

DOI: [10.14515/monitoring.2024.3.2547](https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.3.2547)**Е. Н. Никишина, В. В. Иванов, О. А. Маркова****ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АНОМАЛИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ  
И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ****Правильная ссылка на статью:**

Никишина Е. Н., Иванов В. В., Маркова О. А. Поведенческие аномалии экономических решений и возможности их преодоления // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2024. № 3. С. 15—41. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.3.2547>.

**For citation:**

Nikishina E. N., Ivanov V. V., Markova O. A. (2024) Behavioral Biases in the Decision Making and the Possibilities of Overcoming Them. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 3. P. 15–41. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2024.3.2547>. (In Russ.)

Получено: 25.12.2023. Принято к публикации: 03.05.2024.

## ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АНОМАЛИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ПРЕОДОЛЕНИЯ

*НИКИШИНА Елена Николаевна — кандидат экономических наук, доцент, экономический факультет, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия; директор по стратегическому развитию, Институт национальных проектов, Москва, Россия*  
E-MAIL: elena.nickishina@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-1327-1048>

*ИВАНОВ Владимир Владимирович — старший преподаватель, экономический факультет, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия*  
E-MAIL: vvivanov@econ.msu.ru  
<https://orcid.org/0009-0006-8515-3250>

*МАРКОВА Ольга Анатольевна — кандидат экономических наук, ассистент, экономический факультет, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия*  
E-MAIL: markovaoa@outlook.com  
<https://orcid.org/0000-0002-3512-6282>

**Аннотация.** В статье представлен обзор поведенческих аномалий, проявляющихся в разных сферах жизни человека и на разных этапах принятия решения. Логика описания поведенческих аномалий выстроена в соответствии с возможностью влиять на их возникновение: мы начинаем с аномалий в предпочтениях — наиболее устойчивом паттерне, переходя далее к нестандартным убеждениям, которые могут быть скорректированы компаниями и регулирующими органами. Далее мы обсуждаем нестандартное принятие решений — сферу, которая потенциально связана с возможностью государства и фирм влиять на людей. В статье описываются особенности

## BEHAVIORAL BIASES IN THE DECISION MAKING AND THE POSSIBILITIES OF OVERCOMING THEM

*Elena N. NIKISHINA<sup>1,2</sup> — Cand. Sci. (Econ.), Assistant Professor, Faculty of Economics; Director for Strategic Development*  
E-MAIL: elena.nickishina@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-1327-1048>

*Vladimir V. IVANOV<sup>1</sup> — Senior Lecturer, Faculty of Economics*  
E-MAIL: vvivanov@econ.msu.ru  
<https://orcid.org/0009-0006-8515-3250>

*Olga A. MARKOVA<sup>1</sup> — Cand. Sci. (Econ.), Teaching Assistant, Faculty of Economics*  
E-MAIL: markovaoa@outlook.com  
<https://orcid.org/0000-0002-3512-6282>

<sup>1</sup> Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia

<sup>2</sup> Institute of National Projects, Moscow, Russia

**Abstract.** The article offers an overview of behavioral biases that influence different spheres of our everyday life and at different levels of decision-making. When describing behavioral biases, the authors build the logic following the possibility of influencing them: starting with non-standard preferences — the most stable pattern — and moving further to non-standard beliefs that can be fixed by companies and regulators. Next, the authors review non-standard decision making, an area that provides discussion on possible ways of debiasing when considering public policy or firms' decisions. The article tackles non-standard preferences: (1) preferences with reference points, which mean people evalu-

нестандартных предпочтений: 1) предпочтений с точками отсчета, означающих, что человек оценивает полезность объекта в зависимости от тех ориентиров, с которыми он сравнивает его или его характеристики, 2) неустойчивых во времени предпочтений, которые предполагают несовершенство самоконтроля человека и более сильное влияние текущих выгод и издержек на решения по сравнению с отложенными, 3) социальных предпочтений, которые объясняют, как люди реагируют на социальные стимулы, то есть на действия, ожидания и выигрыши других людей. Кроме того, в статье обсуждаются последствия использования людьми несовершенных суждений — смещенных относительно реальности или шумных (статистических суждений, учета мнения других людей, эвристик и др.). Формулировка выбора и восприятие его человеком могут приводить к возникновению аномалий при принятии решений, что лежит в основе архитектуры выбора и теории подталкивания (или наджинга). В заключении авторы суммируют результаты исследований о различиях в выраженности поведенческих аномалий в разных социально-демографических группах, что позволяет использовать обобщенные в статье особенности поведения людей при рассмотрении широкого круга вопросов, связанных с деятельностью компаний и экономической политикой.

**Ключевые слова:** поведенческая экономика, ограниченная рациональность, поведенческие аномалии, социально-демографические особенности, обзор литературы

ate their utility relative to the reference points, (2) time inconsistent preferences, which imply problems with self-control and preferences for current consumption rather than delayed ones; (3) social preferences, which explain how people account for benefits of other people as well as their actions and expectations. In addition, the authors discuss the consequences of people using imperfect judgments, biased or noisy, specifically tackling statistical and social judgments, and show that choice formulation and human perception of choice can lead to decision anomalies, which is the basis of choice architecture and nudging theory. The article concludes by synthesizing social and demographic features that may influence behavioral biases, which makes it possible to use them when considering a wide range of issues related to public policy or firms' strategies.

**Keywords:** behavioral economics, bounded rationality, behavioral biases, socio-demographic differences, literature review

## Введение

Особенности принятия человеком решений изучаются разными дисциплинами — экономикой, социологией, психологией, нейронауками. Особый путь развития исследований поведения людей в экономике связан с тем, что долгое время процесс принятия решений рассматривался с рядом следующих допущений: люди должны вести себя непротиворечиво, реагировать на стимулы и иметь стабильные и хорошо определенные предпочтения, позволяющие им достичь приемлемых результатов.

Эмпирические исследования в области поведенческой экономики показали, что люди ведут себя предсказуемо отлично от «рациональной» модели — принимают решения, исходя из противоречивых и несогласованных предпочтений, используют смещенные и шумные (то есть такие, при которых оценки разбросаны в разные стороны относительно истины) суждения, испытывают проблемы с внимательностью и самоконтролем, а также прибегают к эвристикам (правилам, упрощающим процесс принятия решений). Смещение фокуса на человеческое поведение с учетом психологических особенностей принятия решений произошло после публикации работ Даниэля Канемана и Амоса Тверски [Kahneman, Tversky, 1979]<sup>1</sup>, которые переоткрыли<sup>2</sup> несогласованность поведения людей с рациональностью экономических агентов. Появившаяся на стыке экономики и психологии поведенческая экономика позволила выявить паттерны поведения больших групп людей, что важно при выстраивании экономической политики и принятии решений компаниями.

Многочисленные работы демонстрируют, что предпочтения людей часто оказываются противоречивыми и несогласованными, а также изменяются в зависимости от времени и контекста; при формировании суждений человек может не принимать во внимание всю имеющуюся информацию, а при принятии решений менять свое мнение в зависимости от структуры выбора. Такие отклонения от рационального поведения далее мы будем называть поведенческими аномалиями. Психологи и исследователи в области поведенческой экономики выделяют сотни поведенческих аномалий [Канеман, 2018; Manoogian, Benson, 2017], что позволяет говорить о людях как о субъектах с ограниченной рациональностью. При этом в современных исследованиях наблюдаются два разнонаправленных тренда. Первый — на открытие и описание дополнительных поведенческих аномалий (см., например, [Dogerlioglu-Demir, Koçaş, Cavdar Aksoy, 2023]), которые позволяют точнее объяснять наблюдаемые особенности поведения людей. Второй — на систематизацию и группировку поведенческих аномалий в операциональные и взаимосвязанные группы. В частности, Джонатан Чепмен с соавто-

<sup>1</sup> В популярной литературе часто можно встретить отсылки к концепции Даниэля Канемана, Кейта Становича и Ричарда Веста о существовании двух систем мышления — Системы 1 (автоматической, интуитивной и быстрой) и Системы 2 (медленной, осознанной и требующей затрат энергии) [Канеман, 2018]. Несмотря на ее удобство для объяснения процесса принятия экономических решений, в ряде современных психологических и нейроисследований эта концепция опровергается [Keren, Schul, 2009; Grayot, 2020].

<sup>2</sup> Психологи Даниэль Канеман и Амос Тверски и экономисты Ричард Талер, Колин Камерер, Мэттью Рэбин и др. относятся к представителям «новой» поведенческой экономики. Одним из первых о нереалистичности предпосылок о рациональности экономических агентов заговорил Герберт Саймон, которого относят к представителям «старой» поведенческой экономики [Капелюшников, 2013].

рами на основе репрезентативной выборки по США предложил объединить 21 поведенческую аномалию в шесть групп, связанных с социальными предпочтениями, рисковыми предпочтениями и самоуверенностью [Chapman et al., 2023]. Виктор Станго и Джонатан Зинман [Stango, Zinman, 2023], в свою очередь, на основе опроса потребителей в США с помощью факторного анализа объединили 17 поведенческих аномалий в восемь групп, включающих смещение к настоящему, неприятие потерь, нестандартные статистические суждения, ограниченное внимание и влияние контекста на выбор.

