

### **İrşad Abdul oğlu KƏRİMLİ**

i.e.d., professor, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
UNEC, İqtisadiyyat və idarəetmə kafedrasının professoru  
UNEC, Xarici ticarətə dəstək mərkəzinin rəhbəri  
**E-mail:** [irshad.karimli@unec.edu.az](mailto:irshad.karimli@unec.edu.az)

### **Rasim Pərviz oğlu MƏMMƏDOV**

Dünya iqtisadiyyatı üzrə fəlsəfə doktorantı, Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti  
ORCID 0000-0002-3342-5561  
**E-mail:** [rasim-mammadov@unec.edu.az](mailto:rasim-mammadov@unec.edu.az)

## **DAVRANIŞ İQTİSADİYYATININ NƏZƏRİ ƏSASLARI VƏ BEYNƏLXALQ TİCARƏTDƏKİ TƏSİRLƏRİ: PSIXOLOJİ FAKTORLARIN ROLU**

### **Xülasə**

Davranış iqtisadiyyatı psixoloji faktorlarla çox əlaqəlidir. Ona görə də son dövrlərdə daha geniş rast gəlinən bu anlayışın müxtəlif sahələrdə özünü göstərməsini psixoloji aspektlərdən araşdırmaq zərurəti meydana çıxır. Bu gün qloballaşan və rəqəmsal dünyada psixoloji amillərin iqtisadiyyata təsiri getdikcə daha aydın görünür. Bu tədqiqat müasir iqtisadi dinamika və beynəlxalq ticarətin psixoloji əsasları kontekstində son dərəcə aktual və əhəmiyyətlidir. Davranış iqtisadiyyatı yalnız iqtisadi qərar qəbul etmə proseslərini deyil, həm də insan davranışını və psixoloji meyillərini anlamaq üçün də vacib bir vasitədir. Bütün bunlara əsaslanaraq qeyd edə bilərik ki, araşdırma mövzusu bu gün üçün aktual hesab olunur. Tədqiqatın məqsədi davranış iqtisadiyyatının nəzəri əsaslarının, onun beynəlxalq ticarətə təsirləri və buradakı psixoloji aspektlərinin araşdırılaraq öyrənilməsindən ibarətdir. Bu araşdırmanın tədqiqat obyektini davranış iqtisadiyyatının nəzəri əsasları və psixoloji amillərin beynəlxalq ticarətə təsiri təşkil edir. Tədqiqatın predmeti davranış iqtisadiyyatı nəzəriyyəsinin insanların iqtisadi qərarlarındakı psixoloji amilləri və onların irrasional davranışlarını izah edərək beynəlxalq ticarətin dinamikasına necə təsir etdiyini araşdırır. Bu çərçivədə həmçinin istehlakçı davranışı, dünya bazarlarında psixoloji amillərin rolu araşdırılır. Tədqiqat zamanı müqayisə, müşahidə, təhlil, deduksiya və induksiya metodlarından istifadə olunmuşdur. Tədqiqat, davranış iqtisadiyyatını daha çox psixoloji faktorlara əlaqələndirərək araşdırır və bu proseslərin beynəlxalq ticarətə, ticarət prosesində qərarlara necə təsir etdiyini təyin edir. Ticarətin təkə iqtisadi hesablamalarla deyil, həm də psixoloji elementlərlə müəyyən edildiyi, "rasional istehlakçı" modelindən kənara çıxaraq iqtisadi qərarların psixoloji amillərlə təyin olunduğu qəbul edilir. Bunlar tədqiqat üzrə problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsini təşkil edir. Tədqiqatın sonunda araşdırma üzrə nəticə və təkliflər qeyd olunmuş, istifadə olunmuş ədəbiyyat icmalısı göstərilmişdir.

