

**УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

**Кафедра економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом**

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до практичних занять та самостійної роботи**

**з дисципліни
«ЕКОНОМІЧНА ПСИХОЛОГІЯ»**

Частина 2

Харків – 2021

УДК 159. 938

Методичні вказівки розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом 22 червня 2021 р., протокол № 12.

Методичні вказівки рекомендуються для здобувачів вищої освіти спеціальностей 051 «Економіка», 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» усіх форм навчання.

Укладачі:

проф. В. В. Компанієць,
доц. О. М. Полякова

Рецензент

проф. Н. Є. Каличева

ЗМІСТ

9	Витоки формування поведінкової економіки.....	4
10	Інформаційно-психологічна війна.....	12
11	Грошова поведінка.....	18
12	Податкова поведінка. Психологія ухилення від податків...	22
13	Психологія підприємництва.....	27
	Список літератури.....	36
	Додаток А Відеоматеріали за темою «Поведінкова економіка».....	39

9 ВИТОКИ ФОРМУВАННЯ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

План семінарського заняття

- 9.1 Еволюція поведінкової економіки.
- 9.2 Засновники поведінкової економіки.
- 9.3 Основні положення поведінкової економіки.
- 9.4 Концепції поведінкової економіки.
- 9.5 Недоліки та перспективи розвитку поведінкової економіки.

Література [2, 10, 14, 16, 21, 23].

Питання для обговорення

1 Розкрийте сутність поведінкової економіки. Назвіть основні роботи в галузі поведінкової економіки.

2 З якою метою вивчаються аномалії економічної поведінки? Опишіть основні методи поведінкової економіки.

3 У чому відмінність поведінкової теорії від економічної психології?

4 У чому сутність ірраціональної поведінки?

5 Назвіть основні роботи в галузі поведінкової економіки.

6 У чому прикладне значення поведінкової економіки?

7 У чому сутність і зміст міждисциплінарного підходу?

8 Опишіть основні методи поведінкової економіки.

9 У чому практична значущість імітаційного моделювання?

10 У яких випадках доцільно проводити експерименти?

Практичні завдання

Завдання 1. Наведіть приклади впливу психологічних факторів на поведінку людини у сфері економічних відносин та економічні результати відповідної поведінки:

- відносини купівлі – продажу;
- відносини у виробничому процесі на підприємстві (у т.ч. в колективі, між начальником та підлеглим);

- відносини на макроекономічному рівні в різних сферах, процесах, наприклад, фінансова сфера, інвестиційна сфера; ціноутворення тощо.

Завдання 2. Наведіть приклади впливу економічних факторів на психологічний стан людини.

Завдання 3. Наведіть статистику показників існуючих страхів і реальних небезпек (світова статистика, Україна).

Завдання 4. Складіть матрицю ризиків споживачів і фірм у сучасних умовах.

Завдання 5. Що таке ефект хибної пам'яті? Напишіть коротке есе.

Завдання 6. Що таке емоційний інтелект? Як його оцінити? Охарактеризуйте основні компоненти емоційного інтелекту.

Завдання 7. Теорія поколінь Н. Хоува і В. Штрауса. Сформулюйте особливості різних поколінь. Зробіть порівняльну характеристику. У чому прикладне значення теорії поколінь?

Завдання 8. Охарактеризуйте індекс споживчої впевненості в США, Україні, країнах ЄС. Які споживчі очікування в Україні?

Завдання 9. Назвіть сучасні тенденції споживчої поведінки в новій економіці.

Завдання 10. Виберіть відповідь і ідентифікуйте відхилення (пастки), що допускаються при оцінці ймовірностей.

1) Журнал «Fortune» вніс до списку 500 найбільших фірм США такі 10 корпорацій (на підставі їх доходів від продажів за 1999 р.): група А: «KFC», «American Airlines», «Hershey Foods», «Barnes and Noble», «Texas Instruments»;

група В: «SBC Communications», «McKesson», «Ingram Micro», «United Technologies», «Utilicorp United».

Яка група (А або В) мала найбільші доходи від загальних продажів?

2) кращий студент останнього семестру в класі МВА пише вірші і досить сором'язливий, він невисокого зросту. Яка була спеціалізація цього студента на останньому курсі: (А) вивчення Китаю або (В) психологія?

3) які з причин, наведених у наступних списках, були причинами більшості випадків передчасної смерті в США в 2006 р.?

- а) куріння, ожиріння / недостатня фізична активність і алкоголь;
- б) рак, серцеві захворювання і автокатастрофи.

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Нарисуйте ментальну карту «Поведінкова економіка» та поясніть її.

Завдання 2. Опишіть цінності і трудову поведінку покоління Y і Z, користуючись даними соціологічного дослідження смаків і вподобань представників покоління Z (результати загальнонаціонального опитування «Українське покоління Z: цінності та орієнтири» компанії GfK Ukraine http://neweurope.org.ua/wp-content/uploads/2017/11/Ukr_Generation_ukr_inet-2.pdf).

Дайте відповіді на питання:

- 1 Які найбільш важливі фактори впливають на вибір ними роботи?
- 2 У який спосіб найчастіше проводять дозвілля?
- 3 Як оцінюють якість освіти та її відповідність сучасним потребам ринку праці?
- 4 Наскільки важливим для них є здорове харчування і спорт?
- 5 Для яких потреб використовують Інтернет найчастіше?
- 6 ТОП-3 онлайн-платформи, де найбільше проводять час.
- 7 ТОП-3 соціальні мережі для спілкування.
- 8 Який контент є для них цікавим в Інтернет?
- 9 Який контент в онлайн краще ними сприймається?
- 10 Якою має бути стилістика спілкування (мова, повідомлення тощо) з ними в соціальних мережах?
- 11 Яке ставлення до українських брендів?
- 12 Яке ставлення до питань екології і соціальної відповідальності?
- 13 Якби за інших рівних умов був вибір: онлайн чи спілкування в реальності, що б вони обрали?

Відповіді на питання 1–5 Ви можете знайти в результатах загальнонаціонального опитування «Українське покоління Z: цінності та орієнтири» компанії GfK Ukraine. В питаннях 6–13 використовуйте доступні в Інтернет матеріали.

Завдання 3. Відомо, що за кілька останніх десятиліть поведінкова економіка накопичила достатньо фактів, які свідчать проти як передумов, так і висновків стандартної економічної моделі. Чому в такому разі неокласична економічна теорія досі зберігає статус «стандартної» і як її прихильники заперечують аргументи психологів?

Завдання 3. З наведених в додатку А чотирьох блоків тематичних відеоматеріалів (блок 1 «Нейромаркетинг»; блок 2 «Нові технології і зміна свідомості, маніпуляції в продажах та інших сферах економіки»; блок 3 «Зміна свідомості під впливом цифрових технологій»; блок 4 «Поведінкова економіка популярні лекції») обрати на вибір по одному відео з кожного блока, так, щоб відео дублювалися, і надати відповіді:

- 1) коротко записати сенс відео;
- 2) прийоми нейромаркетингу, фахівців, які викладають матеріал. Обов'язково кілька прикладів дії прийомів. Приклади захисту, якщо є;
- 3) ваша оцінка відео і користь для Вас.

Завдання 4. Зробіть стислий огляд однієї з наведених праць з поведінкової економіки:

- 1) Річард Талер. Нова поведінкова економіка. Чому люди порушують правила традиційної економіки і як на цьому заробити;
- 2) Ден Аріелі. Позитивна ірраціональність. Як отримувати вигоду зі своїх нелогічних вчинків;
- 3) Ден Аріелі. Передбачувана ірраціональність. Приховані сили, що визначають наші рішення;
- 4) Даніель Канеман. Думай повільно ... вирішуй швидко;
- 5) Річард Талер, Касс Санстейн. Nudge. Архітектура вибору;
- 6) Даніель Канеман, Амос Тверські. Прийняття рішень у невизначеності. Правила і упередження;
- 7) Даніель Канеман, Амос Тверські. Раціональний вибір, цінності та фрейми.