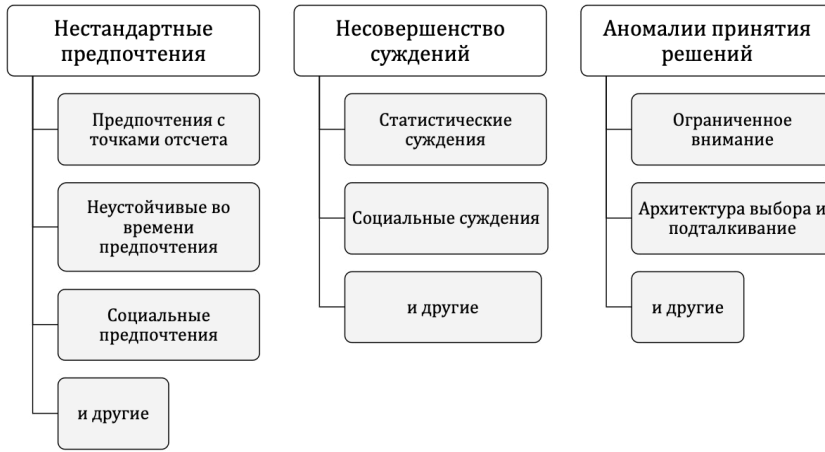
Несмотря на важность исследований, посвященных группировке поведенческих аномалий, они имеют ряд методологических ограничений. Во-первых, факторный анализ проводится не на всем массиве поведенческих аномалий, а на ограниченном (в силу ограничений на длину анкеты для респондентов). Во-вторых, исследования проводились на выборке США. И хотя есть основания предполагать, что поведенческие аномалии универсальны, можно ожидать, что результаты могли бы отличаться в случае, если бы выборка была бы значительно больше и включала представителей самых разных стран мира (поэтому во второй части статьи мы отдельно рассматриваем проявление поведенческих аномалий в разных страновых контекстах).

В связи с этим в целях систематизации имеющихся знаний о поведенческих аномалиях представляется важным не только «искать под фонарем» (проводя анализ на эмпирических данных по отобранным поведенческим аномалиям), но и выстраивать более широкую рамку, объясняющую влияние разных поведенческих факторов на процесс принятия решений.

В данной статье предлагается подход к структуризации поведенческих аномалий в соответствии с разными этапами принятия решений [DellaVigna, 2009]. Он также позволяет говорить о том, что типы поведенческих аномалий различаются возможностями влияния на них.

На рисунке 1 представлена классификация поведенческих аномалий, состоящая из трех групп. К фундаментальным отнесены нестандартные предпочтения, непосредственно влияющие на целевую функцию потребителя. Отдельно мы рассматриваем нестандартные предпочтения, которые связаны с 1) зависимостью предпочтений от точек отсчета, 2) неустойчивостью предпочтений во времени и 3) проявлением социальных, неэгоистичных предпочтений. Вторая группа охватывает несовершенные суждения (статистические и социальные), связанные с восприятием и обработкой информации (такие аномалии потенциально в большей степени поддаются корректировке, поэтому представляют отдельный интерес для экономической политики). Наконец, третья группа отражает поведенческие аномалии, проявляющиеся непосредственно в момент принятия решений (см. рис. 1). Аномалии мы обсуждаем применительно к архитектуре выбора, важной частью которой выступает теория подталкивания, или наджинга (от английского слова *nudge*, подталкивать), призванная помочь людям в принятии решений. В статье также рассматривается вопрос о различиях в проявлениях поведенческих аномалий, связанных с социальными и демографическими характеристиками, которые важны как для компаний, так и для целей экономической политики в России.

Рис. 1. Структура поведенческих аномалий 3



### Нестандартные предпочтения

Процесс принятия решений в экономической науке основан на универсальной идее оптимизации в условиях ограниченных ресурсов. Обычно экономисты используют набор допущений относительно процесса этой оптимизации. Наибольшее внимание уделяется тому, как экономические агенты а) воспринимают и обрабатывают информацию, б) относятся к риску, в) сравнивают настоящее и будущее, г) относятся к другим людям и реагируют на их поведение. Традиционно (во многом исходя из интересов аналитического удобства) в экономической теории предполагалось, что человек:

- а) обладает стабильными и хорошо определенными предпочтениями, позволяющими сравнивать разные типы благ;
- б) ориентируется прежде всего на свои интересы, максимизируя собственную выгоду или минимизируя издержки;
- в) имеет устойчивые во времени предпочтения.

Благодаря многочисленным эмпирическим работам, противоречащим названным выше предпосылкам, появилась потребность в более реалистичном наборе допущений. В данной работе мы выделяем три группы нестандартных предпочтений, которые позволяют сделать экономический анализ более реалистичным: 1) наличие точек отсчета в предпочтениях, 2) социальные предпочтения, которые позволяют объяснить более широкий набор мотивов, связанных с учетом интересов других людей, а также 3) неустойчивые во времени предпочтения. Такой выбор групп предпочтений частично согласуется с результатами анализа, реализованного В. Станго и Дж. Зинманом, а также Дж. Чапменом с соавторами на американских выборах [Stango, Zinman, 2023; Chapman et al., 2023], что подтверждает важность отдельного выделения трех больших групп поведенческих аномалий, связанных с рисковыми предпочтениями (и точками отсчета), социальными предпочтениями и неустойчивостью предпочтений во времени.

<sup>3</sup> Источник: составлено авторами.

## Предпочтения с точками отсчета в рисковом и безрисковом выборе

Идея адаптации предпочтений через включение в них точек отсчета основана на предположении, что человек может воспринимать одно и то же событие по-разному в зависимости от разных точек отсчета. Это предположение согласуется с эмпирическими результатами, полученными авторами теории перспектив Д. Канеманом и А. Тверски, которые на множестве примеров в условиях рисковом (и безрисковом) выбора показали, что отклонение в большую сторону от точки отсчета воспринимается человеком как выигрыш, отклонение в меньшую — как проигрыш [Kahneman, Tversky, 1979]. Это, в частности, позволяет объяснить, почему люди не склонны к риску в случае выигрышей и склонны к риску в случае проигрышей.

Эмпирические исследования показывают, что в силу избегания потерь (*loss aversion*) проигрыши воспринимаются примерно в 2,25 раза острее, чем эквивалентные по величине выигрыши [Benartzi, Thaler, 1995]. Другими словами, это означает, что при восприятии того или иного события (набора товаров или услуг) человек реагирует не столько на конечный уровень выгод и издержек, сколько на их относительное изменение (соотношение с точкой отсчета). Точки отсчета могут задаваться по-разному. Ими могут быть статус-кво, ожидания, прошлый опыт, референтные (типовые) исходы и др.

Существует множество проявлений действия теории перспектив и предпочтений с точками отсчета в условиях рисковом и безрисковом выбора. На фондовом рынке это проявляется в эффекте диспозиции (*disposition effect*) — нежелании продавать активы, стоимость которых упала (поскольку падение воспринимается болезненно в сравнении с предшествующей более высокой ценой), и, напротив, склонности продавать активы, стоимость которых выросла [Weber, Camerer, 1998].

В обычной жизни наиболее яркое проявление действия предпочтений с точками отсчета — существование эффекта владения (*endowment effect*), проявляющегося в том, что человек готов продать имеющееся у него благо за гораздо большие деньги, чем те, что готов заплатить за точно такое же благо, если бы у него его не было [Kahneman, Knetsch, Thaler, 1991]. Эффект владения, в частности, помогает объяснить, почему после примерки одежды или тестирования технического устройства человек более склонен к покупке, чем до этого (меняется точка отсчета) [Hattula, Herzog, Dhar, 2023]. Также эффектом владения объясняется, почему люди, впервые выставившие что-то на продажу на специализированных сайтах (в отличие от опытных продавцов), часто не могут быстро найти покупателя в силу того, что ставят завышенную цену. Важно отметить, что проявление эффекта владения зависит от формулировки выбора, с которым сталкивается человек: в ситуации выбора антиблаг (благ, от которых потребитель старается избавиться) проявляется эффект, обратный эффекту владения [Brenner et al., 2007].

Интересно, что хотя для большинства поведенческих аномалий характерна отрицательная связь между их выраженностью и когнитивными способностями человека, эта закономерность не выполняется для рассматриваемой группы. В. Станго и Дж. Зинман обнаружили положительную связь между когнитивными способностями и избеганием потерь, а также избеганием неопределенности. Одновременно с этим они зафиксировали положительную связь между избеганием

риска и поведенческими аномалиями, связанными со статистическими суждениями [Stango, Zinman, 2023]. В свою очередь, Дж. Чапмен с соавторами обнаружили связь отдельных поведенческих аномалий, связанных с рисковыми предпочтениями, с социальными предпочтениями [Chapman, 2023].

Возможности по элиминированию предпочтений, связанных с точками отсчета, сопряжены с изменением среды, в которой человек принимает решения, что возможно за счет перемен в системе стимулов или изменения структуры выбора в рамках подталкивания (или наджинга).

## Социальные предпочтения

Традиционно в неоклассической экономической теории<sup>4</sup> предполагается, что человек, принимая решения, максимизирует чистый выигрыш (выгоды от решения за исключением издержек), ориентируясь прежде всего на собственные интересы. В то же время результаты лабораторных экспериментов, тестирующих эгоистические предпочтения людей (игры «Диктатор», «Ультиматум», «Общественное благо» и др.)<sup>5</sup>, показывают, что вне зависимости от социальной группы и/или национальной принадлежности предположение о полной эгоистичности людей не подтверждается в полной мере. Вопреки предсказаниям теории рационального поведения, игроки не стремятся максимизировать свой выигрыш (оставляя себе все, что экспериментаторы передали в их распоряжение), а часто делятся с другими и вкладывают ресурсы в производство общественных благ [Henrich et al., 2005; Herrmann, Thöni, Gächter, 2008].

К сходным выводам можно прийти на практике. Отсутствие повсеместно распространённого оппортунистического поведения, наличие благотворительных и краудфандинговых проектов, а также ситуаций, когда люди ведут себя добросовестно, даже когда за ними не наблюдают, позволяют констатировать, что люди обладают *социальными предпочтениями*. Другими словами, их предпочтения зависят не только от индивидуальных выгод, но и от выгод, мнений и отношения окружающих их людей.

