

اقتصاد رفتاری

نقش‌های برخورد یا تلاقی بین روان‌شناسی و اقتصاد

انتشارات دیموند بلورین

نویسنده: پروفسور اسکات نیوتل

ترجمه: علی آقاجانی

ویراستار: فاطمه آقاجانی

۱۳۹۹



انتشارات دیموند بلورین

اقتصاد رفتاری

نقطه‌ی برخورد یا تلاقی بین روان‌شناسی و اقتصاد

نویسنده: پروفسور اسکات هیوتل

ترجمه: علی آقاجانی

ویراستار: فاطمه آقاجانی

طراح جلد و صفحه‌آرا: حامد حبیبی کسبی

مشخصات نشر: تهران، انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۹

مشخصات ظاهری: ۳۰۰ صفحه

نوبت چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

چاپ: نوتاش

شابک ۹۷۸-۶۲۲-۲۱۰-۰۱۰-۰

ISBN: 978-622-210-010-0

نشانی ناشر: تهران، خیابان میرصادق، پلاک ۳۴۹، طبقه ۲، واحد ۱

تلفن و دورنگار: ۸۸۹۲۸۶۶۰

www.D.MORIN.ir

هیوتل، اسکات ا. ۱۹۷۳-م.

Huettel, Scott A. ۱۹۷۳-

اقتصاد رفتاری / نویسنده اسکات هیوتل؛ مترجم علی آقاجانی؛ ویراستار فاطمه آقاجانی

تهران: انتشارات دیموند بلورین، ۱۳۹۸.

۳۰۰ ص: (مصور (بخشی رنگی)، جدول (بخشی رنگی)، نمودار (بخشی رنگی)) ۱۴/۵ ×

۹۷۸-۶۲۲-۲۱۰-۰۱۰-۰

فیب

وضعیت فهرست نویسی:

بadaشت

collide, [2014].

موضوع

موضوع

شنامه افزوده

شنامه افزوده

رده بندی کنگره:

رده بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

اقتصاد -- جنبه های روانشناسی

Economics -- Psychological aspects

آقاجانی، علی، ۱۳۶۸- مترجم

آقاجانی، فاطمه، ۱۳۶۰-، ویراستار

HB۷۴ / ۹۸۹ ۱۳۹۸

۳۳۰/۰۱۹

۵۵۹۳۳۶۱

Behavioral economics : when psychology and economics اصلی: عنوان اصلی:

فهرست مطالب

۷	 درباره‌ی نویسنده
۹	 مقدمه
۱۵	 بحث ۱: یک تصمیم خوب چه ویژگی‌هایی دارد؟
۲۷	 بحث ۲: به وجود آمدن رفتارشناسی او سادی
۳۹	 بحث ۳: مرجع پایه-تماما مرتبط است
۵۱	 بحث ۴: وابستگی به مرجع-پیامدهای اقتصادی
۶۱	 بحث ۵: اثرات گستردگی و دامنه - تغییر مقیاس
۱۳	 بحث ۶: احتمال انتظار
۸۵	 بحث ۷: ریسک کنید و ناشناخته‌ها را بشناسید
۹۷	 بحث ۸: ابهام- ناشناخته‌های نا آشنا

- بحث ۹: تخفیف موقتی - حالا یا بعد؟ ۱۰۷
- بحث ۱۰: مقایسه - سیب و پرتقال ۱۱۹
- بحث ۱۱: منطق محدود - آگاهی به محدودیت هایتان ۱۳۱
- بحث ۱۲: موانع موجود بر سر راه تصمیم‌گیری ۱۴۱
- بحث ۱۳: انتخاب‌های تصادفی و الگوها ۱۵۵
- بحث ۱۴: ما چه مقداری از شواهد نیازمندیم؟ ۱۶۷
- بحث ۱۵: ارزش تجربه ۱۷۹
- بحث ۱۶: تصمیم‌گیری‌های پزشکی ۱۹۱
- بحث ۱۷: تصمیمات اجتماعی مثبت و همکاری ۲۰۳
- بحث ۱۸: تصمیمات گروهی - شایده صدای مردم ۲۱۵
- بحث ۱۹: بخشیدن و کمک - چرا نوع دیگری؟ ۲۲۷
- بحث ۲۰: همکاری شخصی و اجتماعی ۲۳۹
- بحث ۲۱: عملکرد معکوس عوامل انگیزشی ۲۵۱
- بحث ۲۲: پیش‌تعهد - کنار گذاشتن منطق ۲۶۳
- بحث ۲۳: حرکت به سمت دیدی تازه ۲۷۵
- بحث ۲۴: دخالت‌ها، هشدارها و تصمیم‌ها ۲۸۷