**Açar sözlər:** Davranış iqtisadiyyatı; beynəlxalq ticarət; psixoloji faktorlar; istehlak qərarları.

**JEL:** H 00

**UOT:** 338

**DOI:** <https://doi.org/10.54414/NJJG3126>

### **Giriş**

İstehlakçı davranışları yaş, cins, ailə vəziyyəti kimi demoqrafik amillərdən və digər bir sıra amillərdən təsirlənə bilər. Məsələn, tək istehlakçılar istehlak tendensiyasına rasional münasibət göstərsələr də, evli istehlakçılar eyni

istehlak tendensiyasına fərqli münasibət bəsləyirlər. Əksinə, evli istehlakçıların istehlak qərarında rasional, subay istehlakçıların isə irrasional davrana biləcəyi müəyyən edilir. Belə demoqrafik amillərlə bərabər qərarlara psixoloji faktorlar da təsir göstərə bilər.



Davranış iqtisadiyyatı psixoloji amillərin istehlakçı davranışına təsirini araşdıraraq yeni bir sahə olaraq ortaya çıxdı. Aydın ki, insan əsaslarına söykənən sosial elm olan iqtisadiyyat psixologiya, sosiologiya kimi elm sahələri ilə birlikdə araşdırma apardıqca insanın iqtisadi həyatı ilə bağlı daha faydalı və mənalı nəticələr əldə edəcəkdir. Davranış iqtisadiyyatı tədqiqatları bu mənada çox geniş spektrə malikdir. Çünki daha öncə də qeyd edildiyi kimi insanın qərar vermə mexanizminə təsir və istiqamət verə bilən bir çox amillər var. Mürəkkəb bir quruluş olan insan beyninin iqtisadi həyatda qərar vermə proseslərində etdiyi seçimlərin səbəbi davranış və eksperimental araşdırmalarla aydınlaşdırıla bilər. Bu səbəbdən psixologiya, sosiologiya, antropologiya, fəlsəfə və tarix kimi elmlərlə eyni vaxtda bu sahədə araşdırmaların aparılması iqtisadiyyat elminə böyük töhfə verəcəkdir.

Davranış iqtisadiyyatının meydana gəlməsi ilə “ənənəvi iqtisadçılar” və “davranış üzrə iqtisadçılar” anlayışlarının fərləndirilməsi kimi bir ehtiyac yaranır. Belə ki, ənənəvi iqtisadçılar bazarların davranışını araşdıraraq aşağıdakılar arasındakı əlaqəni təhlil edirlər:

- gəlirlər;
- qiymətlər;
- xərclənən məbləğlər;
- əmanətlər;
- investisiyalar.

Davranış üzrə iqtisadçılar, insanların motivasiyaları, münasibətləri və gözləntiləri kimi davranışa təsir edən psixoloji amillər də daxil olmaqla, investisiya, qiymət təyini, qənaət və xərcləmə proseslərini təhlil edərək insan davranışını öyrənirlər [1, s. 96].

Davranış iqtisadiyyatı insanların iqtisadi qərarlarının yalnız rəasional deyil, həm də psixoloji amillərlə təyin olunduğunu iddia edir. Bu çərçivədə beynəlxalq ticarətin də yalnız iqtisadi maraqlarla deyil, həm də bu psixoloji amillərlə təyin olunduğunu anlamaq vacibdir.

### **Davranış iqtisadiyyatının nəzəri əsasları və psixologiya ilə əlaqəsi.**

İqtisadiyyatın ən kiçik struktur bloku olan fərdlərin qeyri-məhdud istək və ehtiyacları var. Bazara təklif olunan mal və xidmətlər vasitəsilə bu ehtiyacları ödəyən şəxslər ənənəvi olaraq öz maraqlarına uyğun hərəkət edən, rəasional

davranış nümayiş etdirən və faydanı maksimuma çatdıran iqtisadi agentlər kimi qəbul edilir. Bu əsas cərəyan iqtisadi proseslərin mərkəzi olsa da, üstünlük təşkil edən və hər kəs tərəfindən qəbul olunan davranışlar fərqli olmağa başladı. Fərdlərin sırf istehlak nümunələri deyil, fərqli istehlak vərdişləri sərgilədiyi ortaya çıxdı. Bu kontekstdə iqtisadiyyatda yeni davranış modelləri meydana çıxdı [2, s. 355].