В поведенческой экономике существует многообразие моделей, позволяющих объяснить, почему человек ведет себя не эгоистично, а кооперативно. Например, модель Фера — Шмидта объясняет склонность человека к кооперации феноменом *избегания неравенства* (*inequality aversion*) [Fehr, Schmidt, 1999]. Любое неравенство (как в пользу этого человека, так и в ущерб) может вызывать негативные эмоции. В случае, когда неравенство оказывается в пользу челове-

<sup>4</sup> Неоклассическая экономическая теория является текущим мейнстримным учением в экономической науке.

<sup>5</sup> Суть игры «Диктатор» состоит в том, что игрок должен разделить некоторую сумму, полученную от экспериментатора, между собой и другим игроком (который, в свою очередь, никак не может повлиять на его решение). Игра «Ультиматум» похожа на игру «Диктатор», за исключением того, что второй игрок может согласиться с предлагаемым делением (и тогда он состоит на условиях, предложенных первым игроком) или не согласиться (и тогда оба игрока получают 0). Игра «Общественное благо» предполагает, что каждый игрок может вложить часть суммы, которой обладает, в производство общественного блага. Причем правила устроены так, что сумма вкладов, которые сделали участники в общественное благо, сначала увеличивается в несколько раз, а затем делится поровну среди всех участников игры. В игре «Общественное благо» равновесная по Нэшу стратегия — ничего не передавать на производство общественного блага, в то время как эффективная стратегия по Парето (предполагающая достижение максимального общественного благосостояния) состоит в том, что все участники игры передают в производство общественного блага все имеющиеся у них ресурсы.



ка, это вызывает чувство неловкости, а в случае, если неравенство оказывается не в пользу человека, — зависти (причем чувство зависти острее чувства неловкости и сильнее снижает полезность<sup>6</sup> человека). Этот эффект позволяет, например, объяснить, почему раскрытие информации о зарплатах коллег может снижать производительность, удовлетворенность работой и повышать вероятность поиска нового рабочего места [Breza, Kaur, Shamdasani, 2018; Card et al., 2012].

Концепция *чистого альтруизма* (*pure altruism*) объясняет наличие социальных предпочтений тем, что полезность людей зависит не только от потребления частных благ, но и наличия общественных благ. Людям важны безопасность и чистота на улицах, освещенные подъезды домов, отсутствие бедных и обездоленных и др. Соответственно, поскольку они получают полезность от такого рода благ, им важно вкладывать деньги в их производство (даже если это не приносит им прямой выгоды) [Rose-Ackerman, 1996; Fehr, Fischbacher, 2003; Ottoni-Wilhelm, Vesterlund, Xie, 2017].

Дж. Андреони расширяет спектр объяснений, показывая, что человек может вкладывать деньги в производство общественного блага под действием мотива *теплого свечения* (*warm-glow giving*), который означает, что человек получает полезность от самого факта пожертвования [Andreoni, 1990]. Разграничение мотивов чистого и косвенного альтруизма (основанного на теплом свечении) важно для проектирования дизайна фандрайзинговых программ [Bhati, Hansen, 2020]. В частности, ряд полевых экспериментов показал, что апеллирование к мотивам теплого свечения (а не чистого альтруизма) более эффективно для фандрайзинговых программ [List et al., 2021]. Это объясняется в том числе и тем, что в таком случае при увеличении числа жертвователей индивидуальные пожертвования не вытесняются [Andreoni, 1990]. Человек, считающий важным поддерживать тот или иной вид деятельности, будет продолжать в него вкладывать вне зависимости от действия окружающих.

Еще одно объяснение социальных предпочтений (пришедшее из биологии) получило название *взаимности* (*reciprocity*). Феномен взаимности заключается в том, что люди склонны реагировать добрыми поступками в ответ на доброжелательные действия и намерения и, наоборот, наказывать людей, проявивших недоброжелательность по отношению к ним. Понимание эффекта взаимности особенно важно для рынка труда. Положительные действия со стороны работодателя (неожиданное повышение зарплаты или выплата премий, неденежные подарки) запускают механизм положительной взаимности и желание работника оправдать хорошее отношение работодателя большей производительностью, добросовестностью и т. д. [Kube, Maréchal, Puppe, 2012]. И напротив, избыточный контроль и микроменеджмент со стороны руководства часто воспринимаются как недружественный шаг, запуская негативную взаимность, проявляющуюся в снижении доверия, демотивации и снижении производительности [Falk, Kosfeld, 2006].

Джонатан Чапмен с соавторами [Chapman et al., 2023] при помощи метода главных компонент выделяют три «социальных» фактора: 1) сочетающий показа-

<sup>6</sup> Здесь и далее имеется в виду некоторая внутренняя функция ценности, которая позволяет экономистам моделировать выбор людей.

тели взаимности, альтруизма и доверия; 2) описывающий склонность нести издержки для наказания других за отклонение от нормы (социальное и антисоциальное наказание); 3) соответствующий избеганию неравенства.

Важное приложение социальных предпочтений, обсуждаемых поведенческими экономистами, заключается в том, что денежная мотивация часто вытесняет внутреннюю мотивацию к совершению определенных действий [Venabou, Tirole, 2006; Gneezy, Meier, Rey-Biel, 2011]. В частности, выплата вознаграждений за донорство крови подрывает внутреннюю мотивацию, снижая число доноров [Mellström, Johannesson, 2008], а низкое вознаграждение (даже по сравнению с отсутствием оплаты труда вообще) может вообще демотивировать людей хорошо работать [Gneezy, Rustichini, 2000].

В силу специфики данной группы предпочтений и в большинстве своем положительных внешних эффектов для общества сама необходимость элиминирования этой группы поведенческих аномалий дискуссионна.

### **Неустойчивые межвременные предпочтения**

Традиционная экономическая теория предполагает устойчивость предпочтений во времени и неизменность ставки дисконтирования между периодами. Это должно было бы означать, что если человек сейчас планирует свой выбор в следующем периоде, то в момент принятия решения этот выбор должен совпадать с планом.

На практике это не совсем так и даже в ранних работах Альфреда Маршалла и Ойгена фон Бём-Баверка уже происходит разделение на «долгосрочные рациональные заботы и более краткосрочные эмоциональные факторы» [Hoch, Loewenstein, 1991: 492].

В поведенческой экономике неустойчивые предпочтения во времени зачастую описываются при помощи модели смещения к настоящему [Laibson, 1997]. Согласно этой модели, человек переоценивает выгоды и издержки текущего периода и недооценивает (иногда критически) соответствующие выгоды и издержки будущих периодов.

Проблема неустойчивых предпочтений во времени ярко проявляется в финансовой сфере в виде избыточного потребления [Nguyen, 2016], избыточного кредитования [Meier, Sprenger, 2010], недостаточных сбережений [Thaler, Benartzi, 2004]. А также в сферах, где ярко выражен разрыв между текущим периодом (в который человек получает удовольствие или несет издержки) и будущим периодом, в котором человек ощущает последствия своего выбора. Например, в сферах здравоохранения [White, Dow, 2015] и образования [Carrillo, 2020]. Так, смещение к настоящему может мешать вакцинации от болезней [Nuscheler, Roeder, 2016] и соблюдению врачебных предписаний [Wang, Sloan, 2018], может затруднять отказ от вредных привычек [Kang, Ikeda, 2014], мешать регулярным занятиям спортом [Acland, Levy, 2015].

Чтобы помочь человеку справиться со смещением к настоящему, могут использоваться специальные механизмы самоконтроля, увеличивающие издержки избыточного потребления досуговых благ или отклонения от желаемого уровня потребления инвестиционных благ [Ashraf et al., 2006; Bryan et al., 2010]. Это может быть, например, взятие на себя публичных обязательств, невыполнение

которых сопряжено с репутационными издержками и/или штрафами за нарушение обязательств [Della Vigna, Malmendier, 2006; John, 2020], или использование специальных инструментов, затрудняющих нежелательное поведение (например, специальные сберегательные счета с усложненной процедурой досрочного снятия денег или счета-копилки, на которые автоматически перечисляется заранее предустановленная доля от поступлений на счет) [Bryan et al., 2010]. Кроме того, могут привлекаться дополнительные положительные стимулы, меняющие соотношение выгод и издержек в текущем и будущем периодах и стимулирующие человека к совершению желаемых действий в текущем периоде. Это могут быть, например, подарки при вакцинации [Banerjee et al., 2010] или дополнительные доплаты, которые человек получает от банка при достижении своей финансовой цели [Blumenstock et al., 2018].

В исследовании В. Станго и Дж. Зинмана [Stango, Zinman, 2023] один из выявленных на данных факторов соответствует аномалиям, связанным со смещением к настоящему и нетерпеливостью. Причем проведенный авторами корреляционный анализ показывает существование связи между этой группой аномалий и ограниченным вниманием.

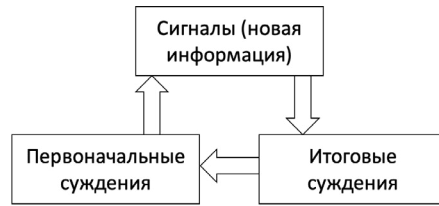
Как и в случае с социальными предпочтениями, возможности по элиминированию предпочтений, связанных с точками отсчета, сопряжены с изменением среды, в которой человек принимает решения, за счет перемены стимулов — создания дополнительных издержек в текущем периоде для потребления досуговых благ (товаров или услуг, приносящих удовольствие здесь и сейчас) и снижения издержек в текущем периоде при потреблении инвестиционных благ (связанных с издержками в настоящем времени и отсроченными выгодами в будущем), а также с изменением структуры выбора (наджинга).

