

ЕКСПЕРИМЕНТ ЯК МЕТОД ДОСЛІДЖЕННЯ В ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Деліні Марина, доктор економічних наук, професор
Національний університет біоресурсів і природокористування України
Київ, Україна
ORCID ID 0000-0003-1016-2305
e-mail: maryna_dielini@nubip.edu.ua

В сучасних умовах розвитку світової економіки науковці постали перед ситуацією, коли люди приймають не завжди раціональні та логічні рішення щодо різних економічних та господарських питань. Економічна наука вже розуміє, що є певні фактори, в умовах яких економічні рішення суб'єкта не є оптимальними та, здавалось би, найбільш вигідними та раціональними. До цих факторів можна віднести певні психологічні особливості, когнітивні тенденції, емоційні стани, культурологічні парадигми та інші суб'єктивні характеристики, що здійснюють значний вплив на прийняття економічних, управлінських та інших рішень. На тлі цього виникає відносно нова теорія в економіці – теорія поведінкової економіки. Зрозумілим стає, що дослідження особливостей прийняття рішень в поведінковій економіці, узагальнення основних тенденцій, прогнозування ринкових змін ускладняється великою кількістю вибірки та індивідуальними особливостями кожного суб'єкта дослідження. Економічна наука має врахувати й елементи психологічної, культурологічної наук. Причому психологія в даному випадку стосується не тільки індивідуальних психологічних та ментальних особливостей, але й включає елементи соціальної психології та психології мас, які, безумовно, також мають вплив на прийняття рішення суб'єктом.

В розвиток дослідження поведінкової економіки мають бути застосовані методи, які враховують особливості даної теорії. Значну роль в цьому відіграють методи, які використовує психологічна наука. Одним з найбільш застосованих є метод експерименту, який дозволяє дослідити поведінку людей в певних ситуаціях, визначити чинники, які впливають на прийняття ними економічних та інших рішень, зробити висновки та узагальнити отримані результати. Виділяються наступні види експериментів, які застосовуються при проведенні досліджень поведінкової економіки (рис. 1).

Природний експеримент	• Експеримент аналізує поведінку та зв'язки в ситуаціях, що вже реально відбулись. Деякими авторами утотожнюється з польовим. Проте має певні відмінності.
Лабораторний експеримент	• Експеримент проводиться в контрольованому середовищі за допомогою спеціально створених умов та ситуацій. Експериментатор контролює умови дослідження.
Польовий експеримент	• Спостереження за економічними суб'єктами в реальних умовах.
Онлайн експеримент	• Експеримент проводиться на онлайн платформі чи за допомогою соціальних мереж.

Рисунок 1 – Види експериментів, які використовуються в поведінковій економіці
Джерело: узагальнено автором на основі [1, 2]

Рисунок 1 дозволяє побачити різні види експериментів, які можуть бути застосовані при дослідженні тенденцій та вимірі основних чинників в поведінковій економіці. Вони різняться

умовами створення та проведення, можливістю втручання з боку контролюючого (експериментатора) та ін. Необхідно зауважити, що експериментальні методи ґрунтуються на спостереженні та бесіді з учасниками. Результати досліджень можуть мати як кількісний, так й якісний вираз.

Важливим є визначення відмінностей між природним та лабораторним експериментом. Природний передбачає спостереження за поведінкою суб'єктів в реальних умовах, де можливості втручання з боку експериментатора відсутні, в той час як лабораторний – це моделювання ситуації, тобто це не природні умови. При плануванні лабораторного експерименту необхідно врахувати потенційну вірогідність відтворення даної ситуації та умов в реальному житті.

Польовий експеримент є похідним від природного, передбачає той самий механізм проведення, але відрізняється тим, що ті, за якими ведеться спостереження про це повідомленні, що вони беруть участь в дослідженні. При проведенні природного експерименту учасників дослідження про це не інформують.

Розвиток цифрових технологій спричинив й можливість проведення онлайн експериментів, які отримують свого поширення в маркетингу, так як дозволяють вивчити уподобання користувачів або окремої цільової аудиторії тих чи інших програм, платформ, мереж тощо.

Кожний з цих видів експерименту має свої переваги та недоліки в проведенні та, відповідно, в інтерпретації результатів дослідження та можливості масштабування на всіх потенційних суб'єктів економіки. Природний експеримент відрізняється тим, що його результати є найбільш реальними та репрезентативними, адже люди поводять себе найбільш природним чином та реагують відповідно до своїх емоцій, уподобань, бажань тощо. Польовий експеримент вже може мати трохи викривлений результат, адже досліджувані проінформовані про участь в дослідженні, тому, відповідно, поведінка може бути не настільки репрезентативною. Природний та польовий експерименти є складними з точки зору проведення, так як дослідник не може втручатись й контролювати умови проведення. Масштаби дослідження також можуть бути достатньо великими, що підвищує витрати на проведення та складність опрацювання результатів, зокрема, якісних.

Лабораторний експеримент, звичайно, є більш вигідним з точки зору планування та врахування різних чинників, контролю з боку експериментатора, але це, в той же час, й є ознакою штучності проведеного дослідження. Відповідно, його результати можуть бути недостатньо репрезентативними, а в деяких випадках й хибними. Також існує ризик того, що ситуація, яка була змодельована в експерименті не буде відтворена в реальному житті. В такому випадку отримані результати не зможуть бути перевірені та масштабовані для розуміння обґрунтованості прогнозування тих чи інших тенденцій.

Онлайн експеримент є достатньо валідним, може аналізувати результати дослідження великої вибірки, але обмежується визначенням зв'язків, чинників, умов, які пов'язані саме з онлайн формою проведення й в такому випадку не завжди ці результати можуть бути репрезентативними по відношенню до офлайн формату.

Таким чином, ми бачимо, що метод експерименту є одним з найбільш використовуваних для досліджень та вивчення основних тенденцій, чинників впливу та прогнозування в поведінковій економіці. Він має різні види, які різняться як специфікою проведення, так й репрезентативністю результатів. Проте він дозволяє оцінити умови, чинники та причини прийняття суб'єктами економічних рішень та може бути застосований й в подальших дослідженнях.

Література:

1. Баранов, В.В. (2024) Роль поведінкової економіки в розумінні прийняття економічних рішень. Академічні візії. Випуск 28. URL : <https://www.academy-vision.org/index.php/av/article/view/921>
2. Горняк, О.В. & Ломачинська І.А. (2022) Теорія поведінкової економіки: методологічні перспективи і напрями розвитку. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. Т.27. Вип. 4 (94). С. 6 – 10. DOI: <https://doi.org/10.32782/2304-0920/4-94-1>