

# Лекція Психофізіологія прийняття рішень

Калюжна Юлія Вікторівна  
к.е.н., доцент, доцент кафедри УПіМ



# • План лекції •

1. Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень
2. Поведінкова економіка
3. Основні види споживчих рішень

# • Психофізіологічні основи рішень

Теорія **двох систем мислення** описана у роботах Деніела Канемана і пояснює, як мозок приймає рішення через два різні когнітивні механізми.

Система 1 – швидка: інтуїція, емоції, автоматичні реакції, мінімум енергії

Система 2 – повільна: аналіз, логіка, розрахунок, контроль

👉 Система 1 працює постійно (режим «за замовчуванням»)

Система 2 підключається, коли ситуація складна або нова

Часто Система 2 лише «виправдовує» рішення Системи 1

У стресі домінує Система 1.

## Приклади системи 1:

- миттєво впізнати емоцію на обличчі
  - різко загальмувати на дорозі
  - «відчути», що партнер ненадійний
  - зробити імпульсивну покупку
- 👉 Працює без свідомого аналізу.

## Приклади системи 2:

- фінансове планування
  - підбір персоналу
  - аналіз контракту
  - розробка стратегії
- 👉 Потребує енергії і швидко виснажує.

# Психологічні та поведінкові аспекти ухвалення рішень

- Когнітивні упередження (наприклад, ефект підтвердження, евристика доступності)

*Ефект підтвердження - схильність шукати і помічати лише ту інформацію, яка підтверджує вже існуючі переконання, і ігнорувати протилежні факти. Евристика доступності - тенденція оцінювати ймовірність подій за тим, наскільки легко приклади приходять у пам'ять (наприклад, після новин про авіакатастрофу людині здається, що літати небезпечніше, ніж є насправді).*

- Емоції та настрої у момент вибору
- Рівень стресу та тиску часу
- Попередній досвід і навчання
- Соціальний вплив та групове мислення
- Ризик-орієнтація (схильність до ризику чи уникнення)
- Мотивація та особисті цінності
- Самоконтроль і здатність відкладати задоволення
- Вплив framing (як подається інформація)
- Надмірна впевненість у власному рішенні.

# • Поведінкова економіка •

Лауреатом Нобелівської премії з економіки за 2017 рік став американець Річард Талер «за внесок у дослідження економічної поведінки».

Він займається так званою «поведінковою економікою» та вивчає вплив соціальних, когнітивних та емоційних факторів на прийняття економічних рішень окремими особами та установами.

Поведінкова економіка - це міждисциплінарна галузь, що знаходиться на стику психології та економіки.

«Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення»  
(Річард Талер)

# • Поведінкова економіка •

## Проблема стандартної економічної теорії

1. Людина робить вибір, з можливого оптимального результату (раціонального очікування). Тобто, при виборі товарів та послуг людина буде здійснювати свій вибір неупереджено, набуваючи лише найкращого з того, що може собі дозволити.
2. Умовна оптимізація, що означає, що вибір відбувається при обмеженому бюджеті в умовах конкурентних ринків.

# • Поведінкова економіка •

## «Ефект володіння»

Ви дуже давній шанувальник американського рок-гурту. Група приїжджає до Києва і Ви маєте квиток за 5000 гривень, за який ви б не роздумуючи заплатили і 8000 грн. При цьому ви прочитали на форумі, що квитків у продажу вже немає і деякі люди готові віддати за квиток та 20 тисяч гривень.

Чи продасте Ви квиток?

# • Поведінкова економіка •

## «Розрахунок в розумі»

Вам потрібно придбати чохол для мобільного телефону за 200 гривень. Продавець каже, що такий самий можна купити в магазині за 10 хвилин ходьби за 150 гривень. А тепер уявіть, що вам треба купити дорожчий чохол за 1000 грн і продавець вам повідомляє про магазин у 10 хвилинах та про знижку у 50 грн.

Чи підете Ви у інший магазин?



# • Поведінкова економіка •

**«Помилки підприємців»** (помилка планування та зайвий людський оптимізм)

У США ймовірність виживання дрібних підприємств протягом п'яти років становить 35%. Однак багато хто, відкриваючи власну справу, думають, що ця статистика до них не відноситься. Огляд показав, що американські підприємці вірять у розвиток бізнесу: середні оцінки шансів на успіх" будь-якого підприємства, подібного до вашого" становлять 60%, що майже вдвічі перевищує існуюче співвідношення.

Помилка стає помітнішою, коли люди оцінюють перспективи власного підприємства: 81% підприємців із ймовірністю 7:10 упевнені в успіху, а 33% взагалі заперечують можливість невдачі.

# • Поведінкова економіка •

## «Відношення до втрат»

Вам пропонують гру з підкиданням монети. Якщо випаде решка, ви втрачаєте 100 доларів. Якщо випаде орел, ви виграєте 150 доларів.

Чи приваблює вас така гра? Ви погодитеся взяти участь?

# • Поведінкова економіка •

## "Вибір за замовчуванням"

Програма "Збережи більше завтра", яка була підтримана у Конгресі США у середині двохтисячних, покликана збільшити страхові відрахування з заробітної плати.