## Несовершенные суждения

Второй большой блок поведенческих аномалий связан с ожиданиями людей и используемыми ими при принятии решений суждениями относительно того, 1) как устроен мир (такие суждения мы будем далее называть статистическими и отнесем к ним суждения о распределении вероятности событий и соотношении текущих и будущих условий выбора) и 2) как ведут себя другие люди (такие суждения будем называть социальными). Этот блок аномалий более пластичен и в случае несоответствия с реальностью суждений может быть скорректирован через предоставление информации.

### Статистические суждения

В экономической науке доминирует представление, что формирование статистических суждений (posterior) происходит по правилу Байеса: человек изменяет (адаптирует) суждения, отталкиваясь от некоторых предварительных оценок (prior) и используя поступающую новую информацию (сигналы) (см. рис. 2). Например, перед походом в магазин человек имеет некоторые представления об уровне цен (ожидания). Если уже в магазине он увидит новые цены, то на основе этой информации (сигнала) пересмотрит свои ожидания, что, в свою очередь, может изменить его выбор в магазине.

Рис. 2. Обновление суждений по Байесу<sup>7</sup>

Тем не менее люди могут систематически ошибаться, учитывая только ту информацию, которая релевантна текущему моменту, и проецируя ее на последующие периоды — в таком случае говорят о *проективном смещении* (*projection bias*). Проективным смещением объясняется, например, аномальный рост продаж кабриолетов в жаркую погоду и рост продаж внедорожников при похолодании. В силу проективного смещения люди переоценивают значимость текущих погодных условий для выбора модели машин [Busse et al., 2015]. Также проективное смещение может приводить к аномальным изменениям в оценке риска: рост уровня загрязненности в Китае провоцирует рост покупок полисов страхования жизни, а его снижение в течение срока бесплатного возврата становится причиной отказов от купленных полисов [Chang, Huang, Wang, 2018].

Избирательное восприятие сигналов может быть связано также с самоуверенностью и *смещением к подтверждению* (*confirmation bias*) — смещением в восприятии сигналов в сторону тех, что подтверждают суждения человека. Смещение к подтверждению усиливает вероятность радикализации суждений и возникновения эхо-камер<sup>8</sup> [Thornhill et al., 2019; Cookson, Engelberg, Mullins, 2023]. Избирательное восприятие информационных сообщений также связывают с *мотивированными суждениями* (*motivated reasoning*) — избирательным восприятием информации в пользу той, что соответствует убеждениям человека. Это проявляется, например, в оценке достоверности новостных сообщений [Thaler, 2023].

Несовершенство суждений может объясняться тем, что люди стремятся к упрощению выбора и используют эвристики, заменяющие сложные вопросы простыми. Например, в результате действия *эвристики доступности* (*availability heuristics*) человек заменяет вопрос оценки вероятности на вопрос «насколько быстро я могу вспомнить подобный пример?». Действием эвристики доступности можно объяснить то, что в областях, пострадавших от наводнения, а также в областях, которые находятся в той же сетке телевидения, в течение восьми лет после наводнения сохраняется более высокий уровень страхования от наводнений. Люди вместо рациональной оценки вероятности повторения наводнений апеллируют к недавнему опыту [Gallagher, 2014]. Кроме того, эвристикой доступности также может объясняться значимое снижение цены недвижимости в районах, пострадавших от наводнения [Cheung, Yiu, 2022].

<sup>7</sup> Источник: построено авторами.

<sup>8</sup> Потребители предпочитают «близкий по духу» контент, отсекая информацию, которая не коррелирует с представлениями индивида, в результате чего могут возникать эхо-камеры (echo chambers) — сообщества, однородные в части мнений, разделяемых внутри группы, но не связанных с внешним миром [Ахременко, Бродовская, 2021].

Для элиминирования поведенческих аномалий, связанных со статистическими суждениями, могут использоваться меры, предполагающие изменение подходов к информированию потребителей. Например, предоставление большего объема информации или изменение способов ее подачи (перефразирование, использование графических элементов и т. д.) [Soll et al., 2015].

Кроме того, поскольку большинство поведенческих аномалий, а в особенности несовершенство суждений, положительно связано с когнитивными способностями, перспективно инвестировать как в образование людей в целом, так и в их информирование о воздействиях поведенческих аномалий на принятие решений.

### Социальные суждения

Следующий тип несовершенных суждений связан с оценками и действиями других людей, поэтому такие суждения можно назвать социальными. Люди адаптируют свои оценки к действиям других людей, такое поведение проявляется в так называемых *информационных каскадах* (*information cascade*) или в *стадном поведении* (*herding behavior*) — ситуациях, в которых решения экономических агентов определяются информацией о поведении других людей, но не зависят от дополнительных стимулов (репутационных издержек, социального давления и т. д.). Стадное поведение — один из факторов поведения инвесторов [Alevy, Haigh, List, 2007; Ahmad, Wu, 2022], особенно четко проявляется в периоды неопределенности [Indārs, Savin, Lublóy, 2019]. В вопросах потребления и распространения информации информационные каскады рассматриваются как фактор распространения фейков [Bikhchandani et al., 2021]. Этот эффект может усиливаться благодаря тому, что вероятность оценки человеком как правдивых тех новостей, которыми поделились другие, при прочих равных выше [Serra-Garcia, Gneezy, 2021]. Кроме того, информационные каскады используются для объяснения возникновения общественных протестов и революций [Ellis, Fender, 2011], а информация о поведении других людей может влиять на стратегическое поведение, что приводит к непредсказуемым результатам выборов — несовпадению результатов опросов общественного мнения и итогов выборов [Osborne, Rubinstein, 2003].

В научной литературе информационные каскады иногда приводят к появлению избыточно цитируемых теорий, которые в содержательном плане могут проигрывать другим, менее цитируемым [Greenberg, 2009]. Также информационные каскады проявляются в рейтингах на платформах: проставляемая оценка товара или услуги начинает зависеть от оценки людей, которые ранее оценивали этот товар или услугу, что не объясняется их качеством. Это приводит к инфляции рейтингов и снижению их информативности [Lee, Hosanagar, Tan, 2015; Sunder, Kim, Yorkston, 2019], а также ставит вопрос о необходимости остановки таких каскадов.

Для рынков труда появление информационных каскадов может проявляться в снижении вероятности найма сотрудника с перерывом в трудовом стаже [Kroft, Lange, Notowidigdo, 2013]. Похожий эффект обнаружен в медицине: вероятность согласия донора на пересадку почки снижается вместе с количеством людей, которые от нее отказались [Zhang, 2010]. С другой стороны, фирмы также подвержены стадному поведению: изменение законодательства в области корпоративно-

го законодательства в Японии, которое хотя и коснулось только некоторых фирм, начало выполняться более широким кругом компаний [Orihara, Eshraghi, 2022].

Частично информационные каскады могут преодолеваться с помощью информационных интервенций в виде предупреждающих сообщений [Compen et al., 2022], при этом время получения этих сообщений влияет на эффект от них [Janson, 2023].

### **Поведенческие аномалии при принятии решений**

Выбор человека может определяться содержанием и набором предоставленных ему вариантов, а также контекстом, в котором он принимает решение. Все это — составные элементы архитектуры выбора, которая в широком смысле подразумевает организацию совокупности условий, в которых человек принимает решение [Thaler, Sunstein, Balz, 2013]. Например, как порядок вариантов [Dogerlioglu-Demir, Koçaş, Cavdar Aksoy, 2023], так и их количество [Scheibehenne, Greifeneder, Todd, 2010] может определять выбор человека. За счет изменения контекста принятия решений компании и государственные органы воздействуют на выбор людей.

Ключевым направлением исследований в рамках архитектуры выбора выступает теория *подталкивания*, или *наджинга*. Как было показано выше, существует множество поведенческих аномалий, в результате которых люди принимают неоптимальные для себя (общества) решения. Ключевой принцип подталкивания состоит в том, чтобы, не вводя ограничений, не ущемляя свободы человека и не применяя прямых положительных или отрицательных стимулов, структурировать выбор и помочь человеку принять наилучшее для него (общества) решение [Thaler, Sunstein, 2009].

Множество исследований показывает, как разные типы подталкивания влияют на поведение людей в разных сферах. Подталкивание помогает людям преодолеть действие поведенческих аномалий, мешающих им достичь оптимальных для себя (общества) решений. В большом метаисследовании С. Мертенс с соавторами показала, что есть незначительная вариация в эффективности разных типов подталкивания для разных сфер (здоровье, еда, финансы, экология и др.), наибольший эффект при этом оказывает установление опций по умолчанию (предустановленных опций, действующих до момента, когда человек решит изменить выбор) [Mertens et al., 2022].

Подталкивание используется в том числе для того, чтобы оградить людей от возможных отрицательных последствий их ограниченного внимания, которое особенно усиливается при стрессе, в условиях неопределенности [Haushofer, Fehr, 2014]. Под *ограниченным вниманием* (*limited attention*) при этом понимается такая особенность человека, когда он использует не всю доступную информацию, а только часть, даже если получение этой информации не требует от него дополнительных издержек. Средние оценки внимательности составляют 44% [Gabaix, 2019], то есть более половины информации не учитывается при принятии решений. Ограниченное внимание может мешать в полной мере реализовывать положительные эффекты от изменения архитектуры выбора и подталкивания. В частности, из-за невнимательности обучающихся информационные вмешательства в образование могут быть потенциально нерезультативными [Damgaard, Nielsen, 2018].

При обсуждении вопросов эффектов поведенческих аномалий и возможных путей работы с ними важно учитывать их выраженность среди разных групп населения.

