



**УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО**

**ФАКУЛТЕТ „МЕЖДУНАРОДНА ИКОНОМИКА И ПОЛИТИКА”**

**КАТЕДРА „МЕЖДУНАРОДНИ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ И БИЗНЕС”**

## **АВТОРЕФЕРАТ**

на дисертационния труд:

**„ИКОНОМИЧЕСКАТА ПСИХОЛОГИЯ КАТО ФАКТОР В  
МЕЖДУНАРОДНИТЕ ИКОНОМИЧЕСКИ ОТНОШЕНИЯ“**

**Докторант:**

Ивет Георгиева Тилева

**Научен ръководител:**

доц. д-р Даниел Данов

София  
2020

Дисертационният труд е обсъден от катедра „Международни икономически отношения и бизнес“ на факултет „Международна икономика и политика“ към Университета за национално и световно стопанство – София.

Авторът на дисертацията е редовен докторант към катедра „Международни икономически отношения и бизнес“ към Университета за национално и световно стопанство – София.

Дисертационният труд е с общ обем от 196 страници, заедно с приложенията. Той е структуриран в увод, три глави, заключение, списък с използваната литература и приложения. Основният текст на дисертацията обхваща 166 страници. В него са включени 12 таблици, 7 графики, 13 фигури и 4 таблични оферти. Използваните източници са общо 156, като 31 са на български език и 125 на чужд език. Литературата включва книги, научни статии и периодични издания. Използвани са още институционални доклади, официални уебсайтове, реномирани световни речници и обективни медийни канали.

# I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

## 1. Значение и актуалност на изследването

Постоянно нововъзникващите направления на Икономическата психология са показател за нейния научен потенциал и значимост. От началото на XXI век две от нобеловите награди за икономика са присъдени за заслуги в сферата на психологическите анализи на пазарното поведение.

На международно ниво постулатите на Икономическата психология намират приложение основно в международната търговия и международните финанси като част от международните бизнес отношения. Междувременно, психологическите инструменти са неизменна част от сферата на международния маркетинг. В същото време, в МИО има наличие на постоянно действащи психологически фактори, които се отразяват върху крайните решения на контрагентите. В зависимост от сферата на МИО интензитетът и динамиката на процесът за вземане на решение е различен по степен. По своята същност действието на психологическите фактори в МИО е по-трудно доказуемо в сравнение с количествените фактори. Въпреки това, практическото приложение на инструментариума на Икономическата психология води до явни и видими резултати.

## 2. Обект и предмет на изследването

**Обект** на дисертационния труд е Икономическата психология и нейното приложение в системата на МИО. В тази система участват контрагенти: еднолични търговци, фирми, национални правителства на отделни държави и международни икономически организации. Обект на изследване на труда са както едноличните предприемачи, така и национални правителства. В частност, обектът на емпиричното изследване проведено от автора, са компании, които извършват международни търговски сделки в сферата на услугите.

**Предмет** на анализа представлява процесът за вземане на решение при отделни форми на МИО, който може да бъде управляван посредством психологически инструменти. В частност предметът на изследването са предизвикателствата пред откриването на връзката между емоционалност и рационалност в МИО.

### **3. Изследователска теза на дисертационния труд**

Основната теза на дисертационния труд е свързана с решенията, които индивидите вземат в системата на МИО. Тези решения представляват *съотношение* между елементите „рационалност“ и „емоционалност“ и са повлияни както от когнитивния индивидуален опит, така и от предоставените моментни психологически стимули.

### **4. Цели и задачи на дисертационния труд**

Основна цел на научния труд е да допринесе за разбирането на Икономическата психология и разликата между нейните направления. Целеполагането от една страна е функция на често срещана грешка за поставянето на еквивалент между Икономическата психология и Поведенческата икономика / Поведенческите финанси. От друга страна, цел на дисертацията е да представи ролята на психологическите процеси и фактори в съвременната международна икономическа система.

Трудът изследва причинно-следствените връзки, които се отнасят до вече взети решения. Друг важен елемент от целите на анализа предствляват факторите, предопределящи повторение на идентичен икономически избор. Разбирането на тези фактори води до улеснено управляване на процеса за вземане на решение. Това от своя страна се отразява благоприятно върху моделирането на избора.

**Целите на труда се постигат посредством формулиране на следните задачи:**

- Поставяне на интердисциплинарна основа, чрез представяне на базови теоретични концепции в икономиката и психосоциалните науки, които да позволят съпоставка между допускания икономисти и психолози. Разграничения в разбиранията на трите основополагащи подхода в Психология: психоаналитичен, когнитивен и поведенчески подход, които в последствие се явяват база на отделните направления в Икономическата психология. Анализ на генезиса и развитието на направленията на Икономическата психология, който допринася за обобщаване и синтезиране на основните методи, които използват различните концепции.

- Изследване на хибридни теории, които базират своите изследвания на математически и статистически модели, в частност Ергодичния икономикс. Представяне на различно виждане за интегриране на психологическите аспекти в разбиранията за ергодична икономика.
- Представяне на актуални съвременни проблеми от икономическата действителност, които касаят процеса за вземане на решение и становища на световни учени от различни направления на Икономическата психология
- Диверсифициране на нивата и етапите, през които преминава процесът за вземане на решение при отделните форми на МИО, чрез представяне на спецификата им. Включване на емпирични примери, които допринасят за разбирането на значимостта на асоциативното мислене при процеса за вземане на решение. Примерите представят нагледно техниките за моделиране на избора в икономиката.
- Емпирично проучване свързано с нивата на „рационалност“ и „емоционалност“ в процеса за вземане на решение в международната търговия с услуги, в частност - търговията с маркетингови продукти.

## **5. Хипотези на дисертационния труд**

**За отхвърляне или доказване на основната теза спомага формулирането следните хипотези:**

- При международните търговски решения на институционално ниво има предпоставки за действие на психологически фактори, които могат да окажат влияние върху избора. Предполага се, че тези фактори трудно биха могли да бъдат управлявани чрез инструментите на Икономическата психология, но могат да имат съвсем съзнателно влияние върху крайния избор. Могат също така да действат на абсолютно несъзнателно ниво.
- *Скритата емоционалност* в международните търговски сделки на фирмено ниво би могла да бъде фактор, който оказва влияние върху крайното решение на контрагента, който се явява купувач на бизнес продукта.

- На фирмено ниво *скритата емоционалност* в международните икономически сделки има потенциал да бъде основен предопределящ фактор за продължаване на търговските взаимоотношения в бъдеще.

## **6. Ограничения на изследването**

Поради интердисциплинарния характер на изследването и ранообразието от форми на МИО, дисертационния труд възприема няколко ограничения в анализа.

*Първо*, изследването включва само основополагащи направления и концепции на Икономикса, Психологията и Икономическата психология с цел изследване на динамиката на процеса за вземане на решение от психологическа гледна точка на ниво индивид.

*Второ*, включените в анализа форми на МИО, в които инструментите на Икономическата психология намират приложение, са свързани пряко с международната търговия и международните финанси като част от международните икономически процеси и косвено с международния маркетинг. Набляга се на процеса за вземане на решение на индивида, който е свързан с междуфирмените отношения и възможностите за манипулация на избора. Решенията, свързани с мениджмънта на вътрешнофирмено и междуфирмено ниво, не са предмет на анализ на дисертацията и на места са отразени само в косвен контекст. Решенията на международните икономически организации, които опосредстват и регулират системата на МИО, също са изключени от изследователската рамка на дисертационния труд.

*Трето*, използван е казусен подход при анализа на междудържавни търговски сделки. Освен това, проведеното емпиричното проучване е фокусирано в сферата на международната търговия с услуги на фирмено ниво и в частност маркетинговите услуги в строителния бранш в България. Проучването включва от една страна българската строителна медия „Градът Медиа Груп“, а от друга три чуждестранни компании, свързани със строителния сектор: “**Reed Exhibitions Italia**” от Италия, “**Katy Paty**” със седалище Чехия и “**Kourasanit Greece**”, базирана в Гърция.

## 7. Методология на изследването

За теоретична и методологична основа на научното изследване са използвани множество български и чуждестранни литературни и интернет източници на информация. Сред научните и информационни източници са книги, учебници, помагала, публикации, официални институционални доклади и обективни медийни канали, които са свързани с темата на дисертацията.

Освен това, в дисертационния труд е включена информация от различни поледи изследвания, свързани с отделни психологически аспекти на икономическия избор. Изследванията са проведени в различни страни по света.

За целите на дисертацията е приложен интердисциплинарен подход. Използвани са различни общовалидни методи за *теоретичната част от изследването* като: анализ и синтез, обобщение, сравнителен анализ, индукция и дедукция.

*Практическата част от дисертацията* се базира основно на методи за моделиране и логически причинно-следствени връзки. Основната информация за практическата част от труда е вторична. Ползват се емпирични примери и казусен подход. За целта на *експерименталното проучване* е събрана първична информация от проведеното от автора анкетно проучване, на базата на което са изведение заключения.