İstehlak qərarlarında psixoloji faktorların gözdə edilə bilməyəcəyi açıqlanıb. Yaş, cins və ya iş sahəsinə görə təsnif edilən müxtəlif istehlakçı qruplarının istehlak vərdişləri də iqtisadiyyatın müxtəlif elm sahələri ilə əlaqəsini ortaya qoyur. İqtisadiyyat elminin təkbaşına mövcudluğunu davam etdirə bilməyəcəyi bir çox iqtisadçılar tərəfindən irəli sürülüb. İqtisadçılar iqtisadiyyat və digər elmlərin qarşılıqlı sintezini ifadə etmişlər. Bu kontekstdə iqtisadiyyat istehlakçı davranışını öyrənən bir elm olduğu üçün araşdırmalarında psixologiyadan da faydalanmalıdır. İqtisadiyyat və psixologiyanın birləşməsi ilə məlum oldu ki, rəasional istehlakçı irrəasional qərarlar verə bilər. Beləliklə, iqtisadiyyatda əsas cərəyanın sərt fərziyyələrinə əks olan yeni bir sahə meydana çıxdı. Bu davranış iqtisadiyyatıdır. İqtisadi təhlillərin reallığı artırmaq səyi ilə ortaya çıxan davranış iqtisadiyyatı fərdlərin psixoloji xüsusiyyətlərini nəzərə alır [2, s. 356].

Davranış iqtisadiyyatı Neo-klassik məktəbi tənqid etdi və fərdlərin irrəasional davranışa malik ola biləcəyini təklif edən yanaşmalar inkişaf etdirdi. Johnson (1958) və Bouldingin (1958) tədqiqatlarında qeyd edildiyi kimi, davranış iqtisadiyyatının əsas dayağı koqnitiv psixologiyadır [3, s. 1].

Gintis, davranış iqtisadiyyatının əsas fərziyyələrindən biri olaraq, insanların sosial normalara və digər insanların davranışlarına qarşı həssas olması və bu amillərin onların qərarlarına təsir etdiyini bildirir [4, s. 73].

İqtisadiyyat və psixologiyanın sintezi nəticəsində formalaşan davranış iqtisadiyyatı sahəsi insanın iqtisadi həyatda davranışını dərk etməyə və modelləşdirməyə imkan verdi. Bu sahədə çalışan həm köhnə, həm də yeni davranışçı iqtisadçılar müxtəlif kompüter simulyasiyaları, davranış modelləşdirmə və qəraz təhlili apardılar. Bu kontekstdə davranış

iqtisadiyyatı əsas iqtisadiyyat məktəbinin baxışlarının dəyişməz olması fikrini aradan qaldırır. İqtisadiyyat elminə fərqli bir perspektiv gətirən davranış iqtisadiyyatı, istehlakçıların duyğularını satın alma üzrə qərar qəbul etmə proseslərinə inteqrasiya etdiyini qəbul edir [2, s. 356].

İqtisadi hadisələrin təhlilində davranış iqtisadiyyatının ilk metodu müşahidələrə əsaslanırsa da, psixoloji proseslərin insanın davranışına və üstünlüklərinə necə təsir etdiyini birbaşa ölçmək mümkün deyil. Nəzarəti az olan sahələrdən əldə edilən məlumatlar davranış iqtisadiyyatı suallarına cavab vermək üçün kifayət etmədiyi üçün idarə olunan şəkildə əldə edilən və xüsusi xüsusiyyətlərin ayrılı biləcəyi eksperimental üsullarla əldə edilən məlumatlar daha informativdir. Buna görə də davranış iqtisadiyyatı nəzəriyyə və modellərinin ən mühüm sınaq üsullarından biri eksperimental yanaşmalardır [1, s. 97].