### **Различия в выраженности поведенческих аномалий**

Большинство лабораторных исследований указывает на значительную гетерогенность в параметрах экономических предпочтений и выраженности тех или иных поведенческих аномалий. Отчасти это может быть вызвано спецификой измерения: экспериментальные оценки предпочтений менее стабильны по сравнению с оценками через опросы [Chuang, Schechte, 2015; Lönnqvist et al., 2015]. При этом социальные предпочтения проявляют стабильность как в экспериментальных, так и в опросных данных [Carlsson, Johansson-Stenman, Nam, 2014; Chuang, Schechte, 2015], а предпочтения относительно риска и межвременные предпочтения оказываются менее стабильными [Chuang, Schechte, 2015]. Кроме того, масштаб аномалий, измеренных в лабораторном эксперименте или опросе, обязательно будет наблюдаться на реальных рынках, поскольку самоотбор и рыночный опыт могут существенно снизить выраженность ошибок и смещений [Al-Ubaydli, List, 2017].

Тем не менее для имплементации экономического регулирования или социальных программ важно понимать, как распределены различные характеристики предпочтений среди населения. Во-первых, это позволяет лучше оценивать эффект того или иного вмешательства (например, налогов или требований о раскрытии информации) на общественное благосостояние, предполагая, что оно по-разному затрагивает людей с разными поведенческими характеристиками. Во-вторых, это помогает лучше таргетировать социальные программы, тем самым повышая их эффективность.

За последние годы накопились эмпирические результаты о корреляции поведенческих параметров, описанных в предшествующем разделе, с индивидуальными характеристиками экономических агентов. Ниже приведены несколько довольно устойчивых закономерностей.

1. Плохие когнитивные способности связаны с более выраженными поведенческими аномалиями.

Как в отдельных лабораторных экспериментах, так и на больших репрезентативных выборках обнаруживается, что серьезное избегание риска и нетерпеливость менее свойственны людям с высокими когнитивными способностями [Burks et al., 2009; Dohmen et al., 2010; Benjamin et al., 2013; Meissner et al., 2023]. Кроме того, люди с высокими когнитивными способностями реже совершают ошибки в формировании вероятностных суждений [Oechssler et al., 2009].

2. Бедные люди чаще подвержены поведенческим аномалиям.

Накопленные результаты лабораторных и полевых исследований указывают, что люди в условиях бедности чаще проявляют нетерпеливость, смещение к настоящему и неприятие риска [Haushofer, Fehr, 2014; Carvalho et al., 2016; Bartoš et al., 2021]. С одной стороны, это может объясняться непосредственным влиянием состояния острой нужды на когнитивные способности [Shah et al., 2012] — финансовая уязвимость вызывает стресс, который, в свою очередь, снижает кон-

центрацию. В условиях ограниченной способности к концентрации люди подходят к жизненным решениям через призму узкого фрейминга, сужающего временной горизонт и не позволяющего сравнивать доступные альтернативы. С другой стороны, на предпочтения могут влиять сопутствующие бедности условия — плохая диета, недосып, употребление алкоголя, неблагоприятный экологический фон и т. д. [Schilbach et al., 2016]. Некоторые исследования указывают, что социальный «дефицит», то есть чувство одиночества, усиливает эффект финансовой уязвимости на уровень невнимательности [Kalil et al., 2023]. Так или иначе, людям, наиболее заинтересованным в грамотных экономических решениях, сложнее всего их принимать — это формирует своеобразный порочный круг между бедностью, стрессом и поведенческими аномалиями принятия решений.

3. Мужчины более толерантны к риску и более самоуверенны.

В лабораторных экспериментах проявляются устойчивые различия между женщинами и мужчинами: вторые толерантнее к риску и более комфортно себя чувствуют в условиях конкуренции [Croson, Gneezy, 2009]. Эти закономерности являются одним из возможных факторов гендерного разрыва в доходах. Различия в предпочтениях, судя по всему, проявляются в процессе поиска работы и переговоров о заработной плате [Flory et al., 2015], образовательных успехах [Niederle, Vesterlund, 2010] и финансовых решениях [Barber, Odean, 2001]. Тем не менее эти характеристики нельзя считать врожденными — эксперименты в матриархальных сообществах показали, что в них, наоборот, женщины превосходят мужчин по толерантности к риску и предпочтениям конкуренции [Gneezy et al., 2009]. Таким образом, это свидетельствует о значительной роли эволюционно сложившихся социальных норм в формировании предпочтений.

4. Индивидуальный опыт имеет значение.

Формирование индивидуальных особенностей предпочтений и принятия решений можно описать в рамках взаимодействия между генами (nature) и обстоятельствами/воспитанием (nurture). С этой точки зрения внешние шоки могут быть связаны с долгосрочными последствиями, отражаясь в долгосрочной памяти и устойчивых привычках [Malmendier, 2021].

Уже есть свидетельства в пользу того, что опыт негативного шока доходов увеличивает нетерпеливость [Di Falco et al., 2019]. Пережитый макроэкономический спад также формирует негативное отношение к риску, что отражается на снижении вероятности участвовать в сделках на финансовом рынке и инвестировать [Malmendier, Nagel, 2011]. Переживание экономической рецессии, особенно в возрасте выхода на рынок труда, увеличивает ориентацию на собственный денежный интерес. Положительная экономическая динамика, напротив, способствует неденежной ориентации и предпочтениям справедливости [Cotofan et al., 2023; Fisman et al., 2015]. Пережитый опыт насилия в ходе гражданских конфликтов или вследствие высокого уровня преступности увеличивает неприятие риска [Callen et al., 2014; Brown et al., 2019; Jakiela, Oizer, 2019]. Эти результаты указывают на то, что в странах с нестабильной экономической и социальной динамикой регулярно возникают поколения или группы с таким жизненным опытом, который создает отложенный эффект шоков за счет формирования предпочтений, сдерживающих экономическую активность.

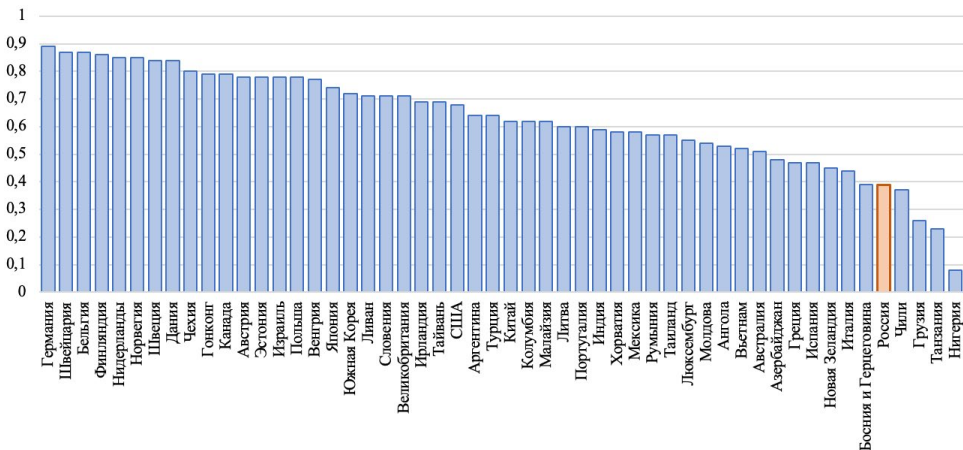


Исследования детей показывают, что ранний опыт горизонтального общения, особенно со сверстниками из разных социальных классов, увеличивает склонность к просоциальному поведению и снижает дискриминацию [Rao, 2019; Carpielen et al., 2020]. Накопленные результаты предлагают серьезную пищу для размышлений относительно дизайна образовательных систем от раннего детства до университета.

5. Проявление поведенческих аномалий имеет страновую специфику.

Несмотря на универсальность действия психологических факторов, острота проявления поведенческих аномалий различается в разных странах. Например, в масштабном исследовании межвременных предпочтений Россия оказалась среди стран с наименьшей терпеливостью (см. рис. 3) [Wang, Rieger, Hens, 2016].

Рис. 3. Межстрановое сравнение межвременных предпочтений, доля людей, выбирающих вариант «подождать»<sup>9</sup>



Примечание: Респонденты должны были выбрать между возможностью получить сейчас 3400 долл. или подождать и получить 3800 долл. через месяц

Результаты другого международного исследования — Global Preferences Survey (GPS) — показали, что для России свойственны (на фоне других стран мира) сравнительная нетерпеливость, низкая склонность к риску, невысокие показатели доверия и альтруизма, положительной и отрицательной взаимности [Falk et al., 2018]. Таким образом, проектирование мер экономической и социальной политики с учетом поведенческих аномалий людей при принятии экономических решений может и даже должно учитывать страновую специфику.

## Заключение

Накоплено множество свидетельств того, что поведение людей расходится с предпосылками о рациональности, которые долгое время формировали ядро

<sup>9</sup> Источник: построено авторами на основе данных [Wang, Rieger, Hens, 2016].

неоклассической экономической теории. При этом человеческий выбор подчиняется закономерностям, которые можно учитывать в экономических моделях, повышая их объясняющую и прогностическую силу.

Мы рассмотрели наиболее распространенные поведенческие аномалии, их проявление в повседневной жизни, а также возможности их преодоления. Результаты полевых и лабораторных экспериментов показывают статистически значимые эффекты поведенческих аномалий, проявляющиеся, например, в ненулевых пожертвованиях на благотворительность, низких сбережениях и высокой за кредитованности, низкой скорости подстройки рынков под изменяющиеся условия и др. Поведенческие аномалии обнаруживаются на самых разных стадиях принятия решений — на уровне выявления предпочтений, формирования суждений и непосредственно в момент принятия решений. В зависимости от стадий принятия решений изменяется также сложность купирования отрицательных эффектов поведенческих аномалий.

