

Поведенческая экономика: как люди принимают решения

Авторы курса:

Елена Николаевна Никишина, к.э.н., доцент кафедры прикладной институциональной экономики экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Ольга Анатольевна Маркова, ассистент кафедры конкурентной и промышленной политики экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова

Аннотация

Как мы принимаем решения? Почему нам часто сложно выполнить свои новогодние обещания? Почему мы часто поступаем нерационально, даже если обладаем всеми необходимыми знаниями?

За последние 20 лет поведенческие экономисты научились не только давать ответы на эти вопросы, но и использовать эти знания на практике.

В данном курсе рассматриваются поведенческие теории и эффекты, объясняющие специфику предпочтений и убеждений человека, а также особенности принятия им решений. Отдельное внимание уделено вопросам архитектуры выбора и наджинга, подталкивающим человека к принятию определенных решений. Заключительная часть курса посвящена приложениям поведенческой теории для решения широкого круга социально-экономических проблем: от преодоления ловушки бедности до сдерживания распространения пандемии.

Курс опирается на данные эмпирических исследований, результаты лабораторных и полевых экспериментов и будет интересен тем, кто хотел бы разобраться в существующих поведенческих искажениях и способах им противостоять.

Abstract

How do we make decisions? Why don't we often keep our New Year resolutions? Why do we often act irrationally, even if we have all the necessary information?

Over the past 20 years, behavioral economists have not only found some answers to these questions, but also started to use this knowledge in practice. This course is focused on behavioral theories and effects that explain preferences, attitudes and decision-making process. Special attention is paid to the choice architecture and nudging, pushing a person toward the specific decision. The final part of the course is devoted to applications of behavioral theory to a wide range of socio-economic problems: from overcoming the poverty trap to the containment of a pandemic. The course is based on empirical research data, the results of laboratory and field economic experiments and will be of interest to those who would like to understand the existing behavioral biases and the ways to overcome them.

Система отчетности:

- Промежуточная контрольная работа
- Зачет

Программа

Тема 1. Основы поведенческой экономики и теории принятия решений

Как люди принимают решения? Основы теории принятия решения. Ключевые предпосылки. Роль социокультурных и поведенческих факторов в принятии решений. Использование лабораторных и полевых экспериментов в экономике для изучения процесса принятия решений.

Тема 2. Предпочтения с точками отсчета

Принятие решений в условиях риска и неопределенности. Использование экспериментов для сбора данных о предпочтениях потребителей. Парадокс Алле. Теория перспектив. Способы формирования точек отсчета.

Тема 3. Неустойчивые во времени предпочтения

Основы теории межвременного выбора. Смещение к настоящему и проблема самоконтроля. Механизмы самоконтроля. Использование экспериментов для определения причинно-следственных связей.

Тема 4. Социальные предпочтения (1)

Стратегическое взаимодействие. Равновесие по Нэшу. Равновесие по Парето. Классические эксперименты на определение социальных предпочтений. Альтернативные объяснения. Альтруизм. Эффект теплого свечения.

Тема 5. Социальные предпочтения (2)

Материальные и нематериальные стимулы. Репутация. Взаимодействие внутренних и внешних стимулов. Социальное давление.

Тема 6. Нестандартные убеждения.

Самоуверенность. Проективное смещение. Закон малых чисел и ошибка игрока. Нелинейное взвешивание вероятностей.

Тема 7. Нестандартное принятие решений (1)

Нестандартное принятие решений. Эффект контекста и якоря. Ментальный учет. Ограниченное внимание. Эвристики.

Тема 8. Нестандартное принятие решений (2)

Убеждение и внушение. Эмоции.

Промежуточная контрольная работа

Тема 9. Архитектура выбора

Политика мягкого патернализма (наджинга) и архитектура выбора. Принципы подталкивания (методика EAST). Оценка эффекта подталкивания. Использование поведенческой экономики в программах социальной политики. Проблема этики.

Тема 10. Поведенческая ловушка бедности

Связь между доходом, отношением к риску и межвременным выбором. Бедность, стресс, нестандартные предпочтения и ограниченное внимание. Преодоление поведенческих ловушек бедности в развивающихся странах. Использование поведенческой экономики для стимулирования финансово грамотного поведения.