Кейс

У своїй статті, присвяченій терористичній діяльності та суспільній реакції на неї, Гарі Беккер і Аріель Рубінштейн зазначають, що незважаючи на статистично малу ймовірність

загинути в результаті терористичного акту, терористичні атаки мають значний вплив на поведінку громадян. Наприклад, обсяг пасажирських перевезень на внутрішніх авіалініях США між серпнем і жовтнем 2001 р. знизився на 32 %, і не відновлювався ще кілька років. Беккер порівнює таку реакцію з поведінкою людей під час спалахів рідкісних, але небезпечних хвороб: наприклад, «коров'ячого сказу» і «пташиного грипу». При дуже невеликій об'єктивній ймовірності захворіти відповідні продукти харчування ігнорувалися масово. На перший погляд, така поведінка свідчить про банальну переоцінку людьми малих ймовірностей «жахливих» подій, проте детальний аналіз реакції громадян на теракти дає більш багату і цікаву картину.

29 листопада 2001 р. терорист-смертник підірвав себе на автобусі, що прямував в Тель-Авів. Протягом наступного року в Ізраїлі кожен місяць відбувалася в середньому одна така атака, в результаті чого, за розрахунками Беккера і Рубінштейна, пасажиропотік скоротився на 30 %. Цікаво, що при різкому падінні продажів квитків на одну-дві поїздки продаж тижневих і місячних проїзних квитків змінився досить мало: «завсідники» не звертали на терористів уваги.

Якщо припустити, що у кожного пасажира є якийсь прийнятний рівень «очікуваного збитку» від теракту, то і ті, хто їздить на автобусі двічі на місяць, і ті, хто їздить на автобусі двічі на день, мали б скоротити свою кількість поїздок у два рази. Це відображало б зростання об'єктивної ймовірності постраждати від теракту. Замість цього перші відмовилися від поїздок зовсім, а другі – майже не змінили їх кількість. Перше припущення дослідників, що у регулярних пасажирів автобуса просто немає іншої альтернативи, було відкинуто, коли Беккер і Рубінштейн виявили схожу реакцію на теракти у відвідувачів кафе в центрі міста, де також часто гриміли вибухи.

Як можна було б пояснити описану реакцію громадян на терористичні акти з точки зору теорії перспектив?

Тести для самоперевірки

Відповідаючи на запитання чи продовжуючи речення, оберіть єдино правильний варіант.

1 Предметом поведінкової економіки є:

а) виробничі відносини у взаємозв'язку із продуктивними силами, відносини між ними, які не залежать від волі та бажання людей;

б) психологічні закономірності економічної поведінки та взаємодії між людьми як суб'єктами економічних відносин; закономірності взаємодії та взаємного впливу економічних факторів і психологічних явищ у регуляції економічної поведінки;

в) психіка людини, її поведінка, відносини людей поза економічним контекстом;

г) немає правильної відповіді.

2 Виробничі відносини у взаємозв'язку із продуктивними силами, відносини між ними, які не залежать від волі й бажання людей вивчає дисципліна:

а) психологія;

б) економічна теорія;

в) економічна психологія;

г) економічна соціологія.

3 Економічні процеси як прояви поведінки людини в економіці вивчає:

а) економічна теорія;

б) психологія;

в) економічна психологія;

г) економічна соціологія.

4 Основним завданням макроекономічного психологічного аналізу є:

а) визначення ключових напрямків економічної поведінки великих соціальних груп з метою вироблення ефективної економічної політики та засобів її здійснення;

б) вивчення та активізація резервів людського фактора на конкретному підприємстві;

в) вивчення факторів, що впливають на економічну поведінку особистості, у різних сферах господарювання;

г) немає правильної відповіді.

5 Які з методів економічної психології основані на спостереженні і відрізняються тим, що людина активно втручається в ситуацію:

а) емпіричні;

- б) експериментальні;
- в) організаційні;
- г) психодіагностичні.

6 Інтерв'ю, бесіда та тестування належать до:

- а) емпіричного методу;
- б) експериментального методу;
- в) організаційного методу;
- г) психодіагностичного методу.

7 Визначення ключових напрямків економічної поведінки великих соціальних груп з метою вироблення ефективної економічної політики й засобів її здійснення є основним завданням:

- а) економічного аналізу;
- б) мікроекономічного психологічного аналізу;
- в) макроекономічного психологічного аналізу;
- г) немає правильної відповіді.

8 До завдань, які ставить економічна психологія, належать:

- а) активізація резервів людського фактора в економіці в цілому й на конкретному підприємстві;
- б) виявлення психолого-соціальних норм, визначення особливостей економічної поведінки в даному суспільстві;
- в) визначення соціально-психологічних умов;
- г) усі відповіді правильні.

9 Як можна використовувати «уникнення втрат» для мотивації людей?

- а) надати заплутану інструкцію, і люди виберуть опцію за замовчуванням;
- б) змусити людей платити за те, що вони не дотримуються правил;
- в) збільшити заощадження співробітника вдвічі;
- г) забезпечити людей додатковою інформацією для того, щоб вони зробили найкращий вибір.

10 Прочитайте опис поведінки і виберіть ефект, який вона описує. Індивіди А і В вирішили сходити на концерт. А купив квиток заздалегідь. Коли вони пішли на концерт, А виявив, що втратив квиток, В – гроші. А вирішив не ходити на концерт, В пішов на концерт.

- а) опції за замовчуванням;
- б) ефект контексту;

- в) ментальні пастки;
- г) страх втрат.

11 Що не підходить для вирішення проблеми самоконтролю за допомогою створення точки прийняття рішення?

- а) вимкнення кондиціонера кожні кілька годин;
- б) розміщення здорової їжі на видному місці;
- в) купівля великого пакета чіпсів;
- г) розсилка нагадувань.

12 Яке з висловлювань правильне щодо ситуації перевантаження вибору?

- а) у людей менше шансів відкласти вибір;
- б) використовується більш прозорий механізм оплати;
- в) люди більш схильні вибирати консервативні варіанти;
- г) люди більш емоційно ставляться до продукту, який вони вибрали.

13 Що з наступного впливає на кількість донорів органів у країні?

- а) закони;
- б) кількість грошей, яка видається донорам;
- в) культура;
- г) опції за замовчуванням

14 Як потрібно оформити програму, щоб люди захотіли в ній брати участь?

- а) зробити опцію за замовчуванням «не брати участь у програмі»;
- б) дати людям заплутані інструкції;
- в) скоротити кількість кроків для вступу в цю програму;
- г) дати можливість порівняти варіанти.

15 Що найкраще описує ефект асиметричного домінування?

- а) з трьох поданих варіантів Ви будете вибирати найдешевший;
- б) опція, що не має значення, може створити контекст для вибору потрібного варіанта;
- в) якщо Ви помітите підробку, то це приверне Вашу увагу;
- г) Ви не зможете вибрати кращий з трьох варіантів.

Теми рефератів

1 Психологічні спотворення і економічна поведінка.

- 2 Поведінкові пастки бідності.
- 3 Блага дозвілля, залежність і самоконтроль.
- 4 Аномалії ризикового вибору: теорія перспектив.
- 5 Економіка благодійності.

10 ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНА ВІЙНА

План семінарського заняття

- 10.1 Основні поняття.
- 10.2 Особливості суспільної (індивідуальної) свідомості.
- 10.3 Методи інформаційної війни.
- 10.4. Техніка міфів.
- 10.5 Зміна суспільної свідомості під впливом інформаційної війни. Методи захисту.

Література [6, 10, 22, 23].

Питання для обговорення

- 1 Що таке інформаційна війна? Її мета. Що таке психологічна війна? Її мета.
- 2 Доведіть, що з нами ведеться інформаційна та психологічна війна.
- 3 Які знання про особливості свідомості людини, суспільства в цілому використовуються при веденні інформаційної війни? Як це пов'язано з економікою?
- 4 Що таке історична свідомість? На якому рівні зараз змінюється свідомість суспільства, ознаки цього.
- 5 Перерахуйте основні методи інформаційної війни.
- 6 Розкрийте метод інформаційної війни «використання авторитету науки і вчених».
- 7 У чому полягає мета, сутність експерименту С. Мілграма? Що доводять його результати?
- 8 Назвіть вирішальні фактори підпорядкування. Які з них використовуються для маніпуляції поведінки людей в економіці?

9 Розкрийте техніку міфів. Наведіть приклади конкретних міфів та їх впливу на зміну свідомості.

10 У чому полягають основи ведення інформаційної війни, на думку давньокитайського філософа і військового діяча Сунь Цзи? Чим вони відрізняються від сучасних технологій ведення інформаційних війн?

