

УДК 330.16:331.5.024.5

КОГНІТИВНІ УПЕРЕДЖЕННЯ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ПОВЕДІНКОВІ МОДЕЛІ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПРАЦІ

Наталія Якимова

*Донецький національний університет імені Василя Стуса,
Вінниця, Україна*

Резюме. Досліджено когнітивні упередження та їх вплив на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці. Встановлено, що основними причинами, що зумовлюють вибір помилкових поведінкових моделей суб'єктами ринку праці, є, по-перше, недостатність у суб'єктів необхідної інформації для здійснення раціонального вибору та відсутність обліку обмежень інформації іншими контрагентами; по-друге, наявність зовнішніх чинників, що обмежують дії суб'єкта ринку праці; по-третє, особливості фізичного та психологічного стану суб'єкта, а також обмеженість ресурсів при прийнятті рішень. У даному дослідженні когнітивні упередження суб'єктів ринку праці визначено, як систематичні патерни відхилення від норми або раціональності в судженні, які виникають на основі дисфункціональних переконань, впроваджених у когнітивні схеми. Запропоновано критерії систематизації когнітивних упереджень, що впливають на поведінкові моделі. Було виявлено, що когнітивні упередження впливають на моделі поведінки суб'єктів ринку праці в ситуації вибору. Психологічні ефекти, що обмежують раціональну поведінку суб'єктів, співвіднесені з такими категоріями, як зовнішній вплив, власний досвід, ризик, раціональність, інформація, час, для більш точного опису поведінки суб'єктів ринку праці, які роблять вибір у ситуації з обмеженими ресурсами. Зроблено висновок, що в реальній ситуації суб'єкти ринку праці не завжди діють, виходячи з принципу максимізації корисності, оскільки при прийнятті рішення вони схильні до систематичних помилок. Спроба уникнути ризику призводить до зниження доходу, неправильне трактування інформації або пошук додаткової інформації збільшує витрати суб'єктів ринку праці на прийняття рішення. Доведено, що при прийнятті рішень у ході ринкової взаємодії необхідно враховувати, що досліджені когнітивні упередження призводять до зниження ефективності дії суб'єктів. Зміни, що відбуваються в сучасній економіці, вимагають вивчення, обліку та врахування когнітивних особливостей суб'єктів ринку праці при прийнятті ними рішень.

Ключові слова: когнітивні упередження, поведінкові моделі, суб'єкти ринку праці.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.118

Отримано 10.04.2020

UDC330.16:331.5.024.5

COGNITIVE BIASES AND THEIR IMPACT ON BEHAVIORAL MODELS OF LABOR MARKET ENTITIES

Nataliia Yakymova

Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, Ukraine

Summary. Cognitive biases and their impact on behavioral models of labor market entities are investigated in this paper. It is determined that the main reasons for the choice of wrong behavioral models by the labor market entities are, firstly, the lack of necessary information for the entities to make the rational choices and the absence of accounting restrictions on the information by other contractors; secondly, the existence of external factors limiting the actions of the labor market entities; thirdly, the peculiarities of the entities physical and psychological characteristics, as well as limited resources in decision making. Cognitive biases of labor market entities are defined in the given investigation as systematic patterns of deviation from norm or rationality in judgments arising from dysfunctional beliefs applied in cognitive schemes. The criteria of systematization of cognitive biases influencing the behavioral models are proposed in this paper. It is determined that cognitive biases influence the behavior models of labor market entities their choice. Psychological effects limiting the

rational behavior of labor market entities, related to such categories as external influence, own experience, risk, rationality, information, time, for more accurate description of the behavior of labor market entities who make choices in situations with limited resources. It is concluded that in real situation, labor market entities do not always act according to the principle of advantage maximization, since they are disposed to systematic errors in decision making. The effort to avoid risk results in income decrease, information misinterpretation or search for more information increase the expenses of labor market entities in decision making. It is proved that in decision making during market interaction it is necessary to take into account the fact that the investigated cognitive biases result in the decrease of labor market entities actions effectiveness. Changes taking place in modern economy require investigation, accounting, and consideration of the cognitive characteristics of labor market entities in their decision making.

