

PSIXOLOGİYA elmləri

UOT 159.9:33

DOI: 10.30546/25194011.2026.101.6.1.159

NEYROIQTİSADIYYAT: İQTİSADI
QƏRARLARIN NEYROPSIXOLOJİ
ƏSASLARI

FATİMƏ BAYRAMOVA

Psixologiya üzrə fəlsəfə doktoru

E-mail: fbayramova2@gmail.com

XÜLASƏ

Son illər iqtisadiyyat və psixologiya elminin ən innovativ istiqamətlərindən biri olan neyroiqtisadiyyat elmi insanların qərar qəbul etmə davranışlarını daha real əsaslarla tədqiq edir. Ənənəvi iqtisadi modellərin rəşional tərzləri çox vaxt real həyatla üst-üstə düşmədiyindən, neyroiqtisadiyyat insan beyninin qərarlara necə reaksiya verdiyini öyrənməklə iqtisadi nəzəriyyələrə yeni, geniş imkanlar açır. Neyroiqtisadiyyat iqtisadi sferada qərarların qəbulu prosesinin psixoloji mexanizmlərin, koqnitiv, emosional, konkret şəraitindən asılı olaraq fərqli təzahür etdiyi prosesləri öyrənir.

Açar sözləri: neyroiqtisadiyyat, menecment, marketinq, rəşional və emosional təfəkkür, qərar qəbulu, koqnitiv proseslər, emosiya və hisslər, psixoloji mexanizmlər

GİRİŞ

Müasir dövrümüzdə psixologiya elmi inkişaf edərək bir çox elmlərin əsas nüvəsinə, mahiyyətinə çevrilməkdədir. XXI əsrin yeni elm sahələrindən biri olan neyroiqtisadiyyat elmi iqtisadiyyat, psixologiya və neyroelmin vəhdətində yaranan multidisiplinar elm sahəsidir. İqtisadiyyat elmi insani davranışları, qərar qəbulunun mahiyyətini rəşional tərzdə şərh etdiyi halda, neyroiqtisadiyyat elmi həmin davranış və qərarların qəbulunu, rəşionallıqla yanaşı insan təcrübəsi, intuisiyası, emosional reaksiyaları, yaş və cins faktorları ilə izah edir.

Neyroiqtisadiyyat elminin tarixi inkişafı

Neyroiqtisadiyyat multidisiplinar elm sahəsi olduğu üçün həm iqtisadçılar, həm psixoloqlar, həm də neyroelm mütəxəssisləri bu sahənin inkişafında fəaliyyət göstərmişlər. Bu sahənin tədqiqatları çox da qədim və geniş tarixə malik deyil. Neyroiqtisadiyyatın banilərindən sayılan Nyu York Universitetinin neyroelm və iqtisadiyyat üzrə professoru Pol

Qlimçer (Paul Glimcher) iqtisadi qərarların neyron əsaslarını tədqiq etmiş, beynin fəaliyyətini iqtisadi seçimlərlə əlaqələndirmişdir [8].