11 Як змінюється суспільна свідомість під впливом інформаційної війни? Наведіть приклади дії інформаційної війни на наше суспільство, економіку.

12 Способи захисту від впливу інформаційної війни.

13 Яку користь Ви отримали для себе, вивчаючи матеріал лекції? Що з досліджуваного матеріалу в цілому, включаючи відео, стало для Вас цінним і новим знанням, яке стане в нагоді в житті?

Практичні завдання

Завдання 1. Вставте пропущені слова:

а) «Інформаційна війна – це війна ... типу, де зброєю виступає ...; боротьба за цілеспрямовану зміну суспільної ..., впровадження в суспільну ... таких помилкових ..., які дали б змогу надалі ... як населенням країни, так і її ...»;

б) «Психологічна війна відображає вміння ... або її окремих осіб ... свідомістю ... для досягнення поставлених ..., які не завжди можна назвати ...».

Завдання 2. Продовжіть речення:

«Знаряддями інформаційної війни виступають: ...».

Завдання 3. Прокоментуйте твердження і висловлювання: «Установки не можуть визначати поведінку, коли зовнішні впливи сильніше внутрішньої переконаності». «Людські діяння сильніше людей. Покажіть мені людину, яка скоїла діяння і не стала його жертвою і рабом».

Завдання 4. Виконання експертного висновку. Складіть експертний висновок за темою «Співпраця держав у сфері інформаційної безпеки».

Експертний висновок – документ, який є результатом роботи експерта або експертної комісії, що відповідає на поставлені замовником питання. Експертний висновок – це результат

проведеного дослідження, що спирається на спостереження, факти й інші можливі методи.

Експертний висновок складається з декількох частин: вступної, дослідницької і викладу висновків. Приблизний зміст експертного висновку.

Перша частина: описова (*загальна характеристика співробітництва країн*).

Друга частина: дослідницька (*напрямки співпраці в інформаційній сфері; особливості співпраці в справі забезпечення інформаційної безпеки; фактори, що заважають успішній співпраці, і шляхи їх подолання*).

Третя частина: експертна оцінка прийнятих рішень і характеру діяльності відповідних органів держав у інформаційній сфері; існуючі проблеми та перспективи подальшої співпраці, пропозиції для підвищення ефективності діяльності в забезпеченні інформаційної безпеки країн.

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Нарисуйте ментальну карту «Інформаційна війна» та поясніть її.

Робота з відеоматеріалами

Завдання 1. Перегляд фільму «Дари данайців» (30 хв) та письмова відповідь на питання:

- чому фільм називається «Дари данайців»;
- про що цей фільм;
- у чому полягає сенс проєктів, спрямованих на руйнування СРСР;
- кому і навіщо це було потрібно;
- які способи використовувалися для цього (як проводилась приватизація, надавалися умови кредитування і т.д.)?;
- які знання про психологію народу, особливості та стан свідомості людей використовувалися?

Завдання 2. Перегляд сюжету відеолекції професора Ніни Кригіної «Інформаційна війна» та письмова відповідь на питання:

- розкрийте три потоки інформації та їх призначення;

- через що формується у свідомості людей образ чоловіка і жінки;
- яке значення реклами в сучасності; рівні реклами;
- як через рекламу перебудовується життя і наслідки цього;
- хто найшвидше реагує на рекламу;
- який образ жінки та чоловіка формує сучасна реклама;
- до чого це призводить і наслідки цього.

Завдання 3. Перегляд фільму «Лудоманія» (30 хв) та письмова відповідь на питання:

- охарактеризуйте групи людей, які потрапляють у залежність від комп'ютерних та азартних ігор;
- як поведуться люди, що грають в автомати, що вони відчують, до чого це призводить;
- на чому побудований гральний бізнес;
- який відсоток повернення грошей гравцям;
- які методи, методики, знання використовують для формування залежності – лудоманії;
- що є причиною лудоманії і як вилікувати цю залежність.

Завдання 4. Надайте відповіді на питання за відеоматеріалом «Ляльки і ляльководи. Маніпуляція свідомістю» <https://www.youtube.com/watch?v=79bjfVuOcpA&t=10s>. Відповіді на питання і Ваші коментарі мають бути зв'язним текстом:

- 1 Як відбувається маніпуляція свідомістю;
- 2 Хто розповідає про це в сюжеті (докладно);
- 3 Приклади, які показані у фільмі;
- 4 Що відбувається з внутрішнім світом людини, коли нею маніпулюють;
- 5 Які знання використовують маніпулятори;
- 6 Які експерименти показані у фільмі? Що вони показують;
- 7 Які способи захисту від маніпуляцій пропонуються? Вони ефективні, на Ваш погляд?

Завдання 5. Надайте відповіді на питання за відеоматеріалом «Психологія реклами. Основний елемент» https://www.youtube.com/watch?v=J_4bOLnShpo. Відповіді на питання і Ваші коментарі мають бути зв'язним текстом.

- 1 Які експерти розповідають про те, як побудована маніпуляція через рекламу;
- 2 Про які методи вони розповідають і які приклади наводять;

- 3 Як все це працює;
- 4 Прийоми захисту;
- 5 Що Ви почерпнули для себе корисного?

Завдання 6. Надайте відповіді на питання за відеоматеріалами «Вікно Овертона. Теорія Руїнування. Чим небезпечно вікно Овертона» <https://www.youtube.com/watch?v=zSe0Gc60TJ0>. «Вікно Овертона. Маніпуляція свідомістю» <https://www.youtube.com/watch?v=BKIn9znsD0U>. Відповіді на питання і Ваші коментарі мають бути зв'язним текстом.

- 1 У чому сенс технології, навіщо вона потрібна? Хто її відкрив;
- 2 Етапи відкриття вікон;
- 3 Що відбувається на кожному етапі з суспільством;
- 4 Як цьому протистояти (зворотна технологія).

Завдання 7. Законспекуйте виступ А. Курпатова з виділенням досліджень зарубіжних вчених, які він наводить, і їх результатів: «Андрій Курпатов. Виступ в Давосі на бізнес-сніданку Ощадбанку <https://www.youtube.com/watch?v=GbLclnu-QGc>.

Завдання 8. Законспекуйте відеосюжет «Сенс життя в 5 хвилинах: людина в пошуках сенсу». Віктор Франкл <https://www.youtube.com/watch?v=KdcuAsgxptc&list=PLpK11Gwqi1NHVCygfQeDsbEBAAdZ> Як Ви розумієте, в чому сенс життя людини?

Тести для самоперевірки

Відповідаючи на запитання чи продовжуючи речення, оберіть єдино правильний варіант.

1 Інформаційна війна – це:

- а) конфлікт між політичними утвореннями (державами, племенами), що відбувається у формі збройного протиборства;
- б) боротьба за цілеспрямовану зміну суспільної свідомості, впровадження в неї таких помилкових стереотипів, які дали б змогу надалі маніпулювати як населенням країни, так і її елітою;
- в) стратегія брендингового тиску в боротьбі за споживача.

2 Психологічна війна – це:

а) комбінація відкритих і таємних військових дій, провокацій і диверсій у поєднанні із запереченням власної причетності, що значно ускладнює повноцінну відповідь на них;

б) вербування безлічі агентів у потрібних місцях країни-жертви з використанням соціальних мереж без застосування засобів безпосереднього фізичного знищення супротивника;

в) цілеспрямоване і планомірне використання ворожими силами психологічних та інших засобів (пропагандистських, дипломатичних, політичних тощо) для прямого або непрямого впливу на думки, настрої, почуття і, в підсумку, на поведінку громадян з метою досягнення поставлених цілей, які не завжди можна назвати благими.

3 У структурі суспільної свідомості глибинний рівень займає:

а) колективна думка;

б) парадигма (стала система понять, поглядів, світогляду суспільства в цілому);

в) генетична пам'ять народу (мораль, ідеали, цінності, поняття добра і зла, духовні традиції).

4 У свідомості як на індивідуальному, так і на колективному рівнях обов'язково наявні дві основи:

а) сила і воля;

б) розум і віра;

в) почуття і мотивація.

5 Історична свідомість – це:

а) період, доступний безпосередньому сприйняттю суспільства в цілому, за який людина, яка вийшла зі шкільного віку, вступає в пенсійний;

б) здатність зберігання в суспільній пам'яті історичних подій минулого за певний часовий зріз;

в) правильна відповідь «а» і «б».

