

УДК 330.16  
ББК 65.010.11



**М.В. ШУЛЬГИН**

кандидат геолого-минералогических наук, доцент  
Иркутского государственного технического университета

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИЗУЧЕНИЮ ПОВЕДЕНИЯ НА СТЫКЕ ПСИХОЛОГИИ И ЭКОНОМИКИ

**M.V. SHULGIN**

### METHODICAL APPROACHES TO STUDYING OF BEHAVIOR BETWEEN PSYCHOLOGY AND ECONOMY

*Аннотация: представлены методические подходы к изучению поведения в условиях исторического развития с позиции экономической психологии, поведенческой экономики, классической и неоклассической теории, институциональной экономики. Выделены и систематизированы основополагающие факторы и категории для психолого-экономического анализа поведения.*

*Ключевые слова: методология, психолого-экономический анализ, экономическое поведение, междисциплинарные исследования, история экономической мысли.*

*The summary: methodical approaches to studying of behavior in the conditions of historical development from a position of economic psychology, behavioural economy, the classical and neo-classical theory, institutional economy are presented. Basic factors and categories for the psihologo-economic analysis of behavior are allocated and systematized.*

*Keywords: methodology, the psihologo-economic analysis, economic behavior, interdisciplinary researches, history of economic thought.*

Не смотря на различия, потребители разных стран сегодня имеют сходные поведенческие черты, поскольку по мере роста доходов люди тратят все больше денег, залезая в кабалу кредитов и все меньше сберегают, как бы стремясь таким образом опровергнуть основной психологического закона Кейнса и доказать неэффективность и порочность сбережений в век быстрых перемен. Большое разнообразие товаров и услуг в условиях массовых коммуникаций приводит к упрощению поведения людей на потребительском рынке и вызвано это ограниченными когнитивными способностями, урбанизацией, глобализацией экономики, стереотипизацией представлений и модой [10].

Научные представления о феномене поведения как экономической категории можно значительно расширить благодаря интеграции отдельных направлений

наук и междисциплинарному подходу к историческим исследованиям, проводимым на стыке психологии и экономики. В данной статье мы представим различные подходы к изучению поведений, а также некоторые методические разработки, связанные с систематизацией поведенческих факторов, которые попадают в область психолого-экономических исследований.

Сегодня практика широты знаний в экономической науке не распространена и междисциплинарный характер знаний все еще остается мало перспективной областью для исследователей [1]. В тоже время, развитие науки в большой степени происходит за счет интеграции и дифференциации знаний. Становление науки связано с индивидуализацией, разработкой предмета науки, выдвижением гипотез и выходом на надындивидуальный уровень. Дальнейшее развитие обусловлено

появлением новых направлений, их обособлением (социальной дифференциацией), а зрелость предполагает междисциплинарное взаимодействие смежных наук, таких как экономика, психология и социология.

Экономическое поведение населения традиционно рассматривалось через призму удовлетворения потребностей и достижения богатства. Австрийская школа увязала потребности с предусмотрительностью и экономической деятельностью, немецкая историческая школа акцентировалась на роли нормативных элементов и анализе психических причин, а лондонская – на стремлениях людей к комфорту и на соотношениях целей и ограниченных средств [12, с. 34-111].

Классики политэкономии выработали основы изучения поведения субъекта экономических отношений в сфере обмена, используя модель рационального максимизатора, а неоклассическая теория расширила рамки позитивного анализа, разработав теорию предельной полезности, потребительского спроса и выбора. Сегодня ее последователи все чаще апеллируют к новому типу экономического человека, который решает проблему максимизации полезности, исходя из совокупных ожиданий и оценок рыночных сигналов, а большие различия в поведении объясняются тем, что люди стремятся к различным целям, а время и средства, находящиеся в их распоряжении ограничены.

Теории рационального экономического поведения потребителей, объясняемые с помощью неоклассической науки и кейнсианства, содержат элементы субъективизма и психологических построений [10, с. 237]. В них величайшие исследователи (А. Смит, Дж. М. Кейнс, Г. Тард, Г. Шмоллер, А. Пигу, Й. Шумпетер, Р. Лукас, Р. Солоу, Дж. Сорос) в своих концепциях с необходимостью прибегают к основным био-психологическим особенностям людей (инстинкты, склонности, страсти, шоки, рефлексия) [10, с. 239].