Key words: cognitive biases, behavioral models, labor market entities.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02.118

Received 10.04.2020

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економіки стає очевидним, що існуюча концепція реалізації економічного вибору суб'єктів ринку праці не може бути вписана тільки в положення теорії раціонального вибору. Парадигма економічної поведінки суб'єктів ринку праці будується на припущеннях, що визначають ірраціональну компоненту процесу прийняття рішень. Водночас методологія поведінкової економіки є конструктивною та дозволяє визначити, осмислити та систематизувати когнітивні упередження, тобто виокремити такі особливості мотиваційного комплексу суб'єктів ринку праці, які впливають на стратегії індивідуальної економічної поведінки, а також можуть пояснювати мотиви поведінки суб'єктів у рамках економічних взаємин. На основі аналізу когнітивних упереджень можливий пошук інструментів згладжування ірраціональних ефектів економічної поведінки суб'єктів ринку праці в різних сферах їх діяльності. За таких умов систематизація існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці є актуальною та потребує подальших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній економічній теорії сформувалося цілком стійке уявлення про незмінність властивих суб'єкту ринку праці переваг і його відособленості від зовнішніх умов господарювання. Однак, у сучасних реаліях переваги суб'єкта ринку праці перестають бути постійними і мають неоднорідний випадковий характер, так як можуть будуватися як на раціональній, так і ірраціональній основі. Тому, найбільш значущим теоретичним базисом, що дозволяє пояснити подібні трансформації в системі формування переваг суб'єкта ринку праці є поведінкова економіка, категоріальний апарат якої розробляється такими дослідниками, як М. Аллі, Д. Арієлі, Г. Беккер, Р. Зельтен, Д. Канеман [1], Г. Марковіц, М. Рабін, П. Словіч, Р. Талер, А. Тверські [2], Ю. Фама, Е. Фер, Р. Шиллер та ін. Однак, незважаючи на наявність публікацій і ґрунтовних наукових розробок у цьому напрямку, дослідженню існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці приділяється недостатньо уваги, що зумовлює вибір теми дослідження.

Метою дослідження є систематизація існуючих когнітивних упереджень та визначення їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено наступні наукові завдання: розкрити сутність когнітивних упереджень, що виникають в процесі прийняття рішень та вибору моделі поведінки суб'єктами ринку праці; виокремити, проаналізувати та систематизувати існуючі когнітивні упередження, що впливають на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці; дати рекомендації щодо зменшення впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці для здійснення їх ефективного коригування.

Для вирішення поставлених завдань було використано наступні методи: аналіз, синтез, узагальнення, індукція, аналогія, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Під впливом процесів глобалізації та інтеграції відбуваються зміни умов господарювання, що призводять до трансформації поведінкових моделей суб'єктів ринку праці. Подібні економічні зміни задають інші параметри економічних відносин, які ускладнюють процес прийняття рішень, провокуючи зміну базових критеріїв і модифікацію мотиваційного комплексу суб'єктів ринку праці. В силу цього у сучасній економічній системі суб'єкт ринку праці перестає бути повним раціоналізатором власних рішень, так як до критерію раціональності додаються інші параметри вибору, які стають пріоритетними для суб'єкта. Тому економічний вибір суб'єктів ринку праці стає менш передбачуваним, що вимагає від економічної науки осмислення альтернативних детермінант, здатних вплинути на процес прийняття рішень у контексті реальної, а не абстрактної моделі поведінки.