## II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Дисертационният труд е структуриран в съответствие с поставените задачи и изследователската цел. Включва увод, списък със съкращения, три глави, заключение, списък с използвани източници и приложения. Изложението е изградено в три основни направления, изцяло почиващи върху същността и анализа на поставения изследователския въпрос.

## СЪДЪРЖАНИЕ

Увод .....	6
<b>Глава I: Генезис и развитие на научните направления, свързани с Икономикс, Психология и Икономическа Психология.....</b>	<b>14</b>
1. Научни теории и концепции за икономиката.....	15
1.1. Икономикс .....	16
2. Психосоциални направления .....	20
2.1. Рационалност според Саймън .....	21
2.2. Теория за субективните очаквания .....	23
2.3. Теорията на планираното поведение .....	24
2.4. Теории на Австрийската школа за индивида като участник в икономиката .....	26
2.5. Социоикономическа теория за индивида като част от група .....	28
2.6. Съвременни концепции в Психологията .....	29
3. Психологически направления в икономиката .....	32
3.1. Направления в Икономическата психология .....	32
3.1.1. Експериментална икономика .....	33
3.1.1.1. Координирани игри .....	33
3.1.1.2. Пазарни игри .....	42
3.1.1.3. Обучителни експерименти .....	44
3.1.1.4. Експериментални финанси .....	46
3.2. Поведенческа (бихевиористична) икономика .....	47
3.3. Когнитивен икономикс .....	48
3.4. Поведенчески (бихевиористични) финанси .....	49
3.5. Емоционални (психоаналитични) финанси .....	54
4. Хибридни теории .....	55
4.1. Ергодичен процес .....	56
4.2. Ергодична теория в Статистиката .....	57
4.3. Ергодичен икономикс .....	58
4.4. Икономическата психология в Ергодичния икономикс .....	63
<b>Глава II: Еволюционни етапи при изучаването на процеса за вземане на решение в икономиката. Практически аспекти .....</b>	<b>69</b>
1. Основни проблеми при процеса за вземане на решение в икономиката .....	70
2. Процесът за вземане на решение - придобиване на икономическа значимост .....	73
2.1. Основи на Икономическата психология и процеса за вземане на решение .....	75
2.1.1. Дефиниране на взаимовръзка между Икономика и Психология, базирано на есето на Лионел Робинс .....	75
3. Склонност към икономически риск .....	79
3.1. Теория на перспективите – Даниел Канеман и Амос Тверски.....	80



3.1.1. Вземане на решение в условия на риск .....	83
3.1.2. Ефект на формулировката .....	84
3.2. Ефект на формулировката според Дан Арайли: социално-икономически аспекти .....	86
4. Позитивно и нормативно базирани модели. Отказ от вземане на решение .....	90
4.1. Позитивна теория на Ричард Талер .....	91
5. Вземане на икономически ефективно решение .....	94
5.1. Зависимост между финансова грамотност и ефективни икономически решения.....	96
6. Моделиране на избора .....	98
6.1. Ценообразуването като фактор, влияещ на процеса за вземане на решение .....	100
6.2. Емоциите като фактор, влияещ на процеса за вземане на решение .....	103
6.3. Ефект на „побутването” – Ричард Талер .....	105
7. Асоциативното мислене като невидим фактор, влияещ върху процеса за вземане на решение .....	116

**Глава III: Специфики на процеса за вземане на решение при определени форми на МИО. Емпиричен анализ .....**

1. Процес за вземане на решение при определени форми на МИО .....	120
1.1. Вземане на решение в международната търговия .....	121
1.2. Вземане на решение в международните финанси .....	127
2. Бизнес периодите като фактор, влияещ върху процеса за вземане на решение в МИО.....	130
3. Динамика и интензитет на процеса за вземане на решение в МИО .....	134
4. Нива на вземане на решение В МИО .....	136
4.1. Вземане на търговско решение на институционално ниво .....	138
4.2. Вземане на търговско решение на фирмено ниво .....	141
5. Етапи в процеса за вземане на търговско решение на фирмено ниво. Психологически аспекти .....	144
5.1. Психологически етапи на международните търговски сделки.....	145
5.2. Емпирично изследване на процеса за вземане на решение на международно фирмено ниво.....	156
6. Пропорционалност между рационалност и емоционалност в процеса за вземане на решение .....	157
6.1. Методология на анкетното проучване .....	160
6.2. Резултати от анкетното проучване .....	161
7. Предизвикателства и потенциал за развитие на междуфирмените отношения .....	163

<b>Заклучение .....</b>	<b>169</b>
<b>Списък с използвани източници .....</b>	<b>173</b>
<b>Приложения .....</b>	<b>183</b>

### III. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

#### ГЛАВА I

#### ГЕНЕЗИС И РАЗВИТИЕ НА НАУЧНИТЕ НАПРАВЛЕНИЯ, СВЪРЗАНИ С ИКОНОМИКС, ПСИХОЛОГИЯ И ИКОНОМИЧЕСКА ПСИХОЛОГИЯ

*Глава I* от дисертационния труд има теоретичен характер и представлява ретроспекция на научните направления, които изследват икономическото поведение на индивидите и изборите, които правят. За тази цел най-напред са представени основните постулати на Икономикса и Психологията, които представляват **своеобразен преход към разбиранията на Икономическата психология**. Всичко това е необходимо за да може да се постигне разбиране какво всъщност представлява Икономическата психология, какво е нейното приложение и смисъл.

Главата има за цел да покаже **мястото на Икономическата психология в икономиката**, като представи многообразието на теории и интердисциплинарни концепции. Представени са научни теории, които освен разбираня на Икономикса и Психологията, боравят с методи на Статистиката и Математиката за извеждане на своите заключения.

#### **Базови концепции в Икономикса**

**Базовите деления на Икономикса** са представени спрямо различните концепции, тъй като Икономиксът е наука, която може да бъде обособена в няколко подгрупи. Тези подгрупи се разграничават спрямо различни критерии и разбираня.

- От една страна, те могат да бъдат разграничени *според разбиранията и концептуалната парадигма: позитивен и нормативен икономикс*.
- От друга страна, се поделят в *зависимост от нивото на анализирания икономически обект: микро и макроикономикс, световна икономика*, като в дисертационният труд *се прави разлика между световна и глобална икономика*.
- В зависимост дали анализът се базира на *теоретични модели, приложни моделите, отговарящи на практически проблеми от действителността или на*

*математически модели*, се обособяват направленията **теоретичен и приложен икономикс**.

- **Иконометрията** от своя страна е друг раздел на Икономикса и може да бъде определена като съвсем различна от гореспоменатите науки, тъй като *представлява комбинация от Икономикс, Математика и Статистика*.

### **Психосоциални направления**

Също така може да се каже, че първата част на дисертацията представлява своеобразно синтезиране на основни научни трудове, които още биват определени като **психосоциални**. Чрез представянето им се постига разяснение и обобщение на базовите разбирания, имащи отношение към темата на дисертацията.

Основния предмет на анализ на психосоциалните направления е свързан видове **рационалност, субективни очаквания, планирано поведение, индивида като част от икономиката и индивида като част от група**.

### **Съвременни концепции в Психологията**

Много важна част от *Глава I* е изясняването на **разликата в схващанията на отделните направления**, които изучават психологическите процеси в икономиката. Основните разлики при направленията на Икономическата психология се базират на психологическите подходи, които се използват при анализа.

Направленията се различават главно по психологическите подходи, възприети при анализа: *когнитивен, поведенчески или психоаналитичен*. Съответно, **трите основни клона** в Психологията са свързани с:

- **Когнитивна психология**
- **Психоаналитична психология**
- **Поведенческа (бихевиористична) психология**

И трите клона имат своите прилики и разлики в научно отношение, като всеки един от тях е краен във вижданията си, което прави теоретичните им изводи взаимноизключващи се.

Основната прилика между трите клона на Психологията е свързана с възприемането на идеята за съществуването на *съзнавано* и *несъзнавано*. Базовите разлики между клоновете в Психологията произтчат от различните подходи при анализа. Накратко, разликата в методологията при анализа на всеки клон може да бъде описана по следния начин:

- **Психоаналитичният подход** набляга основно на *несъзнаваното* и това, което се е случило в *миналото*. В случая миналото се възприема като по-далечното минало - детство, юношество и т.н. Смята се, че това минало е определящо за поведението на индивида в настоящето и ако не се осъзнае несъзнаваното, човек не може да реши определени психологически проблеми, които има към настоящия момент. Психоаналитичният подход търси причините за социалното поведение във вътрешните емоционални сили на индивида и приема аксиоматично, че зад човешкото поведение стоят несъзнаваните психични процеси.
- **Поведенческият (бихевиористичен) подход** отхвърля идеята за несъзнаваното, като определящ фактор за човешкото поведение в настоящето. Бихевиористите приемат човешкото съзнание като черно празно пространство, което има способността да се запълва чрез учене. Бихевиористичният подход изучава *реакциите и поведението в настоящето* и на база на това се правят изводите. В случая миналото не е от определящо значение. Според бихевиористичната концепция, поведението изцяло се определя от влиянието на заобикалящата средата. Най-общо казано поведението е следствие от определен стимул и се изразява в конкретна реакция. Основен предмет на анализ на поведенческите психолози са условията, при които определена реакция корелира със съответния стимул.<sup>1</sup>
- **Когнитивният подход** приема, че както съзнаваното, така и несъзнаваното, имат определящо влияние върху поведението на човека в настоящето.<sup>2</sup> Думата „когнитивен“ носи смисъла на „познавателен“. Когнитивната психология е едно от най-влиятелните направления в съвременната наука. Според нея поведението представлява комбинация от *вътрешни* и *външни процеси*, които се случват в

---

<sup>1</sup> Dollard J., Miller E.: „Stimulus Response Theory of Personality„ Essay: 1688 words

<sup>2</sup> Martin D.: “Psychology of Human Behavior”, Publisher: The Teaching Company, 2006  
ISBN-10: 1598031783; ISBN-13: 978-1598031782

човешкото съзнание. От една страна, е наблюдението и възприемането на външния свят. От друга страна, са процесите, които се случват на вътрешно или още казано несъзнавано ниво – обработка на информацията, намерения и лични убеждения.