На выбор модели поведения кроме экономических стимулов влияет психология: эмоции, чувства, привычки, когнитивные ограничения. К тому же экономика и психология имеют общий предмет исследования – феномен поведения. Человек часть природы, но не живет с ней в полном соответствии. Человеческие желания, страхи, мечты и надежды ведут себя иначе, чем камни, песок и вода, а физическая реальность существует независимо от человека [6, с. 45].

Изучением основ и причин экономического поведения занимается *экономическая психология*, названная так в 1902 г. Г. Тардом и именуемая за рубежом как «психологический экономикс» или «поведенческий экономикс» [9, с.18]. Экономическая психология пыта-

ется объяснить поведение на рынках товаров, труда и капитала, уделяет большое внимание рационализации, мотивам и ожиданиям потребителей и предпринимателей, обусловленных предложениями со стороны государства, фирм, рынка и других институтов, изучает человека ограниченно рационального, несовершенного (обслуживает неонституционализм) и способна стать полноценным инструментом экономической теории, но пока находится в полной зависимости от ее повестки дня (хотя она наряду с экономическим поведением составляет один раздел экономических наук – УДК: 330.16) [11, с. 163]. Отметим, что в большей степени благодаря именно этой области знаний, не получившей широкого признания, образовалась поведенческая экономика, изучающая поведение на стыке психологии и экономики [4].

Поведенческая экономика как направление в науке основалась на поведенческой (бихевиористской) концепции, разработанной в психологии и получила жизнь благодаря экспериментальным работам Д. Канемана и А. Тверски в 1980-е гг. [15]. Однако тенденция учета психологических факторов в экономическом поведении была положена еще в знаменитом труде Д.М. Кейнса «Общая теория занятости, процента и денег», где рассмотрены закономерности использования людьми своих доходов и факторы мотивации к потреблению, сбережению и инвестированию.

Последователи поведенческой экономики как метода исследований, тем не менее, в основу своих построений ставят неоклассическую модель потребительского выбора [4, с. 109] в сфере обмена, которая распространяется и на другие области жизни. Как всякая модель она может уточняться за счет количественных переменных, коэффициентов и поправок поведенческих издержек (несовершенств). С помощью адаптированных к реалиям моделям выбора становится возможным вычленять сектора отклонений, обусловленных последствиями ценностно-рационального, традиционного или аффективного поведения. Отметим, что в качестве ограничителей выбора могут быть: неполная или искаженная информация, нормы, обычаи, позиция в экономике и политике, принятые роли и индивидуальные психологические особенности, влияющие на степень рациональности выбора. Речь здесь не о том, что данный подход невозможен в экономической теории, а то, что вряд ли быстро удастся разработать математический аппарат определения действительного поведения с учетом когнитивных ограничений и культурно-исторических переменных.

В отличие от экономической психологии поведен-

ческая экономика занимается преимущественно изучением и моделированием реакций на определенные стимулы в ходе выбора, учитывает особенности отклонений в поведении от модели рационального максимизатора. Поведенческая экономика сосредотачивает свое внимание не на самом поведении как процессе, а на стимулах и когнитивных ограничениях, обуславливающих результат выбора. Так, Д. Канеман и А. Тверски выяснили, что выбор, который в действительности делает субъект, зависит больше от того, как он конструирует задачу выбора [4, с. 101]. Дж. М. Кейнс считал [4, с. 105], что выбор осуществляется исходя из эвристических правил (из нескольких доступных вариантов), Г. Саймон акцентировался на когнитивных ограничениях и эвристических приемах выбора субъекта экономики и влиянии ментальных процессов на поведение, а Эджеурта и Джеванс (как и Скитовски) рассматривали поведение через анализ принципа удовольствия-страдания [4, с. 99] с позиции психологии и экономики.

Поведенческая экономика получила наибольшее распространение в области финансовых рынков. Она апеллирует к понятиям психологии рынка и крушениям ожиданий (Дж.М. Кейнс), ожиданиям риска в условиях неопределенности, эйфории от успеха, стадным инстинктам (Дж. Коммонс) и пытается объяснить роль когнитивных ограничений и эмоций [4, с. 99-103]. Когнитивные ограничения связаны с восприятием контекста поведения, к тому же участники обмена могут применять к ситуации собственные когнитивные схемы и фреймы (модели выбора) [4, с. 102].