6 Для суспільства часовий лаг, що відокремлює історичне «минуле» від «теперішнього», складає приблизно:

а) 25 років;

б) 75 років;

в) 40 років.

7 Зброєю в інформаційній війні виступає:

- а) метод великої брехні;
- б) зміна історії, фактів, очорнення ідеалів, значущих історичних постатей, лідерів;
- в) правильна відповідь «а» і «б».

8 *Раціональне утворення, яке має ірраціональний вплив на людину і тому його майже неможливо спростувати раціональним шляхом, називається:*

- а) парадигма;
- б) міф;
- в) оповідання.

9 *Наслідком зміни суспільної свідомості під впливом інформаційної війни є:*

- а) втрата спадкоємності, традицій, зв'язку поколінь;
- б) атомізація свідомості, роздроблення її на частини (немає цілісного сприйняття картини світу), образи замість слів;
- в) індивідуалізація;
- г) обрядовір'я (замість віри – обряди), зміна уявлень про сенс життя;
- д) правильна відповідь «а» і «б»;
- е) усі відповіді правильні.

Теми рефератів

1 Сутність інформаційної війни, її інструменти та методи.

2 Приклади дії інформаційно-психологічного фактора на економічну свідомість та економічну поведінку особистості та суспільства.

3 Способи захисту від дії інформаційно-психологічного фактора.

11 ГРОШОВА ПОВЕДІНКА

План семінарського заняття

11.1 Гроші як об'єкт психологічних досліджень.

11.2 Макроекономічні дослідження психологічного аспекту грошей.

11.3 Типи особистостей в залежності від їх ставлення до грошей.

11.4 Ставлення до грошей у різних соціальних груп. Фактори від яких залежить ставлення людини до грошей.

Література [1, 5, 10, 11, 17–20, 23, 26].

Питання для обговорення

1 Наведіть наочний приклад, який доводить, що гроші необхідно розглядати з психологічної точки зору. Як психологи спростовують вислів «гроші не пахнуть»?

2 Наведіть приклади виконання психологами макроекономічних досліджень ставлення до грошей. Які їх результати?

3 Назвіть психологічні наслідки мінімізації у грошах продуктивності праці.

4 Назвіть фактори, вплив яких на ставлення до грошей експериментально доведено.

5 В чому полягають суттєві відмінності грошових атитюдів?

6 Які особливості «грошової» поведінки частіше виявляються у людини зі зниженою самооцінкою?

7 Спробуйте пояснити, чому в меншому ступені люди здатні розголошувати відомості про свої прибутки братам та сестрам, ніж іншим родичам та колегам?

8 Поясніть, спираючись на свій життєвий досвід, феномен: чому зі збільшенням кількості джерел доходів у родині посилюються розбіжності з приводу витрат і вкладів? Чи спрацьовує ця закономірність на рівні колективу робітників фірми?

9 Чи впливає власність і прибутки людини на її сприйняття іншими людьми?

10 У чому полягають особливості ставлення до грошей у підприємців?

11 Який з двох факторів у більшій мірі впливає на грошові атитюди – рівень доходів або приналежність до соціального прошарку і чому?

Практичні завдання

Завдання 1. 1) дайте відповідь, але щиро, на такі питання, запропоновані психотерапевтом А. М. Полєєвим:

а) чи охоплює Вас бажання що небудь купити, коли у Вас важко на душі?

б) чи охоплює Вас відчуття тривоги та вини, коли Ви витрачаєте на себе гроші, хоча при цьому на близьких людей Ви можете витратити гроші щиро та від душі?

в) чи викликає у Вас жах думка про те, що Ви можете втратити свої збереження незважаючи на те, що Ви маєте постійний дохід?

г) чи надаєте Ви перевагу збереженню складних любовних або подружніх стосунків через страх, що самотужки не зможете забезпечити себе матеріально?

д) чи купуєте Ви своїм близьким та друзям дорогі подарунки, чи даєте Ви їм гроші в борг тільки тому, щоб оточення більше любило та поважало Вас?

2) які психологічні символи грошей відображені в даному опитуванні?

Індивідуальні завдання

Завдання 1. Як називається цей ефект?

Якщо людині збільшити зарплату на 7 % при 9 % інфляції, то вона буде почувати себе краще, ніж якщо на 2 % зменшити зарплату при нульовій інфляції. Обидва варіанти, з точки зору економіки, ідентичні – реальна зарплата зменшується на 2 %. Але до тих пір, поки номінальна зарплата залишається позитивною, навіть при негативній реальній зарплаті, людина сприймає це як позитивну подію. Зміни в особистому доході набагато важливіше і гостріше сприймаються, ніж тенденції в економіці в цілому.

Завдання 2. У чому відмінність економічної та психологічної сутності грошей?

Завдання 3. Наведіть приклади регламентування використання грошей психосоціальними нормами і соціальними цінностями. Чи змінюються психосоціальні норми використання грошей з часом?

Завдання 4. Як Ви розумієте вислів Ж.Ж. Руссо щодо грошей: «Гроші, якими володієш – знаряддя свободи; ті, за якими женешся, – знаряддя рабства».

Завдання 5. У чому проявляється ефект розміру грошей? Наведіть приклади.

Завдання 6. Назвіть маркери здорових психологічних відносин людини з грошима.

Завдання 7. Поясніть, чому при підвищенні зарплати мотивація працівника зростає лише до певного рівня (в якийсь момент підвищення зарплати не спричиняє за собою підвищення мотивації, вона навіть може знизитися)?

Тести для самоперевірки

1 На використання грошей впливають такі фактори:

- а) розмір купюр (великі, невеликі);
- б) джерело походження купюр;
- в) способи розрахунку (готівковий, безготівковий);
- г) всі відповіді правильні.

2 Ставлення людини до грошей залежить від:

- а) соціального статусу людини;
- б) мети використання грошей;
- в) цінностей людини;
- г) всі відповіді правильні.

3 Ставлення людини до використання грошей залежить від таких внутрішніх факторів:

- а) розміру купюр;
- б) способу розрахунку (готівковий, безготівковий);
- в) рівня доходів;
- г) макроекономічної ситуації.

4 Ставлення людини до використання грошей залежить від таких зовнішніх факторів:

- а) рівня доходів;
- б) соціального статусу;
- в) статі, віку;
- г) макроекономічної ситуації.

5 Важливість грошей у житті людини залежить від:

- а) економічного стану в країні;
- б) цінностей людини;

- в) виховання людини;
- г) культури, яка домінує у країні;
- д) всі відповіді правильні.

Теми рефератів

- 1 Психологія бідності та багатства.
- 2 Грошова поведінка і мотиви зберігань.
- 3 Мотивація грошової поведінки.
- 4 Грошова поведінка молоді.

12 ПОДАТКОВА ПОВЕДІНКА. ПСИХОЛОГІЯ УХИЛЕННЯ ВІД ПОДАТКІВ

План семінарського заняття

- 12.1 Форми поведінки платника податків.
- 12.2 Способи вивчення поведінки платника податків.
- 12.3 Моделі поведінки платника податків.
- 12.4 Моделі поведінки платника податків.
- 12.5 Психологічні установки різних соціальних груп.
- 12.6 Фактор справедливості і податкова поведінка. Стратегії поведінки.
- 12.7 Особливості податкового менталітету українців.

Література [4, 7, 10, 12, 23].

Питання для обговорення

- 1 Назвіть форми законослухняної і незаконслухняної податкової поведінки.
- 2 Які способи вимірювання податкової поведінки існують?
- 3 Відтворіть приклад макроекономічної і приклад мікроекономічної моделі поведінки платників податків.
- 4 Спробуйте проаналізувати загальний стан системи оподаткування в Україні з урахуванням теоретичної моделі Штрюмпеля.

- 5 Які психологічні причини руйнування податкової моралі?
 6 Наведіть аргументи на користь впливу на поведінку платників податків фактора справедливості.
 7 Які особливості податкового менталітету українців?

Практичні завдання

Завдання 1. Згрупуйте відповідні визначення та характеристики згідно з даними таблиці 12.1.