مقدمه

محدوده‌ی دوره

همه‌ی ما زمانی با تصمیم‌گیری‌های سختی مواجه شده‌ایم. چه خودرویی بخریم، به کدام دانشگاه برویم، این که پول‌مان را برای داشتن یک تعطیلات رؤیایی خرج کنیم یا برای زمان بازنشستگی نگه داریم؟ مدل‌های تصمیم‌گیری اقتصادی که به صورت سنتی عمل می‌کنند، نشان می‌دهند که مردم برای تصمیم‌گیری هزینه‌ها و منافع امور را می‌سنجند، آینده‌ی آن را در نظر می‌گیرند، پس از کسب اطلاعات، بهترین تصمیم را می‌گیرند. این مدل‌ها برای پیش‌بینی رفتار مصرف‌کننده‌ها، در بسیاری از زمینه‌ها مناسب هستند. این مدل‌ها می‌توانند به این سؤالات پاسخ دهند: واکنش مصرف‌کننده به افزایش

قیمت چه خواهد بود؟ یا این که واکنش آنها نسبت به تغییرات چه خواهد بود؟

اما بعضی وقت‌ها افراد تصمیماتی می‌گیرند که بنیان‌های منطقی و مدل‌های گذشته و قدیمی را زیر سؤال می‌برد. در برخی مواقع عواملی باعث می‌شوند تا مردم تصمیمات خوبی بگیرند و در برخی موارد نیز این‌طور نیست. در طول سال‌های گذشته، دانشمندان امور تصمیم‌گیری، رفتارهای مردم دیده‌اند که با مدل‌های اقتصادی قدیمی قابل توجه نیست. همین امر باعث ایجاد حوزه‌ی جدیدی به نام رفتارشناسی اقتصادی شد که با ترکیب علم اقتصاد، روان‌شناسی و اخیراً عصب‌شناسی، سعی می‌کند توضیحی برای رفتارهای اقتصادی مردم پیدا کند.

این کتاب سعی دارد شما را با علمی نوپا و در حال تغییر، به نام رفتارشناسی اقتصادی آشنا کند. در این کتاب، توضیح می‌دهیم که چگونه دو علم اقتصاد و روان‌شناسی ترکیب می‌شوند و می‌توانند برای مطالعه‌ی نحوه‌ی تصمیم‌گیری‌های اقتصادی مردم، مفید باشند. ما می‌خواهیم رفتارهای غیرقابل پیش‌بینی و گاه متناقض افراد را مورد بررسی قرار دهیم و متوجه شویم که چرا در برخی از موارد، تصمیم‌گیری‌ها بر پایه‌ی عوامل کاملاً پیش‌بینی نشده صورت می‌گیرد.



ما می‌خواهیم در این کتاب توضیح دهیم که شما چگونه می‌توانید با استفاده از این علم تازه، رفتارهای اقتصادی را پیش‌بینی کرده و از آنها به سود خود استفاده کنید.

در ابتدا به بررسی پیشینه‌ی علم رفتارشناسی اقتصادی می‌پردازیم و می‌خواهیم نشان دهیم که چگونه برخی از مفاهیم روان‌شناسی می‌توانند به پیش‌بینی و درک تصمیمات اقتصادی کمک کنند. در ادامه، به بحث از برخی اصول بنیادین علم رفتارشناسی اقتصادی می‌پردازیم که توسط بزرگانی همچون دانیل کاهنمان^۱ و آموز تیورسکی^۲ تألیف شده‌اند. برای آشنایی با این اصول ابتدا باید بدانیم مغز ما چگونه کار می‌کند، بعد بدانیم چه چیزی باعث ایجاد انگیزه می‌شود و در نهایت، تمام اینها چگونه به انتخاب‌های دنیای واقعی می‌انجامد. هم‌چنین به بررسی عواملی مانند احتمالات، ریسک، سود، زمان و اثر آنها بر تصمیم‌گیری می‌پردازیم.