Според когнитивните психолози хората не са пасивни субекти, които се влияят от външната среда, а са активни участници, които преработват информация. Така индивидът натрупва нови преживявания, които представляват опит. Оттам, поведението се променя, тъй като налице е придобито ново знание. Важен компонент в случая е обратната връзка, която дава информация доколко е било правилно предприетото действие. Обратната връзка намалява неопределеността и води до разбиране. Един от особено важните за икономиката аспекти, с който когнитивната психология се занимава, е как и защо хората вземат определени решения.<sup>3</sup>

### **Психологически направления в икономиката**

Основавайки се на отделните подходи в Психологията възникват различни направления в Икономическата психология.

- **Експерименталната икономика** е важно направление в Икономическата психология, използва различни методи, като емпирични тестове, за да изучава поведението на купувачите. Характерно за нея е, че не използва математически модели, а изследва човешкото поведение в *контролирана лабораторна среда*, но понякога и извън нея. Въпреки това, Експерименталната икономика се занимава главно с тестове в лабораторни условия, тъй като те позволяват отстраняването на ефектите от външни влияния. По време на експериментите хора са поставяни в ролите на купувач и продавач, като се възнаграждават с печалбата, която печелят по време на експеримента. Сред експериментите, които използва това направления са: *кординираните игри, пазарните игри, обучителните експерименти, експериментални финанси* и др.
- **Поведенческата икономика (Бихевиористичната икономика)** е комбинация от Поведенческа психология и Икономикс. Основният предмет на анализ на Бихевиористичната психология е не съзнанието, а поведението, което е следствие от

---

<sup>3</sup> Стърнбърг Р.: „Когнитивна психология“, Издателство „Изток-Запад“, 624 стр., 2012, ISBN: 978-619-152-014-5

човешките реакции. Създателят на бихевиоризма Джон Уотсън използва английската дума *behavior*, която означава поведение. През 1913г. той публикува статията „*Психологията, както я вижда бихевиористът*“<sup>4</sup>, а по-късно през 1919г. и книга на същата тематика със сходно заглавие „*Психологията от гледна точка на бихевиориста*“, в която той прави извод, че Психологията трябва да стане наука за човешкото поведение.<sup>5</sup> Фундаментът на Поведенческата психология е изразен чрез следната формула: **S (стимул) → R (реакция)**. Формулата представя корелацията между *стимул – реакция* или казано с други думи: когато е известен стимулът S, може да се предвиди реакцията R. Именно поради тази причина Поведенческата психология се конкурира с психоаналитичното движение. В тази връзка, Експерименталната и Поведенческата икономика са взаимосвързани, поради сходната методология на анализ. Изследванията използват психологически експерименти, в следствие на които се разработват теории за вземането на решение от страна на човека.

- **Когнитивният икономикс**, както подсказва името му, се базира на когнитивния психологически подход, който изследва какво се случва в човешкото съзнание. Понятието често бива употребявано погрешно като синоним на Бихевиористичния икономикс, но има фундаментална разлика между двете направления. *Бихевиористичният икономикс се занимава с ефектите от психологическите, емоционални и когнитивни фактори*, които действат на икономическите решения и последствията за пазарните цени, възвръщаемостта и разпределението на ресурсите. Докато **Когнитивният икономикс изучава как човешкото съзнание приема и обработването информацията, как я възприема, как тези процеси се отразяват на поведението на индивида и водят до вземане на определено решение**. При него решенията се преопределят не само от настоящата ситуация, но и от опита в миналото. За това подсказва също етимологията на думата, която произхожда от гръцкия език и носи смисъла на

---

<sup>4</sup> Watson J.: “Psychology as the Behaviorist Views it”; First published in Psychological Review, 20, 158-177;

Publisher: American Psychological Association (United States), 1913

<sup>5</sup> Watson J.: “Psychology from the standpoint of a behaviorist; Publisher: Philadelphia Lippincott, Robarts - University of Toronto, 1919

разпознавам, възприемам.<sup>6</sup> Като още една разлика може да се изтъкне начинът, по който се практикуват двете направления. Поведенческият икономикс може да бъде определен като *експериментално поле*, което цели да установи къде реалното поведение се различава от класическите допускания. Когнитивният икономикс започва *работа от по-ниско микро ниво* – как хората вземат решение и оттам надгражда теоретично за да развие мащабен модел на икономическо поведение.<sup>7</sup> Това позволява преодоляването на специфичните ограничения на ниво отделен контрагент, а оттам съответното им интергиране в икономическите теории.<sup>8</sup> Като научно направление, Когнитивният икономикс борави с отличителен набор от данни: информационни очаквания, хипотетични решения, изразено отношение и когнитивна способност.<sup>9</sup>

- През последните няколко десетилетия влиянието на **Поведенческите финанси** все повече нараства и те се превръщат в основно научно течение в областта на Финансите<sup>10</sup>. Дисциплината изучава психологическите аспекти на инвестиционните решения и влиянието им върху финансовите пазари. Ефектите от взетите решения са основен предмет на анализ и могат да бъдат както позитивни, така и негативни. Често срещано твърдение е, че двата фундаментални елемента на Поведенческите финанси са Когнитивната психология и ограниченията на арбитража.<sup>11</sup> Тук следва да се направи изключително важно уточнение. Обикновено икономистите използват неправилно термина „когнитивна психология“ като еквивалент на понятието „*когнитивен*“, който носи смисъла на „*познавателен*“. Той е свързан със способността на човешкия мозък да учи, помни, решаваме проблеми и обръща внимание. Въпреки всичко, при анализа Поведенческите финанси използват

---

<sup>6</sup> Bianchini S.: "On The Historical Dynamics Of Cognitive Science: A View From The Periphery". The Search for a Theory of Cognition: Early Mechanisms and New Ideas. Rodopi, p. XIV, 2011

<sup>7</sup> Hines J.: „What's the difference between behavioural psychology and cognitive economics?“, 2016, Published online: <https://www.quora.com/Whats-the-difference-between-behavioural-psychology-and-cognitive-economics>

<sup>8</sup> Bourguine P., Nadal JP.: „What is Cognitive Economics?“, Cognitive Economics, Springer, Berlin, Heidelberg, 2004

<sup>9</sup> Kimball M.: „Cognitive Economics“, Published Jpn Econ Rev (Oxf); 66(2): 167–181, 2015

<sup>10</sup> Shefrin H.: „Beyond greed and fear: Understanding behavioral finance and the psychology of investing“, New York: Oxford University Press. p. ix. ISBN 978-0195304213, 2002; Retrieved 8 May 2017

<sup>11</sup> Ritter J.: „Behavioral finance“, Publisher: Elsevier; Pacific-Basin Finance Journal Volume 11, Issue 4, Pages 429-437, 2003

бихевиористичния подход, а не когнитивния. Когнитивната психология търси не само резултата, но и причината за поведението на хората. Поведенческата психология счита, че причините не могат да бъдат разбрани. Във фокуса на анализа на Поведенческите финанси, са: емпирични изследвания, които показват значителни отклонения от класическите теории<sup>12</sup>; прогнозиране въз основа на тези методи; модели как Психологията влияе върху цените и търговията; изследвания на експериментални пазари на активи и използването на модели за прогнозиране на експериментите.<sup>13</sup>