Поведенческая экономика, как и экономическая психология, забегает в область институциональной экономики. Неоинституционализм изучает поведение в условиях неопределенной институционально рыночной среды, использует для анализа транзакции, апеллируя к ограниченной рациональности и несовершенству потребителей, оппортунистическому поведению, максимизации ценовых функций (рационированию), асимметричной информации. При этом неоинституциональная наука (как и неоклассическая) часто использует при объяснении выбора инструменты анализа, наделенные психологическими свойствами (поиск внутреннего обоснования для выбора, близорукость при принятии решений, ментальные модели и программы, нормы поведения, правило постановки вопроса, правило безбилетника и др.), руководствуется принципом устойчивости предпочтений, сохраняя, таким образом, научность метода и позволяет выделять перспективные сектора рынка [5, с. 23-34].

Большое значение в экономико-психологическом

анализе играют когнитивные и мотивационные теории, с помощью которых ученые пытаются объяснить несовершенство и иррациональность поведения. Концепции и теории данного рода отображают психическую функцию (чувства, эмоции, ожидания и др.) и когнитивные ограничения субъекта, которые и приводят к отклонениям от стройных неоклассических построений рационального выбора.

К наиболее ранним когнитивным схемам можно отнести размышления Д. Норса о том, что поведение индивидов основано на природных склонностях человека и его здравом смысле. К. Менгер строит свою модель достижения блага в зависимости от: свойства блага, потребности в нем, необходимости и возможности распоряжаться благом. Л.фон. Мизес предполагает, что человек действует только в двух ипостасях – либо командует коллективом, либо подчиняется порядку, а Ф. Бастиа выделяет два рода отношений людей: основанные на симпатии друг к другу и те, что возникают из личного интереса [12]. К. Роджерс разрабатывает «Я-концепцию», где человек действует исходя из представлений об образе («Я» – реальном – «Я» идеальном – «Я» социальном). Фрейдизм подчеркивает бессознательную природу либидо, обуславливающего иррациональность поведения. Неофрейдизм – принижает роль сексуальных влечений, и превозносит роль социальных факторов. Г. Беккер в любом поведении видит экономическую подоплеку, а Лангвис устанавливает, что небогатые вкладчики склонны распоряжаться наличностью, а богатые – собственностью [13, с. 214].

К. Боулдинг описывает эквимажинальный принцип обмена. Речь идет о предпочитаемом наборе или балансе благ, при котором увеличение количества одного объекта блага за счет другого посредством обмена или производства не стоит тех потерь, которые при этом возникают (уменьшения количества другого объекта). По мнению Боулдинга, это положение приближает нас к *теории экономического поведения*. Психологическая сущность этого положения может быть выражена в достижении гомеостаза – баланса в наборе благ. Но баланс, который мы хотим волевым решением поддержать, ограничивает наши действия. К тому же все статьи в балансе постоянно уменьшаются вследствие потребления, износа, обесценивания, что требует затрат на их возмещение [2].

М.А. Винокуров, А.Д. Карнышев, основываясь на исследованиях П. Хейна, Г. Беккера, Ч. Сэндижа, В. Фрайбургера и К. Ротуолу, определяют следующую когнитивную модель поведения: человек от природы корыстен, осмотрителен, расчетлив и играет различные

роли, а экономика состоит из множества продавцов и покупателей [13, с.15].

Обусловленности поведения в представлениях  
М.А. Винокурова и А.Д. Карнышева

Корысть, расчетливость, осмотрительность  (биопсихологический фундамент)	Заинтересованность, рационализм.  Роли: 6П – потребитель, предприниматель, продавец, покупатель, плательщик, производитель	Стремление к собственности  Экономическое мышление
	Личная потребность	

Опираясь на принцип единства сознания и действия, они рассматривают экономическое поведение как обусловленное экономическим мышлением и стремлением к собственности, находя в его основании личную потребность, которая уравнивается личной заинтересованностью и рационализмом [13, с. 18].

Г. Антонидес пытается сблизить экономическую концепцию полезности с психологической концепцией аттитюда (сродства), которые на его взгляд во многом схожи, поскольку предпочтения в реальной жизни не являются фиксированными и стабильными (как это представляется в неоклассической и неинституциональной моделях), а на их формирование и изменение оказывает влияние все новые и новые предложения товаров и услуг [14].