Таблиця 21.1 – Вихідні дані

Визначення	Характеристика
1	2
Опортуніст-максимізатор	Може бути охарактеризований нормативними варіантами поведінки, що відрізняються формою раціональності. Платник податків розглядає варіанти мінімізації податків тільки в рамках правил гри і навмисно їх не порушує. Однак все, що не заборонено законом, він вважає за можливе використовувати для досягнення цієї мети, для чого активно розробляє і впроваджує податкові оптимізації. Це тип поведінки, який не звертає уваги на неформальні норми відносин з податковими органами і не вважає за потрібне шукати компроміс при визначенні суми податку. Він розраховує її виключно за законними правилами, використовуючи недоліки і «дірки» податкового законодавства для її зменшення
Законослухняний тип платника податків	Прагне до мінімальної суми податкових витрат, але вибирає деяку компромісну суму податків. Цей тип поведінки розрахований на більш довгострокову перспективу діяльності, ніж перший, який прагне швидко зірвати додатковий дохід на ухиленні від податків і зникнути, наприклад, закрити підприємство
Опортуніст обмеженою формою раціональності	3 Його податкова поведінка націлена на мінімізацію всіх витрат, пов'язаних зі сплатою податків, при цьому допустимими засобами досягнення цієї мети вважаються всі можливі, включаючи порушення формальних та неформальних норм оподаткування

Продовження таблиці 12.1

Законослухняний платник податків з обмеженою раціональністю	Діє тільки в рамках законних правил, він не прагне мінімізувати податкові витрати, а орієнтується на деяку задовільну величину. Від законослухняного типу платника він відрізняється тим, що обмежено використовує податкову оптимізацію, щоб не виходити за рамки компромісної величини податку, а від опортуніста з обмеженою раціональністю – тим, що не розглядає можливим навмисне порушення податкових правил. Це обережний тип платника податків, який орієнтується у своїй податковій поведінці і на формальні правила, і на неформальні норми податкових відносин
-------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Завдання 2. Як пов'язані фактор справедливості і податкова поведінка? Коротко охарактеризуйте експерименти Дж. Сі-баута, Н. Фрейдланда і Л. Уолкера і сформулюйте висновки з них.

Завдання 3. Назвіть основні особливості податкового менталітету росіян і українців.

Тести для самоперевірки

1 Внутрішні фактори, які впливають на податкову поведінку:

- а) справедливість податкової системи;
- б) прозорість податкового законодавства;
- в) розподіл бюджетних коштів;
- г) податковий менталітет;
- д) особистісні характеристики платників податків.

2 Зовнішні фактори, які впливають на податкову поведінку:

- а) особистісні характеристики платників податків;
- б) розмір доходів платників податків;
- в) знання та досвід платників податків;
- г) справедливість податкової системи.

3 Форми законослухняної поведінки платників податків:

- а) податкове планування;
- б) приховування прибутку;
- в) незаконне використання податкових пільг;

г) відсутність об'єкта оподаткування.

4 Податкове планування вимагає:

- а) фінансового професіоналізму;
- б) гнучкого економічного мислення;
- в) готовності до розумного ризику;
- г) всі відповіді правильні.

5 Вплив грошей на людей, гроші як владу в більшій мірі визнають:

- а) підприємці;
- б) службовці банків;
- в) викладачі економіки;
- г) немає правильної відповіді.

Теми рефератів

1 Особливості психології платників податку в сучасному українському суспільстві.

2 Податкова поведінка: інституційні аспекти.

3 Податкова поведінка українських підприємців.

13 ПСИХОЛОГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

План семінарського заняття

13.1 Феномен підприємництва.

13.2 Психологічний портрет підприємця.

13.3 Основні типи (моделі) підприємців.

13.4 Порівняльний аналіз психологічних портретів підприємця та менеджера.

Література [3, 8, 9, 10, 13, 15, 25].

Питання для обговорення

1 Розкрийте психологічні передумови розвитку підприємництва.

2 Охарактеризуйте психологічний портрет підприємця. До типічного портрету якого з них Ви найближчі?

3 Охарактеризуйте психологію взаємовідносин підприємця з державою.

4 Охарактеризуйте психологію взаємовідносин підприємця з суспільством.

5 Розкрийте умови розвитку підприємництва, психологічні проблеми підприємництва.

6 Проведіть порівняльний аналіз психологічних портретів підприємця та менеджера.

7 Як Ви розумієте підприємництво?

8 Прокоментуйте образ підприємця в суспільстві на прикладі різних країн, у тому числі України.

Практичні завдання

Завдання 1. Ознайомтеся з висловлюванням відомого американського ученого З. Блека щодо підприємництва: «Підприємництво, коли воно виникає, є результатом матеріальних передумов, але в той же час воно є станом мислення, баченням світу, типом особи, мотивацією і ідеологією». Як Ви вважаєте, наскільки теорія підприємництва є предметом саме економічної психології?

Завдання 2. На даному прикладі поясніть, чим відрізняється психологія підприємця від психології менеджера.

«Протягом всього століття теорія підприємництва розвивалася як другорядна побічна дисципліна і в економіці, і в психології. Перелом відбувся в 70–80-ті роки, коли до даного напряму науки різко зріс інтерес з боку ділових кіл. Головна причина такого інтересу була обумовлена динамікою економічних процесів у провідних капіталістичних країнах і, перш за все, у Сполучених Штатах. Вже на початку 70-х років американські вчені і практики помітили тривожну тенденцію в структурі інвестицій найбільших корпорацій — падіння частки витрат на

НІДКР у ряді ключових галузей економіки і скорочення витрат на НІДКР за довгостроковими — від п'яти років і більше — проектами. Стурбовані даною тенденцією, вчені провели ряд досліджень і встановили, що однією з причин є економічна поведінка вищої ланки управління корпорацій.

Менеджери великих корпорацій прагнули перш за все до зміцнення становища своїх фірм на ринку і одночасно до зміцнення своїх особистих позицій у корпораціях. І те, й інше мало коріння в специфіці корпорації як товариства з обмеженою відповідальністю. Знаходячись, по суті, як найняті робітники у власників корпорацій — акціонерів і несучи відповідальність перед ними за стан справ і виплату дивідендів, менеджери вважали за краще не ризикувати і орієнтувалися на найімовірніші, короткострокові проекти, які приносили стабільні доходи. Тим самим з виробничих програм корпорацій поступово зникали інноваційні, довгострокові проекти, що вимагали ризику. Надалі з'ясувалася ще одна негативна риса, але вже психології, яка домінує усередині корпорацій — ті індивіди, які демонстрували схильність до нововведень і нестандартних рішень, виявилися важкосумісними з ієрархічною системою вертикального підпорядкування, що панує в корпоративних структурах».

Завдання 3. З наведених характеристик оберіть ті, що притаманні підприємцю, і ті, що притаманні менеджеру, та заповніть таблицю 13.1.

Таблиця 13.1 – Характеристики суб'єктів господарювання

Підприємець	Менеджер

Характеристики:

- мотивація ґрунтується на прагненні до економічної незалежності і опори на власні сили;
- мотивація ґрунтується на просуванні по службі і владі;
- для нього велике значення має символіка його діяльності (офіс, атрибутика, статус);
- схоплює суть справи, а не структуру управління;

- не боїться «забруднити руки брудною роботою», може замінити власних працівників;
- уміє делегувати повноваження, керувати групою, що займає фактично весь його час;
- звертає увагу перш за все на атмосферу, що панує усередині фірми;
- звертає увагу перш за все на технології і ринки;
- вважає за краще скромний ризик, заснований на розрахунку, готовий інвестувати великі суми, але якщо вони дають віддачу;
- прагне уникати помилок і несподіванок, визнання поразки відкладає на останній момент;
- погоджується з тими, хто має владу;
- найвище цінує свою незалежність, орієнтується на власну думку;
- не звертає особливої уваги на символи і аксесуари своєї діяльності.

Завдання 4. Згадайте та визначте коло Ваших друзів, поведінка яких має підприємницькі ознаки, але за своїм соціальним статусом вони не є підприємцями. Як Ви думаєте, про що це свідчить?

Завдання 5. Проаналізуйте на основі власної діяльності, коли і яким чином у Вас проявлялась підприємницька поведінка. Наведіть приклади такої поведінки (за останній рік).

Завдання 6. Назвіть конкретні інноваційні зміни в освітній організації, для введення яких персоналу необхідно виявляти підприємницьку поведінку. Наведіть якомога більше способів прояву підприємницької поведінки при введенні в освітню організацію таких змін, як, наприклад, розробка рекламної компанії освітньої організації.