- **Психоаналитичните финанси** са клон на Икономическата психология, който се занимава с човешкия избор единствено в контекста на финансите. Те се основават на *асоциативното мислене*, което е фундаментът на психоаналитичния подход. Може да се каже, че това е относително младо направление, което тепърва ще се равива. Емоционалните финанси по своята същност почиват на разбирането, че човекът е нерационален и до голяма степен е управляван от своите емоции: както от съзнаваните, така и от несъзнаваните. Тук възниква проблемът при нерационалността, тъй като невролозите посочват, че цели 95% от мисловната дейност на човека е несъзнавана.<sup>14</sup> В тази връзка, Емоционалните финанси изследват вътрешните несъзнавани подбуди, които движат инвестиционните решения и са неизменна част от тях. Поради своя интердисциплинарен професионален интерес в областта на Икономиката и Психоаналитичната психология, през последните 15г. Дейвид Тъкет развива направление *Психоаналитични финанси* или още популярни като *Емоционални финанси*.<sup>15</sup> В работата си Тъкет използва психоаналитичния подход, защото счита субективните емоционални преживявания за изключително важен елемент при вземането на решение. Той смята, че разбирането за финансовия сектор ще се подобри

---

<sup>12</sup> Duran A., Caginalp G.: "Overreaction diamonds: Precursors and aftershocks for significant price changes"; *Quantitative Finance*, 7 (3): 321–342, 2007

<sup>13</sup> Bonetto F., Cheriyan V., Kleywegt A.: „Models of Investor Forecasting Behavior — Experimental Evidence”, *Journal of Risk and Financial Management*, 2017

<sup>14</sup> Advanced Logic Analytics: „What is emotional finance?”; Published online:

[http://www.advancedlogicanalytics.com/wp-content/uploads/2015/07/What\\_is\\_Emotional\\_Finance\\_Whitepaper.pdf](http://www.advancedlogicanalytics.com/wp-content/uploads/2015/07/What_is_Emotional_Finance_Whitepaper.pdf)

<sup>15</sup> Tuckett D., Taffler R.: "Emotional finance", Printed book: *Behavioral Finance*; Publisher: Hoboken, NJ: Wiley, 2010



значително, ако се вземе предвид емоционалната динамика на личностната индивидуалност в икономическата система.

### Хибридна теория за Ергодичния икономикс

Комбинацията от научни дисциплини се оказва благоприятен инструмент за решаването на редица казуси, за които само една наука не е способна да даде достатъчно благонадежден отговор. Следователно, синергичното действие на различни гледни точки може да доведе до намаляване на научната ограниченост на анализа. Основно предизвикателство пред учени от различни сфери на науката, е обединяване на усилията в обща посока за максимално отстраняване на дефектите при крайната оценка.

В *Глава I* са дадени примери, които **допълват идеята за ергодичността в икономиката** на международно ниво чрез въвеждане на нов термин и парадигма. По дефиниция една система се определя като ергодична, когато *обектите, попадащи в нея, започват да приличат на останалите*. Оттам може да се направи изводът, че останалите елементи в системата, имат способността да оказват влияние върху новопопадащите елементи. Такива елементи представляват другите обекти и условията, зададени в системата. В следствие на това, авторът разглежда българския пазар, тъй като на него се наблюдават индикации, характерни за ергодичните системи.

Ергодичността в икономиката е преставена през призмата на Психологията чрез въведената от автора идея за „**психологическата ергодичност**“. Когато налице е психологическа ергодичност, това означава, че обектите, попаднали в дадена система, са започнали да приличат на останалите поради наличие на действащи психологически фактори. Тези фактори влияят на процеса за вземане на решение в бизнеса, а това от своя страна води до ергодичност в икономиката. По-често тези фактори влияят на ниво индивид, отколкото на ниво компания.

## ГЛАВА II

### ЕВОЛЮЦИОННИ ЕТАПИ ПРИ ИЗУЧАВАНЕТО НА ПРОЦЕСА ЗА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ В ИКОНОМИКАТА. ПРАКТИЧЕСКИ АСПЕКТИ

*Глава II* се фокусира изцяло върху процесът за вземане на решение. Ефективността в икономиката е предопределена от изборите, които правят индивидите в нея. Именно поради тази причина, процесът за вземане на решение се превръща в базов предмет на анализ от страна на Икономическата психология.

В тази връзка, втората част от дисертационния труд обобщава основните проблеми, които са свързани с процеса за вземане на решение в икономически план. Обикновено тази проблематика засяга степента на рационалност в човешкия избор, която в определени случаи бива занижена поради емоционални поведенчески прояви.

Главата още цели да представи еволюцията на процеса за вземане на решение от възникването му до наши дни. Изказано е предположение за първите свидетелства във връзка с цялостен труд на икономист по темата, които датират от 30-те години на XX век. Към този момент вземането на икономическо решение е тема, която е коментирана частично и спорадично.

#### Есето на Лионел Робинс

**Лионел Робинс** е първият икономист, който анализира връзката между Икономика и Психология още през 1934г. Този извод е направен от автора след детайлно проучване на трудове на икономисти в областта. Към момента на написване на есето темата не е актуална в икономическите среди и на нея се гледа със скептицизъм, а зависимостта между двете науки е слабо изследвана основно от учени неикономисти.

Изучаването на корелация между две науки изисква интердисциплинарни знания и подход. В есе наречено „*Бележки за връзката между икономика и психология*” британският икономист излага своите виждания по темата, от които могат да бъдат направени няколко важни извода. Робинс смята, че поради непознаване и неразбиране

на базови идеи в икономическата наука, авторите неикономисти прибързано отхвърлят заключенията на науката за икономиката.<sup>16</sup>

**Макар към момента да няма унифицирана дефиниция за взаимовръзката между Икономика и Психология, в есето си Робинс дефинира такава.** Според него икономистите избягват да въвеждат нови твърдения при анализа, поради недостига на интердисциплинарни познания, което от своя страна блокира работата им. Междувременно, учените, които са заинтересовани от изследване на връзката между Икономика и Психология, имат друг тип научни виждания и интереси (психологически, социологически и др.), отколкото научно-икономически.

Лионел Робинс е първият икономист, който говори за несъмнената връзка между Икономика и Психология. Въпреки всички твърдения, че Икономиката е независима наука, Робинс смята, че в нея има процеси, които могат да бъдат посочени като психологични или още по-точно казано – психични.

Разграничението между *психологически* и *психичен* процес е направено от Л. Робинс след терминологична корекция от страна на философа с английски произход Хорас Джоузеф. Сериозен научен принос се явява изключително уместната забележка на Джоузеф за терминологичното **разграничаване на понятията *психичен* и *психологически процес*.** Често двата термина се използват като аналогични, вероятно заради идентичния корен *психе*, който произлиза от древногръцки и означава душа, дух (*ψυχή*). Психичен и психологически обаче не са думи синоними. Поради това е важно да се представи разликата в смисъла на понятията.

***Психичните процеси*** са онези процеси, които протичат в съзнанието или още казано - в *психичния апарат*<sup>17</sup> на човек. Психичният апарат е термин, въведен от Фройд, и понякога се превежда като *душевен апарат*. Докато, ***психологическите процеси*** са психични процеси, които вече са обект на анализ от страна на науката. **Следователно, психичните процеси придобиват смисъла на психологически, когато станат обект на научно изследване.**<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Robbins L.: „Remarks on the Relationship Between Economics and Psychology”, The Manchester School, vol. 5, pp. 89-101, December 1934

<sup>17</sup> Фройд З.: „Психология на несъзнаваното“, Издателство „Колибри“, 288 стр., 2014, ISBN 978-619-150-329-2

<sup>18</sup> Данов Д.: „Психологически фактори в МИО“, Университетско издателство „Стопанство“, 87 стр., София, 2002, ISBN 954-494-495-8

Втората част от дисертацията също е подкрепена от различни теоретични концепции на **знакови учени, които вече са изследвали процеса за вземане на решение** в икономиката. В една или друга степен техните трудове предлагат модели и допускания, които представляват своеобразни алтернативи за справяне с поставената проблематика. Тяхната работа основно се базира на поведенческия подход, което означава, че те приемат моментните стимули и импулси за определящи в процеса за вземане на икономическо решение.

**Склонността към риск** е интересен феномен в процеса за вземане на решение в житейски план. В икономически аспект обаче избягването на риска е неизменна част от бизнес и инвестиционните решения. Измерване степента на риска по време на бизнес планирането цели да прогнозира евентуална печалба или възможна загуба. Твърди се, че икономическият свят е място, лишено от емоции, съответно и място, в което човекът търси сигурност. Разбира се, изключения винаги са възможни.

### **Теория на перспективите – Даниел Канеман и Амос Тверски**

Различни учени, икономисти и психолози, изследват проблема за загубата и печалбата. Според Канеман и Тверски, за възприемането на дадена информация по конкретен начин, формулировката е от фундаментално значение. Именно върху този прием се базира „*Теория на перспективите*”.

Друг основен фактор, който оказва влияние върху човешкия избор според авторите, е значимостта на загубата. *Теорията на перспективите* почива на когнитивната психология и е противоположност на *Теорията за полезността*, която изцяло взема под внимание рационализма при потребителския избор.