Məhsul və xidmətlərin seçilməsi, alınması və istifadəsi ilə bağlı davranışların öyrənilməsi çoxdan psixologiya, iqtisadiyyat, marketinq və getdikcə daha çox nevrologiya da daxil olmaqla müxtəlif sahələrdə çalışan tədqiqatçıları cəlb etmişdir. Bu mövzu həm psixologiya, həm də istehlakçı araşdırmaları baxımından bir sıra jurnallarda, o cümlədən qiymət, marka və reklamın istehlakçı seçimlərinə necə təsir etdiyi və akademik jurnallarda araşdırılmışdır [5, s. 116].

Son iyirmi ildə, təxminən bir əsrlik fasilədən sonra iqtisadiyyat psixologiyadan fikir almağa başladı. "Davranış iqtisadiyyatı" hazırda intellektual dünyada əhəmiyyətli yer tutur və iqtisadiyyatın maliyyə, oyun nəzəriyyəsi, əmək iqtisadiyyatı, dövlət maliyyəsi, hüquq və makroiqtisadiyyat kimi sahələrində tətbiq olunur. Davranış iqtisadiyyatı əsasən psixologiyanın "davranış qərarlarının araşdırılması" adlanan bir hissəsinə əsaslanır [16].

Davranış iqtisadiyyatı adı altında iqtisadi davranışı psixologiya və sosiologiya ilə izah etmək, şübhəsiz ki, bu elmlərin köklü nəzəriyyələrinə əsaslanır. Davranış iqtisadiyyatının əsasları 18-ci əsrə aiddir. Adam Smitin "Əxlaqi Hisslər Nəzəriyyəsi" nə əsaslanırsa da, onun yalnız 20-ci əsrdə tam şəkildə qəbul edilməsinin səbəbi psixologiyanın bir elm olaraq bərqərar olmasının 19-cu əsrdən sonra baş verməsidir. Bu kontekstdə psixoloji, sosioloji, hətta antropoloji

nəzəri və analitik yanaşmalara əsaslanan irəliləyişlərin davranış iqtisadiyyatı elmini sürətlə inkişaf etdirəcəyini söyləmək mümkündür [7, s. 1231].

**Davranış iqtisadiyyatının beynəlxalq ticarətdəki təsirləri: psixoloji faktorların rolu.**

Beynəlxalq ticarətdə davranışların rolu ilə bağlı ən əhəmiyyətli araşdırmalardan biri Camerer və digərlərinə aiddir (2005). Müəlliflər beynin bütün insan davranışlarını idarə etdiyini və iqtisadi qərarların istisna olmadığını iddia edirlər. Buraya hansı inteqrasiya formasını seçdiyimizə və kiminlə ticarət etdiyimizə dair qərarlar daxildir.

Fehr və Rangel (2015), psixoloqların alətlərindən istifadənin qərar qəbul etmə proseslərinə və əməkdaşlıq və tərəfdaşlıq və strateji ittifaqlar qurma meylinə necə işıq sala biləcəyini izah edir. Bənzər bir şəkildə, Hsu və Yoon (2015) istehlakçı davranışlarını psixoloji baxımdan təhlil edərək, alış-veriş modellərini diqqət və yaddaşa əlaqəli davranış faktorları ilə əlaqələndirirlər. Vong və Yazdanifard (2015) nevrologiya və psixologiyanın liderliyin formalaşması üçün bir vasitə kimi əhəmiyyətini təsvir edirlər [8, s. 118; 9, s. 587].

Beynəlxalq Ticarət fəaliyyəti təkcə iqtisadi və strateji mülahizələr deyil, həm də qərar qəbul edənlərin psixoloji meyllərindən də təsirlənir. Beynəlxalq ticarət müqavilələri bəzən ölkələr arasında etibarsızlıq və ya qarşılıqlı inamsızlıq səbəbindən pozula bilər. Davranış iqtisadiyyatı bu etibar problemlərini və psixoloji maneələri anlamağa kömək edir. Ticarət siyasəti hökumətlərin müəyyən sektorlara müdaxiləsinin psixoloji əsasları ilə də müəyyən edilir. Məsələn, özünü təmin etmə meyl (özünü təmin etmə), ölkənin xarici amillərdən asılılıqdan qaçaraq öz istehsalını artırmaq istəyindən irəli gəlir. Bu psixoloji amil proteksionizm siyasətini gücləndirir və beynəlxalq ticarəti məhdudlaşdırır.