Завдання 7. Продовжіть речення:

Ризикованість як провідна характеристика підприємницької поведінки – це

Інноваційність – це інтегративна психологічна характеристика, яка включає в себе....

Завдання 8. На прикладі Вашого університету необхідно прийняти рішення щодо відкриття «Центру з вивчення іноземних мов». Всі учасники гри поділяються на групи: ті, хто підтримує цю

ініціативу, та ті, хто проти неї. Кожній групі необхідно визначити очевидні переваги та можливі ризики.

Завдання 9. Гра «Один проти всіх». Із групи обирається один або декілька учасників – «керівників», які мають переконати інших членів групи («колектив») ухвалити непопулярне рішення. «Керівник» має наводити достатню кількість найвагоміших аргументів, а група – чинити опір.

Завдання 10. Чи згодні Ви з твердженням: «Результат підприємницької поведінки – це лише гроші»? Обґрунтуйте власну позицію.

Завдання 11. Вправа «Оптимісти – песимісти». Група поділяється на дві команди: «Оптимісти» та «Песимісти». «Оптимісти» складають список переваг та позитивних аспектів розвитку підприємницької поведінки людини в конкретній сфері діяльності, продовжуючи вислів: «Виявляти підприємницьку поведінку необхідно тому, що...». «Песимісти» складають перелік недоліків та негативних аспектів розвитку підприємницької поведінки, продовжуючи вислів: «Виявляти підприємницьку поведінку непотрібно тому, що...». Обидві групи по черзі висловлюють свої аргументи.

Індивідуальні завдання

1 Оцініть свої підприємницькі здібності (тест з книги Р. Хизрич і М. Пітерса) [9]

Інструкція. Відповідаючи на пропоновані нижче питання, уявіть, що не пізніше завтрашнього дня Ви зайнялися підприємництвом. Відповіді у формі «так», «ні» заносьте у листок з номерами питань.

1 Чи вмієте Ви доводити почату справу до кінця незважаючи на перешкоди?

2 Чи вмієте Ви настояти на прийнятті рішення або Вас легко переконати?

3 Чи любите Ви брати на себе відповідальність, керувати?

4 Чи користуєтеся ви повагою і довірою колег?

5 Ви здорові?

6 Чи готові Ви працювати від зорі до зорі, не отримуючи негайної віддачі?

7 Чи любите Ви спілкуватися і працювати з людьми?

8 Чи вмієте Ви переконувати і заражати своєю впевненістю у правильності обраного шляху?

9 Чи зрозумілі Вам ідеї і думки інших?

10 Чи є у Вас досвід роботи в тій галузі, в якій Ви хочете почати справу?

11 Чи знайомі Ви з правилами оподаткування, калькуляції заробітної плати, складання декларації про доходи, ведення бухгалтерського обліку?

12 Чи буде у вашому місті чи області попит на товар або послугу, яку Ви хочете запропонувати?

13 Чи є у Вас хоча б базова підготовка в галузі економіки і підприємництва?

14 Чи добре йдуть справи у вашому місті або області в інших дрібних підприємств Вашого профілю?

15 Чи є у Вас на прикметі приміщення, яке можна орендувати?

16 Чи маєте Ви достатній початковий капітал?

17 Чи є у Вас можливість залучити до фінансування створюваної справи рідних і знайомих?

18 Чи є у Вас на прикметі постачальники необхідних Вам матеріалів?

19 Чи є у Вас на прикметі розумні фахівці, що володіють досвідом і знаннями, яких не вистачає Вам?

20 Чи впевнені Ви в тому, що мати власну справу – це головна Ваша мрія?

Обробка і інтерпретація результатів

Кожна відповідь «так» оцінюється в один бал, «ні» – в нуль балів:

17 балів і більше: Ви маєте всі необхідні якості, щоб досягти успіху в підприємстві;

13–17 балів: Ваші шанси на успіх в ролі підприємця не дуже очевидні. Подумайте ще раз, чи готові Ви нести всю відповідальність, яку передбачає професія вільного підприємства;

менш 13 балів: Ваші шанси домогтися успіху в ролі підприємця поки що невеликі. Але це тільки – поки!

2 Оцініть Ваш потенціал менеджера (тест з книги А. Б. Золотова) [9]

Інструкція. Дайте відповідь письмово на пропонувані нижче судження у формі «так», «ні».

1 Виробничий досвід – це тільки частина вимог для просування і успіху.

2 Основою Вашого просування до наступного щабля є сумісність з Вашим шефом. Ви маєте зрозуміти його і потім змінити себе відповідно до його очікувань.

3 Граюча «команда» і участь у корпоративній грі – це фундаментальна передумова кар'єрного поступу, і Ви маєте слідувати правилам гри.

4 Ви потребуєте розвитку навичок подолання щоденної фрустрації (фрустрація – перешкода на шляху досягнення мети, яка реально існує або суб'єктивно так сприймається людиною).

5 Ви маєте постійно готуватися до майбутнього і не дозволяти минулому зв'язувати Вам руки.

6 Ви повинні мати гарне почуття діловитості і стале бажання робити добро.

7. Отримання ключових постів Вашим шефом може посилити його ефективність і відкрити багато дверей для Вас.

8 Роблячи себе «абсолютно необхідним», Ви рухаетесь вгору, але продовжувати так діяти, хоча Ви вже і стали «абсолютно необхідним», значить відсувати себе від мети.

9 Бути «одиноким вовком» не є характерним для менеджменту і може зруйнувати Вашу кар'єру.

10 Розширення Ваших знань і управлінських навичок – фундаментальна вимога для успіху в управлінській кар'єрі.

11 Ваші уявлення більшою мірою базуються на Ваших лідерських та адміністративних навичках і в меншій мірі – на технічних.

12 Продовження освіти і саморозвитку стає Вашим життєвим шляхом.

13 Ваша управлінська кар'єра контролюється не тільки Вами, а й частково (якщо не в основному) організацією і людьми, з якими Ви працюєте.

14 Ви маєте вчитися відчувати гордість за свої досягнення.

15 Ваше завдання як менеджера – не робити роботу самому, робити її за допомогою інших.

16 Ви не будете приділяти достатньо часу своїй родині. Якщо Ви хочете повноцінного сімейного життя, Ви маєте бути задоволені найгіршою роботою.

17 Ваш зовнішній вигляд, одяг, манери мають велике значення для вашого іміджу і кар'єрних досягнень.

18 Підтримка організаційної політики і воля до порозуміння – важливі критерії управлінського кар'єрного успіху. Інтереси організації мають бути на першому місці.

19 Ви віддаєте перевагу бути індивідуалістом приватно і конформістом публічно.

20 Ви відчуваєте потребу бути спонсором, ментором.

Обробка і інтерпретація результатів. Підсумуйте кількість відповідей «так», вважаючи кожна за один бал. Помножте отримане число на п'ять. Отриманий результат можна прийняти за відсоток рівня Вашого управлінського потенціалу щодо рівня, властивого процвітаючим менеджерам.

Тести для самоперевірки

1 Яка з ознак більше характеризує сутність підприємницької діяльності:

- а) створення чогось нового, що має економічну, моральну, соціальну цінність;
- б) досягнення багатства;
- в) уміння обійти перешкоди в законах.

2 Підприємець:

- а) агент перетворень в економіці;
- б) фінансист;
- в) керівник виробництва.

Теми рефератів

1 Основні характеристики підприємницької поведінки.

2 Соціально-психологічні особливості підприємницької діяльності.

3 Феномен підприємницької поведінки.

4 Моделі підприємницької поведінки.

Питання творчої індивідуальної роботи (дослідницько-аналітична робота)

1 Вплив культурного коду на економічну поведінку суб'єктів господарювання: теорія і практика.

2 Психологія і фактори благодійності та благодійної поведінки: минуле, сучасне, вплив культурного коду.

3 Мотиваційне управління трудовою поведінкою персоналу.

4 Соціально-психологічний портрет сучасного українського менеджера та особливості його економічної поведінки.

5 Соціально-психологічний портрет сучасного українського підприємця та особливості його економічної поведінки.

6 Особливості ставлення до грошей у різних соціальних груп в українському суспільстві.

7 Особливості ставлення до праці в сучасному українському суспільстві.

8 Особливості психології платників податку в сучасному українському суспільстві.

9 Особливості споживацької поведінки в сучасному українському суспільстві.