- Централно място в теорията на Канеман и Тверски има **вземане на решение в условия на риск**. Тя анализира избора в условията на риск при предварително зададени алтернативи. За всяка от алтернативите ясно са формулирани вероятностните резултати, като те предварително са известни на избирация. Вземането на решение се основава на евристични методи, като основно влияние за избора оказва не крайният възможен резултат, а идеята за потенциална печалба или загуба. Теорията доказва с примери, че независимо колко голям е математическият шанс да се спечели, хората са по-склонни да предпочетат по-малката, но сигурна печалба. Това е провокирано от факта, че загубата оставя много по-трайна следа в

съзнанието, следователно тя се избягва. Междувременно, при вземането на решение паричната стойност сама по себе си не оказва съществено влияние. В случая важна е *субективната стойност*.

- Независимо колко привлекателна е възможната печалба, тя е недостатъчна да компенсира желанието за предотвратяване на загубата. В тази връзка, авторите отделят сериозно внимание на т.н. „**Ефект на формулировката**”, който е един от централните елементи в теорията им. Начинът, по който е поднесена информацията, е от съществено значение и може да насочи избора в определена посока спрямо целите.<sup>19</sup> **Ефектът на формулировката** е инструмент, който безспорно може да манипулира относителната атрактивност на алтернативата. Според Канеман и Тверски рамкирането на информация по определен начин е едната страна на нещата. Както вече беше обяснено, тяхната теория също така отдава значение на **процеса на оценка** на конкретната възможност: дали тя е възприета като загуба или като печалба спрямо определена референтна точка. Референтната точка се възприема като нулево ниво - базата, спрямо която сравняваме възможностите. В примера на Ричард Талер, въздържането от покупка представлява нулевото ниво, плащането в брой се възприема като печалба, а плащането с карта – като загуба. Поради тази причина, малко вероятно е потребителят да избере вариант, в който да плати такса и да бъде съзнателно ощетен.

### **Ефект на формулировката според Дан Арайли**

Ефекта на формулировката е анализиран и от други учени от различни области, тъй като прави впечатление, че оформлението на текста може да бъде използвано за манипулиране на избора. Ученият Дан Арайли анализира резултати от социална анкета от 2003г., проведена в страни от ЕС, която е свързана с готовността на гражданите да дарят органи.<sup>20</sup>

В следствие обработените резултати, прави впечатление огромнен дисбаланс в пропорционалното разпределение на желаещите да дарят и да не дарят органи от различните държави. В конкретният случай не става дума просто за разлика, а

---

<sup>19</sup> Tversky A., D. Kahneman: “The Framing of Decisions and the Psychology of Choice”, Science 211: 453-458, 1981

<sup>20</sup> Official website of Arnold Ventures: „A Misleading Chart on Organ Donation Rates”, 2015  
<https://www.arnoldventures.org/stories/a-misleading-chart-on-organ-donation-rates/>

разминавания в отговорите в диапазон между 75-95%. Логично е, че това само по себе си, поражда редица научни въпроси защо всъщност се случва този феномен.

Причината за големият дисбаланс в отговорите на респондентите, се оказва използването на *две различни анкетни карти*, въпросите в които са формулирани нееднакво. Анкетна карта 1 изисква съответното действие от страна на анкетирания, ако той желае да дари органи. Анкетна карта 2 от своя страна, изисква същото действие, ако анкетираният иска да се откаже от даряването на органи.

### **Позитивна теория на Ричард Талер**

Един от изследователите, който от години задълбочено работи по темата за избора и процеса за вземане на решение в икономиката, е Ричард Талер. В трудовете си той често цитира разработките на Д. Канеман и А. Тверски, като ги приема за отрезвяващо доказателство за неверността на Теорията за рационалния избор.

В основата на *Позитивната теория*<sup>21</sup> на Талер стои концепцията, че икономистите рядко правят разлика между *нормативните модели на потребителски избор и дескриптивни* или още *позитивни модели*. Макар че теорията е нормативно базирана, което означава, че предвижда какво би трябвало да правят рационалните потребители, икономистите твърдят, че тя също служи по-скоро като теория, която описва какво всъщност правят потребителите на практика. Според Талер прекаленото разчитане на нормативната теория води икономистите към това систематично и предсказуемо да правят грешки в анализа или в прогнозирането на потребителския избор. По-късно той доразвива тази идея в своята *Теория на побутването*, за която получава Нобелова награда.

В някои ситуации нормативните и позитивните теории съвпадат. Ако потребителят трябва да добави две (малки) единици заедно като част от решение, може да се допусне, че нормативният отговор ще бъде добра прогноза. Следователно, ако проблемът е достатъчно прост, използването на методиката на нормативната теория е допустимо. Въпреки това, Талер смята, че нормативната теория може да се използва и в по-сложни ситуации.

---

<sup>21</sup> Thaler R.: "Towards a Positive Theory of human choice", Cornell University, Ithaca, NY 14853, USA; Received October 1978, final version received June 1979

В научния си труд „*Към Позитивната теория на потребителския избор*“, авторът използва понятието „ментални илюзии“. Вероятността потребителският избор да се отклони от нормативния модел бива наричан *ментални илюзии*. Това са набор от проблеми, които трябва да се разглеждат по-скоро като правило, отколкото като изключение. Може да се добави още, че хората страдат от липса на контрол и често биват изкушавани да изберат вариант, в който да си доставят удоволствие от консумацията веднага, отколкото да спестят средствата си за по-вълнуващи преживявания в бъдеще.

### **Вземане на икономически ефективно решение**

Сред основните въпроси, които всяко физическо и юридическо лице следва да реши, е как да се постигне по-голяма ефективност от взетите финансови решения. Образованието по подразбиране се е превърнало в предпоставка за ефективност. Всъщност се оказва, че образованието не винаги е еквивалент на грамотност. Ако се направи съпоставка между съвременната достъпност до образование в сравнение с преди няколко десетилетия, ще направи впечатление, че в днешно време образованието е много по-достъпно.

Сред научните интереси на Ричард Талер се нарежда връзката между **финансово образование и вземането на икономически ефективно решение**. Учени, работещи в сферата на поведенческите науки, смятат, че е логично проблемът с неефективността на взетите решения да идва от образованието.

Базирайки се на статията “*The Effect of Financial Literacy and Financial Education on Downstream Financial Behaviors*” Талер дава три основни препоръки за подобряване образователната методика.

- В първата препоръка той цитира идеята на професор Линч, който я нарича с името „**образование точно навреме**“. Тъй като наученото се забравя бързо, Линч предлага вариант да се осигури помощ точно преди да се вземе решение.
- Вторият подход е свързан с **опростен начин за поднасяне на информацията** чрез лесни правила.
- Третият подход, на който Талер отдава най-много очаквания за перспективност, е **улесняването на финансовата система**.

## Ефект на „побутването“ – Ричард Талер

„Теория на побутването“ на Ричард Талер се гради на идеята за съвременното вмешателство в избора и т.н. „архитектура на избора“, която е възможна благодарение на „побутването“.

Книгата „Побутване: по-добрите решения за здраве, благосъстояние и щастие“ дефинира понятието по следния начин: „**Побутването**, както ще го наричаме, е всеки аспект от архитектурата на избора, който променя поведението на хората по предвидим начин, без да им забранява определени варианти и без да променя съществено икономическите им подбуди. За да се приеме за побутване, намесата трябва да може лесно и евтино да бъде избегната. Побутванията не са заповеди. Да се сложи плод на нивото на очите, това е побутване. Забраната на нездравословните храни – не.“<sup>22</sup>

Макар че „побутването“ добива популярност в медиите, по-правилно е да се използва научен термин като „**импулсиране**“<sup>23</sup>. Импулсирането като понятие носи смисъла на умишлено създаване на невронен стимул, който предизвиква реакция. Тази реакция от своя страна се изразява в извършване на определено действие. Импулсирането е начин за вменияване на желание у индивида и подтикването му към конкретно деяние.

Всеки, имащ отговорността да създаде контекст с условия, в който хората вземат решение, бива определят като „**архитект на избора**“. Архитектът на избора има за цел да представи различните алтернативи. Важно е да се обърне внимание, че посредством манипулация, избиращият може да бъде склонен да предпочете една опция вместо друга. Съзнателно или не, всеки може да се окаже в позицията на „архитект на избора“ - от обикновени хора до търговци, лекари и други специалисти.

„Теория на побутването“ представя новия вид вмешателство, като защитава три основни постулата:

- Архитектът на избора оказват сериозно влияние върху решенията на хората.

---

<sup>22</sup> Thaler R., Sunstein C.: “Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness”, Yale University Press, 2008

<sup>23</sup> Въведен в лекциите на доц. Данов Д., УНСС, 2018



- Архитектурата на избора е неизбежна, следователно е добре тя да се проектира по начин, който подобрява благосъстоянието и качеството на живот.
- Архитектите на избора могат да побутват хората в посока, която да подобри живота им, без да ги лишават от свободата да избират.

Важен акцент от *Теорията на побутването* е свързан с традиционното вярване, че хората сами вземат по-добри решения, отколкото в случаите, в които има външна намеса. Това схващане е категорично отхвърлено и се основава на твърдението, че истинските хора системно правят грешки, следователно имат нужда от насочване в по-добра посока. Въпреки това, концепцията твърди, че вмешателството не трябва да има принудителен, а само насочващ характер.