Основними причинами, що зумовлюють вибір нетипових, а іноді й помилкових поведінкових моделей суб'єктами ринку праці, є, по-перше, недостатність інформації та відсутність обліку обмежень інформації іншими контрагентами; по-друге, наявність зовнішніх чинників, що лімітують дії суб'єкта; по-третє, особливості фізичного та психологічного стану суб'єкта, а також обмеженість ресурсів при прийнятті рішень. За умови коли когнітивні здібності суб'єкта ринку праці обмежені, існує невідповідність його компетенцій зі ступенем складності розв'язуваних ним проблем, а також він здійснює великі витрати на пошук інформації, суб'єкт схильний робити систематично помилки, що призводить до економічних втрат [3].

Тобто нетипові, ірраціональні моделі поведінки суб'єктів ринку праці зумовлені значним впливом існуючих у суспільстві когнітивних упереджень. У даному дослідженні під когнітивними упередженнями слід розуміти систематичні патерни відхилення від норми або раціональності в судженні, які виникають на основі дисфункціональних переконань, впроваджених у когнітивні схеми.

На основі існуючих досліджень [4, 5, 6, 7] виокремлено когнітивні упередження, які, по-перше, підтверджені і загально визнані, по-друге, впливають на прийняття рішень саме в економічній сфері. З метою визначення впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці, а також на рішення, що ними приймаються для мінімізації ризиків і втрат у ході ринкової взаємодії, в дослідженні систематизовано когнітивні упередження, що пов'язані з: зовнішнім впливом на суб'єкти ринку праці; урахуванням суб'єктом ринку праці власного досвіду; ризиком втрати доходу; відсутністю раціональності при прийнятті рішень; неповноціним обробленням інформації; недооцінкою часу вирішення певних завдань, які зображені на рисунку 1. Розглянемо детальніше систематизовані когнітивні упередження.

До когнітивних упереджень, що пов'язані з зовнішнім впливом на суб'єкти ринку праці, можна віднести упередженість авторитету, упередження зовнішнього впливу, ефект наслідування (ефект приєднання до більшості).

Упередженість авторитету – схильність приймати рішення на основі авторитетної думки та залежати від цієї думки. У зв'язку з цим суб'єкти ринку праці роблять вибір, ґрунтуючись не на своїх перевагах і можливостях, а на уявленнях осіб, яких вони вважають авторитетними [8]. Інформація від експерта не підлягає критичному аналізу.

Упередження зовнішнього впливу – виняток до «фундаментальної похибки атрибуції», коли суб'єкти ринку праці розглядають інших як таких, що мають (ситуаційні) зовнішні впливи і (диспозиційні) внутрішні мотиви для себе. Це упередження атрибуції, коли суб'єкти ринку праці надають більше ваги «зовнішнім стимулам» (наприклад, грошова винагорода), ніж «внутрішнім стимулам» (наприклад, отримання нової навички) в інших, але не в собі.

Ефект наслідування (ефект приєднання до більшості) – тенденція робити речі, тому що багато інших індивідів роблять те ж саме. Пов'язано з груповим мисленням та стадною поведінкою. Тобто, рішення, ухвалене суб'єктом ринку праці, залежить таким чином від думки та поведінки інших суб'єктів.

При прийнятті рішень суб'єкт ринку праці враховує власний досвід. Тому для нього притаманний прояв таких когнітивних упереджень: ефект Даннінга-Крюгера, упередження погляду в минуле, ефект ілюзії правди.