Emosiya və impulsların insanın iqtisadi seçim üstünlüyünə təsiri səviyyəsini araşdıran Karneqi Melon Universitetinin psixologiya və iqtisadiyyat elmləri üzrə professoru Corc Lyovenşteyn (George Loewenstein) davranış iqtisadiyyatı ilə neyroelmi birləşdirən ilk alimlərdən olmuşdur. İnsanların qənaət, investisiya və risk götürmə davranışlarında psixoloji qəzəlləri araşdıran Corc Lyovenşteyn onların bu qərarlarının təkcə rəşional deyil, emosional olduğunu vurğulayır. Alimin ən məşhur nəzəriyyəsi “Information – gap theory of curiosity” (“Məlumat boşluğu nəzəriyyəsi”) ilə bağlı olmuşdur. Lyovenşteynə görə maraq insanın bildiyi ilə bilmədiyi mövzuların arasında boşluqdan yaranır. Məsələn, bir insan hansısa bir mövzunu anlayır, lakin mövzunun digər hissəsini anlamadığını dərk edirsə, o hissəni doldurmaq üçün onda maraq, motivasiya yaranır. Bu “Curiosity Gap” (“Məlumat boşluğu”) adlanır. Məlumat boşluğunun manipulyativ istifadəsi marketinq sahəsində daha çox istifadə olunur. Çox zaman kitabların üzərində belə bir başlığa rast gəlirik: “Həyatını dəyişəcək 50 məsləhət”. Bu cür başlıq insanların düşüncəsində bir boşluq yaradır, həyatı dəyişmək üçün bilməli olduqları məsləhəti öyrənmək üçün kitabı oxumağa ehtiyac duyurlar. Bu halın psixoloji mexanizmini onunla izah edə bilərik ki, insanların düşüncəsi tamlığa üstünlük verir, bilikdə olan boşluq zehində “narahatlıq” yaradır. Boşluq doldurmaq tələbatı maraq hissini oyadır.

Corc Lyovenşteyn həmçinin, “Maraq boşluğu” nəzəriyyəsində media və marketinqdə istifadə olunan “Clickbait” başlıqlarından çox istifadə edildiyini vurğulayır. Xəbər portallarında çox zaman bir məşhur alimin ixtirasını dünyada müzakirə olunduğunu qeyd edirlər. İnsanlar həmin boşluğu doldurmaq üçün linkə daxil olur. Lakin çox zaman artıq ifrat həddə çatdıqda insanlar həmin məlumat boşluğunu doldura bilmədikdə frusturasiya halı yaşayaraq həmin sahəyə inamını itirirlər. Corc Lovenş-

teynə görə “Maraq boşluğu” həm təhsil sferasında, həm idarəetmədə, həm də media/marketingdə çox effektiv nəticələr göstərə bilər [6].

Emosiyaların qərar qəbulu prosesində rolunu göstərən Somatik marker hipotezi ilə məşhur olan Cənubi Kaliforniya Universitetinin neyrobioloqu Antonio Damasio araşdırmalarını neyroiqtisadiyyatın psixo-nevroloji əsaslarını öyrənməyə yönəlmişdir [5].

Bundan əlavə, Vernon Smith (eksperimental iqtisadiyyat üzrə Nobel mükafatçısı), Richard Thaler (davranış iqtisadiyyatı), Daniel Kahneman və Amos Tversky (Prospect Theory) [4], kimi alimlər də neyroiqtisadiyyatın nəzəri əsaslarının formalaşmasına mühüm təsir göstərmişdir. Daniel Kanemanın da bu sahədə fəaliyyəti böyükdür. Onun “Asta düşün, sürətli qərar qəbul et”[7], “Qeyri-müəyyən şəraitdə qərar qəbulu”[3] adlı kitabları XXI – əsrin qərar qəbulu sahəsində ətrafına geniş oxucu kütləsi yığmışdır.

Neyroiqtisadiyyatın əsas tətbiqi və tədqiqat sahələri

Neyroiqtisadiyyatın əsas məqsədi insanların niyə hər zaman rəşional qərar vermədiyini, seçimlərinin arxasında hansı psixoloji mexanizmlərinin dayandığını anlamaqdır. Nəyə görə eyni situasiyada insanlar fərqli qərar qəbul edirlər. Əsas mahiyyət bu problemin üzərində dayanır. Lidiya Qurova qeyd edirdi ki, problemin mahiyyəti yalnız onda deyil ki, insan bu qərara necə gəlir, həm də ondadır ki, o, qeyd olunan situasiyada niyə başqa cürə yox, məhz bu cür hərəkət edir. O, hesab edir ki, seçim azadlığı probleminin tədqiqatın predmetinə daxil edilməsi zəruridir [2].