### **Асоциативното мислене като невидим фактор, влияещ върху процеса за вземане на решение**

С цел да се наблегне на значимостта на когнитивния психологически подход, е развита идеята за асоциативното мислене в икономиката. По този начин е подчертано влиянието не само на моментната ситуация, но и на отминали събития, които са в основата на несъзнаваните психични процеси. Те от своя страна също биха могли да окажат влияние върху крайното икономическо решение.

Асоциативното мислене е фактор, който има сериозна значимост при процеса за вземане на решение. В бизнеса неговото влияние често бива подценявано. Асоциациите могат да влияят на всички сетива и поради тази причина има различни типове: визуални, звукови, вкусови, обонятелни, осезателни. Често срещано явление е асоциациите да бъдат подценяван фактор в икономическо отношение. И въпреки това, поради културни, религиозни и езикови различия, някои международни компании не успяват да подтикнат потребителите да купуват техните продукти.

Асоциативното мислене е неминуем когнитивен процес, който рефлектира върху икономиката. Човешкият мозък притежава способността да свързва определени елементи със ситуации от живота. Тези ситуации, разбира се, могат да имат както положителен, така и отрицателен характер.

## ГЛАВА III

### СПЕЦИФИКИ НА ПРОЦЕСА ЗА ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИ ФОРМИ НА МИО. ЕМПИРИЧЕН АНАЛИЗ

*Глава III* представлява практическата част от дисертацията и има емпиричен характер. В подкрепа на анализа са включени казуси и примери от действителността. Те подпомагат изследването на **процеса за вземане на решение на различни нива при отделни форми на МИО**. Основното предизвикателство в третата част на дисертацията е да се постави международна рамка при използването на инструментите на Икономическата психология.

**Степента на влияние** върху избора при отделните форми на МИО, зависи от различни компоненти: техният характер, комплексност, ниво на осъществяване, обект, участващ в осъществяване и др. Също така, **динамиката на процеса за вземане на решение** при отделните форми на МИО е различна. При някои от тях вземането на решение може да се случва по-бързо, а при други по-бавно, в зависимост от факторите, които оказват влияние. Освен това е важен броят на компонентите, които трябва да бъдат претеглени преди да се случи изборът. Повечето компоненти предполагат повече време за осмисляне, сравняване и вземане на решение.

**Интензитетът** на влияние върху самия процес преди вземането на решение, зависи от това доколко ситуацията предполага външно вмешателство в избора. Ако процесът протича според строго определен алгоритъм и преминава през различни звена, вероятността външното влияние да е по-слабо нараства. Това е така, тъй като е много по-трудно индиректно да бъде повлияна група хора в определена посока, отколкото персонално един конкретен индивид.

Емпиричната част на дисертационният труд се фокусира върху две основни форми на МИО, които позволяват най-голяма възможност за вмешателство в процеса за вземане на решение. А това са **именно международната търговия и международните финанси**. Въпреки че процесът за вземане на решение не е унифициран при различните форми на МИО, Икономическата психология използва инструменти, които влияят сходно на потребителското поведение на бизнес ниво. Алгоритъмът, по който протича процесът при различните типове пазарни сделки и операции не е еднотипен, но

подходите за манипулация на избора почиват на еднакви принципи. Съответно, могат да бъдат направени няколко извода:

- **Първо**, динамиката на процеса за вземане на решение при различните форми на МИО не е еднаква. Освен това, вземането на решение на ниво правителство и ниво компания не протича по еднакъв начин.
- **Второ**, в по-големите и сложни структури възможността за влияние върху избора е незначителна в сравнение с компания, която извършва дейност на международния пазар. Това до голяма степен е предопределено от факта, че направеният избор от държавни и международни организации има политически характер, независимо дали касае икономически и финансови въпроси. Актуалните икономически теории, които разглеждат процеса за вземане на решение, в голяма степен не засягат апсетите, които са свързани с междудържавните отношения. Те предлагат решения, които могат да бъдат прилагани в търговските и бизнес отношения между контрагенти, които работят на пазарен принцип.
- **Трето**, времетраенето на процеса при правителствените и фирмените решения също не е еднакво. То е предопределено от множество процедури и методи за гласуване в определени структури, които следва да се спазват и имат правно разписана последователност.
- **Четвърто**, интензитетът на намеса в процеса за вземане на решения при международните организации и правителства е по-слаб в сравнение с възможността за интервенция в избора при международните компании и техните бизнес сделки.

### **Вземане на решение в международната търговия**

Една от формите, която отчита най-високите обеми в МИО, е *международната търговия със стоки и услуги*. При нея процесът за вземане на решение има изключително съществено значение. Международната търговия със стоки и услуги може да бъде разделена на два типа, в зависимост от контрагентите, които я осъществяват.

Единият тип е *институционална търговия*, която включва **правителствено участие** и **участие на международни организации**. Другият тип е *фирмената* международна търговия. Решенията при фирмената международна търговия се вземат

на ниво компания. Различните типове търговия предполагат, че операциите се осъществяват между различни звена: от една страна между правителствата на държавите, а от друга между отделните компании.

Също така, международна търговия може да се осъществява между **институционален и фирмен контрагент**. Разделението на институционална и фирмена международна търговия е важно, защото решенията на ниво държава и на ниво компания се осъществяват според различни принципи. Следователно, това предполага несходно протичане на процеса за вземане на решение.

Важно е да се отбележи, че процесът за вземане на решение в *международния бизнес* от една страна е пряко свързан с мениджмънта на компаниите като звено, което прави избори. От друга страна, касае оперативните търговски и инвестиционни дейности. В международните корпорации, цялостната управленска стратегия се залага на наднационално ниво от компанията майка. **Поради тази причина външно влияние при определяне на фирмени стратегии е почти невъзможно и не представлява предмет на анализ на дисертационния труд.**

*Маркетинговата, производствената и експанзионистичната стратегия* на всяка компания биват компоненти на управленската стратегия, които се определят от мениджмънта на организацията. Веднъж гласувани, тези стратегии се следват от оперативните служители надолу по веригата в структурата на компанията. **Това обаче, не означава, че отделните специалисти са лишени от правото да взимат самостоятелни решения, които са в рамките на професионалните им правомощия.**

Разглеждана в контекста на възможност за вмешателство в избора, маркетинговата стратегия е основен инструмент за манипулация на решенията на потенциални и настоящи клиенти. Междувременно, доставчиците също използват инструментите на Икономическата психология с цел импулсиране.

### **Вземане на решение в международните финанси**

Друга форма на МИО, придобиваща все по-сериозна значимост през последните години, са *международните финанси*. От една страна, те са обособени като отделна форма на МИО, но от друга могат да бъдат причислени към международната търговия с

услуги, тъй като предполагат осъществяване на финасови операции, които са характерни за банковите и финансово-кредитни услуги.<sup>24</sup>

Според принципа на осъществяване и начина за вземане на решение, международните финанси могат да бъдат поделени на *институционални* и *пазарни*. Това деление е необходимо, тъй като от една страна са международните финансови организации и правителства, които вземат решения, свързани с държавно кредитиране. От друга страна, участници в международните финансови отношения са търговските банки, брокерски къщи и кредитни финансови институции, които осъществяват своите услугите на пазарен принцип.

Също така, вземането на решение в международните финанси има своите *политически аспекти*. Поради тази причина, процесът около вземането на решения протича според разписани правила и регламентации. Обикновено изборът предполага колективно решение на правителствено или организационно ниво, което не се влияе от пазарни принципи.

**Сериозно влияние върху международната икономическа система има търговията на финансовите борси.** Именно поради тази причина, от голямо значение е как на практика психологическите инструменти могат да управляват решенията, които взимат индивидите, търгуващи на международните финансови пазари. Не е случаен фактът, че информацията е един от най-ценните ресурси, а спекулацията с нея позволява манипуларане на избора както на отделен индивид, така и на голяма маса от хора. Като последица от това недобросъвестната спекулация с информация може да бъде обект на съдебни наказания.

Историята разполага с множество примери, които показват как една несигурна информация води до чувствително увеличение или спад в цените на финансовите инструменти. Очакванията на финансовите пазари са се превърнали в основен движещ фактор, който води до срив или съответно ръст в цените. В контекста на международните финанси е разгледан пример от реалната действителност, който се свързва с психологическите инструменти за манипулация на избора на финансовите пазари.

---

<sup>24</sup> Данов Д.: „Международна търговия с интелектуални продукти“, Издателски комплекс УНСС, София, 2006

## Бизнес периодите като фактор, влияещ върху процеса за вземане на решение в МИО

Бизнес периодите са част от годишния бизнес цикъл и от икономическа гледна точка представляват отрязък от време, който обобщава статистическа информация. Бизнес периодите често са фактор, който има влияние върху процеса за вземане на решение както на национално, така и на международно ниво. Разбира се, спецификата на всеки бизнес е различна, но се наблюдават някои общовалидни закономерности и тенденции, които се отразяват на крайните резултати, които реализират компниите. Бизнес периодите още могат да бъдат определени като времеви диапазони, които очтитат спад или подем в икономическата активност. Тези вариации са породени от различни традиционни предпоставки като сезонност в някои сектори, национални и/или глобални празници и др. Форсмажорни обстоятелства също биха могли да повлияят на бизнес фазите през годината по нехарактерен за периода начин.