По мнению Д. Винера, теория полезности может расцениваться, как попытка объяснить образование цены с точки зрения психологии. Не случайно термин «полезность» в работах исследователей часто заменяется «желанием». Именно этот скачок от полезности к желанию содержит в себе психологические рассуждения. Что касается индивидуальных желаний, то экономисты учитывают только то, что желание приобрести каждую последующую единицу товара уменьшается по мере увеличения количества уже приобретенных единиц [3].

Получила развитие и теория перспектив Д. Канемана и А. Тверски, объясняющая целый ряд исключений в поведении, поскольку люди склонны оценивать стимулы на основе ориентиров, выработанных ранее, действуя как бы по инерции (например, ожидание помощи от государства, сохранение старого места работы) [15].

Наибольшую популярность среди исследователей рационального потребительского поведения приобрела поведенческая модель М. Фишбейна, в которой делается упор на убеждения потребителя о полезности товара и попытках увязать эти убеждения с интенсивностью чувств, возникающих при оценке продукта. Вектор

потребительского поведения индивида в модели Раая проистекает из взаимоотношения ситуативных факторов (экономической ситуации на рынке и общественного настроения) и психологических ощущений субъективно воспринимаемой экономической ситуации [8, с. 975] в то время как предпочтения потребителей выстраиваются в иерархическом порядке.

Изучая вопросы соотношения экономики и психологии, В. Раай делает вывод, что экономическое поведение в большинстве своем мотивированное поведение, хотя оно и корректируется в реальной жизни предпочтениями, ожиданиями, ценностями и нормами [8, с. 989]. Поведение также имеет определенный уровень активации и определенное направление, а люди всегда хотят достичь цели и избежать неприятностей. Венцом современных экономико-психологических исследований поведения можно считать теорию рефлексивного взаимодействия Дж. Сороса, взаимодействия основанного на психологических особенностях восприятия информации о положении на финансовых рынках направленного на максимизацию прибыли субъекта.

С позиции экономико-психологического анализа на потребительское поведение оказывают влияние: особенности восприятия товаров и услуг, установки и когнитивный диссонанс; публичные обязательства, чувства, эмоциональный фон и позиция потребителя (этническая, профессиональная и др.); его мотивация, возможности и покупательские способности; сила бренда, доводов и поддерживающие аргументы; потребительские настроения и конформизм; удовлетворенная потребность и любовь к разнообразию, эмоциональная обусловленность и немотивированные потребностями реакции. К тому же люди в ходе выбора, опираются не столько на логику, сколько стремятся оправдать приобретения, быть не столько рациональными, сколько рационализированными.

Психологическая модель экономического поведения исходит из того, что субъект при условии высокой заинтересованности стремится вести себя по мере возможности рационально (ограниченно рационально). Если же принятие решения затруднено, то субъект действует по упрощенной схеме и находит удовлетворительное решение [8, с. 989].

#### **Методические подходы к становлению психолого-экономического метода анализа**

Исторический анализ поведенческих теорий позволил нам выделить ряд основополагающих концеп-

туальных подходов для выделения экономико-психологического инструментария анализа.

1. Первым методическим положением можно считать, что поведение, согласно М. Веберу, различается на целерациональное, ценностно-рациональное, аффективное и традиционное.

2. Экономическое поведение чаще рассматривается как предсказательное (целерациональное), обусловленное определенными вложениями средств, специфичностью имеющихся активов, приверженностью к существующим брендам и институтам, устойчивым предпочтениям, склонностью к потреблению, сбережению, ликвидности или риску.

3. Важной особенностью поведения является предпочтение текущих благ перед будущими, биологическая заданность и стремление к сохранению баланса в потреблении. К тому же надо учитывать, что психологическая бихевиористическая модель поведения мало чем отличается от экономической, где поведение также обусловлено мотивами, реакциями на стимулы и стремлением к рациональным действиям [7].

4. Все многообразие поведенческих факторов, фактов и условий, наблюдаемое в области психолого-экономических взаимодействий, происходящих на стыке обмена и потребления, можно подразделить на две взаимообусловленные части: природу спроса и область выбора (рис. 1).

Природа потребительского спроса в большей степени определена характерными для людей инстинктами, потребностями, ментальностью, ожиданиями, позицией в экономике, ролями, статусом, уровнем дохода, образом жизни. Область выбора определяется склонностями, ожиданиями риска, стойкими предпочтениями, знаниями, предусмотрительностью, экономической культурой, когнитивными способностями выбора, институционально-рыночной структурой (условиями).