Тема 11. Поведенческая экономика: приложения

Использование основ поведенческой экономики и теории принятия решений для решения широкого круга социально-экономических проблем на примерах борьбы с пандемией, организацией образовательного процесса, регулирования рынка труда.

Примеры тестовых вопросов:

1. В теории перспектив под эффектом избегания потерь понимают:
 - a. Ситуацию, при которой человек острее воспринимает проигрыши, по сравнению с эквивалентными по величине выигрышами.
 - b. Ситуацию, при которой человек острее воспринимает выигрыши, по сравнению с эквивалентными по величине проигрышами.
 - c. Ситуацию, при которой у человека снижается полезность, если он знает, что есть люди, богаче него.
 - d. Ситуацию, при которой участник эксперимента боится давать ответы, которые, по его мнению, могут навредить его репутации в глазах экспериментатора.
 - e. Ситуацию, при которой человек склонен избегать риск как в случае выигрышей, так и в случае проигрышей.
2. Что из перечисленного ниже верно?
 - a. Чем ближе момент принятия решения, тем острее проблема самоконтроля
 - b. Для человека 100 рублей сейчас и 100 рублей через месяц обладают одинаковой ценностью
 - c. Человек всегда учитывает особенности своего поведения при планировании бюджета
 - d. Студенты не подвержены влиянию психологической особенности «смещение к настоящему»
3. Какая из перечисленных ниже банковских услуг — в силу психологических особенностей человека — увеличивает вероятность финансово нерационального поведения?
 - a. Возможность автоматически отчислять 2% от заработной платы на сберегательный счет
 - b. Возможность уходить в минус по карте на сумму до 100 000 рублей с беспроцентным периодом 20 дней
 - c. Возможность увидеть детализованные траты по категориям за любой период времени
 - d. Возможность подключить «автоплатеж» по кредиту
4. Петя выбирает между акциями нескольких компаний из одной отрасли, не отличающихся друг от друга по финансовым характеристикам. Случайно услышав в автобусе, что Компания А будет расти, Петя решает приобрести ее акции. После этого Петя стал обращать внимание на положительные новости об этой компании в прессе и убедился в своей правоте.

В поведении Пети можно увидеть проявление такого психологического эффекта, как:

 - a. Проективное смещение
 - b. Смещение к подтверждению
 - c. Фрейминг
 - d. Ментальный учет

Пример вопроса для промежуточной контрольной работы

1. На рисунке представлена схема работы проекта Stickk.com, направленного на помощь человеку в достижении поставленных целей.



Используя понятия и теорию поведенческой экономики, поясните почему, на Ваш взгляд, такой проект может быть успешным.

Список основной литературы

1. Аузан А.А., Бахтигараева А.И., Брызгалин В.А., Буклемишев О.В., Золотов А.В., Иванов В.В., Никишина Е.Н., Припузова Н.А., Ставинская А.А. (2020) Иррациональная экономика: как психология и культура влияют на ваше финансовое благополучие, М.: Институт национальных проектов.
2. Делавинья, С. (2011). Психология и экономика: результаты эмпирических исследований. Часть I. Нестандартные предпочтения (предисловие С. Пястолова). Вопросы экономики, (4), 47-77.
3. Делавинья, С. (2011). Психология и экономика: результаты эмпирических исследований. Часть II. Общественно ориентированные предпочтения и нестандартные убеждения. Вопросы экономики, (5), 56-74.
4. Канеман, Д. (2013). Думай медленно... Решай быстро/Даниэль Канеман; пер. с англ. Андреев А., Деглина Ю., Парфенова НИ-М.: АСТ.
5. Талер, Р., & Санстейн, К. (2017). Nudge: архитектура выбора. " Манн, Иванов и Фербер".
6. Angner, E. (2012). A course in behavioral economics. Macmillan International Higher Education.
7. Cassar, A., & Friedman, D. (2004). Economics lab: an intensive course in experimental economics. Routledge.
8. Just, D. R. (2013). Introduction to behavioral economics. Wiley Global Education.
9. Bernheim, B. D., DellaVigna, S., & Laibson, D. (2018). Handbook of Behavioral Economics-Foundations and Applications 1. Elsevier.
10. Bernheim, B. D., DellaVigna, S., & Laibson, D. (2019). Handbook of Behavioral Economics-Foundations and Applications 2. Elsevier.
11. Takemura, K. (2014). Behavioral decision theory. Psychological and mathematical descriptions of human choice behavior: Springer Japan.