От една страна, върху бизнес решенията влияние оказват световните икономически тенденции, например наличието на рецесия, криза или подем. Това са фактори, които могат да забавят или ускорят вземането на финансово и търговско решение. От друга страна, е важно да се разгледа влиянието на **микро периодите** като част от бизнес цикъла. Тези микро периоди се разделят на *месечни* и *тримесечни периоди*, като месечните дават възможност за по-задълбочен анализ. Може да се каже още, че микро периодите имат по-голяма значимост, що се касае до оперативни търговски отношения, а не толкова до стратегически инвестиционни решения.

Разбира се, бизнес фазите в отделните сектори на икономиката се различават от гледна точка на дължина на трендовите периоди и времетраенето им. При международната търговия съществуват два големи сегмента: ***стоковата търговия*** и ***търговията с услуги***. Възможно е при определени сектори от двата сегмента да се наблюдават сходни тенденции спрямо определени периоди. Тези периоди влияят върху общото състояние на бизнес климата в националните икономики, а оттам и на световната икономика.

Тенденциите във всеки един сектор оказват влияние върху пазарните решенията, които се вземат в МИО. Не винаги това са осъзнати психични процеси, но понякога те могат да бъдат съвсем съзнателни. В тази връзка, бизнес периодите се отразяват косвено на емоционалността при вземането на решение. **Усещането за сигурност и**

**общ подем намалява времето за избор** и дори е възможно процесът да включва положителни емоции. Същевременно, периодите на рецесия се асоциират с негативни чувства и усещане за загуба. Оттам, решенията се отлагат или човекът избира да се откаже от бремето да вземе решение.

### **Нива на вземане на решение в МИО**

Интензитетът и динамиката на процеса за вземане на решение в МИО зависят до голяма степен от контрагентите, между които се случва. В случая процесът за вземане на решение в МИО може да протече на две основни нива: *институционално (политическо)* и *фирмено (пазарно)*.

- В *политическите решения* е възможно в определени случаи да участват международни организации, които регламентират икономическите и финансови междудържавни отношения. Те могат да бъдат назовани с общ термин *институционални решения*. Обикновено принципът, според който се вземат институционалните решения, не е пазарен.
- При *фирмените решения*, изборът се базира изцяло на пазарния принцип, което предполага възможност за несъзнавано външно вмешателство. Освен това, възможни са ситуации, в които участващите контрагенти са от *смесен тип*: например, държавна покупка на автобуси за градския транспорт от чуждестранна компания. В този случай процесът за вземане на решение включва участници и от двете групи.

Що се касае до **междудържавни финансово-кредитни отношения** и **междудържавни търговски сделки**, процесът за вземане на решение в МИО има своите политически аспекти. Теориите на Икономическата психология, свързани с процеса за вземане на решение, почти не могат да намерят приложение в търговски въпроси, които имат политическа обвързаност. Това е така, тъй като психологическата намеса в избора на политическо ниво е трудна и обикновено е обект на анализ от учените, които анализират МО. Въпреки това, Икономическата психология взема под внимание факторите, които довеждат до определено институционално решение. Приложението на психологическия инструментариум в процеса за вземане на решение на институционално ниво несъмнено е трудно. Въпреки това, в крайните

институционални решения несъмнено се наблюдават **действащи психологически фактори**, които могат да бъдат любопитен предмет на анализ.

### Етапи в процеса за вземане на търговско решение на фирмено ниво.

#### Психологически аспекти

Както вече беше споменато, степента, в която може да има външно вмешателство в процеса за вземане на решение при отделните форми на МИО, е различна. Това е породено от естество на отделните форми. Инструментите на Икономическата психология намират най-широко приложение в сделките на *международната търговия* и *международния маркетинг*. Именно в тези сфери, тяхната резултативност е най-голяма. От една страна, В&В способите за насочване на избора се използват при сделките, които касаят търговията със стоки и услуги. От друга страна, манипулацията на избора се използва много често в международния маркетинг. Тя може да бъде насочена както към В&В комуникация и към В&С клиенти.

Що се касае до манипулиране на избора в международните търговски сделки е важно да се отбележи, че преди преминаването към директна бизнес комуникация, от съществено значение е *недиректната бизнес комуникация*. Като недиректна бизнес комуникация в случая се разбира **несъзнаваното влияние** на психологическите инструменти върху процеса на комуникация.

- **Първият етап** от международните търговски сделки всъщност е функция от маркетинговата стратегия на компания. Решенията на маркетинговия отдел са първият етап от процеса за вземане на решение, който донякъде е несъзнаван за клиента. Основни компоненти на невербалната комуникация са *фирмено лого*, *слоган* и *уебсайт*. Чрез конкретни примери авторът представя как влияят тези компоненти върху асоциативното мислене на човека.
- **Вторият етап** от процеса за вземане на решение в международните търговски сделки е свързан с установяването на *комуникационна връзка*. В зависимост от страната, която установява контакта, връзката може да бъде инициирана от купувачия или от предлагачия продукта контрагент.
- **Третият етап** от вземането на търговско решение на фирмено ниво е фазата, в която *техниките на побутване* и *ефекта на формулировката* намират най-съществено приложение. От една страна инструментите на Икономическата



психология спомагат формирането на внушение за потребност от продукта, а от друга – те са съществено част от самото предложение.

От бизнес гледна точка, същинската част от използването на научните постижения на *Ефекта на формулировката* и *Теорията на побутването* се прилагат в оформлението на търговските ценовите оферти. В различни ситуации изборът би могъл да бъде насочва посредством психологически техники, свързани с формулирането на ценовото предложение. Тези техники са свързани със *стилистика на написания текст, подреждане на опциите, цветове, снимков материала и др.*

В третата част на дисертацията са представени примери са свързани с **инструментите за моделиране на избора** в икономиката и в частност как този психологически инструментариум оказва влияние върху **бизнеса и търговските отношения**.

От една страна главата представя чрез емпиричен пример как върху процеса за вземане на решение в МИО на институционално ниво действат психологически фактори. От примера, който е свързан с българската икономическа действителност, става ясно, че **осъзнато усещане за страх от военна несигурност** въздейства до голяма степен върху крайното решение на правителството.

От друга страна, се провежда изследване, което представя съотношението между **емоционалност - рационалност** в международните бизнес отношения на фирмено ниво. Анкетирани са *три международни компании*, които са сключили бизнес сделки с българска фирма.

Емпиричният експеримент тества още въведения от автора нов термин „**скрита емоционалност**“, в опит да се докаже наличието ѝ в международните търговските сделки и опосредстващите ги преговори. **Скритата емоционалност** често бива бъркана с рационалност в поведението, защото факторите въздействат на несъзнателно ниво. На пръв поглед изглежда, че хората правят рационален изобр, но всъщност той е емоционален. Когато респондентите посочват за важен компонент от бизнеса отношенията елементи като добро обслужване; симпатии, надеждност и сигурност в човека, с който се работи; получаване на бонуси и преференции; лично отношение; сходен манталитет и култура, всъщност те проявяват своята *скрита емоционалност* в сделката.

Резултатите от анкетното проучване, проведено от автора, преставят следните зависимости при **вече сключени международни търговски сделки**:

- При избора на чужд пазар респондентите показват по-голяма **рационалност**. Емоционалността има усреднено влияние върху крайния избор на чужд пазар в размер на **1/4**.
- При избора на международна компания прави впечатление, че **емоционалността** оказва значително по-голямо влияние в сравнение с избора на чужд пазар. В случая действието на **емоционалните фактори** представлява средно около **1/3** от избора на компания доставчик.
- Усреднената величина, получена от пропорционалното съотношение между сумата на **всички** емоционални и рационални фактори от анкетата, съответно е **0,76** и е в полза на рационалността. Оттам може да се заключи, че **около 24%** от избора за сключване на международна търговска сделка е в полза на **емоционалността**.

Изследван е още **основният доминиращ фактор**, който предопределя избора на чужд пазар и чуждестранен доставчик. Това е постигнато чрез въпрос, който дава възможност само на един отговор. При наличие на само една алтернатива за отговор, **при избора на чужд пазар 100% от решението се базира на рационалност**. Съвсем различно стоят нещата при избора на компания доставчик. В случая **рационалността има само 1/3 значимост в сравнение с емоционалността**.

Анкетното проучване изследва и въпросът за **евентуалната повтаряемост на сделката във времето**. Що се касае до бъдещи взаимоотношения, превес има **рационалността** в избора. Подобно на резултатите, свързани с вече реализирани сделки, при **1/3 от анкетираните емоционалните фактори оказват доминантно значение** за продължаване на партньорството с конкретната компания.