Beynəlxalq ticarətin müxtəlif aspektlərində psixoloji amillərin rolu çox açıqdır. Bu amillər təkcə fərdlərin deyil, həm də hökumətlərin, korporasiyaların və digər təsərrüfat subyektlərinin davranışlarına təsir göstərir. Məsələn, bir ölkənin ticarət tərəfdaşı ilə qarşılaşdığı gərginlik milli kimlik və prestij məsələsi ola bilər. Davranış iqtisadiyyatı, milli maraqlar və psixoloji amillər arasındakı bu qarşılıqlı təsiri

anlamağa kömək edir. Bununla yanaşı investirlər beynəlxalq ticarətin gələcəyi ilə bağlı emosional proqnozlar verə bilər ki, bu da bazarın dəyişməsinə səbəb ola bilər.

Davranış iqtisadiyyatı göstərir ki, beynəlxalq ticarət təkə iqtisadi hesablamalarla deyil, həm də psixoloji amillərlə müəyyən edilir. İnsanların və ölkələrin emosional, psixoloji və idrak faktorlarının təsiri altında ticarət qərarları verdiyini nəzərə alsaq, ticarətin dinamikasını daha dərinə başa düşə bilərik. Şəxsi və milli psixoloji amillər böhran dövründə ticarət müqavilələrini, iqtisadi əməkdaşlığı və reaksiyaları böyük ölçüdə formalaşdırır. Beləliklə, beynəlxalq ticarətin gələcəyini anlamaq üçün davranış iqtisadiyyatı ənənəvi iqtisadi modellərlə birləşdirilməlidir.

Bütün ticarət və iqtisadi fəaliyyətlərin mərkəzində üstünlükləri və seçimi sahibkarların, firmaların və hökumətlərin bir çox qərar və hərəkətlərinə böyük təsir göstərən bir istehlakçı dayanır. Buna görə də tədqiqatın gedişində istehlakçı davranışı və satınalma qərarlarının araşdırılması əhəmiyyətli məsələdir [6].

İstehlakçının satın alma qərarına təsir edən bir çox amillər var. Bu amillərə mədəni, sosial, şəxsi və psixoloji amillər daxildir. Mədəni amillərə istehlakçının sosial, dini və etnik mənşəyindən irəli gələn dəyərlər və davranış nümunələri, sosial amillərə istehlakçının ailəsi, dostları, həmkarları və digər insanlarla münasibətləri, şəxsi amillərə istehlakçının yaşı, cinsi, gəlir səviyyəsi, təhsil səviyyəsi və şəxsiyyət xüsusiyyətləri, iqtisadi amillərə istehlakçının gəlir səviyyəsi, qiymətlər və satınalma qərarına təsir edən digər maliyyə amilləri, marketing amillərinə istehlakçı məhsulunun xüsusiyyətləri, brend imici, reklam və promosyonlar, həminin satış kanalları və satış sonrası xidmətlər kimi amillər, Ən əsası psixoloji amillərə istehlakçının ehtiyacları, motivasiyaları, qavrayışları, münasibətləri və öyrənmə prosesi daxildir [10, s. 300].

Ümumiləşdirməli olsaq, davranış iqtisadiyyatı çərçivəsində ticarət fəaliyyətində əsas psixoloji faktorların bir neçəsini aşağıdakı kimi qeyd edə bilərik:

**Motivasiya.** Ehtiyaclarını başa düşdükdən sonra beynəlxalq ticarət iştirakçısı olan ölkə, onu aradan qaldırmağın yollarını axtarmağa

başlayacaq, yəni tədbirlər görəcəkdir. Hərəkətlərinin istiqamətlərini təyin edən düşüncələrə, ümidlərə, inanclara, istəklərə, ehtiyaclarla və qorxulara motivlər deyilir. Motivasiyanın alış davranışına təsiri idxalçı ölkələr arasında da böyükdür.

