

عنوان مقاله:

علوم شناختی رویکردی برای تبیین رفتار اقتصادی مصرف کننده

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات اقتصادی، دوره 52، شماره 1 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 34

نویسندگان:

پرویز محمدزاده - دانشیار گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

محمدباقر بهشتی - استاد گروه اقتصاد دانشگاه تبریز

اکرم اکبری - دانشجوی دکترا

خلاصه مقاله:

رفتار مصرف کننده از جمله مهم ترین موضوعات مورد بحث در اقتصاد خرد است. در اقتصاد نئوکلاسیک، فرض می شود رفتار انسان ها برای رسیدن به هدف، بر عقلانیت محض مبتنی باشد. در حالی که سایمون، مفروضات پارادایم نئوکلاسیک ها را نقد کرده و عقلانیت محدود را مطرح می کند. چرا که انسان به دلیل مواجهه با عدم قطعیت و نبود دسترسی به اطلاعات آینده، دارای محدودیت های شناختی است، به گونه ای که نمی تواند بر طبق پیش بینی اقتصاد نئوکلاسیک، عاقلانه و منطقی تصمیم بگیرد، بنابراین بر اساس مطالعات انجام گرفته در این زمینه می توان گفت که رفتار انسان متأثر از هر دو عامل شهودی و عامل استدلالی است و این طور نیست که انسان کاملاً به صورت عقلانی رفتار می کند. هدف از مقاله این است که رفتار مصرف کننده را از چهار رویکردهای متفاوت اقتصادی، روانشناسی، جامعه شناسی و علوم شناختی بررسی کند. مهم ترین دیدگاهی که طی سالیان اخیر توجه زیادی به خود جلب کرده، دیدگاه علوم شناختی است که در زمینه ی درک و فهم مغز و ذهن انسان که اطلاعات را دریافت، نگهداری و پردازش می کند، می باشد. تمرکز این علم بر استدلال، ادراک، حافظه، آگاهی، احساسات، توجه، هشیاری، خلاقیت، استفاده از زبان و ارتباط میان آنهاست که برای پی بردن به توانایی مغز و ذهن انسان به کار گرفته می شود.

کلمات کلیدی:

علوم شناختی، نظریه رفتار مصرف کننده، عقلانیت محض، عقلانیت محدود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1308123>