10 Соціально-психологічні характеристики міленіалів та їх вплив на економічну поведінку в різних сферах діяльності (загальні та соціокультурні особливості).

11 Соціально-психологічні характеристики представників цифрового покоління та їх вплив на економічну поведінку в різних сферах діяльності (загальні та соціокультурні особливості).

12 Соціально-психологічні характеристики міленіалів та їх вплив на трудову поведінку (загальні та соціокультурні особливості).

13 Соціально-психологічні характеристики представників цифрового покоління та їх вплив на трудову поведінку (загальні та соціокультурні особливості).

14 Технології маніпулювання та їх вплив на економічну поведінку.

15 Нейромаркетинг: сучасні технології, вплив на економічну поведінку, захист від маніпулювання.

16 Стереотипна поведінка в економіці: види, дія, приклади, протидія.

17 Цифрові технології та їх вплив на свідомість та поведінку людини в економіці.

18 Особливості прийняття рішень та економічної поведінки в умовах невизначеності та ризику (теорія та практика).

19 Поведінкова теорія фірми: еволюція концепцій, практичні ефекти.

20 Поведінкові особливості взаємодії, впливу та прийняття рішень у віртуальному середовищі.

21 Особливості поведінки суб'єктів господарювання в умовах тривалих соціально-психологічних обмежень та криз.

22 Технологія «надж»: зміст, практика, критика.

23 Експериментальна економіка: теорія та практика.

24 Дослідження Р. Талера: основні концепції, застосування положень теорії в практиці соціально-економічного регулювання.

25 Вплив організовано-маніпулятивної інформаційно-психологічної дії на соціально-економічну свідомість та соціально-економічну поведінку у віртуальному просторі.

26 Вплив організовано-маніпулятивної інформаційно-психологічної дії на соціально-економічну свідомість та соціально-економічну поведінку населення.

27 Методи маніпулювання поведінкою людини в організації та методи захисту.

Зміст експериментів

Експеримент 1. Дослідження поведінки людини в економічній сфері, в організації

Вихідні умови. Провідні поведінкові економісти упродовж своєї дослідницької кар'єри аналізують та систематизують різні ситуації, що виникають в різних сферах життя людей, описуючи при цьому поведінку людей, у т.ч. в економічній сфері, та її детермінанти.

Експериментатор (здобувач) має провести експеримент зі спостереження та аналізу певних ситуацій, пов'язаних з дією людей (в т.ч. особистою дією) в економічній сфері або (та) в певній організації упродовж періоду вивчення курсу «Економічна психологія».

Зміст експерименту: спостереження за власною поведінкою та її детермінантами, поведінкою реальних людей із занотовуванням і описом різних ситуацій, що пов'язані з прийняттям рішень, вибором економічних рішень з емоційними складовими, когнітивними аспектами поведінки, евристичними способами прийняття рішень та оцінки цих ситуацій.

Результати експерименту: 1) дослідник має виділити закономірності власної поведінки в економічній сфері; в ситуаціях, що пов'язані з економічними цілями, інтересами; в певній організації; пов'язуючи при цьому власні ментальні моделі, емоційний стан, когнітивні та дієво-вольові компоненти свідомості з прийнятими рішеннями, певним типом поведінки та її наслідками, виявити рівень впливу емоцій, когнітивних помилок, стереотипів на прийняття рішень; 2) дослідник має виділити закономірності поведінки суб'єктів економічної діяльності, персоналу організації чи учасників проєкту, поведінки суб'єктів в економічній сфері, схожі та відмінні поведінкові ситуації у прийнятті рішень, виявити рівень впливу емоцій, когнітивних помилок, стереотипів на прийняття рішень; 3) зробити висновки і узагальнення з експерименту, запропонувати напрями використання результатів проведеного експерименту в практиці економічного аналітика, підприємця, керівника.

Експеримент 2. Навчання в іграх

Провести власні експерименти з варіаціями ігор «Горішки», «Дилема в'язня», «Диктатор», «Ультиматум» та ін. Зміст експерименту: сформувавши групу для участі в експерименті з кола друзів, родичів, знайомих, студентів інших спеціальностей. Експеримент: розробити варіації ігор, провести експеримент, обробити результати. Результати експерименту узагальнити та подати у вигляді презентації (письмового звіту). Засвоїти результати експерименту для власного зростання як фахівця в стратегічному мисленні.

Експеримент 3. «Фрейми в рекламі»

Зміст експерименту. Виявити та розкрити лінгвістичні фрейми рекламного контенту, емоційні і когнітивні фрейми реклами, проаналізувавши рекламні ролики на телебаченні чи в інтернет-просторі (до 10). Проаналізувати віднайдені експериментатором фрейми реклами. Запропонувати «дерево

лінгвістичних фреймів» за функціональними ознаками і цільовою орієнтацією на кінцевого споживача з різним ментальним обліком. За бажанням, опитати потенційних споживачів (не менше 10), які показали реакції на досліджувану Вами рекламу. Зробити висновки про вияв «ефекту володіння», «чутливості до здійснення витрат» тощо на основі експериментального опитування. Запропонувати напрями застосування отриманих результатів у нейромаркетингу. Результати експерименту узагальнити та подати у вигляді презентації (письмового звіту).

Проект-експеримент 4. (За бажанням) розробити рекламу Вашої спеціальності або рекламу дисципліни «Економічна психологія», або рекламу певної економічної професії.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1 Аксенченко К. Б. Стереотипи фінансової поведінки безробітних: соціально-психологічний аспект проблеми. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки.* 2017. Вип. 6. Т. 2. С. 125-130.

2 Бобух І. Поведінкова економіка та сталий розвиток: ключові аспекти взаємозв'язку. *Економіст.* 2016. № 6. С. 4-8.

3 Еволюція історичного напрямку у працях В. Зомбарта та М. Вебера. URL: <https://library.if.ua/book/39/2626.html>.

4 Зима О. Г. Аналіз видів і типів податкової поведінки. *Науковий вісник Національного університету державної податкової служби України (економіка, право).* 2013. № 1. С. 74-79. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvnudpsu_2013_1_13.

5 Зубіашвілі І. Гроші як соціокультурний феномен. *Проблеми загальної та педагогічної психології.* 2012. Т. 14, ч. 3. С. 144-151.

6 Канюк С. Психологія мотивації: навч. посіб. Київ: Либідь, 2002. 304 с.

7 Клепікова-Чижова Ю. В. Проблеми податкової злочинності: організаційно-правовий аспект. *Демократичне врядування: наук. вісн.* Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2008. Вип. 2. URL: <http://www.lvivacademy.com/visnik2/fail/Klepikova.pdf>.

8 Креденцер О. В. Психологія розвитку підприємницької активності персоналу освітніх організацій: монографія. Київ: Логос, 2019. 320 с.

9 Креденцер О. В. Формування підприємницької поведінки в персоналу освітніх організацій для ефективного забезпечення організаційного розвитку. Тренінг. *Актуальні проблеми психології*: зб. наук. праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Т. 1. Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія / за ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки. Київ: А.С.К., 2011. Вип. 32. С. 218-227.

10 Ложкін Г., Спасенніков В. Економічна психологія: навч. посіб. Київ: ВД «Професіонал», 2006. 400 с.

11 Мельниченко А., Киричок А. Грошова культура населення в контексті дослідження соціальних комунікацій. *Вісник Книжкової палати*. 2013. № 12. С. 42-43. URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2013_12_12

12 Меркулова Т. В. Податкова поведінка: інституційні аспекти аналізу. *Наукові праці Донецького національного технічного університету*. Серія: економічна.– Донецьк: ДонНТУ, 2005. Вип. 89-3. С. 159-165.

13 Підприємництво: підручник. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко, О. М. Полякова, Ю. М. Уткіна. Харків: УкрДУЗТ, 2016. 241 с.

14 Прочан А. О. Аналіз теорій поведінкової економіки *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. 2014. № 5 (80). С. 107-110.

15 Рудковська В. Підприємництво як особливий тип економічного мислення. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Серія: Економіка. 2011. Вип. 124-125. С. 89-92. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2011_124-125_32.

16 Саймон Г. А. Рациональність як процес і продукт мислення. URL: http://lms.hse.ru/content/lessons/599/thesis_Simon.pdf

17 Сич В. О. Ставлення до грошей та економічна свідомість індивіда як фактори його економічного самовизначення. *Вісник*

післядипломної освіти. 2011. Вип. 3. С. 503-507. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpo_2011_3_83

18 Сімків С. В. Гроші як соціально-психологічний феномен. *Young Scientist*, 2015. № 10 (25). Part 2. С. 190-194.