Дополнительная литература

1. Использование поведенческих факторов для корректировки финансового поведения населения. – Москва: Институт национальных проектов, 2020. – 15 стр. – ISBN 978-5-6043949-5-3 [электронное издание]
2. Ajzenman, N., Bertoni, E., Elacqua, G., Marotta, L., & Mendez Vargas, C. (2020). Altruism or Money? Reducing Teacher Sorting using Behavioral Strategies in Peru. Reducing Teacher Sorting using Behavioral Strategies in Peru (July 30, 2020). Preprint.
3. Allen, E. J., Dechow, P. M., Pope, D. G., & Wu, G. (2017). Reference-dependent preferences: Evidence from marathon runners. Management Science, 63(6), 1657-1672.
4. Andreoni, J., Kuhn, M. A., & Sprenger, C. (2015). Measuring time preferences: A comparison of experimental methods. Journal of Economic Behavior & Organization, 116, 451-464.
5. Ariely, D., & Wertenbroch, K. (2002). Procrastination, deadlines, and performance: Self-control by precommitment. Psychological science, 13(3), 219-224.
6. Baillon, A., Bleichrodt, H., & Spinu, V. (2020). Searching for the reference point. Management Science, 66(1), 93-112.
7. Barberis, N. C. (2013). Thirty years of prospect theory in economics: A review and assessment. Journal of Economic Perspectives, 27(1), 173-96.
8. Becker, G. M., DeGroot, M. H., & Marschak, J. (1964). Measuring utility by a single-response sequential method. Behavioral science, 9(3), 226-232.
9. Bertrand, M., Karlan, D., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zinman, J. (2010). What's advertising content worth? Evidence from a consumer credit marketing field experiment. The quarterly journal of economics, 125(1), 263-306.
10. Bowles, S. (2008). Policies designed for self-interested citizens may undermine" the moral sentiments": Evidence from economic experiments. science, 320(5883), 1605-1609.