Природа спроса и область выбора не отличаются жестко детерминированным содержанием смысловых конструкций, поскольку носят преимущественно ситуативный характер, могут быть слабо выражены-

<i>Природа спроса</i>				
Инстинкты, потребности	Позиция в экономике	Роли Статус	Образ жизни	Уровень дохода
Интересы, мотивация				
<i>Область выбора:</i>				
Склонность к обмену, потреблению, сбережению, социальное положение	Когнитивные особенности	Культурно-историческая среда	Факторы воздействия	Факторы и условия развития
<i>Теории</i>		<i>Методы</i>	<i>Категории анализа</i>	
Классическая, неоклассическая теория, кейнсианство	Прикладные поведенческие теории	Неоинституциональный анализ поведения	Потребности, спрос, выбор, цена, процент, выгода, предпочтения, полезность, цели, ценности, причины, мотивы, правила	

*Рисунок 1. Взаимобусловленность природы спроса и области выбора с позиции психолого-экономического анализа*

ми, неявными, не специфицированными по отношению к концепциям, теориям и категориям анализа с помощью которых они изучаются. К тому же это две взаимообусловленные области не всегда выступают в качестве причины и следствия. В реальной жизни они взаимозаменяемые, поскольку характер выбора и устойчивость предпочтений формируются в культурно-исторической среде и подменяют природу потребностей. Их проявление находится в зависимости от когнитивных ограничений, институциональных трансформаций, инноваций, изменений окружающей среды, доминирующего влияния авторитетов, референтных групп и обстоятельств, искаженной информации, рыночных и денежных сигналов.

5. В сфере психолого-экономических взаимодействий можно выделить ряд относительно обособленных друг от друга областей, наполненных категориями анализа, выделенных по принципу когнитивного и институционального соответствия: 1) природа; 2) реакции; 3) когнитивно-деятельностный компонент; 4) нормативно-цивилизационный комплекс (табл. 1).

Природа человека	Реакции (индивидуальные особенности)	Когнитивный деятельностный компонент	Нормативно-цивилизационный комплекс
Характерные для людей склонности, страсти, потребности, инстинкты, стремления, эгоизм, ожидания, эйфория	Возможности, актуализация, способности, мотивы, интересы; рефлексия, установки, предпочтения	Экономическая культура: рутины, компетенции, воспитание, предусмотрительность, деятельность	Институты, ценности, урбанизация, глобализация, информатизация, гуманизация, престиж

*Таблица 1. Систематизация факторов и категорий психолого-экономического анализа поведения*  
 Примечание: таблица составлена в связи с представлениями Я. Кузьминова и др. А.Д. Карнышева, N. Fligstein, Г. Хофстеда..

Природа потребительского поведения и психических новообразований человека скрыта в биопсихологическом фундаменте [13, с 143]. Она отражает инстинкты (выживания, размножения), склонности и потребительские настроения, вызванные желаниями, потребностями, эгоизмом.

Реакции отражают индивидуальность экономического субъекта, характер проявлений которых зависит от восприятия ситуативных факторов и внутреннего состояния субъекта отношений: чувств, возможностей, способностей и их мотивации, целевых установок, интересов и предпочтений; ментальных программ и стремления к постоянству или разнообразию.

Когнитивно-деятельностный компонент выражает экономическую культуру, отражает компетенции знания и навыки, и рутины, выработанные путем интеграции практик хозяйственной деятельности и принятия решений в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Нормативно-цивилизационный комплекс выделен нами в соответствие с институционально-социологическими условиями рыночной среды, ролью в поведении доминирующих общечеловеческих ценностей (благополучие, справедливость, честность, успех, семья) и образа жизни, обусловленного достижениями современной цивилизации (комфорт, урбанизация, глобализация, информатизация, гуманизация, либерализация).

Таким образом, экономическое поведение населения на рынках товаров, услуг и капитала обусловлено множественностью мотивов, интересов и ценностей экономической, социальной, этнической или психологической природы или их сочетанием, но в долгосрочной перспективе отличается универсальностью и синергетичностью – стремлением к балансу, гомеостазу, рациональности. Экономическое поведение это почти всегда мотивированное поведение, хотя оно и корректируется в жизни предпочтениями, ожиданиями, ценностями и нормами, имеющими институционально-психологическую природу.

