не найдется способ предотвращать разливы или заставить платить за это владельцев танкеров. При этом некоторым посетителям задавали этот вопрос сразу, а других предварительно спрашивали, не согласились бы они заплатить 5 долл., и только потом интересовались, какую сумму они согласны внести. Выяснилось, что без предварительного вопроса средняя сумма, которую посетители готовы заплатить, составляет 64 долл., в то время как после предварительного вопроса средняя сумма уменьшалась до 20 долл. Более того,

посетители, которым задавали предварительный вопрос: «Согласились бы вы заплатить 400 долл.?», в среднем были готовы заплатить 143 долл. Какой поведенческий эффект привел к такому разбросу результатов:

- а) эффект доступности (availability bias);
- б) эффект якоря (эффект привязки, якорение, anchoring);
- в) эффект репрезентативности (representativeness);
- г) эффект формулировки (framing effect);
- д) неприятие потерь (loss aversion).

5 Что, в соответствии с выводами Р. Тэйлора, может заставить человека вести себя не так, как он собирается, препятствуя правильному поведению:

- а) недостаток силы воли и самоконтроля;
- б) наличие бюджетного ограничения;
- в) откладывание на потом (инертность, прокрастинация);
- г) гиперболическое дисконтирование;
- д) неполная информация об альтернативах.

6 В чем заключается эффект чрезмерного реагирования (overreaction):

а) инвесторы гораздо более чувствительны к снижению курса акций, чем к его росту;

б) инвесторы подвержены стадному поведению и часто принимают иррациональные решения на основе поведения рынка;

в) инвесторы часто сначала действуют на опережение, а потом пересматривают и корректируют свои решения;

г) инвестор особенно восприимчив к информации, если его брокер сообщает ему, что свежая новость о компании пока что известна узкому кругу лиц и была получена брокером совершенно случайно.

7 Какие причины предлагаются для объяснения загадки премии за риск:

а) короткий горизонт инвестирования;

б) эффект закрывающихся дверей (инвестор боится упустить возможность приобрести желаемые активы);

в) неприятие потерь (падение стоимости воспринимается инвестором примерно в 2 раза болезненнее, чем эквивалентный рост);

г) эффект доступности (крупные компании обычно являются более известными).

8 Какие причины (как рациональные, так и нерациональные) могут приводить к сделке слияний и поглощений:

а) стремление повысить стоимость компании за счет синергетического эффекта;

б) самоуверенность лиц, принимающих решения о слияниях и поглощениях;

в) расширение сферы контроля;

г) стоимость компании-инициатора, по мнению управляющего, недооценивается рынком;

д) высокая активность на рынке слияний и поглощений, «горячее» состояние рынка;

е) отклонение рыночной стоимости компании от справедливой стоимости.

9 Когда вы хотите мотивировать людей большими бонусами:

а) когда вы обеспокоены тем, что они не будут думать «за пределами коробки»;

б) когда вы хотите, чтобы они хорошо выполнили механическую задачу;

в) когда ставки высоки;

г) когда задача требует критического мышления и творчества.

10 Как эмоции влияют на оценки риска:

а) эмоции убеждают нас в том, что мы бессмертны;

б) люди думают, что они с большей вероятностью умрут от причин, которые охвачены новостями, а не от причин, которые более распространены;

в) эмоции заставляют нас рационально вычислять базовую ставку различных рисков и планировать их соответственно;

г) люди переоценивают риск того, что, по их мнению, находится под их контролем, например, автомобильные аварии.

11 Что было важным аспектом работы Даниэля Канемана и Амоса Тверского:

а) они эмпирически показали, что люди не всегда делают рациональный выбор, несмотря на нормативные предположения об экономике;

б) они, наконец, объяснили, чего хотят женщины;

в) они показали, что люди используют интроспекцию как точный способ выражения своих предпочтений;

г) они показали эмпирически, что людям нужна более точная информация для принятия правильных решений.

Список литературы

- 1 **Григорьева, Е. А.** Институциональное обеспечение модернизации экономики как условие экономической безопасности: монография / Е. А. Григорьева. – Москва: ИНФРА-М, 2017. – 155 с.
- 2 **Драганчук, Л. С.** Поведение потребителей: учебное пособие / Л. С. Драганчук. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 192 с.
- 3 **Дубровин, И. А.** Поведение потребителей / И. А. Дубровин. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2017. – 310 с.
- 4 **Захаров, Н. И.** Поведенческая экономика, или Почему в России хотим как лучше, а получается как всегда: монография / Н. И. Захаров. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 213 с.
- 5 **Кипень, Н. А.** Экономика знаний промышленного предприятия: когнитивный аспект: монография / Н. А. Кипень, В. П. Дудяшова. – Москва: ИНФРА-М, 2013. – 118 с.
- 6 **Липсиц, И. В.** Экономика: учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / И. В. Липсиц. – 8-е изд., стер. – Москва: Магистр; ИНФРА-М, 2018. – 607 с.
- 7 **Лыгина, Н. И.** Поведение потребителей: учебник / Н. И. Лыгина, Т. Н. Макарова. – Москва: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2011. – 208 с.
- 8 **Меликян, О. М.** Поведение потребителей / О. М. Меликян. – 4-е изд. – Москва: Дашков и К, 2018. – 280 с.
- 9 **Милорадова, Н. Г.** Поведение людей в организации: учебное пособие / Н. Г. Милорадова. – 2-е изд. – Москва: МИСИ–МГСУ, 2017. – 169 с.
- 10 **Нуреев, Р. М.** Экономика развития: модели становления рыночной экономики: учебник / Р. М. Нуреев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юр.Норма; ИНФРА-М, 2019. – 640 с.
- 11 Поведенческая и экспериментальная экономика. Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальности 1-25 80 01 «Экономика»: УО «Белорусский государственный экономический университет» / Сост. А. А. Кравченко, Т. Л. Майборода. – Минск: БГЭУ, 2019. – 14 с.
- 12 **Руденко, А. М.** Экспериментальная психология в схемах и таблицах: учебное пособие / А. М. Руденко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2015. – 285 с.
- 13 **Сажина, М. А.** Экономическая теория: учебник / М. А. Сажина, Г. Г. Чибриков. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: ФОРУМ; ИНФРА-М, 2017. – 608 с.
- 14 **Станковская, И. К.** Экономическая теория: Полный курс МВА / И. К. Станковская, И. А. Стрелец. – Москва: Рид Групп, 2016. – 480 с.
- 15 **Чернецкая, Н. И.** Экспериментальная психология: практикум: учебное пособие / Н. И. Чернецкая. – Москва: ИНФРА-М, 2014. – 144 с.
- 16 Экономика предприятия: учебное пособие / Т. А. Вайс [и др.]. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: КноРус, 2016. – 244 с.