КРИТЕРІЙ	КОГНІТИВНЕ УПЕРЕДЖЕННЯ	СУТНІСТЬ КОГНІТИВНОГО УПЕРЕДЖЕННЯ
Зовнішній вплив	Упередженість авторитету	схильність приймати рішення на основі авторитетної думки та залежати від цієї думки
	Упередження зовнішнього впливу	індивіди розглядають інших як таких, що мають (ситуаційні) зовнішні впливи і (диспозиційні) внутрішні мотиви для себе
	Ефект наслідування	тенденція робити речі, тому що багато інших індивідів роблять те ж саме
Власний досвід	Ефект Даннінга-Крюгера	тенденція для некваліфікованих осіб переоцінювати свої здібності, а експертів недооцінювати свої здібності
	Упередження погляду в минуле	схильність розглядати події, що вже сталися, як більш передбачувані, ніж вони були до того, як трапилися
	Ефект ілюзії правди	тенденція вірити, що інформація правдива, якщо суб'єкти ринку праці її почули/побачили багато разів
Рациональність	Рационалізація після здійснення вибору	схильність переконувати себе, що вибір був раціональним вже після того, як він був зроблений
	Ефект обмеженої раціональності	коли приймаються рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору та часом, доступним для прийняття
	Прийняття бажаного за дійсне	формування переконань і прийняття рішень, не звертаючись до їх раціональності, а ґрунтуючись на власному баченні
Інформація	Помилка інформації	схильність шукати додаткову інформацію, навіть коли вона не може вплинути на рішення або змінити вже прийняте
	Ефект формулювання	ситуація в якій зроблені висновки залежать від того, як спочатку була подана інформація
	Ефект невизначеності	схильність уникати альтернатив, ймовірність яких невизначена через брак недостатньої інформації
Ризики	Ефект неприйняття ризику	суб'єкт при однаковому очікуваному значенні доходу віддає перевагу встановленому доходу, аніж доходу з ризиком
	Ефект переваги нульового ризику	суб'єкт віддає перевагу зменшенню невеликого ризику до нуля замість того, щоб значно зменшити великий ризик
	Ефект псевдовпевненості	схильність уникати ризику, коли результат позитивний, та готовність ризикувати, щоб уникнути негативних результатів
Час	Помилка планування	схильність суб'єктів ринку праці недооцінювати час, що необхідний для вирішення завдання
	Помилка гравця	помилкове розуміння суб'єктами ринку праці випадкових подій
	Упередження поширеної інформації	схильність витрачати більше часу на обговорення інформації, яка відома всім, і менше – на ту, яка відома одиницям

Рисунок 1. Систематизація когнітивних упереджень за напрямом їх впливу на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці

Figure 1. Systematization of cognitive biases according to their influence on behavioral models of labor market entities

Ефект Даннінга-Крюгера – тенденція для некваліфікованих суб'єктів ринку праці переоцінювати свої здібності та схильність висококваліфікованих спеціалістів недооцінювати свої здібності. Суб'єкти з низькою кваліфікацією роблять помилкові висновки та невдалі рішення, але некомпетентність не дозволяє їм це усвідомити. Через це такі суб'єкти ринку праці зверхні до інших та вважають свої здібності вищими за пересічні.

Упередження погляду в минуле – схильність розглядати події, що вже сталися, як більш передбачувані, ніж вони були до того, як трапилися. Таке когнітивне упередження може спричинювати викривлення пам'яті, коли пригадування та відтворення може призвести до неправильних теоретичних висновків.

Ефект ілюзії правди – це тенденція вірити, що інформація правдива, якщо суб'єкти ринку праці її почули/побачили багато разів.

При прийнятті рішень суб'єкт ринку праці не завжди діє раціонально. У даному випадку можливий прояв наступних когнітивних упереджень: раціоналізація після здійснення вибору, прийняття бажаного за дійсне, ефект обмеженої раціональності.

Раціоналізація після здійснення вибору – схильність суб'єктів ринку праці переконувати себе за допомогою аргументів, що вибір був раціональним вже після того, як він був зроблений. Тому дуже часто суб'єкт прагне виправдати свій вибір [9]. Раціональність замінюється на легітимізацію вибору в очах суб'єкта, який здійснив вибір, причому якщо зовнішній спостерігач запитає безпосередньо у суб'єкта, чи були прийняті у процесі вибору ним до уваги висловлені в ході раціоналізації міркування, негативної відповіді він не отримає.