С помощью когнитивных и мотивационных теорий, входящих в инструментарий психолого-экономического анализа, можно оценить степень иррациональности и изменчивости поведения: потребительские настроения и непостоянство желаний, стремление к престижу и любовь к разнообразию, немотивированные потребностями реакции и потребительские ожидания, настроения и потребительский конформизм; распознавать множественность мотивов, их эмоциональную и целевую обусловленность, позиции и роли субъекта в экономике. Экономическая психология попадает в область институционального анализа и объясняет при-

чины отклонения от рационального поведения с помощью целерациональных и ценностно-рациональных установлений. Поведенческая экономика в отличие от нее занимается преимущественно изучением и моделированием реакций на определенные стимулы в ходе выбора и особенности отклонений в поведении от модели рационального максимизатора.

В ходе анализа проясняется сходство позиции психологических и экономических исследований, поскольку они обе основываются на мотивационной рационалистической природе человека, отражают индивидуальный уровень и нацелены на рациональный результат, степень отклонения от которого зависит от когнитивных способностей субъекта, аффективных реакций и способа конструирования выбора.

Междисциплинарный подход к исследованиям поведения, производимый на стыке психологии и экономики может расцениваться как метод психолого-экономического анализа поведения. Именно с его помощью нам удалось выделить ряд инструментов – категорий анализа и систематизировать факторы воздействия на субъект отношений. Оснащение этих категорий эконометрическими признаками, полученными с помощью психологических измерений и поведенческих схем выбора (фреймов), позволяет намечать контуры издержек и потерь отклонения от траектории рационального поведения.

### Литература

1. *Блини М., Стюарт И.* Экономическая наука и родственные дисциплины. Панорама экономической мысли конца XX столетия в 4-х т./ пер с англ. Под ред. В.С. Автономова, С.А. Афонцева. – СПб, 2002. Т.2.– С. 892-896.
2. *Боулдинг К.* Экономическая наука и социальные системы. Панорама экономической мысли конца XX столетия в 4-х т. / пер с англ. Под ред. В.С. Автономова, С.А. Афонцева, СПб, 2002. – Т.2. – С. 907-927.
3. *Винер Дж.* Концепция полезности в теории ценности и ее критики // Вехи экономической мысли. Теория потребительского поведения и спроса. Т.1. СПб: Высшая школа экономики – 1999. – С.78-117.
4. *Доу Ш.* Психология финансовых рынков: Кейнс, Мински и поведенческие финансы // Вопросы экономики, 2010, № 1., с. 90-101.
5. *Кузьминов Я.И., Бендужидзе К.А., Юдкевич М.М.* Курс институциональной экономики. – М.: Изд-во ГУ ВШЭ, 2006.
6. *Маслоу А. Г.* Мотивация и личность. – СПб: Евра-

- зия, 1999.
7. *Немов Р.С.* Общие основы психологии: учеб. для студентов. – М.: Просвещение, 1995.
  8. *Раай В.* Экономика и психология: Экономическая наука и родственные дисциплины. Панорама экономической мысли конца XX столетия в 4-х т. / пер с англ. Под ред. В.С. Автономова, С.А. Афонцева, СБб, 2002. – Т.2. – С. 974-990.
  9. *Соколинский В.М.* Психологические основы экономики. – М.: ЮНИТИ, 1999.
  10. *Шульгин М.В.* Экономическое поведение в фокусе междисциплинарных исследований // Вестник ИрГТУ. 2011. № 10. С. 266-270.
  11. *Шульгин М.В.* Экономическая психология: проблемы и перспективы развития // Известия иркутской экономической академии № 3, 2010. – С. 162-168.
  12. *Шумпетер Й.А.* История экономического анализа. – СПб.: Экономическая школа, 2001.
  13. Экономическая психология в системе жизненных реалий / под ред. *М.А. Винокурова, А.Д. Карнышева.* – Иркутск: Изд-во ИГЭА, 2001.
  14. *Antonides G.* An Attempt ft integration of economic and psychological theories of consumption *Journal of Economic Psychology.* 1989. Vol. 10. P. 77-99.
  15. *Tversky A., Kahneman D.* Rational Choice and the Framing of Decisions // *Journal of Business.* – 1986. – Vol. 59. – P. 251-278.