Neyroiqtisadiyyatda əsas tədqiqat sahəsini aşağıdakı kimi qruplaşdırırıq:

1. Qərar qəbulunun psixoloji mexanizmi – beyin hansı neyron siqnallarının əsasında risk, gəlir və ya itki barədə insanı məlumatlandırır və qərarları həyata keçirir. Bu prosesin yaranması, inkişafı və gedişatını görmək mümkün olmasa da, nəticəsinə əsasında dəyərləndirmək bəzi metodlarının sayəsində reallaşdırmaq mümkün ola bilər.

2. Qərar qəbulunun icrasının konkret şəraiti –

konkret şəraiti biz üç kontekstdən dəyərləndirə bilərik.

- Müəyyən şəraitdə qərar qəbulu;
- Qeyri – müəyyən şəraitdə qərar qəbulu;
- Risk şəraitində qərar qəbulu

Hər bir konkret şəraitin icra olunan qərarlarının planlanmasına, gedişatına və nəticəsinə birbaşa təsiri vardır. Eyni insan müxtəlif şəraitdə eyni qərarları müxtəlif aspektdən dəyərləndirə bilər.

3. Hiss və emosiyaların təsiri səviyyəsi – insanlar qərar qəbul edərkən hiss və emosiyalarını necə idarə edirlər?! Hisslərin sabitliyi bir insanda güclü olduğu təqdirdə digərində stabil deyil, lakin hissələrin ifadəsinin qərarların qəbulunun yalnız və ya doğru olması ilə deyil, şəraitə görə dəyərləndirilməlidir.

4. Neyromediatorların təsiri – dopamin, endorfin və digər neyrotransmitterlərin iqtisadi motivasiyaya təsiri səviyyəsinin ölçülməsi.

5. İnformasiyaların persepsiyası – insanların məlumatı necə ötürməsi, qavraması, şərh edib qərarları qəbul etməsi ilə bağlıdır.

Neyroiqtisadiyyat elminin daxil olduğu sahələr sırasına marketing, maliyyə bazarı, menecment, ictimai siyasət sahələrini qeyd edə bilərik.

Marketing sahəsində istehlakçının seçim üstünlüyünü müəyyənləşdirmək üçün neyropsixoloji faktorlar əhəmiyyətli məna kəsb edir. İnsanlar alış – veriş edərkən rəşional, yoxsa emosional tərəkəkkürə daha çox üstünlük verir? Emosional intellektin burada rolu varmı? Yaş və cins faktorların üstünlüyə təsir səviyyəsi nədərcədədir? Musiqinin həqiqətən alış – veriş prosesinə təsiri varmı?

Əvvəla onu qeyd edirəm ki, həm rəşional, həm də emosional tərəkəkkür tərzi istehlakçı davranışa müsbət və mənfi təsir göstərə bilər.

Məsələn, giləmeyvə mürəbbəsinin növünü seçmək asan görünə bilər, halbuki əslində çətin bir seçimdir. Ələlxüsus da marketing vitrinində bu məhsulun onlarla növü olduğu zaman. Ən yaxşı üsul özümüzə bu cür sual verməkdir: “Mümkündürmü ki, bu qərarımızı hesablamaların köməyi ilə reallaşdırıq?”. Əksər mürəbbə növlərinin dadları eynidir, ona görə də biz onları qiymətləri ilə təhlil edərsək, heç nə itirmərik. Bu halda rəşional tərəkəkkürümüzə müraciət edərək ən ucuz mürəbbəni seçməyimiz daha məqsədəuyğundur (emosional tərəkəkkür aldadıcı ola bilər, məsələn, məhsulun gözəl bağlanma tərzinə və ya rənginə görə aldana bilərik). Qərar qə-

bulunun bu metodunu məhsulun detallarının vacib olmayan istənilən sahələrdə istifadə etmək mümkündür. Daha vacib qərarların qəbulu, məsələn, ev, maşın və ya mebel alqısı zamanı yalnız qiymətə görə təsnifləşdirmə aparsaq, vacib və mühüm informasiyaları məhdudlaşdırma bilərik. Ola bilər ki, ən ucuz kürsü həqiqətən də, keyfiyyətsizdir və ya onun xarici görünüşü zövqümüzə deyildir. Həqiqətən dəyərmi maşını və ya mənzil aldığımız zaman yalnız rəşional təfəkkürümüzə müraciət edək? [1, s.27].