Ефект обмеженої раціональності полягає в тому, що коли суб'єкти ринку праці приймають рішення, їх раціональність обмежується проблемою вибору, пізнавальними обмеженнями їх розуму та часом, доступним для прийняття рішення. Приймачі рішень у цьому випадку виступають агентами, що задовольняють свої потреби, намагаючись знайти задовільний, а не оптимальний варіант.

Прийняття бажаного за дійсне – формування переконань і прийняття рішень суб'єктом ринку праці, не звертаючись до доказів або раціональності, а ґрунтуючись на власному баченні та бажанні [10, с. 44]. Прийняття бажаного за дійсне може привести до небажаних наслідків, вводити в оману. В окремому випадку наслідки такого упередження можуть проявлятися відразу й приносити збитки в короткотерміновій перспективі, суб'єкт вибору зможе проаналізувати причини і сліdstва того, що відбулося, після чого, можливо, ним буде скоригована його поведінка. У загальному ж випадку дуже часто справжніх причин своєї невдачі суб'єкт зрозуміти не зможе і буде відтворювати таку модель поведінки при прийнятті майбутніх рішень.

Обмеження інформації або неправильне її трактування здатні привести до наступних когнітивних упереджень: помилка інформації, упередженість підтвердження, евристика доступності, ефект формулювання, ефект невизначеності, якоріння тощо.

Помилка інформації – схильність суб'єктів ринку праці шукати додаткову інформацію, навіть коли вона не може вплинути на рішення або змінити вже прийняте рішення [10, с. 258–259]. Такого роду схильність може виявлятися в упередженому оцінюванні інформації, коли економічні агенти вважають, що чим більше отримано інформації для прийняття рішень, тим краще, навіть якщо ця додаткова інформація не має принципового значення.

Ефект формулювання – ситуація, в якій зроблені суб'єктами ринку праці висновки залежать від того, як спочатку була подана інформація [8]. Також виникає

можливість маніпулювання вибором, коли інформація може бути подана в позитивному або негативному ключі, що впливає на результат вибору суб'єктів ринку праці.

Ефект невизначеності – схильність суб'єктів ринку праці уникати альтернатив, ймовірність яких невизначена через брак недостатньої інформації [10, с. 372]. При цьому можуть бути відкинуті з самого початку вигідні та перспективні ідеї та новації.

Суб'єкти ринку праці, що опиняються в ситуації, яка пов'язана з ризиком, приймають рішення по-різному. В умовах, коли існують ризики, знаходять своє відображення певні когнітивні упередження, наприклад, неприйняття ризику, перевага нульового ризику, ефект псевдовпевненості.

Ефект неприйняття ризику – суб'єкт ринку праці при одному і тому ж очікуваному значенні доходу віддає перевагу певному встановленому доходу, аніж доходу, що пов'язаний з ризиком [11]. Суб'єкт оцінює корисність, яку він може отримати від запропонованих альтернатив. Для несхильних до ризику суб'єктів втрати будуть важливіші, ніж прибуток, що не дозволяє вибирати їм варіанти інвестування неупереджено.

Ефект переваги нульового ризику – суб'єкт віддає перевагу зменшенню невеликого ризику до нуля замість того, щоб значно зменшити великий ризик. При цьому ймовірність настання несприятливої події з невеликим ризиком незначна, але суб'єкти ринку праці вважають за краще страхувати саме його, не обираючи і часто навіть не розглядаючи більш вигідні альтернативи, в яких початково високий ризик у 30–50% можна знизити практично з тими ж витратами до 10–20% [12].

Ефект псевдовпевненості – схильність суб'єктів уникати ризикованих ситуацій, коли очікуваний результат позитивний, та готовність йти на ризик, щоб уникнути негативних результатів [12, с. 137]. Цей ефект спостерігається у багатоетапних рішеннях, в яких на попередніх етапах вирішення відмовляються від оцінювання результатів та здійснюють вибір на наступних етапах. Тобто сприйняття ризику відбувається контекстуально, математичного розрахунку ймовірності суб'єкти не здійснюють, а замість цього схилиються до гарантованих альтернатив.