اما تصمیم‌گیری، قبل از انتخاب شروع می‌شود. پس شما با نحوه‌ی جمع‌آوری اطلاعات، تعیین راهبرد و ساده‌سازی تصمیمات توسط انسان‌ها آشنا می‌شوید. پس از آن، به بررسی یافته‌های هربرت سیمون^۳

۱ - Daniel Kahneman

۲ - Amos Tversky

۳ - Herbert Simon

می‌پردازیم، که انتخاب‌های منطقی را توضیح می‌دهد و بعد به تازه‌ترین یافته‌ها در مورد استفاده از احساسات برای تصمیم‌گیری می‌پردازیم. بعد با انتخاب‌های تصادفی آشنا می‌شویم و متوجه می‌شویم چرا همیشه تصمیمات براساس الگوهای از پیش تعیین‌شده نیستند. با اشتباهات آشنا می‌شوید که ما وقتی می‌خواهیم محتاط باشیم، مرتکب آن می‌شویم و متوجه می‌شویم که بعضی وقت‌ها تجربیات ما نمی‌تواند راه‌نماهای خوبی باشند. هم‌چنین می‌بینید که بعضی وقت‌ها، ما نقش بانی را خیلی بزرگ می‌کنیم و برخی را خیلی دست کم می‌گیریم.

با تصمیم‌گیری‌های گروهی آشنا می‌شویم و می‌بینیم که یک گروه، معمولاً زمانی خوب تصمیم می‌گیرد که اعضایش متفاوت و مستقل باشند. اما می‌بینیم که برخی گروه‌ها نیز تصمیماتی بسیار بدتر از تصمیمات شخصی می‌گیرند.

هم‌چنین شما با تصمیماتی مبنی بر کمک به خیریه‌ها و حمایتی آشنا می‌شوید که توسط مدل‌های قدیمی پیش‌بینی نشده‌اند، اما مدل‌های جدید به خوبی آنها را نشان می‌دهند. هم‌چنین متوجه می‌شوید که در برخی اوقات، تصمیم‌گیری‌های اقتصادی می‌توانند مفهوم خوب یا بد را زیر سؤال ببرند و بر خلاف آنها عمل کنند. خصوصاً اگر شخص، دارای

انگیزه نیز باشد.

در نهایت هم به بررسی این امر می‌پردازیم که چگونه می‌توان از ابزار رفتارشناسی اقتصادی برای گرفتن تصمیم‌های بهتر استفاده کرد. ما روی دو ابزار بسیار مهم تمرکز می‌کنیم: پیش‌تعهد نسبت به سلسله مراتب انجام کارها و تغییر چهارچوب تصمیم‌گیری برای مشکلات. این ابزار نیز مانند خود رشته‌ی رفتارشناسی اقتصادی، توجه سازمان‌های دولتی، شرکت‌ها و سایر سازمان‌ها را به خود جلب کرده است. این رشته و حوزه، تصمیم‌گیری‌های بسیاری را در بر می‌گیرد. از تصمیم‌گیری جهت پس‌انداز برای زمان بازگشتگی گرفته، تا تصمیم‌گیری برای خوردن غذاهای سالم. اما این علم و این حوزه نیز مانند هر حوزه‌ی دیگر، می‌تواند باعث ایجاد مقاومت یا حتی برخورد شود و حتی مسائلی را نیز به دنبال داشته باشد.

شما با مطالعه و فهم این کتاب، بهتر متوجه می‌شوید که چگونه می‌توانید تصمیم‌های بهتری بگیرید و می‌فهمید که برای گرفتن تصمیم‌های بهتر چه باید بکنید. شما با محدودیت‌ها و موانع درونی خودتان آشنا خواهید شد. متوجه می‌شوید که شما هم مانند هر شخص دیگر کامل نیستید، دید کوتاه‌ی دارید و تحت تأثیر احساسات تصمیم می‌گیرید. هم‌چنین متوجه می‌شوید که وقتی ابزار خوب را به کار ببندید، می‌توانید تصمیم‌های

بسیار خوبی نیز بگیرید. می‌آموزید چطور نقاط ضعف را به نقاط قوت تبدیل کنید.

www.ketab.ir