Хотя поведенческие аномалии несут универсальный характер (в силу обусловленности психологией человека), их выраженность у людей может различаться в зависимости от социально-демографических, социально-экономических и страновых факторов. Это означает, что при проектировании институтов и мер, направленных на решение социально-экономических проблем с учетом поведенческой экономики, необходимо принимать во внимание как страновой фактор, так и особенности социально-демографической группы, на которую направлено воздействие.

Распространенность поведенческих аномалий позволяет экономистам по-новому смотреть на способы конструирования и таргетирования социальных программ, прогнозирования эффектов экономической политики, регулирования рынков с «поведенческими» покупателями и продавцами, пытающимися эксплуатировать эти особенности.

Это обостряет вопрос не только о возможностях учета поведенческих аномалий для проектирования инструментов, помогающих людям с ними справиться, но и об этике использования поведенческой экономики.

## Список литературы (References)

1. Ахременко А. С., Бродовская Е. В. Влияние новых информационно-коммуникационных технологий на гражданский и политический активизм: «линии напряжения» дискуссионного поля // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. No 6. С. 4—27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2111>.  
Akhremenko A. S., Brodovskaya E. V. (2021) Impact of New Information and Communication Technologies on Civic and Political Activism: «Tension Lines» of the Discussion Field. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 6. P. 4—27. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2111>. (In Russ.)
2. Канеман Д. (2018) Думай медленно... решай быстро / пер. с англ. М.: АСТ.  
Kahneman D. (2018). *Thinking, Fast and Slow*. Moscow: AST. (In Russ.)

3. Капелюшников Р.И. Поведенческая экономика и «новый» патернализм. Часть II // Вопросы экономики. 2013. № 10. С. 28—46. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2013-10-28-46>.  
Kapeliushnikov R. (2013) Behavioral Economics and New Paternalism (Part II). *Voprosy Ekonomiki*. No. 10. P. 28—46. <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2013-10-28-46>. (In Russ.)
4. Acland D., Levy M. R. (2015) Naiveté, Projection Bias, and Habit Formation in Gym Attendance. *Management Science*. Vol. 61. No. 1. P. 146—160. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2091>.
5. Ahmad M., Wu Q. (2022) Does Herding Behavior Matter in Investment Management and Perceived Market Efficiency? Evidence from an Emerging Market. *Management Decision*. Vol. 60. No. 8. P. 2148—2173. <https://doi.org/10.1108/md-07-2020-0867>.
6. Al-Ubaydli O., List J. A. (2017) Field Experiments in Markets. In: *Handbook of Economic Field Experiments*. North-Holland. Vol. 1. P. 271—307. <https://doi.org/10.1016/bs.hefe.2016.09.001>.
7. Alevy J. E., Haigh M. S., List J. A. (2007) Information Cascades: Evidence from a Field Experiment with Financial Market Professionals. *The Journal of Finance*. Vol. 62. No. 1. P. 151—180. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.2007.01204.x>.
8. Andreoni J. (1990) Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving. *The Economic Journal*. Vol. 100. No. 401. P. 464—477. <https://doi.org/10.2307/2234133>.
9. Ashraf N., Karlan D., Yin W. (2006) Tying Odysseus to the Mast: Evidence from a Commitment Savings Product in the Philippines. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 121. No. 2. P. 635—672. <https://doi.org/10.1162/qjec.2006.121.2.635>.
10. Banerjee A. V., Duflo E., Glennerster R., Kothari D. (2010) Improving Immunisation Coverage in Rural India: Clustered Randomised Controlled Evaluation of Immunisation Campaigns with and without Incentives. *BMJ*. Vol. 340. No. 2220. <https://doi.org/10.1136/bmj.c2220>.
11. Barber B. M., Odean T. (2001) Boys Will Be Boys: Gender, Overconfidence, and Common Stock Investment. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 116. No. 1. P. 261—292. <https://doi.org/10.1162/003355301556400>.
12. Bartoš V., Bauer M., Chytilová J., Lely I. (2021) Psychological Effects of Poverty on Time Preferences. *The Economic Journal*. Vol. 131. No. 638. P. 2357—2382. <https://doi.org/10.1093/ej/ueab007>.
13. Bénabou R., Tirole J. (2006) Incentives and Prosocial Behavior. *American Economic Review*. Vol. 96. No. 5. P. 1652—1678. <https://doi.org/10.1257/aer.96.5.1652>.
14. Benartzi S., Thaler R. H. (1995) Myopic Loss Aversion and the Equity Premium Puzzle. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 110. No. 1. P. 73—92. <https://doi.org/10.2307/2118511>.

15. Benjamin D. J., Brown S. A., Shapiro J. M. (2013) Who Is 'Behavioral'? Cognitive Ability and Anomalous Preferences. *Journal of the European Economic Association*. Vol. 11. No. 6. P. 1231—1255. <https://doi.org/10.1111/jeea.12055>.
16. Bhati A., Hansen R. (2020) A Literature Review of Experimental Studies in Fundraising. *Journal of Behavioral Public Administration*. Vol. 3. No. 1. <https://doi.org/10.30636/jbpa.31.129>.
17. Bikhchandani S., Hirshleifer D., Tamuz O., Welch I. (2021) INformation Cascades and Social Learning (No. w28887). National Bureau of Economic Research. <https://doi.org/10.3386/w28887>.
18. Blumenstock J., Callen M., Ghani T. (2018) Why Do Defaults Affect Behavior? Experimental Evidence from Afghanistan. *American Economic Review*. Vol. 108. No. 10. P. 2868—2901. <https://doi.org/10.1257/aer.20171676>.
19. Brenner L., Rottenstreich Y., Sood S., Bilgin, B. (2007) On the Psychology of Loss Aversion: Possession, Valence, and Reversals of the Endowment Effect. *Journal of Consumer Research*. Vol. 34. No. 3. P. 369—376. <https://doi.org/10.1086/518545>.
20. Breza E., Kaur S., Shamdasani Y. (2018) The Morale Effects of Pay Inequality. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 133. No. 2. P. 611—663. <https://doi.org/10.1093/qje/qjx041>.
21. Brown R., Montalva V., Thomas D., Velásquez, A. (2019) Impact of Violent Crime on Risk Aversion: Evidence from the Mexican Drug War. *Review of Economics and Statistics*. Vol. 101. No. 5. P. 892—904. [https://doi.org/10.1162/rest\\_a\\_00788](https://doi.org/10.1162/rest_a_00788).
22. Bryan G., Karlan D., Nelson S. (2010) Commitment Devices. *Annual Review of Economics*. Vol. 2. No. 1. P. 671—698. <https://doi.org/10.1146/annurev.economics.102308.124324>.
23. Burks S. V., Carpenter J. P., Goette L., Rustichini A. (2009) Cognitive Skills Affect Economic Preferences, Strategic Behavior, and Job Attachment. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 106. No. 19. P. 7745—7750. <https://doi.org/10.1073/pnas.0812360106>.
24. Busse M. R., Pope D. G., Pope J. C., Silva-Risso J. (2015) The Psychological Effect of Weather on Car Purchases. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 130. No. 1. P. 371—414. <https://doi.org/10.1093/qje/qju033>.
25. Callen M., Isaqzadeh M., Long J. D., Sprenger C. (2014) Violence and Risk Preference: Experimental Evidence from Afghanistan. *American Economic Review*. Vol. 104. No. 1. P. 123—148. <https://doi.org/10.1257/aer.104.1.123>.
26. Cappelen A., List J., Samek A., Tungodden B. (2020) The Effect of Early-Childhood Education on Social Preferences. *Journal of Political Economy*. Vol. 128. No. 7. P. 2739—2758. <https://doi.org/10.1086/706858>.
27. Card D., Mas A., Moretti E., Saez E. (2012) Inequality at Work: The Effect of Peer Salaries on Job Satisfaction. *American Economic Review*. Vol. 102. No. 6. P. 2981—3003. <https://doi.org/10.1257/aer.102.6.2981>.