Обмеження або неправильне оцінювання часу при прийнятті економічних рішень може бути пов'язана з наступними когнітивними упередженнями: помилка планування, помилка гравця.

Помилка планування – схильність суб'єктів ринку праці недооцінювати час, що необхідний для вирішення завдання [8]. Суб'єкти недооцінюють, скільки часу їм знадобиться для виконання завдання, навіть якщо вони вже мали досвід вирішення подібних завдань. При цьому цей ефект впливає тільки на прогнози власних рішень, в той час як сторонній спостерігач, як правило, переоцінює час.

Помилка гравця – помилкове розуміння суб'єктами ринку праці випадкових подій. Помилка пов'язана з тим, що, як правило, суб'єкт ринку праці не усвідомлює того факту, що ймовірність бажаного результату не залежить від попередніх результатів випадкової події.

Упередження поширеної інформації – схильність суб'єктів ринку праці витрачати більше часу та енергії на обговорення інформації, яка відома всім (тобто поширеної інформації), і менше – на обговорення інформації, яка відома тільки одиницям (непоширена інформація).

Висновки. Виходячи з вищезазначеного, доцільно зробити висновок, що прояв поведінкових феноменів надає значний вплив на формування переваг економічного вибору в сучасних умовах, у результаті чого суб'єкт ринку праці може включати в стратегію своєї поведінки ірраціональні компоненти, що призводять до наростання

загальної економічної невизначеності. В реальній ситуації суб'єкти ринку праці не завжди діють, виходячи з принципу максимізації корисності, оскільки при прийнятті рішення вони схильні до систематичних помилок. Спроба уникнути ризику призводить до зниження доходу, неправильне трактування інформації або пошук додаткової інформації, що збільшує витрати на прийняття рішення. Тому при прийнятті рішень у ході ринкової взаємодії необхідно враховувати, що наведені вище ефекти призводять до зниження ефективності дій суб'єктів. Незважаючи на те, що прийняті на основі поведінкових компонент рішення є складно прогнозованими, дослідження загальних тенденцій у відхиленні від раціональної поведінки дозволяє сучасній економічній науці виробити систему ефективного управління суб'єктивною ірраціональністю, тим самим знизити економічні ризики. Зміни, що відбуваються в економічній ситуації, вимагають обліку когнітивних особливостей суб'єктів ринку праці при прийнятті ними рішень. Подальші дослідження впливу когнітивних упереджень на поведінкові моделі суб'єктів ринку праці дозволять сформулювати конкретні рекомендації щодо створення нових і зміни існуючих норм ринкової взаємодії, які враховуватимуть механізми ірраціональної поведінки суб'єктів.

Conclusions. On the basis of the above mentioned, it is reasonable to conclude that manifestation of behavioral phenomena provides a significant influence on the formation of economic choice advantages in modern conditions, making it possible for the labor market entities to include irrational components in their behavior strategies, resulting in overall economic uncertainty increase. That is, in real situation, that in real situation, labor market entities do not always act according to the principle of advantage maximization, since they are disposed to systematic errors in decision making. The effort to avoid risk results in income decrease, information misinterpretation or search for more information increase the expenses of labor market entities in decision making. Therefore, in decision making during market interaction it is necessary to take into account the fact that the above mentioned effects result in the decrease of labor market entities actions effectiveness. Despite the fact that decisions made on the basis of behavioral components are difficult to predict, the investigation of general trends in the deviation from rational behavior makes it possible for modern economic science to develop the system of effective subjective irrationality management, thereby reducing economic risks. Changes taking place in modern economy require investigation, accounting, and consideration of the cognitive characteristics of labor market entities in their decision making. Therefore, further investigations of the cognitive biases influence on the behavioral models of labor market entities will allow us to formulate specific recommendations for the creation and modification of existing market interaction norms taking into account the mechanisms of entities irrational behavior.