Анализирани са още поведенчески проявления в зависимост от националността на отделните контрагенти. Приносът на изследването е свързан с разбирането на факторите, които на практика влияят върху процеса за вземане на решение. В следствие на действието на тези фактори се наблюдават поведенчески прояви, свързани с рационалност и емоционалност в бизнес сделките.

#### IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В съвременните икономически условия конкуренцията на международните пазари е силно развита. Това от своя страна кара контрагентите, участващи в МИО, да се възползват максимално от инструменти, които могат да им помогнат при моделиране на бизнес избора на своите партньори и клиенти. Поради тази причина, изследваната от дисертационния труд проблематика, е от значение за всеки един икономически субект.

Междувременно, бизнесът става все по-взискателен и възникват нови и нови потребности. Освен генерирането на печалба, различните необходимости при сключването на сделки са важни компоненти, които в последствие безспорно въздействат върху процеса за вземане на решение. Постоянното развитие на формите на МИО е основна предпоставка темата на дисертацията да бъде доразвита и да се превърне в обект на интерес от други учени.

Благодарение на направения теоретичен обзор, *Глава I* постига принос, свързан с *ретроспективния анализ* на развитието на направленията в Икономическата психология. Това се осъществява чрез предшестваш синтез на базови разбирания в двете основни науки Психология и Икономикс, които са фундаментът на Икономическата психология. Направената ретроспекция в областта допринася за въвеждането на *нови теоретични термини* и разбирания, свързани с психологическите аспекти, проявяващи се в международната икономика. Изяснява се употребата на базови понятия чрез терминологично разграничаване.

Първата част от дисертационния труд доказва още, че психологическото влияние е предпоставка за развитие на ергодичност в икономиката. Тази парадигма е развита посредством *психологическата ергодичност*, която е разгледана като икономически феномен.

Освен това, *Глава I* поставя ясна рамка, свързана с различните психологически подходи в Икономическата психология, което е предпоставка, спомагаща за доказване на основната теза. Направленията в Икономическата психология основно се различават по своята същност в зависимост от психологическия подход, който използват. Методичната база на отделните направления е изградена върху психоаналитичен, поведенчески или когнитивен подход. Всеки от подходите се различава концептуално в

своите виждания. Психоаналитичният подход гради основата си на отминали преживявания, които имат неосъзнато влияние върху човешката психика. Поведенческият подход счита, че основните мотиви, определящи човешкото действие са свързани с това, което се случва на момента в настоящето. Когнитивният подход възприема едновременно комбинираното влияние на миналото и настоящето.

В тази връзка, дисертацията представя аргументи, че факторите, които влияят върху крайните решения на икономическия субект не са свързани единствено с настоящите моментни стимули, както възприема поведенческият подход. Нещо повече, те не са свързани само с опита от миналото, на чието разбиране почива психоаналитичното направление. **Влияещите върху избора фактори, свързани със съзнаването и несъзнаването, оказват синергично въздействие върху крайното икономическо решение.** Те действат както на съзнавано, така и на несъзнавано ниво, което всъщност е разбирането на когнитивното течение в Психологията.

Основни проблеми от съвременната икономическа действителност са представени в **Глава II**. Следователно, втората част от дисертацията има практико-теоретичен характер. Главата се фокусира изцяло върху процеса за вземане на решение и поради тази причина разглежда подробно еволюцията му. Това спомага да бъде направено заключение за първия цялостен научен труд по темата, написан от икономист. **Есето на Лионел Робинс е определен като пионерски, тъй като е първото свидетелство, написано от икономист, което коментира детайлно както икономическите, така и психологическите аспекти на процеса за вземане на решение в икономиката.**

В същото време, **Глава II** включва отделни проблеми и експерименти от различни държави по света, свързани с процеса за вземане на решение. Изложени са алтернативи на общопризнати учени, развиващи своите трудове в различни направления на Икономическата психология. Целта на представените виждания е да се обобщи до каква степен науката е предоставила надеждни отговори на актуални въпроси, касаещи процесът за вземане на решение. В следствие на това, е решено основно предизвикателство от дисертационния труд, а именно представянето на варианти как научните постижения до момента могат да бъдат приложени в отделни форми на МИО.

Същинската практическа част на труда е развита в третата част от дисертацията. **Глава III** има няколко различни подхода, които са свързани с доказване на ролята на психологическите процеси в отделни форми на МИО. Тъй като сами по себе си

формите на МИО са изключително различни, това предполага сериозни различия в процеса за вземане на решение.

Поради тази причина, дисертационният труд обособява две основни нива, на които протича процесът за вземане на решение в международната икономика: институционално и фирмено (пазарно). Оттам, с цел доказване на основната теза, са представени различни емпирични примери във вид на казуси и полеви експеримент.

Посредством поставен казус от българската икономическа действителност, се потвърждава хипотезата, че на институционално ниво действат психологически фактори. **В контекста на казуса, въздействието на факторите „страх“ и „несигурност“ е осъзнато при част от индивидите, които вземат колективното решение.** Това обаче не отхвърля хипотезата, че тези фактори оказват влияние на несъзнателно ниво също. Важно е да се отбележи, че казусът представлява отделен извадков случай, въз основа на който не може да бъде направено генерално общовалидно заключение.

С цел по-голяма комплексност на труда, е представен пример от сферата на международните финанси, който представя инструмент за психологическо влияние на финансовите пазари. Примерът е показателен, тъй като е базиран на информационна спекулация, която манипулира избора на финансовите контрагенти чрез използването на обнадяване.

Въведеното ново понятие „скрита емоционалност“ представя различен начин на мислене в контекста на рационалността. Често елементи от решенията, които се смятат за рационални, се оказват неосъзнато емоционални. Тази неосъзнатост е предпоставка за по-засилено влияние на скритите емоции върху крайните решения.

Две от хипотезите в дисертацията са свързани с емпиричния експеримент, проведен от автора. От една страна е хипотезата, която предполага, че при международните търговски сделки на фирмено ниво емоцията е фактор, който оказва влияние върху крайното решение на контрагента. **Полеви експеримент потвърждава наличие на скрита емоционалност в крайното решение на изследваните три международни компании.** Следователно, проявите на скритата емоционалност се оказват фактор, благоприятстващ моделирането на избора.

От друга страна е хипотезата, която гласи, че на фирмено ниво *скритата емоционалност* в международните бизнес сделки е основен предопределящ фактор за продължаване на търговските взаимоотношения в бъдеще. **Експериментът доказва, че емоцията има частично влияние при намеренията за повторение на бизнес сделката, но то не е доминиращо.**

## V. ПРИНОСИ

- В подобен контекст темата на дисертационния труд е слабо изследвана от учените в България и по света. **Обобщена и синтезирана е голям обем от теоретична информация**, която касае Икономическата психология. В следствие на това може да се отчетат приноси в два аспекта. Първо, дисертационният труд **предоставя ясно разбиране** за Икономическата психология и **ролята ѝ в МИО**. Второ, детайлната теоретична постановка на дисертацията позволява да се направи **заключение за първия научен труд на икономист в сферата на Икономическата психология**, за който има сведения.
- Въвеждане на нов научен термин „**психологическа ергодичност**“ и създаване на **нова парадигма** за ергодичността в международната икономическа система.
- Посредством въведената идея за **скритата емоционалност**, заложена в част от отговорите на анкетното проучване, се потвърждава основната теза за наличие на съотношение между „**рационалност**“ и „**емоционалност**“ в търговските решения от международния бизнес. При определени условия и форми на МИО емоционалността се явява доминиращ фактор, който влияе върху избора и има както осъзнат, така и несъзнаван характер.

## **VI. СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ**

### **ПУБЛИКАЦИИ, СВЪРЗАНИ С ТЕМАТА**

- 1.) Тилева И.: **„Развитие на корпоративната социална отговорност в банковия сектор след влизането на България в ЕС”,** стр.175-183, Конференция на катедра „МИО и бизнес” към УНСС на 07.10.2016г. на тема: „Членство на България в ЕС: девет години по-късно”
- 2.) Тилева И.: **„Съвременни теории в икономическата психология при процеса за вземане на решение”,** стр. 172-181, Кръгла маса към „Общикономически факултет” към УНСС на 11.10.2018г. на тема: „Съвременна динамика на икономическите теории”
- 3.) Тилева И.: **„Потенциални възможности на социалното предприемачество в кръговата икономика на ЕС след присъединяването на България”,** стр. 379-388, Конференция на катедра „МИО и бизнес” към УНСС на 19.10.2018г. на тема: „Членството на България в ЕС: единадесет години по-късно”

### **ДРУГИ ПУБЛИКАЦИИ**

- 4.) Тилева И.: **„Развитие на Директивата за платежните услуги (PSD) на ЕС и предизвикателства пред България след влизането в сила на PSD2”,** стр. 232-241, Конференция на катедра „МИО и бизнес” към УНСС на 20.10.2017г. на тема: „Членство на България в ЕС: десет години по-късно”

## **VII. ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ**

Декларирам, че настоящата дисертация е оригинален авторски труд и в нейното разработване не са използвани в нарушение на авторските права чужди публикации и разработки.