28. Carlsson F., Johansson-Stenman O., Nam, P. K. (2014) Social Preferences Are Stable over Long Periods of Time. *Journal of Public Economics*. Vol. 117. P. 104—114. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2014.05.009>.
29. Carrillo B. (2020) Present Bias and Underinvestment in Education? Long-Run Effects of Childhood Exposure to Booms in Colombia. *Journal of Labor Economics*. Vol. 38. No. 4. P. 1127—1265. <https://doi.org/10.1086/706535>.
30. Carvalho L. S., Meier S., Wang S. W. (2016) Poverty and Economic Decision-Making: Evidence from Changes in Financial Resources at Payday. *American Economic Review*. Vol. 106. No. 2. P. 260—284. <https://doi.org/10.1257/aer.20140481>.
31. Chang T. Y., Huang W., Wang Y. (2018) Something in the Air: Pollution and the Demand for Health Insurance. *The Review of Economic Studies*. Vol. 85. No. 3. P. 1609—1634. <https://doi.org/10.1093/restud/rdy016>.
32. Chapman J., Dean M., Ortoleva P., Snowberg E., Camerer C. (2023) Econographics. *Journal of Political Economy Microeconomics*. Vol. 1. No. 1. P. 115—161. <https://doi.org/10.1086/723044>.
33. Cheung K. S., Yiu C. Y. (2022) Public Perception of Flood Hazards in the Housing Market: A Revealed Preference Study of Affect Heuristics and Availability Heuristics. *International Journal of Disaster Risk Reduction*. Vol. 75. No. 102977. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2022.102977>.
34. Chuang Y., Schechter L. (2015) Stability of Experimental and Survey Measures of Risk, Time, and Social Preferences: A Review and Some New Results. *Journal of Development Economics*. Vol. 117. P. 151—170. <https://doi.org/10.1016/j.jdevec.2015.07.008>.
35. Compen B., Pitthan F., Schelfhout W., De Witte K. (2022) How to Elicit and Cease Herding Behaviour? On the Effectiveness of a Warning Message as a Debiasing Decision Support System. *Decision Support Systems*. Vol. 152. No. 113652. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2021.113652>.
36. Cookson J. A., Engelberg J. E., Mullins W. (2023) Echo Chambers. *The Review of Financial Studies*. Vol. 36. No. 2. P. 450—500. <https://doi.org/10.1093/rfs/hnac058>.
37. Cotofan M., Cassar L., Dur R., Meier S. (2023) Macroeconomic Conditions When Young Shape Job Preferences for Life. *Review of Economics and Statistics*. Vol. 105. No. 2. P. 467—473. [https://doi.org/10.1162/rest\\_a\\_01057](https://doi.org/10.1162/rest_a_01057).
38. Croson R., Gneezy U. (2009) Gender Differences in Preferences. *Journal of Economic Literature*. Vol. 47. No. 2. P. 448—474. <https://doi.org/10.1257/jel.47.2.448>.
39. Damgaard M. T., Nielsen H. S. (2018) Nudging in Education. *Economics of Education Review*. Vol. 64. P. 313—342. <https://doi.org/10.1016/j.econedurev.2018.03.008>.
40. Della Vigna S., Malmendier U. (2006) Paying Not to Go to the Gym. *American Economic Review*. Vol. 96. No. 3. P. 694—719. <https://doi.org/10.1257/aer.96.3.694>.

41. Della Vigna S. (2009) Psychology and Economics: Evidence from the Field. *Journal of Economic Literature*. Vol. 47. No. 2. P. 315—372. <https://doi.org/10.1257/jel.47.2.315>.
42. Di Falco S., Berck P., Bezabih M., Köhlin G. (2019) Rain and Impatience: Evidence from Rural Ethiopia. *Journal of Economic Behavior & Organization*. Vol. 160. P. 40—51. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.02.016>.
43. Dogerlioglu-Demir K., Koçaş C., Cavdar Aksoy N. (2023) The Role of Presentation Order in Consumer Choice: The Abrupt Disparity Effect. *Marketing Letters*. Vol. 34. No. 2. P. 251—268. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09643-6>.
44. Dohmen T., Falk A., Huffman D., Sunde U. (2010) Are Risk Aversion and Impatience Related to Cognitive Ability? *American Economic Review*. Vol. 100. No. 3. P. 1238—1260. <https://doi.org/10.1257/aer.100.3.1238>.
45. Ellis C. J., Fender J. (2011) Information Cascades and Revolutionary Regime Transitions. *The Economic Journal*. Vol. 121. No. 553. P. 763—792. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0297.2010.02401.x>.
46. Falk A., Kosfeld M. (2006) The Hidden Costs of Control. *American Economic Review*. Vol. 96. No. 5. P. 1611—1630. <https://doi.org/10.1257/aer.96.5.1611>.
47. Falk A., Becker A., Dohmen T. J., Huffman D., Sunde U. (2016) The Preference Survey Module: A Validated Instrument for Measuring Risk, Time, and Social Preferences. *IZA Discussion Paper*. No. 9674. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2725035>.
48. Falk A., Becker A., Dohmen T., Enke B., Huffman D., Sunde U. (2018) Global Evidence on Economic Preferences. *Quarterly Journal of Economics*. Vol. 133. No. 4. P. 1645—1692. <https://doi.org/10.1093/qje/qjy013>.
49. Fehr E., Fischbacher U. (2003) The Nature of Human Altruism. *Nature*. Vol. 425. No. 6960. P. 785—791. <https://doi.org/10.1038/nature02043>.
50. Fehr E., Schmidt K. M. (1999) a Theory of Fairness, Competition, and Cooperation. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 114. No. 3. P. 817—868. <https://doi.org/10.1162/003355399556151>.
51. Fisman R., Jakiela P., Kariv S. (2015) How Did Distributional Preferences Change during the Great Recession? *Journal of Public Economics*. Vol. 128. P. 84—95. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2015.06.001>.
52. Flory J. A., Leibbrandt A., List J. A. (2015) Do Competitive Workplaces Deter Female Workers? A Large-Scale Natural Field Experiment on Job Entry Decisions. *The Review of Economic Studies*. Vol. 82. No. 1. P. 122—155. <https://doi.org/10.1093/restud/rdu030>.
53. Gabaix X. (2019) Behavioral Inattention. In: *Handbook of Behavioral Economics: Applications and Foundations 1*. Vol. 2. North-Holland. P. 261—343. <https://doi.org/10.1016/bs.hesbe.2018.11.001>.

54. Gallagher J. (2014) Learning about an Infrequent Event: Evidence from Flood Insurance Take-up in the United States. *American Economic Journal: Applied Economics*. Vol. 16. No. 3. P. 206—233. <https://doi.org/10.1257/app.6.3.206>.
55. Gneezy U., Rustichini A. (2000) Pay Enough or Don't Pay at All. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 115. No. 3. P. 791—810. <https://doi.org/10.1162/003355300554917>.
56. Gneezy U., Leonard K. L., List J. A. (2009) Gender Differences in Competition: Evidence from a Matrilineal and a Patriarchal Society. *Econometrica*. Vol. 77. No. 5. P. 1637—1664. <https://doi.org/10.3982/ecta6690>.
57. Gneezy U., Meier S., Rey-Biel P. (2011) When and Why Incentives (Don't) Work to Modify Behavior. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 25. No. 4. P. 191—210. <https://doi.org/10.1257/jep.25.4.191>.
58. Grayot J. D. (2020) Dual Process Theories in Behavioral Economics and Neuroeconomics: A Critical Review. *Review of Philosophy and Psychology*. Vol. 11. No. 1. P. 105—136. <https://doi.org/10.1007/s13164-019-00446-9>.
59. Greenberg S. A. (2009) How Citation Distortions Create Unfounded Authority: Analysis of a Citation Network. *BMJ*. Vol. 339. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2680>.
60. Hattula J. D., Herzog W., Dhar R. (2023) The Impact of Touchscreen Devices on Consumers' Choice Confidence and Purchase Likelihood. *Marketing Letters*. Vol. 34. No. 1. P. 35—53. <https://doi.org/10.1007/s11002-022-09623-w>.
61. Haushofer J., Fehr E. (2014) On the Psychology of Poverty. *Science*. Vol. 344. No. 6186. P. 862—867. <https://doi.org/10.1126/science.1232491>.
62. Henrich J., Boyd R., Bowles S., Camerer C., Fehr E., Gintis H., Tracer D. (2005) “Economic Man” in Cross-Cultural Perspective: Behavioral Experiments in 15 Small-Scale Societies. *Behavioral and Brain Sciences*. Vol. 28. No. 6. P. 795—815. <https://doi.org/10.1017/s0140525x05000142>.
63. Herrmann B., Thöni C., Gächter S. (2008) Antisocial Punishment across Societies. *Science*. Vol. 319. No. 5868. P. 1362—1367. <https://doi.org/10.1126/science.1153808>.
64. Hoch S. J., Loewenstein G. F. (1991) Time-Inconsistent Preferences and Consumer Self-Control. *Journal of Consumer Research*. Vol. 17. No. 4. P. 492—507. <https://doi.org/10.1086/208573>.
65. Indárs E. R., Savin A., Lublóy Á. (2019) Herding Behaviour in an Emerging Market: Evidence From the Moscow Exchange. *Emerging Markets Review*. Vol. 38. P. 468—487. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2018.12.002>.
66. Jakiela P., Ozier O. (2019) The Impact of Violence on Individual Risk Preferences: Evidence from a Natural Experiment. *Review of Economics and Statistics*. Vol. 101. No. 3. P. 547—559. [https://doi.org/10.1162/rest\\_a\\_00763](https://doi.org/10.1162/rest_a_00763).

67. Janson B. O. (2023) The Timing of a Warning Message on Effectively Debiasing Herd Behavior in Financial Decisions. *Business Economics*. URL: <http://hdl.handle.net/2105/67688> (accessed 30.06.2024).
68. John A. (2020) When Commitment Fails: Evidence from a Field Experiment. *Management Science*. Vol. 66. No. 2. P. 503—529. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3236>.
69. Kahneman D., Tversky A. (1979) Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. Vol. 47. P. 263—291. <https://doi.org/10.2307/1914185>.
70. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. (1991) Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. *Journal of Economic perspectives*. Vol. 5. No. 1. P. 193—206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>.
71. Kalil A., Mayer S., Shah R. (2023) Scarcity and Inattention. University of Chicago, Becker Friedman Institute for Economics Working Paper no. 2022—76. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4138637>.
72. Kang M. I., Ikeda S. (2014) Time Discounting and Smoking Behavior: Evidence from a Panel Survey. *Health Economics*. Vol. 23. No. 12. P. 1443—1464. <https://doi.org/10.1002/hec.2998>.
73. Keren G., Schul Y. (2009) Two Is Not Always Better than One: A Critical Evaluation of Two-System Theories. *Perspectives on Psychological Science*. Vol. 4. No. 6. P. 533—550. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6924.2009.01164.x>.
74. Kroft K., Lange F., Notowidigdo M. J. (2013) Duration Dependence and Labor Market Conditions: Evidence from a Field Experiment. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 128. No. 3. P. 1123—1167. <https://doi.org/10.1093/qje/qjt015>.
75. Kube S., Maréchal M. A., Puppe C. (2012) The Currency of Reciprocity: Gift Exchange in the Workplace. *American Economic Review*. Vol. 102. No. 4. P. 1644—1662. <https://doi.org/10.1257/aer.102.4.1644>.
76. Laibson D. (1997) Golden Eggs and Hyperbolic Discounting. *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 112. No. 2. P. 443—478. <https://doi.org/10.1162/003355397555253>.
77. Lee Y. J., Hosanagar K., Tan Y. (2015) Do I Follow My Friends or the Crowd? Information Cascades in Online Movie Ratings. *Management Science*. Vol. 61. No. 9. P. 2241—2258. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.2082>.
78. List J. A., Murphy J. J., Price M. K., James A. G. (2021) An Experimental Test of Fundraising Appeals Targeting Donor and Recipient Benefits. *Nature Human Behaviour*. Vol. 5. No. 10. P. 1339—1348. <https://doi.org/10.1038/s41562-021-01095-8>.
79. Lönnqvist J. E., Verkasalo M., Walkowitz G., Wichardt P. C. (2015) Measuring Individual Risk Attitudes in the Lab: Task or Ask? An Empirical Comparison. *Journal of Economic Behavior and Organization*. Vol. 119. P. 254—266. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2015.08.003>.