Список використаної літератури

1. Kahneman D., Tversky A. Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. TIMS Studies in Management Science. 1979. Vol. 12. P. 313–327.
2. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions. The Journal of Business. 1986. Vol. 59. № 4. Part 2. P. 251–278. <https://doi.org/10.1086/296365>
3. Tversky A., Kahneman D. Judgment under Uncertainty. Heuristics and Biases. Science. 1974. № 185. P. 1124–1131. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
4. List of Cognitive Biases. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases.
5. Baer D., Lubin G. 58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do. Business Insider Inc. URL: <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1>.

6. Ritholtz B. Investors' 10 most common mistakes. The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/investors-10-most-common-mistakes/2012/07/09/gJQAZQh1cW_story.html.
7. Nickerson R. S. Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. Review of General Psychology. 1998. Vol. 2. № 2. P. 175–220. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
8. Sanna L. J., Schwarz N. Integrating Temporal Biases: The Interplay of Focal Thoughts and Accessibility Experiences. Psychological Science. American Psychological Society. 2004. № 15 (7). P. 474–481. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00704.x>
9. Cohen J. B., Goldberg M. E. The Dissonance Model in Post-Decision Product Evaluation. Journal of Marketing Research. 1970. Vol. 7. № 3. P. 315–321. <https://doi.org/10.1177/002224377000700305>
10. Baron J. Thinking and Deciding. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 570 p.
11. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. The Journal of Economic Perspectives. 1991. № 5 (1). P. 193–206. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
12. Hardman D. Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. 221 p.

References

1. Kahneman D., Tversky A. Intuitive Prediction: Biases and Corrective Procedures. TIMS Studies in Management Science. 1979. Vol. 12. P. 313–327. [In English].
2. Tversky A., Kahneman D. Rational Choice and the Framing of Decisions. The Journal of Business. 1986. Vol. 59. № 4. Part 2. P. 251–278. <https://doi.org/10.1086/296365>
3. Tversky A., Kahneman D. Judgment under Uncertainty. Heuristics and Biases. Science. 1974. № 185. P. 1124–1131. [In English]. <https://doi.org/10.1126/science.185.4157.1124>
4. List of Cognitive Biases. Wikipedia. The Free Encyclopedia. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_cognitive_biases (accessed: 06.04.2020). [In English].
5. Baer D., Lubin G. 58 Cognitive Biases That Screw Up Everything We Do. Business Insider Inc. URL: <http://www.businessinsider.com/cognitive-biases-2014-6?op=1> (accessed: 05.04.2020). [In English].
6. Ritholtz B. Investors' 10 most common mistakes. The Washington Post. URL: http://www.washingtonpost.com/business/investors-10-most-common-mistakes/2012/07/09/gJQAZQh1cW_story.html (accessed: 04.04.2020). [In English].
7. Nickerson R. S. Confirmation Bias. A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. Review of General Psychology. 1998. Vol. 2. № 2. P. 175–220. [In English]. <https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>
8. Sanna L. J., Schwarz N. Integrating Temporal Biases: The Interplay of Focal Thoughts and Accessibility Experiences. Psychological Science. American Psychological Society. 2004. № 15 (7). P. 474–481. [In English]. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2004.00704.x>
9. Cohen J. B., Goldberg M. E. The Dissonance Model in Post-Decision Product Evaluation. Journal of Marketing Research. 1970. Vol. 7. № 3. P. 315–321. [In English]. <https://doi.org/10.1177/002224377000700305>
10. Baron J. Thinking and Deciding. Cambridge: Cambridge University Press, 2000. 570 p. [In English].
11. Kahneman D., Knetsch J. L., Thaler R. H. Anomalies: The Endowment Effect, Loss Aversion, and Status Quo Bias. The Journal of Economic Perspectives. 1991. No. 5 (1). P. 193–206. [In English]. <https://doi.org/10.1257/jep.5.1.193>
12. Hardman D. Judgment and Decision Making: Psychological Perspectives. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. 221 p. [In English].