**Münasibətlər və inanclar.** İnanclar bir şey haqqında bir-birini tamamlayan düşüncələrdir. Digər tərəfdən, münasibət obyektlərə və ya ətraf mühitə müsbət və ya mənfi şəkildə necə reaksiya verilməsi ilə bağlıdır. Münasibətlər və inanclar idxalçı və ixracatçı ölkələrin satın alma qərarlarına birbaşa təsir göstərir [11, s. 158].

**Qavrama.** Qavrama, ən ümumi mənada, hissələrin və məlumatların seçilməsi, dərk edilməsi və şərh edilməsi prosesidir. İstehlakçıların marka və marka xüsusiyyətlərini necə qəbul etmələri iş üçün çox vacibdir. Məhsul nə öz-özünə mövcud olur, nə də öz-özünə şəxsi mənə qazanır. Marketing nöqtəyindən nəzərdən məhsul o zaman mövcuddur ki, istehlakçı onun ehtiyacı ödəyəcəyini hiss edir [12, s. 53].

#### **Nəticə.**

Davranış iqtisadiyyatı ənənəvi iqtisadi nəzəriyyələrdən kənara çıxır və insan davranışını, xüsusən də psixoloji amillərin təsirini daha dərinə anlamaq üçün vacib bir yanaşma təklif edir. İqtisadi qərarların təkə rəşional hesablamalarla deyil, həm də insanların motivasiyası, münasibəti, inancları və qavrayışı kimi psixoloji proseslərlə formalaşdığı vurğulanır. Bu dinamika beynəlxalq ticarətə də böyük təsir göstərir. Ticarət təkə iqtisadi və strateji hesablamalarla deyil, həm də ayrı-ayrı şəxslərin və dövlətlərin psixoloji meyilləri ilə müəyyən edilir.

Davranış iqtisadiyyatının beynəlxalq ticarət qərarlarına necə təsir etdiyini başa düşmək, iqtisadi münasibətlərin daha sağlam və səmərəli idarə olunmasını təmin edə bilər. Məsələn, bir ölkənin digərinə qarşı ticarət müqaviləsinə inamsızlıq və ya milli nüfuzla bağlı narahatlıqlar yalnız iqtisadi maraqlara görə deyil, həm də psixoloji amillər nəticəsində pozula bilər. Bu vəziyyət hökumətlərdən və korporasiyalardan yalnız iqtisadi məlumatlara deyil, həm də beynəlxalq ticarət strategiyalarının formalaşmasında mədəni, sosial və psixoloji amillərə uyğun qərarlar qəbul etmələrini tələb edir.



Psixoloji amillər beynəlxalq ticarətin istiqamətini və dinamikasını müəyyənləşdirir, bu amillərin nəzərə alınması isə daha səmərəli və davamlı ticarət strategiyalarının hazırlanmasına kömək edə bilər. Bu çərçivədə davranış iqtisadiyyatı yalnız iqtisadi təhlili deyil, həm də psixoloji amilləri əhatə edən bir analiz çərçivəsi təklif edir ki, bu da dünya ticarətinin gələcəyini daha möhkəm təməllər üzərində qurmağa imkan verir.

Mövzu ilə bağlı aşağıdakı təklifləri irəli sürə bilərik:

İstehlakçı davranışı ilə bağlı psixoloji tədqiqatların genişləndirilməsi: istehlakçıların alış qərarlarına təsir edən psixoloji amillərin daha da öyrənilməsi onların marketing strategiyalarının effektivliyini artıracaqdır. Məsələn, motivasiya, münasibət, qavrayış və inanc kimi amillər düzgün məhsul seçimi və bazar strategiyalarını inkişaf etdirməyə imkan verə bilər;

Ticarət siyasətində şəxsi və sosial psixoloji amillərin nəzərə alınması: milli maraqlarla psixoloji amillər arasında bir əlaqə olduğu görünür. Beləliklə, ticarət müqavilələrində və diplomatik münasibətlərdə milli psixoloji amilləri, nüfuz mülahizələrini və etibarsızlıq hissələrini nəzərə almaq daha sağlam və davamlı əməkdaşlıq üçün faydalı ola bilər;