80. Malmendier U. (2021) FBBVA Lecture 2020 Exposure, Experience, and Expertise: Why Personal Histories Matter in Economics. *Journal of the European Economic Association*. Vol. 19. No. 6. P. 2857—2894. <https://doi.org/10.1093/jeea/jvab045>.
81. Malmendier U., Nagel S. (2011) Depression Babies: Do Macroeconomic Experiences Affect Risk Taking? *The Quarterly Journal of Economics*. Vol. 126. No. 1. P. 373—416. <https://doi.org/10.1093/qje/qjq004>.
82. Manoogian J., Benson B. (2017) Cognitive Bias Codex. URL: [https://www.sog.unc.edu/sites/www.sog.unc.edu/files/course\\_materials/Cognitive%20Biases%20Codex.pdf](https://www.sog.unc.edu/sites/www.sog.unc.edu/files/course_materials/Cognitive%20Biases%20Codex.pdf) (accessed 30.06.2024).
83. Meier S., Sprenger Ch. (2010) Present-Biased Preferences and Credit Card Borrowing. *American Economic Journal: Applied Economics*. Vol. 2. No. 1. P. 193—210. <https://doi.org/10.1257/app.2.1.193>.
84. Meissner T., Gassmann X., Faure C., Schleich J. (2023) Individual Characteristics Associated with Risk and Time Preferences: A Multi Country Representative Survey. *Journal of Risk and Uncertainty*. Vol. 66. No. 1. P. 77—107. <https://doi.org/10.1007/s11166-022-09383-y>.
85. Mellström C., Johannesson M. (2008) Crowding Out in Blood Donation: Was Titmuss Right? *Journal of the European Economic Association*. Vol. 6. No. 4. P. 845—863. <https://doi.org/10.1162/jeea.2008.6.4.845>.
86. Mertens S., Herberz M., Hahnel U. J., Brosch T. (2022) The Effectiveness of Nudging: A Meta-Analysis of Choice Architecture Interventions across Behavioral Domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. Vol. 119. No. 1. Art. e2107346118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>.
87. Nguyen Q. (2016) Linking Loss Aversion and Present Bias with Overspending Behavior of Tourists: Insights from a Lab-in-the-Field Experiment. *Tourism Management*. Vol. 54. No. 36. P. 152—159. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.09.019>.
88. Niederle M., Vesterlund L. (2010) Explaining the Gender Gap in Math Test Scores: The Role of Competition. *Journal of Economic Perspectives*. Vol. 24. No. 2. P. 129—144. <https://doi.org/10.1257/jep.24.2.129>.
89. Nuscheler R., Roeder K. (2016) To Vaccinate or to Procrastinate? That is the Prevention Question. *Health Economics*. Vol. 25. No. 12. P. 1560—1581. <https://doi.org/10.1002/hec.3268>.
90. Oechssler J., Roeder A., Schmitz P. W. (2009) Cognitive Abilities and Behavioral Biases. *Journal of Economic Behavior and Organization*. Vol. 72. No. 1. P. 147—152. <https://doi.org/10.1016/j.jebo.2009.04.018>.
91. Orihara M., Eshraghi A. (2022) Corporate Governance Compliance and Herding. *International Review of Financial Analysis*. Vol. 80. No. 102029. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102029>.

92. Osborne M. J., Rubinstein, A. (2003) Sampling Equilibrium, with an Application to Strategic Voting. *Games and Economic Behavior*. Vol. 45. No. 2. P. 434—441. [https://doi.org/10.1016/s0899-8256\(03\)00147-7](https://doi.org/10.1016/s0899-8256(03)00147-7).
93. Ottoni-Wilhelm M., Vesterlund L., Xie H. (2017) Why Do People Give? Testing Pure and Impure Altruism. *American Economic Review*. Vol. 107. No. 11. P. 3617—3633. <https://doi.org/10.1257/aer.20141222>.
94. Rao G. (2019) Familiarity Does Not Breed Contempt: Generosity, Discrimination, and Diversity in Delhi Schools. *American Economic Review*. Vol. 109. No. 3. P. 774—809. <https://doi.org/10.1257/aer.20180044>.
95. Rose-Ackerman S. (1996) Altruism, Nonprofits, and Economic Theory. *Journal of Economic Literature*. Vol. 34. No. 2. P. 701—728. <https://www.jstor.org/stable/2729219>.
96. Scheibehenne B., Greifeneder R., Todd P.M. (2010) Can There Ever Be Too Many Options? A Meta-Analytic Review of Choice Overload. *Journal of Consumer Research*. Vol. 37. No. 3. P. 409—425. <https://doi.org/10.1086/651235>.
97. Schilbach F., Schofield H., Mullanathan S. (2016) The Psychological Lives of the Poor. *American Economic Review*. Vol. 106. No. 5. P. 435—440. <https://doi.org/10.1257/aer.p20161101>.
98. Serra-Garcia M., Gneezy U. (2021) Mistakes, Overconfidence, and the Effect of Sharing on Detecting Lies. *American Economic Review*. Vol. 111. No. 10. P. 3160—3183. <https://doi.org/10.1257/aer.20191295>.
99. Shah A. K., Mullanathan S., Shafir E. (2012) Some Consequences of Having Too Little. *Science*. Vol. 338. No. 6107. P. 682—685. <https://doi.org/10.1126/science.1222426>.
100. Soll J. B., Milkman K. L., Payne J. W. (2015) A User's Guide to Debiasing. In: *The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making*. Vol. 2. John Wiley & Sons. P. 924—951. <https://doi.org/10.1002/9781118468333.ch33>.
101. Stango V., Zinman J. (2023) We Are All Behavioural, More, or Less: A Taxonomy of Consumer Decision-Making. *The Review of Economic Studies*. Vol. 90. No. 3. P. 1470—1498. <https://doi.org/10.1093/restud/rdac055>.
102. Sunder S., Kim K. H., Yorkston E. A. (2019) What Drives Herding Behavior in Online Ratings? The Role of Rater Experience, Product Portfolio, and Diverging Opinions. *Journal of Marketing*. Vol. 83. No. 6. P. 93—112. <https://doi.org/10.1177/0022242919875688>.
103. Thaler R. H., Benartzi S. (2004) Save More Tomorrow™: Using Behavioral Economics to Increase Employee Saving. *Journal of Political Economy*. Vol. 112. No. S1. P. S164—S187. <https://doi.org/10.1086/380085>.
104. Thaler R., Sunstein C. (2009) *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth and Happiness*. Penguin Books.

105. Thaler M. (2024) The Fake News Effect: Experimentally Identifying Motivated Reasoning Using Trust in News. *American Economic Journal: Microeconomics*. Vol. 16. No. 2. P. 1—38. <https://doi.org/10.1257/mic.20220146>.
106. Thaler R. H., Sunstein C. R., Balz J. P. (2013) Choice Architecture. *The Behavioral Foundations of Public Policy*. Vol. 25. P. 428—439. <https://doi.org/10.2307/j.ctv550cbm.31>.
107. Thornhill C., Meeus Q., Peperkamp J., Berendt B. (2019) A Digital Nudge to Counter Confirmation Bias. *Frontiers in Big Data*. Vol. 2. No. 11. <https://doi.org/10.3389/fdata.2019.00011>.
108. Wang M., Rieger M. O., Hens T. (2016) How Time Preferences Differ: Evidence from 53 Countries. *Journal of Economic Psychology*. Vol. 52. P. 115—135. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.12.001>.
109. Wang Y., Sloan F. A. (2018) Present Bias and Health. *Journal of Risk and Uncertainty*. Vol. 57. No. 2. P. 177—198. <https://doi.org/10.1007/s11166-018-9289-z>.
110. Weber M., Camerer C. F. (1998) The Disposition Effect in Securities Trading: An Experimental Analysis. *Journal of Economic Behavior and Organization*. Vol. 33. No. 2. P. 167—184. [https://doi.org/10.1016/s0167-2681\(97\)00089-9](https://doi.org/10.1016/s0167-2681(97)00089-9).
111. White J. S., Dow W. H. (2015) Intertemporal Choices for Health. In Roberto Ch. A., Kawachi I. (eds.) *Behavioral Economics and Public Health*. New York, NY: Oxford Academic. P. 27—68. <https://doi.org/10.1093/med/9780199398331.003.0002>.
112. Zhang J. (2010) The Sound of Silence: Observational Learning in the US Kidney Market. *Marketing Science*. Vol. 29. No. 2. P. 315—335. <https://doi.org/10.1287/mksc.1090.0500>.