19 Сімків М. Соціально-психологічні аспекти ставлення до грошей. *Соціогуманітарні проблеми людини*. 2010. № 5. С. 209-217.

20 Скрипченко Т. В. Психологічні особливості установок стосовно грошей. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Психологічні науки. 2017. Вип. 2. Т. 1. С. 183-187.

21 Сомик О. М. Роль ціннісних орієнтацій у формуванні економічної активності в контексті поведінкової економіки. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 36(2). С. 61-65. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_36%282%29__13.

22 Соціальна, поведінкова, адаптивна економіка: теорія та практика: монографія / кол. авт.: О. І. Павлов, Т. А. Кулаковська, В. А. Самофатова та ін.; за ред. О. І. Павлова. Одеса: Астропринт, 2016. 172 с.

23 Фера С. В. Економічна психологія: навч. посіб. Чернівці: ФОП Баликіна С.М., 2020. 164 с.

24 Чернобай Л., Широн Ю. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення. *Психологічні виміри культури, економіки, управління: наук. журнал*. 2016. Вип. VIII. С. 71-78.

25 Яновська С. Г. Соціально-економічні та психологічні ознаки підприємництва. *Проблеми сучасної психології: зб. наук. праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / за ред. С. Д. Максименка, Л. А. Онуфрієвої*. Вип. 21. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2013. С. 799-809.

26 Lyons, John; Inada Miho. The World's Most Radical Experiment in Monetary Policy Isn't Working. URL: <https://www.wsj.com/articles/the-worlds-most-radical-experiment-in-monetary-policy-isnt-working-1488135495>.

27 McClelland's Acquired Needs Motivation Theory. URL: <https://worldofwork.io/2019/02/mcclellands-motivation-theory/>

ДОДАТОК А

Відеоматеріали за темою «Поведінкова економіка»

Блок 1. Нейромаркетинг

1 Нейромаркетинг

https://www.youtube.com/watch?v=Ty7kzS5Cy3U&list=PLu4__S_U-G_5zfPsI9MV0fyfID0Pj89x9&index=4

2 Нейромаркетинг: підірвати мозок споживача

https://www.youtube.com/watch?v=Q_2jY5m-VmY&list=PLu4__S_U-G_5zfPsI9MV0fyfID0Pj89x9&index=8

3 Нейромаркетинг: закулісна тактика. Як тобою маніпулюють?

https://www.youtube.com/watch?v=yNn6dROiY24&list=PLu4__S_U-G_5zfPsI9MV0fyfID0Pj89x9

4 Закулісна тактика: нейромаркетинг

https://www.youtube.com/watch?v=eUuRSq892Nw&list=PLu4__S_U-G_5zfPsI9MV0fyfID0Pj89x9&index=3

5 Галкіна Н.: Нейромаркетинг на реальних прикладах. Як це працює насправді? <https://www.youtube.com/watch?v=6GH99tHbqls>

6 Нейромаркетинг: говоримо однією мовою з підсвідомістю споживача <https://www.youtube.com/watch?v=yZuJuIEMv1Q>

7 У торгових мережах. Маніпулятори масовою свідомістю <https://www.youtube.com/watch?v=DxOzdXcKkOM>

8 Кліпове мислення – маніпуляція свідомістю https://www.youtube.com/watch?v=MS1wcy3Qlu4&list=PLu4__S_U-G_5zfPsI9MV0fyfID0Pj89x9&index=6

Блок 2. Нові технології та зміна свідомості, маніпуляції у продажах та інших сферах економіки

1 Навіщо за нами стежать в соцмережах і хто продає наші дані? Велике інтерв'ю про Big Data. <https://www.youtube.com/watch?v=LZlpsq1YyVg> /Спеціаліст по Big Data, Артур Хачуян, розповів нам, як соцмережі можуть читати наші повідомлення, як наш телефон нас підслуховує, і кому все це потрібно.

2 Generation Y. Великий брат в 2019 році Як аналітики великих даних стали найбільш головними людьми в 21 столітті і як адаптуватися у світі

https://www.youtube.com/watch?v=q_JKTvjWRTc

3 Хачуян А. «Штучний інтелект в маркетингу».

<https://www.youtube.com/watch?v=60GRxKKkMPw>

4. Інтерв'ю з Артуром Хачуяном. Як обчислити мільярдера в соціальних мережах?

<https://www.youtube.com/watch?v=ZIS96cqZVJs>

5 Касперська Н. Дивний новий світ: ризики та можливості цифрової економіки

https://www.youtube.com/watch?v=9m0_G4nXeZg

6 Ашманов І. «Соціальні мережі - знаряддя інформаційної війни». <https://www.youtube.com/watch?v=DwLrR34E840>

7 Ігор Ашманов про безпеку в інтернеті і здоровий глузд
<https://www.youtube.com/watch?v=HyqR2cRhs2k>

Блок 3. Зміна свідомості під впливом цифрових технологій

1 Тетяна Чернігівська – 19.05.2019

<https://www.youtube.com/watch?v=d3SmrO3kojk&t=1052s>

2 Чернігівська Т. Навчання людини в цифрову еру.

<https://www.youtube.com/watch?v=7xWjBQTsR5U>

3 Чернігівська Т. Людина розгублена «Номо Confusus».

<https://www.youtube.com/watch?v=4FrKm5cM6-U> або

Т. В. Чернігівська: Людина розгублена – homo confusus та нова цифрова реальність, 30.09.2019

[//https://www.youtube.com/watch?v=3V0J_rSA4Zk&t=822s](https://www.youtube.com/watch?v=3V0J_rSA4Zk&t=822s)

4 Чернігівська Т. В. Світ іншими очима: мозок дзеркальний і невірний. 16.01.2020

<https://www.youtube.com/watch?v=wqyA4YBsbvg>

5 Чернігівська Т. В. Як підсвідомість керує нами.

<https://www.youtube.com/watch?v=ZizkpcX6JIQ>

6 Курпатов А. Культура і читання в інформаційну епоху

<https://www.youtube.com/watch?v=NVGLafSaKmk>

7 Курпатов А. Мислення і книги в епоху соціальних мереж

<https://www.youtube.com/watch?v=TO8R99hDyxM>

8 Курпатов А. Все, що потрібно знати про технології щастя

<https://www.youtube.com/watch?v=1-QmW3DvVgI>

Блок 4. Поведінкова економіка (популярні лекції)

1 Поведінкова економіка: за що дали Нобелівську премію в 2017 // <https://www.youtube.com/watch?v=6OGWDOSQcUA>

2 Поведінковий маркетинг VS нейросемантичний маркетинг // <https://www.youtube.com/watch?v=3OMFzGfI168>

3 Що я знаю – поведінкова економіка / Анна Солодухіна <https://www.youtube.com/watch?v=Vx--JL4InJ4>

4 Поведінкова економіка https://www.youtube.com/watch?v=2Fw8_gR4e-4&list=PLVRi9xwwS5wxRWk542NoEzi1kt45R_vVa

5 Канеман Д. Роздуми про науку (суб'єктивного) добробуту https://www.youtube.com/watch?v=4HUqQYTWenH4&list=PLVRi9xwwS5wxRWk542NoEzi1kt45R_vVa&index=5

6 Рагульський О. Поведінкова економіка <https://www.youtube.com/watch?v=GR0ZGq414kQ>

7 Аріелі Д. Що мотивує нас на роботу? <https://www.youtube.com/watch?v=OC3dN0fBL2Y&list=PLnSbCJFtPimNQtfFnVZ5Ah4dQI6BoXYtD>

8 Аріелі Д. Люзія вибору <https://www.youtube.com/watch?v=-h-2v5KJOA&list=PLnSbCJFtPimNQtfFnVZ5Ah4dQI6BoXYtD&index=6>

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
до практичних занять та самостійної роботи
з дисципліни
«КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Відповідальний за випуск Компанієць В. В.

Редактор Решетилова В. В.

Підписано до друку 05.10.21 р.

Формат паперу 60x84 1/16. Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,5. Тираж 5. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Український державний університет
залізничного транспорту,
61050, Харків-50, майдан Фейєрбаха, 7.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 6100 від 21.03.2018 р.