Maliyyə bazarlarında neyroiqtisadiyyat ən aktual tətbiq meydanıdır. Burada əsas məsələ investorların panika və ya euforiya hallarında necə davrandığını, duyğu və hisslərin izahını verməkdir. Həmçinin, maliyyə bazarının xüsusiyyətlərinə investorların davranışında emosiyaların və koqnitiv qərəzlərin böyük rolu, yüksək risk və qeyri-müəyyənlik, qiymətlərin bəzən rəşional gözləntilərə yox, psixoloji faktorlara əsasən dəyişməsi xarakterikdir [9].

Valyuta bazarları: Kəskin dalğalanmalarda investorlar çox vaxt təşviş halında olurlar və rəşional strategiyaları pozurlar.

Kriptovalyuta bazarları: Qeyri-müəyyənlik və yüksək emosional təsir nəticəsində neyroiqtisadi faktorlar daha güclü görünür.

Neyroiqtisadiyyatın maliyyə bazarına tətbiqi göstərir ki, qiymətlərin dəyişməsi təkcə fundamental və texniki faktorlarla deyil, həm də insan beyninin emosional və koqnitiv mexanizmləri ilə izah olunur. Bu sahənin inkişafı həm investorların qərar qəbul etməsində, həm də maliyyə siyasətində yeni yanaşmaların formalaşmasına imkan yaradır.

Menecment – əməkdaşların motivasiyasını artırmaq üçün psixoloji mexanizmlərə əsaslanan metodlar. Menecmentdə stressin neyropsixoloji mexanizmlərini bilmək idarəetmədə daha dayanıqlı sistem yaratmağa imkan verir. Effektiv liderlər əməkdaşlarda müsbət emosiyalar yaradaraq onların öyrənmə və yaradıcılıq qabiliyyətini gücləndirirlər. Neyropsixoloji araşdırmalar göstərir ki, xroniki stress frontal payın fəaliyyətini zəiflədir, nəticədə strateji düşünmə qabiliyyəti azalır. Stress, risk və qeyri-müəyyənlik şəraitində beynin limbik sistemi aktivləşir, bu da tez-tez impulsiv qərarlara səbəb olur.

Azərbaycanda neyroiqtisadiyyat elminin inkişafında ənənəvi iqtisadi məktəblərdə psixologiya və neyroelm fənləri ilə inteqrasiya aparılır. Bu isə

“multi-disiplinar” yanaşmanın zəifləməsinə səbəb olur. Yalnız çıxışların aparılması, ələlxüsüs də iqtisadçılar tərəfindən problemi geniş inkişaf etməsinə maneçilik yaradır. Çünki neyroiqtisadiyyatın tədqiqat obyektinin psixoloji mexanizmləri psixoloqlar tərəfindən, nəticələrin icra olunması isə iqtisadçılar tərəfindən aparılmalıdır. Daha dəqiq şərh etsək, bu sahənin inkişafına səbəb olan maneələr sırasına aşağıdakıları aid edə bilərik: texniki baza qurmaq (laboratoriyalar, avadanlıqlar); kadr hazırlığı (təhsil proqramları, mübadilələr); inteqrasiya və beynəlxalq əməkdaşlıq; tətbiqi istiqamətlərdə konkret layihələr

