



عنوان دوره:

اقتصاد آزمایشگاهی: مروری تاریخی - تحلیلی

مدرس: شهريار اخوان هزاوه، پژوهشگر دکتری عقلانیت و تصمیم‌گیری - دانشگاه ورشو

زمان برگزاری: چهارشنبه ۱۰ و ۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۴ - ساعت ۱۰ الی ۱۴

مکان برگزاری: دانشکده اقتصاد و علوم سیاسی دانشگاه شهید بهشتی

معرفی دوره:

در دهه‌های اخیر، استفاده از روش‌های آزمایشگاهی در اقتصاد به ابزاری کلیدی برای آزمون نظریه‌ها، کشف الگوهای رفتاری و طراحی سیاست‌های مؤثر بدل شده است. این دوره، مقدمه‌ای کاربردی و مفهومی بر اقتصاد آزمایشگاهی فراهم می‌آورد، با تأکید بر نقش آزمایش در فهم رفتار واقعی عاملان اقتصادی در بازارها، مسائل مشارکت و تصمیم‌گیری راهبردی.

در این دوره با برخی از تأثیرگذارترین مقالات آزمایشگاهی اقتصاد آشنا می‌شویم که بنیان‌های این رشته را شکل داده‌اند. از طراحی آزمایش تا نقد نظریه‌های استاندارد اقتصادی، شرکت‌کنندگان تجربه‌ای جامع در استفاده از آزمایش به‌عنوان ابزار پژوهشی خواهند داشت.

اهداف:

در پایان این دوره، شرکت‌کنندگان خواهند توانست:

- دلایل نظری و روش‌شناختی استفاده از آزمایش در اقتصاد را درک کنند؛
- ساختار طراحی یک آزمایش اقتصادی را بشناسند؛
- تفاوت رفتار واقعی با پیش‌بینی نظریه‌های کلاسیک اقتصادی را تحلیل کنند؛
- طراحی اولیه یک آزمایش اقتصادی را برای یک سؤال تحقیقاتی مشخص انجام دهند؛
- از یافته‌های کلیدی مقالات کلاسیک در طراحی آزمایش و تحلیل نتایج بهره بگیرند.

ساختار کلی جلسات:

- ۱۰ اردیبهشت ساعت ۱۰ تا ۱۱:۳۰: اهمیت روش آزمایشگاهی در اقتصاد و نقدی بر روش نئوکلاسیک
- ۱۰ اردیبهشت ساعت ۱۲:۳۰ تا ۱۴: آزمایش بازارها و شکل‌گیری قیمت
- ۱۷ اردیبهشت ساعت ۱۰ تا ۱۱:۳۰: همکاری، ترجیحات اجتماعی و تأمین کالای عمومی
- ۱۷ اردیبهشت ساعت ۱۲:۳۰ تا ۱۴: استدلال راهبردی بازی‌های حدس و عقلانیت محدود

(هر جلسه شامل بحث کوتاه نظری، معرفی یک مقاله کلاسیک و تمرین طراحی آزمایشگاهی خواهد بود.)

ارزیابی:

ارزیابی نهایی به صورت پروژه گروهی طراحی آزمایش خواهد بود. هر گروه (۲ تا ۳ نفر) یک ایده پژوهشی را در قالب یک آزمایش اقتصادی تدوین می‌کند، شامل:

- سؤال تحقیق
- ساختار آزمایش (شرایط، نقش‌ها، مشوق‌ها)
- فرضیه‌ها و پیش‌بینی رفتاری
- نحوه تحلیل نتایج

منابع اصلی:

فهرست مقالات کلاسیک که مبنای هر جلسه خواهد بود:

اقتصاد بازار و قیمت‌ها:

- Smith, V. L. (1962). *An Experimental Study of Competitive Market Behavior*. *Journal of Political Economy*, 70(2), 111-137.
- Kagel, J. H., & Levin, D. (1986). *The Winner's Curse and Public Information in Common Value Auctions*. *American Economic Review*, 76(5), 894-920.

همکاری و ترجیحات اجتماعی:

- Isaac, R. M., & Walker, J. M. (1988). *Group Size Effects in Public Goods Provision: The Voluntary Contributions Mechanism*. *Quarterly Journal of Economics*, 103(1), 179-199.
- Fehr, E., & Gächter, S. (2000). *Cooperation and Punishment in Public Goods Experiments*. *American Economic Review*, 90(4), 980-994.
- Berg, J., Dickhaut, J., & McCabe, K. (1995). *Trust, Reciprocity, and Social History*. *Games and Economic Behavior*, 10(1), 122-142.

استدلال راهبردی و بازی‌های حدس:

- Nagel, R. (1995). *Unraveling in Guessing Games: An Experimental Study*. *American Economic Review*, 85(5), 1313-1326.
- Selten, R. (1967). *Die Strategiemethode zur Erforschung des eingeschränkt rationalen Verhaltens im Rahmen eines Oligopolexperimentes*. In: *Beiträge zur experimentellen Wirtschaftsforschung*, Vol. 1.

(جهت کسب اطلاعات بیشتر و ثبت‌نام با @newside145 در تلگرام و یا شماره ۰۹۳۷۹۶۶۳۹۰۲)

ارتباط حاصل فرمایید.)