Програма не викликає опору з приводу нехайних втрат, оскільки зараз нічого не змінюється; підвищення внесків прив'язане до підвищення зарплати, це перетворює втрати на майбутні прибутки, що набагато приємніше.

Важливим тут є й те, що підвищення внесків здійснюється автоматично, якщо працівник **не подасть заяву про відмову**. Автоматичний варіант подібної оплати сприймається людиною як нормальний, а написання заяви про відмову вимагає зусиль зробити готовий далеко не кожен.

# • Поведінкова економіка •

## Когнітивні упередження

*Когнітивні упередження* — це систематичні відхилення у мисленні, які впливають на те, як люди приймають рішення і роблять вибір.

### Ефект якоря

Це упередження, при якому люди покладаються на першу отриману інформацію ("якір") при ухваленні рішення.

•**Як працює:** Якщо перший побачений ціnnик на товарі — 1000 гривень, але знижка зменшує вартість до 700 гривень, людина сприймає це як вигідну пропозицію, хоча реальна цінність товару може бути меншою.

•**Приклад:** Інтернет-магазини часто демонструють «стару» завищену ціну поруч із новою зниженою, щоб викликати відчуття вигоди.

# • Поведінкова економіка •

## Когнітивні упередження

### Упередження доступності

Це схильність людей переоцінювати ймовірність події, якщо приклади її легко пригадати.

•**Як працює:** Якщо новини часто згадують про випадки шахрайства з онлайн-покупками, люди можуть уникати таких покупок, хоча насправді більшість транзакцій безпечні.

•**Приклад:** Маркетологи можуть використовувати позитивні відгуки відомих осіб або вірусні історії, щоб створити враження популярності продукту.

### Підтверджувальне упередження

Це тенденція шукати, інтерпретувати або запам'ятовувати інформацію так, щоб вона підтверджувала наші попередні переконання.

•**Як працює:** Люди, які вірять, що органічна їжа є здоровішою, можуть звертати увагу лише на маркетингові матеріали, що підкріплюють цю ідею.

•**Приклад:** Компанії, які продають органічні продукти, часто акцентують увагу на екологічних або "здорових" аспектах, хоча не завжди надають об'єктивні докази

*Етичне використання когнітивних упереджень залишається викликом, адже надмірна маніпуляція може викликати недовіру до бренду.*

# • Поведінкова економіка •

## Когнітивні упередження

### Ефект дефіциту

Люди схильні надавати більшої цінності тим речам, які обмежені в доступі.

•**Як працює:** Дефіцит створює відчуття терміновості, змушуючи покупців діяти швидше, боячись втратити можливість.

•**Приклад:** Інтернет-магазини часто вказують "Залишилося лише 3 одиниці" або використовують таймер на акціях. Це підштовхує клієнта зробити покупку негайно, навіть якщо рішення не до кінця обдумане.

•**Результат:** Зростання імпульсивних покупок.

# • Поведінкова економіка •

## Когнітивні упередження

### Парадокс вибору

Хоча велика кількість варіантів може здаватися перевагою, насправді вона часто ускладнює прийняття рішення та викликає занепокоєння.

•**Як працює:** Надмірний вибір може викликати когнітивне перевантаження, через яке покупець відкладає рішення або відчуває невдоволення після покупки.

•**Приклад:** Успішні бренди часто обмежують кількість варіантів продукції. Наприклад, Apple пропонує невелику кількість моделей, що допомагає споживачам легше обрати.

•**Рішення в маркетингу:** Оптимізація асортименту та чіткі рекомендації, наприклад, «Наш бестселер» або «Рекомендуємо».

# • Поведінкова економіка •

## Когнітивні упередження

### Соціальний доказ

Люди схильні приймати рішення, орієнтуючись на дії та думки інших, особливо коли їм бракує власного досвіду.

•**Як працює:** Відгуки, рейтинги, рекомендації знайомих або відомих осіб формують у покупців довіру до продукту.

•**Приклад:** Бренди показують чисельність клієнтів (наприклад, «Нам довіряють понад 1 мільйон людей»), демонструють позитивні відгуки або фотографії користувачів із продуктом.

Ефективним інструментом є лідери думок та інфлюенсери, які створюють відчуття, що продукт є «мейнстрімом».



## • СТИЛЬ СПОЖИВАННЯ •

- стереотип життя, що сформувався,  
поведінка людини



# Тренди стиля життя

- Здоров'я, спорт та еко-тренди
- Мінімалізм та відмова від надмірного споживання
- Digital detox і баланс онлайн-офлайн
- Персоналізація у всьому (від харчування до сервісів)
- Slow life і пріоритет ментального здоров'я
- Smart-технології для побуту (розумні будинки, гаджети для здоров'я)
- Локальні продукти та підтримка малого бізнесу
- Second hand, ресейл та апсайклінг
- Гнучкі формати роботи (фриланс, remote, work-life balance)
- Осмислене навчання протягом життя (lifelong learning)
- Урбаністичні тренди: велокультура, громадські простори, озеленення міст
- Прагнення до автономності (власна енергія, вода, вирощування продуктів)
- Культура спільнот (coworking, coliving - community living)
- Біохакинг та індивідуальні практики продовження життя.



**Дякую  
за увагу!**