NƏTİCƏ

Neyroiqtisadiyyat hələ çox gənc elm sahəsidir, amma iqtisadiyyatın gələcəkdə daha real və insan davranışına uyğun modellər qurmasında böyük rol oynayır. Neyropsixologiya menecmentdə insanların necə düşündüyünü, öyrəndiyini və qərar verdiyini daha dərindən anlamağa imkan verir. Bu yanaşma liderlik, insan resursları, stress idarəetməsi və strateji planlaşdırma sahələrində yüksək effektivlik yarada bilər.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Fatimə Bayramova “Qərar qəbulunun idarəetmənin səmərəliliyinə təsirinin psixoloji cəhətləri”, diss. Bakı-2024, s. 174
2. Гурова, Л.Л. Принятие решений как проблема психологии познания// М.: Вопросы психологии, – 1984. №1 – с.125-132
3. Канеман, Д. Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения/ Д.Канеман, П.Словик А. Тверски;– Харьков:Институт прикладной психологии «Гуманитарный Центр»,– 2005. – с.632
4. Kahneman, D., Tversky, A. Prospect theory: An analysis of decision under risk// Econometrica, – 1979. – 47 (2), – p.263 – 291
5. Antonio R. Damasio "Descartes' Error: Emotion, Reason, and the Human Brain"/ABŞ (USA)/G. P. Putnam's Sons/1994. p.312
6. George Loewenstein "The psychology of curiosity: A review and reinterpretation"/APA, Psychological Bulletin/ 1994, p.75-98

7.Kahneman, D. Thinking, Fast and Slow/ D. Kahneman: Penguin Books, – 2011. – p.512

8.Paul W. Glimcher "Foundations of Neuroeconomic Analysis"/Oxford University Press, 2011, p.488

9.Wang, C., Vieito, J. P., & Ma, Q. A Neuroeconomics Analysis of Investment Process with Money Flow Information: The Error-Related Negativity. Computational Intelligence and Neuroscience/ 2015. p.12

АННОТАЦИЯ

НЕЙРОЭКОНОМИКА: НЕЙРОПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

Фатима Байрамова Авазовна
доктор философии по психологии, доцент

fbayramova2@gmail.com

В последние годы нейроэкономика стала одним из самых инновационных направлений в науках об экономике и психологии, изучая поведение человека в процессе принятия решений на более реалистичной основе. Так как рациональные подходы традиционных экономических моделей зачастую не совпадают с реальной жизнью, нейроэкономика вносит новый вклад в экономическую теорию, исследуя, как человеческий мозг реагирует на принимаемые решения. Она изучает процессы принятия решений в экономической сфере, где психологические механизмы, а также когнитивные, эмоциональные и ситуативные факторы проявляются по-разному.

Ключевые слова: нейроэкономика, менеджмент, маркетинг, рациональное и эмоциональное мышление, принятие решений, когнитивные процессы, эмоции и чувства, психологические механизмы

ABSTRACT

NEUROECONOMICS: NEUROPSYCHOLOGICAL FOUNDATIONS OF ECONOMIC DECISIONS

Fatima Bayramova Avaz
PhD in Psychology
fbayramova2@gmail.com

In recent years, neuroeconomics has emerged as one of the most innovative directions in economics and psychology, examining human decision-making behavior on more realistic grounds. Since the rational approaches of traditional economic models often fail to reflect real life, neuroeconomics contributes to economic theory by exploring how the human brain responds to decisions. It studies the processes of decision-making in the economic sphere, where psychological mechanisms, as well as cognitive, emotional, and situational factors, manifest themselves in diverse forms.

Keywords: Neuroeconomics, management, marketing, rational and emotional thinking, decision-making, cognitive processes, emotions and feelings, psychological mechanisms

Məqalə redaksiyaya daxil olub: 03.11.2025

Çapa qəbul olunub: 19.12.2025

The date of the admission of the article to the editorial office: 03.11.2025

Accepted for publication: 19.12.2025

Статья поступила в редакцию: 03.11.2025

Принята к публикации: 19.12.2025