Təhsil və məlumatlılığın artırılması: İqtisadiyyat və psixologiya arasındakı yaxınlaşma müşahidə olunur. Bu baxımdan həm akademik sahədə, həm də siyasətçilər üçün psixoloji amilləri iqtisadi qərarlarla əlaqələndirən təhsil proqramlarının genişləndirilməsi təklif olunur. Bundan əlavə, iqtisadçı tələbələrin psixoloji nəzəriyyələrə yiyələnməsi onlara daha hərtərəfli və yenilikçi iqtisadi təhlil aparmağa imkan verə bilər.

Nəticə olaraq, tədqiqatın yeniliyi kimi qeyd edə bilərik ki, bu araşdırma davranış iqtisadiyyatını psixologiya ilə birləşdirir, iqtisadi qərarların arxasındakı insan psixologiyasını dərinlən təhlil edir və beynəlxalq ticarət və iqtisadi siyasətə bu yanaşmanı tətbiq edərək ədəbiyyata yenilikçi töhfə verir.

#### **ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:**

1. Can Y. İktisatta psixoloji insan faktörü: Davranışsal iktisat. *Hukuk Ve İktisat Araştırmaları Dergisi*. 2012; 2: 91-98.

(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/85291>)

2. Pehlivanoglu F., Şenveli Ç. Davranışsal iktisat çərçevesində rasyonel modern tükətici davranışları üzərində medeni durumun etkileri. *Kocaeli örneği. Sosyal Bilimler Dergisi*. 2022; 24 (2): 353-381.

(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/2614338>)

3. Loewenstein G., Angner E. Behavioral economics. *Elsevier's Handbook of the Philosophy of Science*. 2006; 5: 1-78.

4. Gintis H. The Bounds of Reason: Game Theory and the Unification of the Behavioral Sciences-Revised Edition. USA: Princeton University Press. 2014.

5. Hsu M., Yoon C. The neuroscience of consumer choice. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. 2015; 5: 116-121. (<https://neuroecon.berkeley.edu/public/papers/COBS%202015%20Consumer%20Neuroscience.pdf>)

6. <https://conexionintal.iadb.org/2016/11/01/el-aporte-de-la-economia-del-comportamiento-a-la-convergencia-regional/?lang=en>

7. Bakırcı F., Sarıkaya M. ve Bayraktar A. Bireysel kararların davranışsal iktisat açısından değerlendirilmesi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 2021; 35(4): 1223-1244.

(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1379608>)

8. Hsu M., Yoon C. The neuroscience of consumer choice. *Current Opinion in Behavioral Sciences*. 2015; 5: 116-121.

9. Wong Xie Zhe J., Yazdanifard R. The neuroscience of effective leadership; cultivation of a healthy corporate culture through neurochemicals. *International Journal of Management, Accounting and Economics*. 2015; 26 (6): 584-594.

10. Arman Z. C. Tükətici satın alma ilgilenimi ve davranışsal iktisat karşılaştırmalı bir uygulama. *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*. 2023; 7(20): 291-324.

(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/3136652>)

11. Odabaşı Y., Barış G. Tükətici Davranışı. *İstanbul: MediaCat Yayıncılık*. 2007.

12. Şahin B. G., Akballı E. E. Tükətici davranışlarını etkileyen faktörler ve yöntem

analizi. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*. 2019; 1: 43-85.

(<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/794302>)

**Иршад Абдул Каримли**

Доктор экономических наук, профессор, Азербайджанский государственный экономический университет (UNEC)

Профессор кафедры экономики и управления UNEC  
Руководитель Центра поддержки внешней торговли UNEC  
[irshad.karimli@unec.edu.az](mailto:irshad.karimli@unec.edu.az)

**Расим Парвиз Мамедов**

Докторант философии по мировой экономике, Азербайджанский государственный экономический университет (UNEC)

ORCID 0000-0002-3342-5561  
[rasim-mammadov@unec.edu.az](mailto:rasim-mammadov@unec.edu.az)