11. Busse, M. R., Pope, D. G., Pope, J. C., & Silva-Risso, J. (2015). The psychological effect of weather on car purchases. *The Quarterly Journal of Economics*, 130(1), 371-414.
12. Camerer, C. F., Dreber, A., Forsell, E., Ho, T. H., Huber, J., Johannesson, M., ... & Wu, H. (2016). Evaluating replicability of laboratory experiments in economics. *Science*, 351(6280), 1433-1436.
13. Campbell, M. C. (1999). Perceptions of price unfairness: antecedents and consequences. *Journal of marketing research*, 36(2), 187-199.
14. Crawford, V. P., & Meng, J. (2011). New York City cab drivers' labor supply revisited: Reference-dependent preferences with rational-expectations targets for hours and income. *American Economic Review*, 101(5), 1912-32.
15. DellaVigna, S. (2009). Psychology and economics: Evidence from the field. *Journal of Economic literature*, 47(2), 315-72.
16. DellaVigna, S., & Malmendier, U. (2006). Paying not to go to the gym. *American economic Review*, 96(3), 694-719. DOI: 10.1257/aer.96.3.694
17. Dubé, J. P., Luo, X., & Fang, Z. (2017). Self-signaling and prosocial behavior: A cause marketing experiment. *Marketing Science*, 36(2), 161-186.
18. Falco, P., & Zaccagni, S. (2020). Promoting social distancing in a pandemic: Beyond the good intentions. Available at SSRN 3696804.
19. Farber H. S. Is tomorrow another day? The labor supply of New York City cabdrivers // *Journal of political Economy*. – 2005. – T. 113. – №. 1. – С. 46-82.
20. Fehr, E., & Goette, L. (2007). Do workers work more if wages are high? Evidence from a randomized field experiment. *American Economic Review*, 97(1), 298-317.
21. Fehr, E., & Schmidt, K. M. (2006). The economics of fairness, reciprocity and altruism—experimental evidence and new theories. *Handbook of the economics of giving, altruism and reciprocity*, 1, 615-691.
22. Frederick, S., Loewenstein, G., & O'donoghue, T. (2002). Time discounting and time preference: A critical review. *Journal of economic literature*, 40(2), 351-401.
23. Frimpong, J. A., & HELLERINGER, S. (2020). Financial Incentives for Downloading COVID-19 Digital Contact Tracing Apps.
24. Gneezy, U, and A Rustichini (2000), "Pay enough or don't pay at all." *The Quarterly Journal of Economics* 115(3): 791-810.
25. Hainmueller, J., Hiscox, M. J., & Sequeira, S. (2015). Consumer demand for fair trade: Evidence from a multistore field experiment. *Review of Economics and Statistics*, 97(2), 242-256.
26. Havránek, T., Irsova, Z., & Matousek, J. (2021). Individual Discount Rates: A Meta-Analysis of Experimental Evidence. Preprint.
27. Hossain, T., & Morgan, J. (2006). ... plus shipping and handling: Revenue (non) equivalence in field experiments on ebay. *Advances in Economic Analysis & Policy*, 5(2).
28. Imai, T., Rutter, T. A., & Camerer, C. F. (2021). Meta-Analysis of Present-Bias Estimation Using Convex Time Budgets. *The Economic Journal*, 131(636), 1788-1814.
29. Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 99-127).
30. Krämer, F., Schmidt, K. M., Spann, M., & Stich, L. (2017). Delegating pricing power to customers: Pay what you want or name your own price?. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 136, 125-140.
31. Lehner, M., Mont, O., & Heiskanen, E. (2016). Nudging—A promising tool for sustainable consumption behaviour?. *Journal of Cleaner Production*, 134, 166-177.
32. Levitt, S. D., & List, J. A. (2007). What do laboratory experiments measuring social preferences reveal about the real world?. *Journal of Economic perspectives*, 21(2), 153-174.
33. Li, Y., Luan, S., Li, Y., & Hertwig, R. (2020). Changing emotions in the COVID-19 pandemic: A three-wave longitudinal study in the United States and China.
34. List, J. A. (2004). Young, selfish and male: Field evidence of social preferences. *The Economic Journal*, 114(492), 121-149.
35. List, J. A. (2011). Why economists should conduct field experiments and 14 tips for pulling one off. *Journal of Economic perspectives*, 25(3), 3-16.

36. Martarelli, C. S., & Wolff, W. (2020). Too bored to bother? Boredom as a potential threat to the efficacy of pandemic containment measures. *Humanities and Social Sciences Communications*, 7(1), 1-5.
37. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2017). *Use of Behavioural Insights in Consumer Policy*. OECD Publishing.
38. Repetto, L., & Solís, A. (2020). The price of inattention: Evidence from the swedish housing market. *Journal of the European Economic Association*, 18(6), 3261-3304.
39. Sudhir, K., Roy, S., & Cherian, M. (2016). Do sympathy biases induce charitable giving? The effects of advertising content. *Marketing science*, 35(6), 849-869.
40. Sunstein, C. R. (2014). Nudging: a very short guide. *Journal of Consumer Policy*, 37(4), 583-588.
41. Sunstein, C. R., Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations (January 17, 2015). *Yale Journal on Regulation*, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2551264>
42. van Tilburg, W. A., & Igou, E. R. (2017). Can boredom help? Increased prosocial intentions in response to boredom. *Self and Identity*, 16(1), 82-96.
43. Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save more tomorrow™: Using behavioral economics to increase employee saving. *Journal of political Economy*, 112(S1), S164-S187.
44. Wang, M., Rieger, M. O., & Hens, T. (2016). How time preferences differ: Evidence from 53 countries. *Journal of Economic Psychology*, 52, 115-135.
45. Wang, M., Rieger, M. O., & Hens, T. (2017). The impact of culture on loss aversion. *Journal of Behavioral Decision Making*, 30(2), 270-281.