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ  
НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ: РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ**

**Резюме**

Поведенческая экономика во многом связана с психологическими факторами. Поэтому возникает необходимость исследовать с психологических аспектов более широкое в последнее время проявление этого понятия в различных областях. Сегодня в глобализованном и цифровом мире влияние психологических факторов на экономику становится все более очевидным. Данное исследование является чрезвычайно актуальным и значимым в контексте современной экономической динамики и психологических основ международной торговли. Поведенческая экономика является важным инструментом не только для понимания процессов принятия экономических решений, но и для понимания человеческого поведения и психологических тенденций. Исходя из всего этого, можно отметить, что тема исследования считается актуальной на сегодняшний день. Цель исследования состоит в изучении теоретических основ поведенческой экономики, ее влияния на международную торговлю и психологических аспектов здесь. Объектом исследования данного исследования являются теоретические основы поведенческой экономики и влияние психологических факторов на международную торговлю. Предметом исследования является изучение того, как теория поведенческой экономики влияет на динамику международной торговли, объясняя психологические факторы в экономических решениях людей и их иррациональное поведение. В этом контексте также исследуется поведение потребителей, роль психологических факторов на мировых рынках. В ходе исследования использовались методы сравнения, наблюдения, анализа, дедукции и индукции. Исследование исследует поведенческую экономику, связывая ее с большим количеством психологических факторов, и определяет, как эти процессы влияют на международную торговлю, решения в процессе торговли. Принято считать, что торговля определяется не только экономическими расчетами, но и психологическими элементами, выходя за рамки модели "рационального потребителя", экономические решения определяются психологическими факторами. Они составляют уровень постановки и изучения проблемы в рамках исследования. В конце исследования записываются выводы и предложения по исследованию, указывается обзор использованной литературы.

*Ключевые слова: Поведенческая экономика; международная торговля; психологические факторы; потребительские решения.*

**Irshad Abdul KARİMLİ**

Doctor of Economic Sciences, Professor, Azerbaijan State University of Economics (UNEC)  
Professor, Department of Economics and Management, UNEC  
Head, Center for Foreign Trade Support, UNEC

**Rasim Parviz MAMMADOV**

PhD Candidate in World Economy, Azerbaijan State University of Economics (UNEC)  
ORCID 0000-0002-3342-5561

**THEORETICAL FOUNDATIONS OF BEHAVIORAL ECONOMICS AND ITS  
IMPLICATIONS IN INTERNATIONAL TRADE: THE ROLE OF PSYCHOLOGICAL  
FACTORS**

Summary

Behavioral economics has a lot to do with psychological factors. Therefore, it becomes necessary to investigate from psychological aspects the manifestation of this concept in various fields, which has become more widespread in recent times. Today, in the globalized and digital world, the influence of psychological factors on the economy is becoming more and more obvious. This study is extremely relevant and significant in the context of modern economic dynamics and the psychological foundations of international trade. Behavioral economics is an important tool for understanding not only economic decision-making processes, but also human behavior and psychological tendencies. Based on all this, we can note that the topic of research is considered relevant to this day. The purpose of the study is to study the theoretical foundations of behavioral economics, its impact on international trade and psychological aspects. The object of study of this study is the theoretical foundations of behavioral economics and the influence of psychological factors on international trade. The subject of the study examines how the theory of behavioral economics affects the dynamics of international trade, explaining psychological factors in people's economic decisions and their irrational behavior. In this context, consumer behavior and the role of psychological factors in world markets are also investigated. During the study, methods of comparison, observation, analysis, deduction and induction were used. The study examines behavioral economics by linking it to more psychological factors and determines how these processes affect international trade, decisions in the trade process. It is generally accepted that trade is determined not only by economic calculations, but also by psychological elements, that economic decisions are determined by psychological factors, going beyond the "rational consumer" model. These constitute the level of problem setting and study on the research. At the end of the study, the results and suggestions on the study were noted, and a review of the used literature was shown.

*Keywords: Behavioral economics; international trade; psychological factors; consumer decisions.*